# OS JOVENS, AS FINANÇAS COMPORTAMENTAIS E O ENDIVIDAMENTO

**RESUMO**
Partindo da Teoria das Finanças Comportamentais, o estudo tem como objetivo analisar como os jovens, os instrumentos de crédito e o endividamento se relacionam. Dessa maneira, possui a seguinte questão de pesquisa: *De que forma os jovens têm feito uso dos instrumentos de crédito financeiro e como os aspectos comportamentais provocam o seu endividamento*? Acerca da abordagem do problema, a presente pesquisa caracteriza-se por ser de natureza qualitativa (estudos de casos), a qual fez uso da técnica de análise de conteúdo das entrevistas para se chegar aos resultados, com base nos pressupostos levantados no estudo. Os resultados demonstram a utilização majoritária do cartão de crédito e do cheque especial, dentre os entrevistados. Observou-se que o público da pesquisa conhece pouco a respeito dos instrumentos de crédito que utilizam, principalmente em relação às taxas de juros. Esse resultado sugere que a educação financeira direcionada à juventude pode ser necessária. Demonstram também que existe uma relação entre o uso desses instrumentos com as finanças comportamentais, uma vez que foram identificados padrões de comportamento que corroboram para o endividamento. Entretanto não foram evidenciadas situações de endividamento, na amostra estudada, o que pode ser justificado pelo perfil da amostra ser compostos eminentemente de jovens com ensino superior completo e/ou incompleto.

PALAVRAS CHAVES: Finanças Comportamentais, Endividamento, Jovens, Crédito

Autores:

Autor(a): Wanessa Hellen Santana do Nascimento/ E-mail:whellem85@gmail.com
Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Ceará – UFC.

Autor(a): Prof. Dr. Érico Veras Marques / E-mail: ericovmarques@gmail.com. Professor do curso de Contabilidade da Universidade Federal do Ceará.

Autor(a): Lianderson Matheus Leite de Oliveira/ E-mail: liandersonmatheuso@gmail.com
Graduando em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Ceará – UFC.

Autor(a): Késsia Raquel Matos Garcia / E-mail: kessiaraquelmg@gmail.com
Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Ceará – UFC.

## INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, chama atenção, no Brasil, o processo de expansão do crédito ao consumidor e o aumento crescente da facilidade em sua obtenção, principalmente do cartão de crédito, tornando-se um dos principais instrumentos financeiros utilizados pelos indivíduos (CLAUDINO; NUNES; SILVA, 2009). Tanto no contexto do Brasil quanto no contexto internacional, as transações partindo dos instrumentos de crédito tem aumentado, mostrando, que a utilização deles, desde que forma consciente, pode trazer benefícios mútuos, tanto para os ofertantes quanto para os que fazem seu uso (WANG; IKEDA, 2004).

Mercados, como o de crédito pessoal, obtiveram um crescimento considerável entre os anos de 2005 e 2012, aliados ao contexto em que se situava: redução de taxas de juros e política monetária expansionista (VIEIRA, ROMA, FERREIRA, 2014).

Em consonância, é notável que as facilidades ao acesso de crédito e a ampla oferta de produtos financeiros movimentam a economia, assim como estimulam o consumo. Porém, com o aumento do consumo, os indivíduos tornam-se mais suscetíveis ao endividamento. (BRAIDO, 2014).

O endividamento cresce cada vez mais, visto que para consumir produtos e serviços, os consumidores estão constantemente adquirindo dívidas, fato que pode ser ocasionado por uma deficiente educação financeira, por exemplo, ou por motivos implícitos ao indivíduo em razões sociais e psicológicas como explica as finanças comportamentais (VIEIRA; KACHUBA; LOCATELLI, 2020). Logo, pela visão das Finanças Comportamentais, a escolha dos agentes é influenciada por aspectos emocionais e psicológicos. Um dos principais objetivos dos autores que atuam no campo das finanças comportamentais é mostrar a existência de limites à racionalidade dos agentes, além de promover o entendimento dos fenômenos presentes (MILANEZ, 2003).

No ato de consumir, os indivíduos, por vezes, extrapolam os limites racionais inerentes ao ser humano, buscando de forma inconsciente a sensação de autoconfiança, liberdade econômica e controle sobre suas próprias vidas. Essas questões se acentuam, ainda mais, no contexto do público jovem (RIOS; SOUZA, 2010). Em consonância, Chawla e Uppal (2012) afirmam que a dívida e o endividamento são mais incidentes em determinados grupos, dentre eles, os jovens. Salienta-se que é na juventude que se formam os valores e hábitos, sejam eles positivos ou negativos. Outrossim, ao entrar na fase adulta, os jovens se encontram de frente a experiências que colocarão em xeque os hábitos e estilos de vida cultivados (VIEIRA; KILIMNIK; SANTOS NETO, 2016).

Além disso, inexiste no Brasil uma base educacional que contemple e desenvolva a educação financeira no ensino básico, fazendo com que a entrada desses jovens na próxima etapa de suas vidas seja marcada pela ausência de ensinamentos aprofundados acerca de gestão e planejamento financeiro (FERNANDES; CANDIDO, 2014).

Portanto, com a finalidade de se entender os motivos que levam os jovens ao endividamento cada vez mais precoce, torna-se necessária a investigação dos motivos dessa problemática, surgindo a questão que direciona a presente pesquisa: *De que forma os jovens têm feito uso dos instrumentos de crédito financeiro e como os aspectos comportamentais impactam no seu endividamento?*

A fim de responder a esse questionamento foi proposto o seguinte objetivo geral: Analisar a forma como os jovens têm feito uso dos instrumentos de crédito financeiro e como os aspectos comportamentais impactam no seu endividamento. Foram também propostos os seguintes objetivos específicos:

a) identificar os instrumentos de crédito mais utilizados pelos jovens e o nível de conhecimento sobre cada um desses instrumentos;

b) investigar se os jovens estão endividados ou se já se endividaram em algum momento;

c) analisar como os aspectos comportamentais interferem no uso de crédito na população jovem.

O presente estudo justifica-se com o propósito de contribuir com a literatura acerca dos instrumentos de crédito e do endividamento direcionado ao público jovem, além de explorar os fatores comportamentais, cujo campo das finanças é relativamente novo, mas de grande importância para a compreensão mais aprofundada do indivíduo e do seu processo de decisão. No âmbito social, busca-se gerar interesse por parte dos jovens a respeito de conhecimentos sobre educação financeira mediante uma pesquisa empírica acerca da forma em que eles fazem uso dos seus recursos de crédito.

## REFERENCIAL TEÓRICO

### O Jovem e Suas Definições

No que concerne ao desenvolvimento físico e cognitivo, a vida do ser humano pode ser dividida em quatro fases: infância, adolescência, idade adulta e velhice. Freitas (2005), estabelece, conforme revisões bibliográficas, que a faixa etária entre 12 a 18 anos é utilizada para designar a adolescência, enquanto a juventude compreende a faixa entre os 15 a 29 anos de idade. Dessa forma, entende-se que juventude se trata de um termo mais abrangente e não se confunde com adolescência e subdivide-se em categorias: adolescentes jovens (15 a 19 anos), jovens-jovens (20 a 24 anos) e jovens adultos (25 a 29 anos).

No entanto, nem sempre existiu tal separação entre as faixas etárias. Destaca-se que a idade, além de um fenômeno biológico, é um fenômeno social. Logo, partindo da estrutura social, as divisões foram criadas e podem sofrer, ainda, modificações (SCHMIDT, 2000).

A categoria etária que corresponde a juventude pode ser definida por aspectos físico-psicológicos, físico-biológicos e comportamentais. É comum muitos trabalhos associarem o termo jovem a adjetivos que denotem sua função social relacionada a questionamento e transformação (CASTRO, 2009).

Em consonância aos aspectos culturais, o conceito de juventude muda ao longo dos anos, da mesma maneira que os papeis sociais atribuídos ao jovem (ZORZI *et al*, 2013). Desse modo, os critérios de categorização da faixa etária que representa a juventude são relativos à história e à cultura de cada comunidade. Por conseguinte, a categoria jovem pode ser classificada de maneiras diferentes, de acordo com a visão de cada autor (SPOSITO, 1997). Pais (1990) afirma ser a juventude uma categoria manipulada e manipulável socialmente, uma vez que é uma fase da vida marcada por descobertas e instabilidades, sejam elas por problemas sociais ou problemas como de inserção no mercado de trabalho ou familiares. Conforme salienta o autor "A segmentarização do curso de vida em sucessivas fases — a juventude aparece associada a uma delas— é, por conseguinte, produto de um complexo processo de construção social" (PAIS, 1990, p. 146).

No Brasil, a Lei nº 12.852 no ano de 2013 estabelece normas acerca do Estatuto da Juventude, e assim, objetiva nortear as políticas públicas voltadas para o público em questão. Dessa forma, passou-se a adotar o corte etário entre 15 a 29 anos para compreender a população jovem brasileira. Bem como a Política Nacional da juventude também considera

como jovens os cidadãos de 15 a 29 anos. Tal classificação pode ser interpretada como um parâmetro, uma vez que ser jovem permite ampla conceituação, ao imergir em posições e experiências das mais diversas (CONJUVE, 2006). O Estatuto da Juventude, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) - organização pública responsável pelos levantamentos e gerenciamentos dos dados e estatísticas brasileiras – inclusive estabelece a faixa etária 15 – 29 anos para definir a população jovem em suas pesquisas.

Quanto à produção científica a respeito do jovem, algumas características são mais acentuadas e apresentadas pelos autores. À vista disso, Schmidt (2000) destaca:

> a) transitoriedade: os jovens, por vivenciarem grandes mudanças psico-físicas-sociais, encontram-se em estado de desequilíbrio interno e externo, o que faz com que nada seja permanente em sua vida; tal situação pessoal influencia seu modo de perceber a realidade social;
>
> b) marginalidade: os jovens estão "à margem", "inadaptados" ou "por fora" do mundo social; isso se aplica ao mundo do trabalho, ao acesso ao consumo, à inserção nas instituições, ao acesso aos postos de decisão, dos valores e hábitos sociais; esta situação de marginalidade favorece o descompromisso com o sistema social;
>
> c) adaptabilidade: os jovens, como as crianças, são sempre receptivos a novas influências quando colocados em um novo meio social, assimilando novos hábitos e atitudes inconscientes;
>
> d) potencialidade de mudança: os jovens não são progressistas nem conservadores por natureza, eles são uma potencialidade pronta a solidarizar-se com movimentos sociais dinâmicos, que pode levá-los a apoiar desde movimentos totalitários ou conservadores até iniciativas democráticas ou de transformação social;
>
> e) reação contra o mundo adulto: a busca de autonomia iniciada na adolescência, prossegue no indivíduo jovem, o que o impulsiona a questionar o conjunto da realidade social, identificada com os adultos.
>
> (SCHMIDT, 2000, p. 178-179)

**O Crédito e o Endividamento**

Os estudos a respeito do crédito e do comportamento com cartões de crédito geralmente são interdisciplinares, buscando relacionar conceitos advindos das mais diversas áreas do conhecimento, como psicologia, economia, finanças, ciências sociais, dentre outras (MENDES-DA-SILVA, NAKAMURA, MORAES, 2012). Ademais, os cartões de crédito desempenham um papel importante nas finanças do consumidor, por essa razão são um bom caso de teste para analisar a qualidade da decisão financeira dos consumidores (AGARWAL et al, 2015).

Com o Plano Real e com a estabilização da economia brasileira, ocorreu um aumento considerável a respeito do acesso ao crédito e o número de cartões de crédito, o que contribuiu para o aumento no desenvolvimento econômico (DINIZ et al, 2016).

De acordo com a Comissão de Valores Mobiliários (2018), o crédito é um termo que, de modo geral, transmite confiança. No âmbito financeiro, remete dispor a um tomador recursos financeiros para diversas finalidades, como arcar com despesas e financiar a compra de bens móveis ou imóveis.

A CVM (2018) elenca os tipos de créditos existentes para o consumidor no Brasil. Alguns deles são:

i. Crédito Consignado: O Crédito é concedido pela Instituição Financeira, a qual desconta as parcelas diretamente na folha de pagamento do tomador.

ii. Crédito com Cheque especial: trata-se de um crédito pré-aprovado pelo banco para o cliente que possua conta corrente. Assim, o cliente poderá fazer uso desse limite na forma de crédito ou na forma de saque.
iii. Cartão de Crédito: baseado na renda ou no perfil de consumo do tomador, as empresas oferecem cartões com estipulados limites de crédito. O consumidor escolhe o dia do vencimento da fatura (boleto o qual discrimina todos os gastos e valor total) e chega a ter um prazo de 40 dias para realizar o pagamento das compras.
iv. Crédito Pessoal: é uma forma de empréstimo de dinheiro destinado para Pessoa Física, sem necessidade de oferecimento de garantia. De modo geral, o crédito pessoal é disponibilizado para correntistas das respectivas instituições financeiras.

Conforme dados do SPC Brasil, o número de jovens inadimplentes em janeiro de 2018 atingiu 4,81 milhões de negativados entre 18 e 24 anos (MIRET; BRUNO, 2018). Nessa perspectiva, surge a questão da inadimplência, ocasião em que o tomador de crédito, de modo geral, não possui condições de quitar as dívidas adquiridas e não realiza o pagamento delas (GUIMARÃES; ALMEIDA, 2013).

Consequentemente, a problemática do endividamento, que consiste no ato de contrair dívidas, surge à medida em que a aquisição de crédito é facilitada (ROSSATO; PINTO, 2020). Logo, a dívida pode ser entendida como o contrato entre devedor e credor, de acordo com a obrigação originada (CHAWLA; UPPAL, 2012).

Sob a ótica de Bauman (2010), tornar-se inadimplente, na atualidade, não é mais uma tarefa muito difícil. O autor observou na Grã-Bretanha, que o que gerava mais benefícios econômicos às empresas de cartão de crédito não eram aqueles clientes que realizavam seus pagamentos dentro do vencimento, mas sim aqueles que incorriam em encargos financeiros após o prazo, uma vez que estavam sujeitos a multas e juros. Depreende-se, então, que há um ambiente propício e que muito estimula o consumo e que, além disso, irá se beneficiar do endividamento do cidadão médio.

Aliado ao crédito, o componente comportamental do estilo de vida, seja os padrões de interesses, práticas ou posicionamentos, influenciam o endividamento. Como consequência, a qualidade de vida é impactada (VIEIRA; KILIMNIK; SANTOS NETO, 2016). Assim, a ausência de aspectos positivos no estilo de vida dos indivíduos, como o autocontrole, pode ser refletida no maior uso dos cartões de crédito, maior recorrência a pedidos de empréstimos e maior realização de compras impulsivas (GATHERGOOD, 2012)

Relacionado ao analfabetismo financeiro e aos aspectos citados, o endividamento é evidente, principalmente quanto à inadimplência de crédito (SANTOS; NETTO, 2020).

Uma das formas de crédito que mais contribuem para o endividamento é o cartão de crédito, conhecido popularmente como “dinheiro de plástico” (GOES, 2018). Paralelamente, a utilização do cartão foi ressignificada como uma prática moderna, simbolizando o futuro, enquanto a utilização de papel moeda, tornou-se um símbolo do passado. É possível identificar uma certa valorização dessa forma de pagamento, o que contribuiu ainda mais para a sua disseminação e popularização (WANG, IKEDA, 2004).

Segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional do Comércio (2019), 78,5% das famílias do Brasil estão endividadas pelo uso excessivo do cartão de crédito, muitas vezes devido a compras compulsivas e ausência de planejamento financeiro (CHIUSOLI *et al*; 2020).

Conforme Roberts e Jones (2001), o cartão de crédito, se comparado ao dinheiro, estimula ainda mais o consumo e os gastos. Desse modo, ao longo de décadas, a dívida no cartão de crédito aumentou mais do que as demais dívidas.

Em consonância ao crescente endividamento pelo cartão de crédito, em que o aumento do limite disponibilizado pelo próprio banco torna-se um agravante para uma maior dívida, o cartão é considerado como um instrumento que cria problemas de autocontrole em seus titulares. É importante destacar que o estudo sobre o cartão fornece um ambiente propício para se analisar o comportamento de consumo dos indivíduos (BERTAUT; HALIASSOS, 2005).

**Finanças Comportamentais**

Os conceitos principais presentes na Teoria de Finanças Moderna, como a Teoria dos Mercados Eficientes, apresentam o indivíduo como um ser cuja escolhas são totalmente racionais e que buscam sempre maximizar a sua utilidade (CASTRO JUNIOR, FAMÁ, 2002). Entretanto, a significação atribuída à racionalidade pelas ciências econômicas não é comum ao cidadão médio, uma vez que o significado pelo viés dos economistas é mais descrito como uma coerência (STIGLITZ, 2010).

Em contrapartida, as finanças comportamentais apresentam explicações mais realistas acerca do comportamento humano e das decisões tomadas por este. É possível, então, compreender questionamentos ainda não respondidos dentro das finanças (LOBÃO, 2012).

A Economia e a Psicologia foram, por muitos anos, disciplinas que não tinham temas correlacionados, principalmente pelos seus métodos utilizados, já que a economia foi formalizada por métodos matemáticos, enquanto a psicologia por métodos experimentais. No entanto, objetivando expandir a literatura acerca do mercado social, surge a economia comportamental (ou finanças comportamentais), partindo da interseção entre a psicologia e a economia. Esse novo campo de estudos, busca compreender como o comportamento humano influência nas decisões econômicas (ROSA; MILANI, 2015).

Compreende-se as finanças comportamentais como uma aplicação da psicologia em relação ao comportamento financeiro dos indivíduos, salientando que este é repleto de erros sistemáticos. Em vista disto, a compreensão acerca do processo do comportamento e dos vieses presentes é fundamental para que se possa reconhecê-los e evitá-los (SHEFRIN, 2000). Além disso, há uma gama de estudos realizados que desafiam os resultados da hipótese dos mercados eficientes, visto que anomalias foram identificadas no funcionamento deles e não foram obtidas explicações adequadas vindas da teoria moderna de finanças. Consoante a isto, as finanças comportamentais classificam-se como uma fonte alternativa para avaliar os movimentos de mercado e buscam poder oferecer explicações mais profundas no que concerne a esses fenômenos (KIMURA, BASSO, KRAUTER, 2006).

De acordo com Barros e Felipe (2015) os estudos de finanças comportamentais mostram que as decisões realizadas pelos agentes econômicos são influenciadas por fatores psicológicos. Utilizam, então, a Psicologia para reconhecer os envieses cognitivos e emocionais e para explicar o distanciamento dos princípios da racionalidade completa. Segundo Oliveira e Krauter (2015), sob a ótica das finanças comportamentais há aspectos que influenciam as pessoas, devidos as suas crenças e experiências passadas.

O estudo que é considerado como grande marco para a Economia Comportamental ocorreu em 1979. Intitulado como Teoria dos Prospectos, esse trabalho foi de responsabilidade dos psicólogos e pesquisadores israelenses Kahneman e Tversky, os quais

buscaram compreender o comportamento dos agentes, chegando-se a conclusão de que a tomada de decisão estaria atrelada ao tempo que se tem na ação de decidir, ao processamento mental das informações e ao processo de controle das emoções, contrapondo a economia tradicional que afirmava que as decisões seriam puramente racionais e que os indivíduos sempre fazem compensações corretas a curto e longo prazo (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979; TORGA et al, 2018). Assim, Kahneman e Tversky (1979), importantes autores das finanças comportamentais, mostram de forma clara a presença de vieses no comportamento do ser humano e em seu processo decisório, em especial quanto às escolhas sob risco.

A Teoria proposta por Kahneman e Tversky afirma que os indivíduos, durante o processo de tomada de decisão demonstram aversão ao risco para situações de ganho, enquanto são favoráveis ao risco em situações de perdas. Ou seja, os agentes sentem mais a dor da perda do que o prazer do ganho, mesmo que em proporções equivalentes (BARROS; FELIPE, 2015).

Alguns dos vieses presentes no comportamento humano influenciam suas decisões. São aspectos psicológicos que modificam a percepção dos fatos. Dentre eles, pode-se enumerar a contabilização mental, a dissonância cognitiva, o excesso de confiança, a aversão a perdas, a inconsistência e a ancoragem (KIMURA, BASSO, KRAUTER, 2006).

Acerca da economia comportamental, já foi observado que até mesmo a formulação de perguntas pode influenciar a resposta dos indivíduos, fazendo parte da arquitetura de escolhas (STIGLITZ, 2010). Logo, essas "irracionalidades sistemáticas" precisam ser estudadas e analisadas, pois o ser humano se insere em múltiplos contextos sociais.

Em consonância, foi visto que os fatores comportamentais têm impacto sobre as decisões dos indivíduos. Em situações de compras, os efeitos acentuam e agravam-se no endividamento. Portanto, o materialismo, uma variável comportamental, pode ser entendido como um conjunto de concepções a respeito de posse na vida dos indivíduos (MEDEIROS et al, 2015). O comportamento materialista liga-se com o consumismo e o consumo, este, que por sua vez, tem se tornado uma ação em busca de necessidade, emocional ou física, do ser humano (MINELLA et al, 2017).

O materialismo pode ter como consequentes a compra por impulso, consumo conspícuo, consumo de status, intenção de compra. Tal modelo tem sido ratificado em estudos que mostram a relação entre esses fatores (SANTINI et al, 2017).

Outro aspecto a ser considerado é o comportamento de compras compulsivas (CCC), ocasionado por descontrole e impulsos que fazem com que o indivíduo se sinta no dever de realizar compras. Este comportamento foi associado a fatores internos dos jovens, como ansiedade, aspectos emocionais, bem como a cultura de consumo relacionou-se fortemente ao CCC dos jovens (MATOS; BONFATI, 2016). As compras por impulso podem trazer consequências emocionais positivas ou negativas, ou seja, acompanhadas de alegria e satisfação ou culpa (PESSÔA; KAMLOT; BARBOSA, 2016). Todavia, salienta-se que elas podem trazer contentamento de curto prazo, mas geram endividamento no longo prazo (CAMPARA; VIEIRA; CERETTA, 2016).

**Educação financeira**

A educação financeira consiste em um conjunto de técnicas e ensinamentos que proporcionam comportamentos satisfatórios frente à tomada de decisões, sendo por vezes necessária a compreensão de conceitos relacionados a orçamento, poupança, investimentos, etc (SILVA; TEIXEIRA; BEIRUTH, 2016). Logo, o conhecimento e a capacidade de tomar

medidas efetivas no âmbito financeiro, entender as escolhas que envolvem o dinheiro e planejar o futuro são aspectos que caracterizam a alfabetização financeira (GAO, 2006).

> A educação financeira pode ser definida como "o processo pelo qual consumidores/investidores financeiros aprimoram sua compreensão sobre produtos, conceitos e riscos financeiros e, por meio de informação, instrução e/ou aconselhamento objetivo, desenvolvem as habilidades e a confiança para se tornarem mais conscientes de riscos e oportunidades financeiras, a fazer escolhas informadas, a saber onde buscar ajuda, e a tomar outras medidas efetivas para melhorar seu bem estar financeiro". (OCDE, 2005, p.5).

A educação financeira é essencial para os indivíduos, uma vez que decisões relacionadas ao âmbito financeiro afetam a vida deles como um todo. Assim, seu papel é imprescindível na formação de um cidadão consciente que, de forma direta ou indireta, relaciona-se com a sociedade (AMADEU, 2009). Em outras palavras, a educação financeira, não é apenas relevante individualmente, mas também é essencial para a sociedade em que estão inseridos, apresentando contribuições ao crescimento e desenvolvimento dela (HOGARTH; HILGERT, 2002).

> Os Indivíduos financeiramente educados são importantes para o desenvolvimento da economia, uma vez que estes, geralmente, formam poupança. (CLAUDINO et al, 2009, p. 2)

O planejamento financeiro pessoal proporciona uma vida financeira saudável e bem estruturada, tal como a construção de um futuro mais promissor (DELALIBERA, 2019). A educação financeira permite a pessoa ampliar seus conhecimentos sobre as alternativas de crédito, e analisar qual é a mais adequada as suas circunstâncias e a melhor compreensão dos conceitos financeiros (DINIZ et al, 2016).

> O objetivo é permitir que as pessoas mais informadas tomem decisões melhores em questão de finanças pessoais, e também tenham oportunidade de obter o básico de competências relacionadas ao dinheiro, tais como: orçamento, poupança, empréstimos. Investindo-se na alfabetização financeira, torna-se possível ajudar as pessoas a definir metas financeiras e otimizar as suas opções financeiras.
> (AMADEU, 2009, p.25)

Portanto, espera-se que a alfabetização financeira influencie positivamente a organização financeira e reduza a propensão ao endividamento dos indivíduos (CHAWLA; UPPAL, 2012).

A falta desse conhecimento pode ser um agravante em decisões frente ao consumo, tornando-as menos eficazes e racionais, tendo em vista que o indivíduo se torna menos habilitado a entender como determinadas atitudes financeiras impactam suas finanças pessoais (JONSSON; SÖDERBERG; WILHELMSSON, 2017). Resultados positivos advindos de boas decisões nesse campo impactam a segurança financeira, além de contribuírem para um melhor padrão de vida, daí a importância do conhecimento (BONGOMIN et al., 2017).

Ademais, a qualidade de vida dos indivíduos é um fator dependente de sua capacidade de gestão financeira, sendo essenciais os conhecimentos financeiros para evitar o endividamento, que mostra-se ligado ao acesso ao crédito e ao e ao estímulo ao consumo (VEIGA; AVELAR; MOURA; HIGUCHI, 2019) ; (CAMPARA; VIEIRA; CERETTA, 2016).

A bibliografia existente que versa a respeito da educação financeira mostra que os agentes de consumo não possuem os mesmos níveis de conhecimentos financeiros ao longo da vida, conhecimento este determinado, de modo geral, pela idade e pela classe social. Quando jovens, os indivíduos tendem a ter menos conhecimento, devido principalmente a falta de interesse e a ser o período em que estão adquirindo conhecimentos e

responsabilidades, podem ocorrer mudanças nesse cenário na fase adulta, que é quando atingem o ápice de sua capacidade cognitiva (ARRONDEL; DEBBICH; SAVIGNAC, 2013).

**Estudos Empíricos anteriores tendo como objeto de estudo o endividamento e finanças comportamentais**

Kunkel, Vieira e Potrich (2015) desenvolveram um estudo cujo objetivo, partindo de fatores comportamentais, foi avaliar as causas e consequências da dívida no cartão de crédito, desenvolver um modelo de mensuração dessa e identificar os fatores que a ocasionam. O estudo constatou que a dívida no cartão de crédito pode ser influenciada por fatores comportamentais, dentre os quais estão a atitude financeira, compras compulsivas, comportamento de uso do cartão, comportamento financeiro e, indiretamente, o materialismo e o conhecimento financeiro (KUNKEL; VIEIRA; POTRICH, 2015).

Bielinski, Oliveira e Flores (2017) analisaram o uso do cartão de crédito no comportamento de compra impulsiva de jovens universitários, fator que pode culminar em um endividamento precoce. Os resultados apresentaram traços de impulsividade nos jovens ao utilizarem o cartão de crédito, sendo constatadas, relações positivas entre as variáveis "uso no cartão de crédito", "desconsideração com o futuro" e "materialismo". A faixa etária entre 27 a 29 anos foi a que mais mostrou-se materialista, impulsiva, tendendo a manter seus cartões no limite máximo de crédito e a gastar mais ao utilizar o cartão.

Rossato e Pinto (2020) investigaram o comportamento financeiro de estudantes do curso de administração de uma universidade no noroeste do estado do Rio Grande Sul. Os resultados permitiram perceber que 45,71% dos alunos do curso de administração gastam menos do que ganha e que 57,81% afirmam ter um planejamento financeiro, o que mostra que o ambiente no qual o jovem está inserido influi em seu nível de conhecimento em finanças pessoais.

Minella, Bertosso, Pauli e Corte (2017), realizaram um estudo sobre a influência do materialismo, educação financeira e valor atribuído ao dinheiro na propensão ao endividamento de jovens, para isso, eles aplicaram um questionário constituído por 51 questões, a 93 jovens de idade entre 18 e 25 anos, com o objetivo de analisar a relação entre materialismo, educação financeira e valores atribuídos ao dinheiro na relação com o endividamento de jovens.

A pesquisa concluiu que a educação financeira e os valores atribuídos ao dinheiro influenciam positiva e significativamente o endividamento dos jovens e que valores atribuídos ao dinheiro mediam totalmente a relação entre materialismo e endividamento.

**METODOLOGIA**

Para à abordagem do problema, a presente pesquisa possui natureza qualitativa, a qual se embasou em compreensão de respostas para se chegar a resultados de análise (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006).

A pesquisa a partir do referencial teórico definiu alguns pressupostos. Ao investigar os instrumentos de crédito dentre os existentes (CVM, 2018) e o endividamento através do cartão de crédito (GOES,2018) elencados no referencial teórico, tem-se o primeiro pressuposto:

**P1:** ***Os instrumentos mais utilizados são o cartão de crédito e o cheque especial*****;**

Fernandes e Candido (2014) levantam uma discussão a respeito da entrada dos jovens na fase adulta sem o conhecimento financeiro aprofundado, uma vez que no Brasil não há uma base educacional firmada a respeito da educação financeira. A partir disso, pressupõe-se que:

**P2: *Os jovens conhecem pouco sobre o funcionamento dos instrumentos de crédito que usam*;**

Em sua pesquisa, Kunkel, Vieira e Potrich (2015) investigam alguns aspectos comportamentais como o materialismo, emoções, comportamento de uso do cartão, compras compulsivas e valores atribuídos ao dinheiro. Com base na pesquisa citada anteriormente e na revisão da literatura acerca das finanças comportamentais, o presente estudo levanta o seguinte pressuposto:

**P3: *Aspectos comportamentais levam a um uso inadequado do crédito provocando o endividamento*;**

Com base no que foi exposto por Rios e Sousa (2010), as questões relativas a gastos se acentuam na faixa etária jovem e de acordo com os dados do SPC Brasil, em que em janeiro de 2018, o número expressivo de 4,81 milhões de negativados tinham entre 18 e 24 anos, o quarto pressuposto dessa pesquisa é  o seguinte:

**P4: *Os jovens que fazem uso de crédito estão endividados ou já se endividaram em algum momento*.**

Como o objeto de estudo da pesquisa são os jovens, para esta pesquisa, considerou-se jovem o indivíduo pertencente a faixa etária de 15-29 anos, como é definido pelo IBGE e o Estatuto da Juventude. Quanto à coleta de dados, os estudos de casos múltiplos, de caráter qualitativo, foram coletados entre os meses de fevereiro e abril de 2020, com respondentes moradores da Região Metropolitana de Fortaleza no estado do Ceará - indivíduos jovens pertencentes ao corte etário de 17-29 anos, mediante a realização de entrevistas pessoais, as quais foram compostas por um roteiro de 14 questões subjetivas baseada nos pressupostos do estudo, conforme o quadro 1.

**Quadro 1: Pressupostos X Perguntas (Entrevistas)**

| Pressupostos | Perguntas |
|---|---|
| P1: Os instrumentos mais utilizados são o cartão de crédito e o cheque especial; | Quais formas de crédito você conhece? |
| | Quais formas de crédito você mais utiliza? Qual a quantidade dessas formas de crédito você possui? |
| P2: Os jovens conhecem pouco sobre o funcionamento dos instrumentos de crédito que usam; | Quais facilidades foram atrativas para você utilizar o crédito como meio de pagamento das suas compras? (Verificar se o entrevistado conhece o funcionamento do seu cartão de crédito/ cheque especial) |
| | Você conhece as taxas do cartão de crédito/ cheque especial? Quais? |
| | Em sua opinião, quais são as vantagens e as desvantagens de utilizar o cartão de crédito/ cheque especial? |
| P3: Aspectos comportamentais levam a um uso inadequado do credito provocando o endividamento; | Quais atitudes você acredita que colaboram para o mau uso das formas de crédito, e consequentemente para o endividamento das pessoas? |
| | Com que frequência você utiliza as formas de créditos? |
| | Você já fez alguma compra por impulso? Se sim, quais aspectos te influenciaram? |
| | Em qual situação você acredita gastar/comprar mais: sozinho ou com um grupo de pessoas? Por quê? |
| | Como você consegue identificar os custos totais ao comprar um produto parcelado, ou seja, você confere o valor da parcela ou o valor integral? |

| Pressupostos | Perguntas |
|---|---|
| | Antes de realizar alguma compra você avalia e planeja como isso afetará seu orçamento? Se sim, como ocorre esse planejamento? |
| P4: os jovens que fazem uso de crédito estão endividados, | Como você caracterizaria sua situação financeira atual? Por quê? |
| | Já ficou em situação de endividamento? Qual foi o motivo e o que você fez/está fazendo para resolver? |
| | Você já pagou o valor mínimo da fatura do seu cartão de crédito ou já virou o mês devendo no cheque especial? Com que frequência isso ocorre? |

Fonte: Elaborado pelos autores.

As entrevistas foram realizadas com 36 respondentes, ponto a partir do qual se verificou a repetição das respostas, e o tratamento dos dados se deu pela técnica de análise de conteúdo das respostas obtidas, separando as que foram mais frequentes.

## ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Com a finalidade de aprofundamento no estudo, foi realizada uma entrevista com 14 perguntas, além do levantamento de informações a respeito do perfil dos entrevistados, como gênero, idade, estado civil e renda. Os estudos de casos foram compostos por 36 jovens, pertencentes à faixa etária de 18-29 anos. O perfil dos respondentes foi de 47,22% do sexo feminino e 52,78% do sexo masculino, sendo 35 solteiros e 1 em união estável. Assim sendo, por meio dessas entrevistas, foi realizada uma análise qualitativa, fazendo comparações entre as respostas obtidas. O roteiro das perguntas foi elaborado relacionando-as com os pressupostos levantadas no presente estudo a fim de observar suas validades, com temas girando em torno de instrumentos de créditos, conhecimento desses instrumentos, aspectos comportamentais e situações financeiras.

A fim de atingir o objetivo específico **a**, ou seja, identificar os instrumentos de crédito mais utilizados pelos jovens e o seu nível de conhecimento sobre cada um deles, foram analisadas as perguntas relativas aos pressuposto 1 e 2.

### P1: Os instrumentos mais utilizados são o cartão de crédito e o cheque especial.

De acordo com a entrevista, os instrumentos que se têm conhecimento são: cartão de crédito, cheque especial, empréstimos, financiamentos, crédito consignado e crédito estudantil. Por meio das respostas obtidas, foi possível concluir que 100% dos entrevistados conhecem e utilizam cartão de crédito e 47,2% afirmam conhecer apenas esse instrumento de crédito. Dentre os entrevistados, 33% conhecem o cheque especial, dentre os quais 5,56% fazem uso dessa ferramenta de crédito. O fato de grande parte dos respondentes afirmarem conhecer apenas o cartão de crédito pode ser relacionado com o fato de ele ser a forma de crédito mais usual no mercado. Os entrevistados afirmam possuir entre 1 a 8 cartões, sendo quase 83% deles asseguram ter de 1 a 2 cartões.

Dessa forma, de acordo com o exposto não se pode rejeitar o pressuposto 1**,** de que os instrumentos mais utilizados pelos jovens são o cartão de crédito e o cheque especial.

### P2: Os jovens conhecem pouco sobre o funcionamento dos instrumentos de crédito que usam.

Os entrevistados citaram que as principais vantagens e motivos que os levaram a fazer uso dos instrumentos de crédito são:

- Segurança- devido ao fato de não precisarem andar com o dinheiro;

- Possibilidade de parcelamentos, o que confere um prazo maior de pagamento;
- Utilização em momentos de urgência, em situações que não se possua o dinheiro em espécie e nem na função débito.

A principal vantagem apontada é o fato de poder parcelar e ter um prazo maior para pagar, resposta citada por 75% dos jovens entrevistados.

Em relação as desvantagens consideradas no uso desses instrumentos, foram consideradas:

- Descontrole causado pela falta de planejamento financeiro;
- Falsa sensação de comodidade financeira;
- Realização de compras causadas por impulso;
- Impedimento de realização de compras em estabelecimentos que não aceitem o cartão de crédito.

A respeito do descontrole financeiro, essa foi a resposta mais frequente entre os respondentes (97%), sendo quase uma unanimidade. Um dos relatos foi "causa um descontrole financeiro maior, a sensação de que não se está gastando dinheiro e acaba virando uma bola de neve". Ademais, apenas 25% dos entrevistados declaram conhecer as taxas dos instrumentos de crédito que utilizam: "Conheço algumas taxas do banco, mas não tenho muita noção. Conheço a taxa de manutenção do banco, a taxa de juros eu não sei".

Com isso, comprova-se que o pressuposto dois é verdadeiro, já que os jovens conhecem pouco sobre o funcionamento dos instrumentos de crédito que utilizam. Além disso, incluem nas desvantagens dos instrumentos de crédito aspectos comportamentais deles mesmos, não sendo "descontrole" "compras por impulso" aspectos próprios do cartão de crédito ou do cheque especial.

Em busca de atingir o objetivo específico c, relacionado aos aspectos comportamentais que interferem no uso do crédito na população jovem, foram analisadas as questões referentes ao pressuposto 3 do presente estudo.

**P3: Aspectos comportamentais levam a um uso inadequado do credito provocando o endividamento.**

Os participantes enumeraram atitudes que colaboram para o mau uso das formas de crédito, e consequentemente, para o endividamento das pessoas.

São elas: ter muitos cartões; educação financeira deficitária; falta de planejamento no orçamento; desconhecimento sobre as taxas dos instrumentos de crédito; compras impulsivas; pagar apenas o valor mínimo do cartão de crédito; e limites muito altos para os cartões, tornando mais fácil o indivíduo gerar um gasto maior que a renda mensal, provocando o endividamento.

Um dos entrevistados relata "Não ter uma vida financeira organizada, além de não controlar os gastos e não entender sobre economia (Educação Financeira)". 61,11% dos jovens respondentes utilizam o cartão de crédito semanalmente, como afirma um deles: "Eu utilizo quase sempre, acho que umas 4 vezes por semana". O restante, 38,89%, utiliza mensalmente, porém apenas para contas fixas, como por exemplo a academia. Portanto, 100% dos entrevistados utilizam cartão todo mês, o que demostra a frequência da utilização de instrumentos de crédito no cotidiano das pessoas.

Adiante, 88,89% falaram que já realizaram compras por impulso. Um dos entrevistados relatou: “Sim, quando tem algum mês que eu não compro nada, sinto vontade de comprar algo aleatório, que dá vontade.”.

Em relação a atitudes relatadas que mostram a influência dos aspectos comportamentais no momento da compra, 75% consideram que gastam mais com outra pessoa do que sozinhos, pois se sentem mais influenciados para gastar; 19,44% dos respondentes verificam apenas o valor integral antes da compra, 41,67% averiguam apenas o valor da parcela, ou seja, apenas o valor que pagarão por mês sem comparar os juros, enquanto 38,89% analisam ambos, tanto o valor da parcela como o valor integral da compra. Segundo um dos entrevistados, o que é importante observar é o “Valor da parcela. Vejo em quantas parcelas posso dividir sem que haja juros”. Já outro justifica “Olho o valor da parcela, que é o que eu vou pagar por mês, mesmo que tenha aplicação de juros e não seja vantajoso.”.

Quando questionados se avaliam e planejam como os seus gastos afetarão seu orçamento futuro, 41,67% afirmaram que não: “Eu nunca planejo compras no crédito, se eu for comprar e vejo que eu tenho limite, eu faço a compra”. Alguns relataram realizar planejamento por meio de aplicativos, planilhas do Excel e em anotações: “Antes de realizar compras de valores mais elevados eu tendo a fazer um planejamento e ver como vai ser realizado esse pagamento em longo prazo e como vai afetar os meus gastos (...) Em valores menores eu não costumo acompanhar tão pragmaticamente”.

Portanto, com as informações obtidas na análise dessa pesquisa, não se rejeita o pressuposto 3 de que os aspectos comportamentais levam a um uso inadequado do crédito provocando o endividamento.

Com a finalidade de investigar se os jovens estão endividados ou se já se endividaram em algum momento e atingir o objetivo específico b desse estudo, foram analisadas as perguntas referentes ao pressuposto 4.

**P4: Os jovens que fazem uso de crédito estão endividados ou já se endividaram em algum momento.**

Por fim, de acordo com as respostas direcionadas ao pressuposto 4, 58,33% dos entrevistados consideram suas situações financeiras estáveis, mesmo alguns deles estando insatisfeitos. “Ruim, porque não ganho muito", "Muito boa, não tenho do que reclamar. Porém, quanto a minha organização é péssima” e ainda “Muito boa. Com organização e planejamento consigo alcançar meus objetivos”.

Além disso, 27,78% afirmaram que estão endividados ou já se endividaram; segundo alguns relatos: “Sim, não foi legal, fiquei acabada psicologicamente, nessa situação fico explosiva e cansada”, “Sim. Está sendo difícil, me endividei porque perdi o emprego. Tive que fazer um acordo com o banco para financiar minha dívida e apesar dos juros altos, creio que vou conseguir pagar e tentar diminuir mais no futuro”. Os que já pagaram o valor mínimo do cartão de crédito totalizaram 22,22% da amostra e 1 respondente (2,78%) afirmou “virar o mês” devendo o cheque especial, levando em consideração que apenas dois dos entrevistados tinha cheque especial: “Sim. Para as duas perguntas. Do cartão aconteceu uma única vez, mas do cheque especial aconteceram umas 3 vezes seguidas.” “Já paguei o valor mínimo do cartão, na época de estudante. Não tinha muita noção, não tinha dinheiro, e aí paguei o mínimo. No outro mês eu senti o baque. Foi à única vez que paguei o mínimo”.

Conclui-se então, de acordo com as entrevistas, que apenas uma pequena parcela entre os jovens já se endividou.

## CONCLUSÃO

A partir da análise realizada, pode-se concluir que os instrumentos de crédito mais utilizados pelos jovens são o cartão de crédito e o cheque especial, sendo eles os mais citados pelos entrevistados no estudo de caso, o que confirma o pressuposto 1 da presente pesquisa.

É possível depreender que os jovens não conhecem o funcionamento de seus instrumentos de crédito, uma vez que os respondentes não conheciam a taxas de juros mensais e as vantagens enumeradas pela maioria deles correspondia a funções simples e de conhecimento geral, como poder parcelar suas compras. Dessa maneira, não se rejeita o pressuposto 2. Além disso, como desvantagem eles citaram o descontrole ao realizar seus gastos, porém, tem-se em vista que esse aspecto diz mais respeito sobre o comportamento do próprio usuário do crédito do que um atributo do instrumento. Logo, é bastante evidente a presença de aspectos comportamentais e psicológicos do indivíduo sobre as decisões de cunho financeiro.

Salienta-se que a falta de educação financeira, de um planejamento orçamentário e a falta de conhecimento sobre o custo efetivo dos instrumentos de crédito, colaboram para o mau uso dos instrumentos de crédito, muitas vezes gerando compras por impulso e consequente endividamento. Com isso, evidencia-se a necessidade de que os jovens conheçam os instrumentos de crédito e de busquem uma educação financeira e planejamento financeiro eficientes, visto que a utilização de tais instrumentos estão presentes no cotidiano dessas pessoas. Assim como tentem perceber as influências do comportamento sobre seus hábitos de compra.

É observada e constatada a presença de aspectos comportamentais que levam ao mau uso do crédito e corroboram para o endividamento, constituída no pressuposto 3, que pode ser confirmado, uma vez que utilizam o crédito mensalmente e até mesmo semanalmente, muitas vezes sem o devido planejamento e influenciados pelo comportamento de compras do grupo em que se inserem (família ou amigos).

Com suas vidas financeiras estáveis, sendo a amostra composta eminentemente de jovens com ensino superior completo e/ou incompleto, os respondentes não estão endividados, portanto, rejeita-se o pressuposto 4.

Destaca-se, então, que os objetivos do presente estudo foram atingidos, uma vez que foi realizada a identificação sobre os instrumentos de crédito mais utilizados pelos jovens, assim como seu nível de conhecimento, a investigação a respeito do endividamento deles, e a análise dos aspectos comportamentais que interferiram no uso do crédito.

Como proposta para estudos futuros propõem-se expandir o universo da pesquisa, analisando outras categorias etárias e um maior número amostral, explorar mais detalhadamente aspectos específicos como materialismo, aspectos emocionais entre outros, e a elaboração do estudo com outros perfis de amostra.

## REFERÊNCIAS

AGARWAL, S.; CHOMSISENGPHET, S.; LIU, C.; SOULELES, N. S. **Do consumers choose the right credit contracts?**. Review of Corporate Finance Studies, v.4, n. 2, p. 239-257, 2015.

AMADEU, J. R. **A educação financeira e sua influência nas decisões de consumo e investimento:** proposta de inserção da disciplina na matriz curricular. Dissertação de Mestrado, Universidade do Oeste Paulista, Presidente Prudente, São Paulo, Brasil, 2009.

ARRONDEL, L., DEBBICH, M., SAVIGNAC, F. **Financial Literacy and Financial Planning in France.** Numeracy, v. 6, n. 2, 2013. Disponível em < http://ssrn.com/abstract=2374363> Acesso em 11/05/2020.

BARROS, T. S; FELIPE, I. J. D. S. **Teoria Do Prospecto :** Evidências Aplicadas em finanças comportamentais. Revista de Administração FACES Journal, v. 14, n. 4, p. 75–95, 2015.

BAUMAN, Z. **Vida a Crédito:** conversas com Citlali Rovirosa- Madrazo. Tradução Alexandre Wernek. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BERTAUT, C. C.; HALIASSOS, M. **Credit cards:** Facts and theories, CFS Working Paper Series 2006/19, Center for Financial Studies (CFS), 2005. Disponível em: https://www.econstor.eu/bitstream/10419/25485/1/518560937.PDF. Acesso em: 23 de jun. 2020.

BIELINSKI, M.; OLIVEIRA, M. O. R. de; FLORES, S. A. M. **O uso no cartão de crédito no comportamento de compra impulsiva de jovens universitários**. International Journal of Business & Marketing (IJBMKT) - Porto Alegre, v. 2, n. 2, p.55–73, 2017.

BONGOMIN, G. O. C.; MUNENE, J. C.; NTAYI, J. M. ; MALINGA, C. A. **Financial literacy in emerging economies:** Do all components matter for financial inclusion of poor households in rural Uganda? Managerial Finance, v. 43, n. 12, p. 1-25, 2017.

BRAIDO, G. M. **Planejamento Financeiro Pessoal dos Alunos de Cursos da Área de Gestão**: estudo em uma instituição de ensino superior do Rio Grande do Sul. Estudo & Debate, v. 21, n. 1, 2014.

BRASIL. **Lei nº 12.852**, de 5 de agosto de 2013**.** Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE. Portal da Legislação do Planalto. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm>. Acesso em 05 maio de 2020.

CAMPARA, J. P.; VIEIRA, K. M.; CERETTA, P. S. **Entendendo a Atitude ao Endividamento:** Fatores Comportamentais e Variáveis Socioeconômicas o Determinam?. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, v. 15, n. 1, p. 5-24, 2016.

CASTRO, E. G. **Juventude rural no Brasil:** processos de exclusão e a construção de um ator político. Revista Lationoamericana de Ciências Sociais, Niñes e Juventud, v. 1, n. 7, p. 179-208, 2009.

CASTRO JUNIOR, F. H. F.; FAMÁ, R. **As novas finanças e a teoria comportamental no contexto da tomada de decisão sobre investimentos**. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 9, n. 2, 2002.

CHAWLA, R. K.; UPPAL, S. Household debt in Canada. Statistics Canada Catlogue. Perspectives on Labour a nd Income, no. 75-0001-X, Sumer, 2012.

CHIUSOLI, C.; ANTONIO, G.; PRETTO, L.; SILVA, M. T**he consumer and the use of the credit card as a method of payment**. Original Article J Business Techn, v.14, n.2, p. 19-34, 2020.

CLAUDINO, L. P.; NUNES, M. B.; SILVA, F. C. **Finanças Pessoais:** um estudo de caso com servidores públicos. 2009, São Paulo, In: XII SEMEAD: Seminários em Administração, Anais. São Paulo: FEA-USP, 2009. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/12semead/resultado/trabalhosPDF/724.pdf>. Acesso em: 10 mai. 2020.

CLAUDINO, L. P; NUNES, M. B.; OLIVEIRA, A. R.; CAMPOS, O. V. Educação financeira e endividamento: um estudo de caso com servidores de uma instituição pública. In: XVI Congresso Brasileiro de Custos, Fortaleza, 2009.

CNC, Famílias estão menos endividadas do que há um ano**. Confederação Nacional Do Comércio**, 2019. Disponível em: <http://cnc.org.br/editorias/economia/noticias/familias-estao-menos-endividadas-do-que-ha-um-ano/>. Acesso em: 11 de mai. de 2020.

CONJUVE. **Política Nacional de Juventude**: diretrizes e perspectivas. Fundação Friedrich Ebert, p. 1–140, 2006.

CVM. **Programa bem-estar financeiro**. 1ª Ed., Rio de Janeiro: CVM Educacional, 2018.

DELALIBERA, L. **Planejamento Financeiro Pessoal:** Um Estudo Com Estudantes Do Curso De Administração Da Universidade Federal De Uberlândia. Congresso Internacional de Administração, 2019**.**

DINIZ, P.; ROGERS, P.; BARBOZA, F.; MENDES-DA-SILVA, W. **A Relação da Educação Financeira e do Otimismo no uso de Cartões de Crédito**. Revista Espacios. v. 37, n. 26, 2016.

FERNANDES, A. H. de S.; CANDIDO, J. G. **Educação financeira e nível do endividamento**: relato de pesquisa entre os estudantes de uma Instituição de ensino da cidade de São Paulo, Rev. Elet. Gestão e Serviços, São Paulo, v.5, n.2, Jul./Dez. 2014. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistasims/index.php/REGS/article/view/4868> Acesso em: 12 de mai. 2020.

FREITAS, M. V. de.; ABRAMO, H. W.; LEÓN, O. D. **Juventude e adolescência no Brasil:** referências conceituais. 1ª Edição. São Paulo: Ação Educativa, 2005.

Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA). **Direitos da população jovem:** um marco para o desenvolvimento. 2ª Edição. Brasília (DF): UNFPA - Fundo de População das Nações Unidas, 2010.

GAO, **Financial literacy and education commission**, US Government Accountability Office, 2006.

GATHERGOOD, **J.Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness.** Journal of Economic Psychology, v. 33, n. 3, p. 590-602, 2012.

GOES, E. M. **Usando "dinheiro de plástico" e planejando o futuro: consumo, crédito e nova subjetividade em cidades médias**. Rev. Bras. Estud. Urbanos Reg. (ONLINE), São Paulo, v.20, n.1, p.141-160, 2018

GUIMARÃES, A. Q; ALMEIDA, M. E. **Os jovens e o mercado de trabalho:** evolução e desafios da política de emprego no Brasil. Temas de Administração Pública, v. 8, n. 2, 2013. Disponível em:<https://periodicos.fclar.unesp.br/temasadm/article/view/6845>. Acesso em: 10 de mai. de 2020.

HOGARTH, J. M.; HILGERT, M. A. **Financial knowledge, experience and learning preferences:** Preliminary results from a new survey on financial literacy. Consumer Interest Annual, v. 48, n. 1, p. 1-7, 2002.

JONSSON, S.; SÖDERBERG, I.-L..; WILHELMSSON, M. **Investigation of the impact of financial literacy, risk attitude, and saving motives on the attenuation of mutual fund investors' disposition bias.** Managerial Finance, v. 43, n. 3, p.282-298, 2017.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. **Pros-pect Theory:** An Analysis of Deci-sion under Risk. Econometrica, v. 47, n. 2, p. 263-292, 1979.

KIMURA, H.; BASSO, L. F. C.; KRAUTER, E. **Paradoxos em finanças:** teoria moderna versus finanças comportamentais. RAE Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 46, n. 1, p. 41-58, 2006.
KUNKEL, F. I. R.; VIEIRA, K. M.; POTRICH, A. C. G. **Causas e consequências da dívida no cartão de crédito:** uma análise multifatores. Revista de Administração, v. 50, n. 2, p. 169-182, 2015.
LOBÃO, J. **Finanças comportamentais:** Quando a economia encontra a psicologia. Coimbra: Conjuntura Actual Editora, 2012.
MATOS, C. A.; BONFANTI, K. **Comportamento compulsivo de compra:** fatores influenciadores no público jovem. Revista de Gestão, v. 23, n. 2, p. 123-134, 2016.
MEDEIROS, F. G.; DINIZ, I. S. F. N.; COSTA, F. J.; PEREIRA, R. C. F. Influência de Estresse, Materialismo e Autoestima na Compra Compulsiva de Adolescentes. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 19, n. 2ª Ed. Especial, p. 137-156, 2015.
MENDES-DA-SILVA, W.; NAKAMURA, W. T.; MORAES, D. C. Credit Card Risk Behavior on College Campuses: Evidence from Brazil. Brazilian Administration Review, v. 9, n. 3, p. 351-373, 2012.
MILANEZ, D. Y. **Finanças Comportamentais no Brasil.** 2003. Dissertação (Mestrado em Economia das Instituições e do Desenvolvimento) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.
MINELLA, J. M.; BERTOSSO, H.; PAULI, J.; CORTE, V. F. D. **A Influência do Materialismo, Educação Financeira e Valor Atribuído ao Dinheiro na Propensão ao Endividamento de Jovens.** Revista Gestão & Planejamento, v. 18, n. 1, p. 182-201, 2017.
MIRET, R.; BRUNO, V. Número de jovens inadimplentes atinge 4,81 milhões de negativados entre 18 e 24 anos, mostra SPC Brasil, 2018. **SPC Brasil**. Disponível em:<https://www.spcbrasil.org.br/.../wp.../2018/02/Release-Inadimplência-PF-_Jovens.pdf> Acesso em: 10 de mai. 2020.
OCDE (Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico). **Recomendação sobre os Princípios e as Boas Práticas de Educação e Conscientização Financeira**, 2005. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/[PT]%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf> Acesso em: 06 de junho de 2020.
OLIVEIRA, R. L.; KRAUTER, E. **Teoria Do Prospecto:** Como As Finanças Comportamentais Podem Explicar a Tomada De Decisão. Pretexto, v. 6, n. 3, p. 106–121, 2015.
PAIS, M. J. **A construção sociológica da juventude**—alguns contributos. Análise Social, v. 25, n. 2, p. 139-165, 1990.
PESSÔA, L. A. G. P.; KAMLOT, D.; BARBOSA, S. C. C. **Compradoras compulsivas:** motivações, hábitos e experiências de consumo. Revista ADM.MADE, v. 20, n. 1, 2016.
RIOS, S.; SOUZA; W. C. C. de. **Endividamento pessoal:** uma análise dos fatores emocionais que influenciam no nível de endividamento dos estudantes universitários no município de Lauro de Freitas-BA. 2010. Monografia (Graduação em Administração) – União Metropolitana de Educação e Cultura, Lauro de Freitas.
ROBERTS. J. A.; JONES, E. **Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students**. The Journal of Consumer Affairs, v. 35, n. 2, p. 213-240, 2001.

ROSA, I. R.; MILANI, B. **Aversão ao Risco Financeiro: Um Estudo Sobre o Comportamento de Estudantes de Nível Superior**. Caderno Profissional de Administração da UNIMEP, v. 5, n. 2, p. 84-102, 2015. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/39612/aversao-ao-risco-financeiro--um-estudo-sobre-o-comportamento-de-estudantes-de-nivel-superior>. Acesso em: 11 de maio de 2020.
ROSSATO, V. P.; PINTO, N. G. M. **Comportamento financeiro do estudante:** avaliação da propensão ao endividamento. For Science, v. 7, n. 2, 2020.
SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill Interamericana do Brasil Ltda., 2006.
SANTINI, F. O.; LADEIRA, W. J.; SAMPAIO, C. H.; ARAÚJO, C. F. **Uma Meta-Análise sobre os Construtos Antecedentes e Consequentes do Materialismo.** Revista Brasileira de Gestão de Negócios, v. 19, n. 66, p. 538-556, 2017.
SANTOS, D. B.; NETTO, H. G. **Analfabetismo Financeiro e Histórico de Crédito do Cliente**. Revista Brasileira de Gestão de Negócios, v. 22, n. nd, p. 421-436, 2020.
SCHMIDT, J. P. **Juventude e política nos anos 1990**: um estudo de socialização política no Brasil. 2000. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 2000.
SHEFRIN, H. M. **Beyond Greed and Fear.** Harvard Business School Press, 2000.
SILVA, R. da.; TEXEIRA, A.; BEIRUTH, A. X. **Finanças pessoais e educação financeira:** O perfil dos servidores públicos de um munícipio do centro-oeste brasileiro. Revista Unemat de contabilidade, v.5, n.10, 2016.
SPOSITO, M. P. Estudos sobre juventude em educação. Revista Brasileira de Educação, São Paulo, n. 5, p. 37-52, 1997.
STIGLITZ, J. E. **O mundo em queda livre:** Os Estados Unidos, o mercado livre e o naufrágio da economia mundial. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
TORGA, E.; BARBOSA, F.; CARRIERI, A.; FERREIRA, B.; YOSHIMATSU, M. **Finanças comportamentais e jogos:** simulações no ambiente acadêmico. Revista Contabilidade & Finanças, v. 29, n. 77, p. 297-311, 2018.
VEIGA, R. T.; AVELAR, C.; MOURA, L. R. C.; HIGUCHI, A. K. **Validação de Escalas para Investigar a Gestão Financeira Pessoal.** Revista Brasileira de Gestão de Negócios, v. 21, n. 2, p. 332-348, 2019.
VIEIRA, A. L. B. D; ROMA, C. M. S; FERREIRA, B. P. **O custo do crédito pessoal em relação ao nível de endividamento das famílias brasileiras e à taxa de juros Selic.** Revista Economia e Gestão, Belo Horizonte, v. 14, n. 36, p.138-160, 2014.
VIEIRA, A. C. V.; KACHUBA, D.; LOCATELLI**,** L. **Sociedade de consumo, superendividamento e economia comportamental.** Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, 2020. Disponível em: < https://www.eumed.net/rev/cccss/2020/03/sociedade-consumo.html> Acesso em: 10 de mai. 2020
VIEIRA, E. G. F.; KILIMNIK, Z. M.; SANTOS NETO, S. P. D. **Qualidade de Vida Endividamento:** Estilos de Vida Associados ao Descontrole Financeiro e Consequências na vida Pessoal E Profissional. Reuna, v. 21, n. 2, p. 23-62, 2016.
WANG, H. Y. F.; IKEDA, A. A. **Análise do mercado de cartão de crédito brasileiro**. In:VII SEMEAD – Seminários em Administração, 7., 2013, São Paulo, Anais... São Paulo: FEA-USP, 2004.
ZORZI, A.; KIELING, F. dos S.; WEISHEIMER, N.; FACHINETTO, R. F. **Sociologia da Juventude.** 1ª Edição. Curitiba (PR): InterSaberes, 2013.