

ENDIVIDAMENTO PRECOCE: Uma Análise da Concessão de Crédito e dos Fatores que Influenciam no Endividamento de Jovens Universitários da Faculdade UNIME no Município de Lauro de Freitas/BA.

Érica Elena Avdzejus
ericavdzejus@hotmail.com
UNIME

Assuele Cerqueira dos Santos
assuele@hotmail.com
UNIME

Juliane Oliveira de Santanta
juliane.o.santana@hotmail.com
UNIME

Resumo:No campo de Finanças, vários aspectos são estudados e validados a partir das afirmações assumidas por suas teorias. No entanto, através do estudo do comportamento de consumo dos jovens, foram realizadas pesquisas sobre a teoria econômica tradicional, que possibilitam aos agentes financeiros visualizarem o risco do investimento como benefícios para obtenção de lucros das instituições. E ao contrário desta teoria, surge à teoria de finanças comportamentais aliada aos estudos da psicologia, para entenderem os caminhos que o consumidor assume no processo de tomada de decisão. Nesse contexto, são observados os fatores motivacionais que levam os jovens universitários ao endividamento e a concessão de crédito oferecido pelas instituições financeiras. Através da análise do perfil dos estudantes, explicam-se como funcionam os programas de créditos disponibilizados pelos bancos e identificar quais problemas ocasionou o endividamento dos jovens universitário. Para aplicação da metodologia, foi realizada uma pesquisa bibliográfica com a finalidade de conceituar academicamente o tema proposto. Após conhecimento das referências, analisaremos o comportamento dos universitários a partir de uma pesquisa de campo baseada na utilização do método survey de coleta de dados. Foram aplicados 83 surveys com estudantes do curso de administração da instituição de ensino UNIME no município de

Lauro de Freitas-Ba, no dia 23 de novembro de 2011. Os resultados sugerem que na amostra, os jovens adotem um planejamento para organização de suas despesas, evitando negligências e se tornando adultos responsáveis.

Palavras Chave: Finanças - Comportamento - Crédito - Endividamento - Consumo



1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, no Brasil, cresce de maneira acelerada o processo de inclusão dos jovens universitários no mercado de consumo. Este sistema está sendo desenvolvido através da implantação de produtos e serviços financeiros que são direcionados, especificamente, para determinado nicho social. Ao ingressarem no curso superior, os jovens tornam-se parte de uma parcela considerável de rendimento para as instituições financeiras e, através de propostas, captam o interesse pessoal devido à oferta de crédito que são dispostas aos estudantes universitários, como exemplo: acesso a contas bancárias, cartão de crédito, crédito consignado, cheque especial, linhas de crédito vinculado a programas sociais, financiamentos das mensalidades, financiamentos de automóveis, desconto na tarifa de manutenção bancária entre outros produtos e serviços (TEIXEIRA, 2010).

O endividamento é consequência de um descontrole financeiro, portanto, antes de assumir um compromisso de compra, as pessoas devem analisar se a aquisição do bem realmente faz parte de sua necessidade. Mas, diante da facilidade de crédito, promovido por investimentos bancários, os consumidores optam por financiar suas compras do que comprá-las à vista (RASSIER, 2010, p. 51).

Sobretudo, buscando entender a problemática em questão, o presente trabalho verifica: Qual a relação existente entre o endividamento precoce de estudantes universitários da faculdade UNIME em Lauro de Freitas e as concessões de créditos ligadas às instituições financeiras?

Nesse contexto, surge como objetivo geral avaliar os fatores motivacionais do endividamento dos universitários e as facilidades de créditos concedidas pelas instituições financeiras: uma análise dos estudantes do curso de administração da União Metropolitana de Educação e Cultura – UNIME e, como objetivos específicos: caracterizar o perfil dos estudantes que aderem ao crédito bancário, explicar como funcionam os programas de créditos universitários oferecidos pelos bancos, aos jovens universitários e identificar quais os problemas que ocasionaram o endividamento dos alunos de administração desta instituição.

O consumismo desenfreado das pessoas que fazem parte de uma sociedade capitalista permite que estas tenham uma sensação de liberdade econômica, autoconfiança, responsabilidade e controle sobre suas próprias vidas. A busca pela dependência econômica faz com que os jovens aceitem qualquer tipo de proposta que lhes proporcione satisfazer suas necessidades e desejos imediatos (RIOS; SOUZA, 2010).

Este trabalho se justifica à medida que busca compreender a relação dos estudantes universitários com o crédito bancário, aprofundar o conhecimento em finanças pessoal, proporcionando o entendimento sobre os motivos que levaram as mudanças de uma análise econômica tradicional para comportamental, apontando quais fatores motivacionais influenciam no poder de compra dos indivíduos e contribuem para que outros jovens possam reavaliar suas necessidades, administrando melhor suas despesas.

Inicialmente, foi utilizada uma pesquisa bibliográfica para aprofundamento do tema escolhido através de referências teóricas fundamentais do ramo já publicadas, como a consulta a livros, revistas, artigos, monografias, dissertações.

Para Lima (2004), a pesquisa bibliográfica é a atividade de procura e consultas de informações condescendentes de um tema, as quais são conduzidas pelo teórico orientador através de subscritos ou outras fontes diversas. De acordo com Cervo e Bervian (2003), a

forma de armazenamento destes documentos poderá ser impressa, como os livros e monografias, ou por meio eletrônico, como os sites acadêmicos.

Em seguida, utilizou-se a pesquisa de campo como forma de documentação indireta. O instrumento de coleta de dados foi o de observação direta extensiva com aplicação de questionários por amostragem com alunos do curso de administração da instituição de ensino superior UNIME com o objetivo de identificar a captação de novos clientes pelas instituições financeiras através da abertura de créditos universitários.

Para Lima (2004), a pesquisa de campo estuda o indivíduo através da observação de fatos variáveis da realidade. É realizada após a pesquisa bibliográfica e utiliza estratégias de análise de opiniões, as quais não poderão ser modificadas pelo entrevistador.

A divisão deste artigo proposto para Trabalho de Conclusão do Curso – TCC está organizada preliminarmente com a introdução, dissertando sobre aspectos gerais da pesquisa, a abordagem do problema levantado, os objetivos gerais e específicos e a justificativa da relevância do tema pesquisado. No segundo capítulo, está exposto o referencial teórico, no qual são abordados estudos de autores especializados em assuntos ligados a finanças pessoais, como os escritores: Aquiles Mosca, Samy Fortuna, Régio Márcio Toesca Gimenes e em pesquisas sobre análise de concessão de crédito e endividamento, com os escritores: Sandroni, Leandro Hirt Rassier, Eleonora França Teixeira. No terceiro capítulo, aborda-se a metodologia, demonstrando os métodos de pesquisa que foram utilizados para realização do trabalho. Em continuidade, no quarto capítulo, constam os dados obtidos através dos questionários aplicados na pesquisa de campo e bibliografia de autores como: Manolita Correia Lima, Naresch Malhotra, Sylvia Constant Vergara, além da tabulação e análise dos resultados. No quinto capítulo, é apresentada a conclusão com uma avaliação crítica sobre todos os dados levantados para realização deste artigo. E, para finalizar, as referências bibliográficas pelas quais obtiveram-se as informações dispostas neste projeto de pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção são apresentados conceitos da área de finanças com o objetivo de auxiliar no entendimento do tema proposto.

2.1 FINANÇAS TRADICIONAIS VERSUS FINANÇAS COMPORTAMENTAIS

Os indivíduos ou as empresas utilizam informações públicas e privadas de maneira que melhor as favoreça. Isso vem influenciando significativamente em suas tendências comportamentais, pois, inconscientemente, estes são induzidos por suas emoções. O principal objetivo das finanças comportamentais é aliar os estudos da economia e finanças ao estudo comportamental e da psicologia para discernir qual caminho que o consumidor assume no processo de decisão (MOSCA, 2009).

A teoria tradicional estabelece a relação entre o nível de endividamento de uma organização e o seu valor. Sendo assim, demonstra a oscilação no custo de capital causada pelo desequilíbrio financeiro (GIMENES, 2009). Brealey e Myer (1992, apud GIMENES, 2009, p. 21) afirmam que os investidores se preocupam em menor instância quando o endividamento é moderado, pois estes lhes trazem lucros, porém observam e controlam para que não se tornem excessivos. Segundo Burnham (2010), as pessoas que consomem além de

suas necessidades devem organizar suas despesas para que visualizem direitos e obrigações se protegendo de seus desejos momentâneos.

Para as empresas, o dinheiro mais caro é o capital próprio, porque o risco é maior e, com a utilização do capital de terceiros, há a vantagem do benefício fiscal. Mas, de acordo com o autor, para pessoas físicas o capital de terceiros é negociado com a taxa de juros superior às taxas que cobram as empresas, além de taxas adicionais que os investidores cobram pelo serviço de intermediação dos corretores, tornando o risco financeiro muito maior do que o de uma empresa (GIMENES, 2009).

Segundo Brealy e Myer (1992, apud GIMENES 2009, p. 23):

Para teoria tradicional, o grau de endividamento deveria ter seu limite no ponto em que o custo marginal dos empréstimos se igualasse ao valor do custo médio ponderado de capital, definindo uma melhor estrutura dada de capital; no entanto, observa-se que esta teoria não conseguiu definir qual melhor ponto.

A partir da leitura de Pinheiro (2009, apud RIOS; SOUZA, 2010, p.78), pode-se afirmar que o comportamento do indivíduo é responsável pelo desenvolvimento da teoria econômica neoclássica, porque, através do processo de tomada de decisão, ele busca alcançar seus desejos, fazendo um paralelo entre o custo e o benefício de aquisição. As ideias neoclássicas, também definidas como ideias marginalistas, surgiram em meados do século XIX para combater as idéias da teoria clássica (SOUZA, 2009).

Segundo Souza (2009, p. 34),

O mercantilismo provocou grandes distorções do setor produtivo das economias, como o abandono da agricultura dentro das indústrias, excessiva regulamentação e intervencionismo exagerado do Estado nos negócios privados. Aos poucos, porém, foram surgindo novas teorias sobre o comportamento humano, de cunho liberal e individualista, mas de acordo com as necessidades de expansão capitalista. O capitalismo foi um sistema que emergiu dos artesões e comerciantes que se tornaram financistas e grandes empreendedores. Eles recebiam a oposição da nobreza, que não pagavam impostos e recebiam rendas vitalícias do governo.

A teoria clássica aborda a teoria do valor-trabalho que afirma que o valor do produto depende do seu tempo de fabricação e, quanto maior o esforço para produzi-lo, maior será a satisfação do consumidor. Já os neoclássicos concentram suas ideias nos fatores de produção. Para eles, quem determina se um bem possui valor porque apresenta utilidade, ou seja, valor-utilidade é a demanda e o que importa para o consumidor é o desejo pelo produto e não o esforço para produzi-lo (SOUZA, 2009).

O modelo de finanças tradicional demonstra a real situação econômica para o analista, portanto a disposição de variadas informações sobre o fluxo de caixa possibilita aos agentes financeiros ou consultores de crédito entenderem as diferenças pessoais (LIMA, 2003). “A tomada de decisão, para a teoria econômica tradicional se baseia no processo cognitivo, que são aqueles que respondem as questões do tipo verdadeiro ou falso” (RIOS; SOUZA, 2010, p. 4).

Pessoas que não possuem conhecimento sobre finanças ou que não se interessam pelo assunto podem passar por sérios problemas ao tentar gerenciar suas despesas. No Brasil, de acordo com Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF, levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Estatísticas, é notório que os consumidores preferem os financiamentos de curto prazo e mais de 82% destes destinam-se a despesas de consumo (SOUZA, 2008).

Cuidar das finanças é alcançar o padrão de vida almejado, em longo prazo, ou mantê-lo em equilíbrio. Muitas pessoas optam mais por investir em bens materiais do que depositar suas finanças em uma poupança para a família, mas são poucas as pessoas que, ao receberem uma herança familiar, conseguem tornar o bem rentável. Porém, existem bens que depreciam, ou seja, perdem o valor, com o passar do tempo e, além disso, a maioria das pessoas só procuram vender um bem quando estão com dificuldades financeiras e as motivações, nesta situação, os fazem tomar decisões precipitadas (SANDRONI, 2004).

O planejamento financeiro é um processo racional de administrar a renda, os investimentos, as despesas, o patrimônio e suas dívidas com o objetivo de tornar real os desejos e as necessidades dos consumidores. É imprescindível que as pessoas, independente de suas condições financeiras, estabeleçam metas de poupança e administração de despesas. Para as metas de poupanças, é recomendável criar planilhas de gastos e monitorá-las diariamente tendo como base o fluxo de caixa mensal (RASSIER, 2010).

Segundo Sousa (2008, p. 75), “o planejamento financeiro é um processo que envolve tomada de decisões no presente, que terão reflexos no futuro, geralmente de maneira a se obter o melhor resultado”. Para se construir um planejamento financeiro é necessária a definição dos objetivos, para que, assim, possam ser definidas as metas e o caminho que irão delinear a identificação dos meios para atingir estes objetivos, os quais serão delimitados de acordo com as condições; levantamento dos recursos necessários, que deverão ser conseguidos ou gerados; funcionamento do planejamento, gerenciamento das tomadas de decisão para que se obtenha o objetivo desejado. Portanto, o planejamento significa visualizar uma estratégia e segui-la a fim da conquista do patrimônio pessoal.

Segundo Bauman (2010), as financiadoras de crédito investem em marketing de produtos e serviços com o objetivo de captação de consumidores que buscam suprir necessidades e que, geralmente, não possuem uma renda favorável a conquista emergencial. Os jovens, ao entrarem em uma faculdade, aceitam as vantagens do crédito oferecido pelos bancos, mas a utilização do crédito, muitas vezes, é gerenciada de forma inadequada causando transtornos ao credor que não souber administrá-la.

O gerenciamento financeiro pessoal terá sua base em um plano e deverá ser planejado de maneira que se alcance a condição econômica desejada. Este visará apenas ao sucesso material mas também o motivará pessoalmente e profissionalmente. Todas as pessoas são capazes de desenvolver sua inteligência financeira, ou seja, saber analisar o patrimônio e o investimento no orçamento mensal. Caso contrário, terão que descobrir este compromisso financeiro para seu crescimento (RASSIER, 2010).

Para o modelo econômico tradicional, o analista bancário é aquele que considera o risco de investimento de acordo com os benéficos que irão trazer para suas oscilações

financeiras. Os teóricos das finanças comportamentais afirmam que o analista faz um paralelo entre os ganhos e as perdas estabelecendo valores diferentes para ambos (LIMA, 2003).

Ressalta-se que o modelo moderno de finanças baseia-se no conceito de que os gestores financeiros são responsáveis pela decisão de investimento do consumidor e, para isso, precisa-se de pessoas capacitadas desenvolvendo atividades relacionadas com: política financeira, planejamento da empresa (diretor); gestão de fundos, obtenção de capital, relacionamento com outros bancos (gerente), preparação de relatórios de contas, contabilidade e impostos (*controller*) (BREALEY et al, 2008).

Mas, as finanças comportamentais surgem como uma tentativa de aperfeiçoar esse modelo a partir da avaliação dos riscos envolvidos em um investimento tendo como parâmetro um ponto de referência no qual medem-se os ganhos e perdas. No entanto, foram incorporados aos modelos de estudos o comportamento e a irracionalidade do homem (OLIVEIRA et al, 2005).

Segundo Oliveira et al (2005, p. 04):

O homem das finanças comportamentais não é totalmente racional; é um homem simplesmente normal. Essa normalidade implica um homem que age, frequentemente, de maneira irracional, que tem suas decisões influenciadas por emoções e erros cognitivos, fazendo com que ele entenda um mesmo problema de formas diferentes, dependendo da maneira como é analisado.

Para as finanças pessoais, o importante não são os desejos dos consumidores, mas é a consciência de que seus gastos terão que ser compatíveis com a sua renda. Muitas despesas pessoais que poderiam ser pagas à vista são colocadas no cartão de crédito e o acúmulo destas despesas, inconscientemente, poderá dar vazão a uma grande dívida. Contudo, nem sempre o pagamento à vista será a melhor opção para o consumidor. Deve-se analisar se a taxa de juros compensará a compra a prazo, como exemplo, ofertas e promoções em lojas, se há necessidade do produto para, finalmente, comprá-lo parcelado (FORTUNA, 2005).

Continuando a leitura, Fortuna (2005), argumenta que “um terço da renda mensal deve ser engessado com gastos fixos; um terço, com gastos do cotidiano; e um terço deve ser poupado”. Ou seja, as pessoas deveriam gastar menos do que sua renda mensal, levando em consideração as altas taxas de juros cobradas no produto no brasileiro.

2.2. ANÁLISE DE CONCESSÃO DE CRÉDITO E O ENDIVIDAMENTO

De acordo com Rassier (2010, p. 591), “o crédito pessoal é um empréstimo em que os recursos são colocados a disposição do devedor que os utiliza livremente. Em geral, é crédito na conta corrente ou por meio de cheque nominativo”.

A concessão de crédito é um importante instrumento para o desenvolvimento econômico no Brasil e constitui, por outro lado, uma das principais atividades bancárias. O benefício surgiu com o objetivo de influenciar o financiamento compulsivo, facilitando a aquisição de produtos que antes pertenciam a determinado nicho social (SILVA, 2011).

Para Silva (2011, p. 1):

No Brasil, o estoque de crédito em relação ao Produto Interno Bruto – PIB é baixo em comparação com os próprios países em desenvolvimento, estando na faixa de 32%. Por outro lado, em economias mais desenvolvidas, os percentuais chegam a ultrapassar 100%, como é o caso do Japão e de Portugal, por exemplo, que apresentam índices de 111% e 100%. A concessão de crédito e o financiamento de bens são realidades no mundo todo.

Segundo Silva (1998, apud EIFERT, 2003, p. 23), “o crédito proporciona que as pessoas aumentem os níveis de atividades; estimula o consumo influenciando na demanda; [...] facilita a execução de projetos para os quais as pessoas não disponham de recursos próprios suficientes”.

O crédito pessoal é um empréstimo disponibilizado na conta corrente do cliente bancário para que consolide suas dívidas ou para a aquisição de um bem ou serviço. O objetivo do banco ao criar este saldo positivo para o consumidor é que cumpra o acordo de pagamento e assim continue recebendo os limites de crédito e as garantias de redução de custos. Se não souber administrar este benefício, causará uma inadimplência com a instituição que irá reaver através de juros e, conseqüentemente, ocasionará o crescimento do endividamento pessoal (RASSIER, 2010).

Ainda segundo os estudos de Rassier (2010), as formas de obter um crédito serão através de bancos, financeiras e cooperativas de crédito. Primeiro, as instituições financeiras farão uma análise do perfil do cliente e avaliarão se, posteriormente, terão condições de honrar com o compromisso assumido. Segundo, após abertura do crédito ou financiamento, incidirão taxas e tarifas, tais como: Imposto de Operação Financeira – IOF e Taxa de Acumulação de Capital – TAC, portanto, o custo efetivo será variável de acordo com o valor do empréstimo e a quantidade de parcelas.

Segundo Sandroni (2003), as taxas de um financiamento são consideradas as mais altas do mercado entre as alternativas de crédito. Dentre as maneiras de discernirmos uma análise das regras de utilização dos financiamentos disponibilizados pelos bancos, temos: cartão de crédito é recomendado pagar sempre o valor total da fatura, pois, quanto mais prorrogar o pagamento, mais incidem juros sobre o valor da fatura; cheque especial, utilizado por clientes potenciais do banco, não é reconhecido como o melhor tipo de crédito, porque favorece o banco e quem tem e utiliza paga pelas pessoas que possuem, mas não utilizam; Crédito Direto ao Consumidor – CDC – é um crédito entre os bancos e varejistas que viabiliza as formas de pagamento para consumidores. Este tipo de empréstimo é considerado um bom negócio e possui juros menores que o do cartão de crédito quando não há o pagamento regular da dívida; empréstimo pessoal, liberado para todos os correntistas de banco, sendo que para os universitários as tarifas são bem menores que os correntistas normais e o financiamento de automóveis, considerado um dos financiamentos de mais alto risco, visto que se o credor não conseguir honrar com suas prestações, o banco poderá penhorá-lo e o consumidor perder o bem, mas, antes que isso aconteça, o banco é responsável pela análise sucinta das condições econômicas do comprador.

A análise de crédito feita em uma instituição financeira tem como objetivo avaliar os riscos envolvidos em uma liberação de recursos com a finalidade frente a probabilidade de retorno desses recursos acrescidos de juros. Segundo Hitchings (1999 apud EIFERT, 2003, p.

25), a análise de crédito é a capacidade de prever que o tomador venha a honrar suas dívidas assim que elas vençam.

O risco de crédito é assumido pelos investidores no momento em que oferecem os benefícios ao contratante e assumem a responsabilidade financeira caso o cliente não tenha condições de efetivar a dívida ou não queira cumprir com suas obrigações (FORTUNA, 2008).

De acordo com os modelos de finanças, Oliveira et al, (2005, p. 02) defendem que:

As finanças comportamentais constituem um novo campo de estudos, que se contrapõem ao pressuposto de racionalidade dos tomadores de decisão adotado pelas finanças tradicionais. Conceitos provindos de ciências como economia, finanças, e psicologia cognitiva oferecem subsídios às finanças comportamentais com o objetivo de construir um modelo mais detalhado do comportamento humano nos mercados financeiros; calcado basicamente na idéia de que os agentes humanos estão sujeitos a vieses comportamentais que muitas vezes, os afastam de uma decisão centrada na racionalidade.

Atualmente, o ramo do estudo de finanças aplica como base o conceito dos estudos das finanças comportamentais que traz o indivíduo como o centro das decisões econômicas do mercado atual. Para Oliveira et al (2005, p.02), “as mudanças qualitativas no modelo moderno de finanças proposto pelos defensores das finanças comportamentais são muitas e, de certa forma, substanciais, uma vez que dizem respeito à peça mais importante do mercado financeiro: o investidor”.

Conforme Reed e Gill (1994), as instituições financeiras precisam determinar o grau de risco que elas estão dispostas a assumir em cada caso e o valor proveniente do crédito que pode ser concedido por conta dos riscos envolvidos nas operações. Entretanto, é na avaliação da análise de crédito que uma instituição financeira pode minimizar os riscos associados para, assim, poder assegurar sua rentabilidade, especialmente quando tem como atividade principal as operações de crédito de médio e de longo prazo.

Para os bancos, o relacionamento com clientes é de mera importância para a criação de valores, pois possibilitará o crescimento de seus investimentos. Os empréstimos são analisados cautelosamente e individualmente, logo após, os analistas bancários verificam se as margens menores são aceitáveis. As margens bancárias são analisadas através do SPREED. Esta ferramenta servirá para medir a diferença entre os juros do investidor e tomador, avaliando os ganhos e as perdas na operação. Os empréstimos não amortizados, aqueles que os clientes não concretizam o compromisso de pagamento com o banco, são considerados um problema para as instituições bancárias, pois se apresentam como um empecilho para as previsões dos analistas a respeito dos lucros e perdas de ativos. Mas, o banco que administra e que cria expectativas mediante o relacionamento com seus clientes prefere continuar especulando sem o auxílio destas previsões (DERMINE, 2010).

Em continuação ao comentário de Dermine (2010), existem três classificações para o empréstimo bancário não amortizado: duvidoso, quando o pagamento total difere das informações consistentes no sistema bancário; com risco de inadimplência, quando um pagamento é efetuado sem a incidência dos juros ou do valor ordinário há mais de 90 dias; como inadimplência, quando o cliente jurídico ou físico, afirma que não há condições

financeiras para quitação da dívida; neste caso os bancos sugerem um documento formal de concordata e falência.

Existem empresas especializadas em renegociação de dívidas com o objetivo do retorno de devedores ao mercado de consumo, mas para isso é necessário a pessoa ter ciência do valor do passivo a ser quitado. Se o indivíduo possui algum vínculo com cheque especial e cartão de crédito, o contrato de negociação, através de empréstimo pessoal, é recomendado porque possui uma taxa de juros menor que a praticada nestes dois tipos de crédito comentado.

De acordo com Caouette et al (2000), as técnicas utilizadas para avaliar o risco de crédito evoluíram com o passar do tempo, sendo que se destacam os três “Cs”: caráter, capacidade e capital. Mas, para Strisceck (2001 apud EIFERT, 2003, p. 27), a filosofia bancária pode ser enumerada em três fatores relevantes: primeiro a proposta, que se refere à política operacional enquadrada no padrão pré-estabelecido pelas instituições financeiras; segundo, possibilidade de pagamento através dos rendimentos, avalistas ou garantias patrimonial; e por último, a obtenção de empréstimos de acordo com o perfil do consumidor.

O crédito é disponibilizado na expectativa de que os valores dispostos serão pagos conforme o combinado e não que os bens empenhados na operação de concessão de crédito terão que ser liquidados para proporcionar fundos para o cumprimento da obrigação. Para isso, em cada caso de liberação do valor do crédito, o banco determina um grau de risco que ele estará disposto a assumir, tendo vista os riscos envolvidos (REED; GILL, 1994).

Segundo Ferreira (2008 apud EIFERT, 2003, p. 24), um dos fatores que podem influenciar o indivíduo ao endividamento é a aceitação social, cuja valorização pessoal é percebida de acordo com a credibilidade que o consumidor dispõe perante o mercado e que o diferencia dos demais. “O endividamento será consciente quando é assumido para antecipar a aquisição de um bem de valor” (RASSIER, 2010, p.156).

Segundo Dias (2006 apud TEIXEIRA, 2010, p. 40) é natural que a sociedade econômica crie critérios que incentive o crédito para os jovens os quais estão em transição para vida adulta, motivando-os a se tornarem economicamente independentes para a conquista de uma atividade profissional ou formação de uma família própria. Em contraposição a essa idéia, Foracchi (2005 apud TEIXEIRA, 2010, p. 64) considera que a relação de dependência econômica não parte de todas as pessoas, mas de uma minoria não expressiva.

3 METODOLOGIA

Segundo Malhotra (2001), para se estruturar um projeto de pesquisa, se faz necessário, especificar com detalhes os procedimentos para obter as informações com o grau maior de precisão e com isso estruturar ou solucionar o problema abordado na pesquisa.

Para a classificação da pesquisa, toma-se como base a taxionomia apresentada por Vergara (2005, p. 49), que qualifica em relação a dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, a pesquisa foi descritiva. Realizada através da abordagem grupo estudado, estudantes universitários, através dos quais foram analisadas, suas percepções, expectativas e sugestões, acerca da necessidade do controle financeiro e de como administrar as facilidades de crédito bancário, evitando o endividamento precoce. Segundo Gil (1999, p. 44), “pesquisas este tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

O modelo de pesquisa descritiva que será utilizado terá como objetivo principal estudar as características em comum do grupo, como: idade, renda, comportamento, finanças, entre outros (GIL, 1999).

Segundo Vergara (2005, p. 47), “a pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza”. O objetivo não é explicar os fenômenos que descreve, no entanto, servi de base para definir uma explicação, também se inserindo nesta classificação, a pesquisa de opinião. Já para Malhotra (2001), é um tipo de pesquisa que o pesquisador já tem um conhecimento prévio a respeito da situação-problema e seu principal objetivo é demonstrar de forma clara as especificações pré-planejadas e estruturadas da pesquisa para a captação das informações a serem coletadas.

As pesquisas descritivas podem ser definidas como estudos que procuram demonstrar e caracterizar status, opiniões ou projeções futuras nas respostas obtidas. O valor empregado tem como base a premissa que os problemas podem ser resolvidos e as práticas podem ser melhoradas através de descrição e análise de observações objetivas e diretas. As técnicas utilizadas para obtenção das informações são diversas, contudo, destacamos a aplicação de questionários e as observações (VERGARA, 2005).

A pesquisa exploratória, que segundo Malhotra (2001, p. 106), tem como principal objetivo “explorar um problema ou uma situação para prover critérios e compreensão”, juntamente com a pesquisa descritiva são as mais utilizadas atualmente por pesquisadores e solicitadas por organizações, pois muitas vezes conseguem fornecer soluções para os problemas apresentadas sem a necessidade de um maior investimento em pesquisas, como as do tipo explicativas (GIL, 1999).

Com relação aos meios, foi realizado um levantamento bibliográfico dos principais assuntos sobre finanças comportamentais e a facilidade de crédito para os jovens universitários sendo que as principais fontes de pesquisa constituíram-se de livros, artigos, revistas, jornais e redes eletrônicas. Para Vergara (2005, p. 48), “a pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado que fornece instrumental para qualquer outro tipo de pesquisa. mas também pode esgotar-se em si mesma. O material pode ser fonte primária ou secundária”.

Segundo Lima (2004), a pesquisa bibliográfica é uma atividade de busca que se relaciona os estudos de várias fontes de informações sejam escritas a respeito de um tema específico.

Portanto, Lima (2004), diz que a pesquisa de campo é uma combinação sistemática dos fatos aleatórios, no entanto, tanto poderão ser utilizados os métodos quantitativos, quanto qualitativos, pois ambos obtêm a mesma proporção, sendo que os materiais coletados pelo pesquisador são inalteráveis.

Para um complemento da pesquisa faz uso da pesquisa de campo, segundo a qual, para o grupo delimitado será aplicado *survey*, conforme Malhotra (2001, p. 179), “o método de *survey* é um questionário estruturado dado a uma amostra de uma população e destinado a provocar informações específicas dos entrevistados”. Para Vergara (2005), refere-se a uma investigação empírica introduzida no local de ocorrência de elementos para explicar o fato através de entrevistas, aplicação de questionários, testes e observações.

Da totalização de estudantes da UNIME, em Lauro de Freitas, 501 são estudantes do curso de administração, representando: 81 alunos para o curso de administração com habilitação em comércio exterior, 204 com habilitação em marketing, 31 habilitação em gestão de informação e 185 em administração geral, dados fornecidos pelo Sistema Integrada de Coordenadores e Professores (SIPC, 2011).

A partir deste dado, foi feita uma análise probabilística por amostragem, para aplicação dos *surveys*. Serão aplicados 83 *surveys*, no dia 23 de novembro do ano de 2011. A aplicação dos questionários será feita proporcionalmente por semestre do curso de administração, cujo critério utilizado foi à média de jovens por sala.

3.1 CÁLCULO DA AMOSTRA DO RESULTADO

Para realização da contagem da amostra, foi utilizada a fórmula abaixo, onde: n = proporção da amostra, n_0 = início do tamanho da amostra, N = tamanho da população, E_0 = erro tolerável da amostra. Onde $N = 501$ estudantes universitários de administração, E_0 = erro amostral tolerável = 10% ($E_0 = 0,1$), $n_0 = 1/(0,1)^2 = 100$ estudantes, $n = 501 \times 100/(501 + 100) = 83$ jovens a serem pesquisados.

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

Através da pesquisa de campo foram questionadas as opiniões dos alunos do curso de administração da instituição de ensino UNIME, no município de Lauro de Freitas, a respeito do tema preposto. A análise teve como objetivos identificar questões a respeito do perfil do estudante, como: sexo, idade, renda, logo após, através do método de avaliação por prioridade, foram abordados referente ao seu comportamento pessoal, envolvendo o planejamento financeiro e a motivação da compra e posteriormente foram avaliadas elementos ligados as instituições financeiras e suas modalidades de crédito. Para finalizar a pesquisa, formulou-se uma pergunta aberta, visando obter informações a respeito da opinião individual dos entrevistados, sobre o que é necessário para que os jovens administrem melhor suas despesas para não estimular o endividamento.

De acordo com os dados obtidos verificou-se que 65% dos estudantes, são do sexo feminino e somente 35% são do sexo masculino. Deste público, 67% têm entre 21 a 30 anos, representando a grande maioria. Em relação ao estado civil, notou-se que 75% dos entrevistados são solteiros, 20% declaram-se casados e 5% divorciados.

Observou-se que a maioria dos estudantes estão inseridos no mercado de trabalho, pois 66% dos entrevistados trabalham em empresa, 8% possuem uma renda derivada de estágio, 8% declaram-se autônomos e somente 12% são dependentes dos pais. Relacionando o trabalho com a faixa de renda salarial, verifica-se que 81% dos respondentes recebem entre um e quatro salários mínimos, 12% mais que cinco salários, 7% menos de um salário. De acordo com a tabulação dos dados, notou-se que estudantes com renda acima de cinco salários têm mais de 30 anos e, normalmente, são autônomos, enquanto os que afirmam receber menor que um salário são dependentes dos pais ou cônjugues e a maioria dos casos estão desempregada.

Levando em consideração a participação na despesa familiar, observou-se que 44% dos estudantes afirmam contribuir parcialmente, enquanto 36% declaram não terem condições de colaborar financeiramente e 20% são responsáveis pela totalidade dos gastos em suas residências. Observou-se que os que responderão não contribuir com os gastos, têm entre 20 a 25 anos.

No que tange a questão sobre a classificação da conta bancária, 75% dos entrevistados declaram que possuem conta corrente ou universitária, sendo que 25% dos

estudantes ainda não possuem. O fato de possuir conta em um banco, não afirma que estas pessoas estejam empregadas, mas que existe uma movimentação financeira e estes utilizam os serviços constantemente. Os estudantes que falaram não possuir conta alegam indiferença, medo do endividamento ou que já surgiu a oportunidade para abertura de conta, mas o Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) está com restrição no mercado. Ao verificar o tempo de conta bancária dos estudantes, nota-se que 64% dos respondentes tem conta bancária a mais de 12 meses, 21% não possuem e 15% dos estudantes abriram conta recentemente, a menos de um ano. Percebeu-se através da análise dos dados, que há uma pequena divergência nas informações recolhidas, pois a porcentagem que declarou não possuir conta corrente (25%), divergiu 4% da porcentagem que informou não possuir tempo de conta bancária, (21%).

A respeito do que é necessário para uma boa administração das finanças pessoais, 84% acham eficiente o conceito de planejar antes de gastar, enquanto 16% dos entrevistados consideram desnecessário o gerenciamento das despesas. Analisando a utilização das ferramentas de controle, 75% reconhecem a importância do controle através de planilhas, mas 25% não reconhecem a necessidade.

Ao aplicar as perguntas por grau de importância, observou-se que os estudantes, em sua maioria, perguntavam se o questionamento da abordagem seria sobre o que eles realmente faziam ou o que eles achavam sobre o assunto. Isso demonstrou que as pessoas têm conhecimentos sobre a necessidade do planejamento, mas não o executam da forma correta.

De acordo com a pesquisa, 73% dos estudantes consideram entre bom e ótimo a ideia de destinar 1/3 da economia para gastos fixos e emergenciais, mas 27% entendem o contrário e julgam entre péssimo e ruim o posicionamento.

Ao serem questionados sobre a importância da separação de despesas por necessidade, 74% dos entrevistados consideraram entre bom e ótimo. Entretanto, 26% dos estudantes têm opiniões que variam entre regular e ruim. Verificou-se também, que 70% consideram a aquisição do produto por desejo, favorável a satisfação pessoal e 28% consideram esta forma de consumo inviável. Nota-se que o público que defende a compra por necessidade, também apóia a compra por desejo, o que dificulta no estudo da postura que estas pessoas adotarão perante controle financeiro. A partir da análise geral dos percentuais encontrados, considera-se que todos os fatores são importantes para os bancos atraírem os consumidores. Para 84% dos entrevistados, a localização oferece uma ótima e boa comodidade, enquanto 16% entendem que não é um fator relevante na captação de clientes, considerando regular esta afirmação. Com relação a credibilidade, 91% dos respondentes acreditam que estas vantagens são decisivas na adesão a um serviço bancário e somente 9% das pessoas vêem como regular. O bom atendimento da instituição financeira é avaliado com 98% de satisfação dos entrevistados, que entendem como um fator chave para o início de um relacionamento, entretanto, 2% dos estudantes não o julgam como importante, considerando regular na pesquisa. No que tange a questão sobre a qualidade dos serviços bancários, 86% dos entrevistados esperam qualidade nos serviços prestados, onde ofereçam alta tecnologia, rapidez no atendimento e que invistam nas melhorias do setor, mas 14% dos respondentes julgam regular, estes serviços oferecidos pelas instituições financeiras. Ao analisar a importância dos créditos oferecidos pelos bancos aos seus clientes universitários, identificou-se que referente ao acesso a cartão de crédito e cheque especial, 51% dos entrevistados classifica entre ótimo e bom e acreditam ser necessária a aquisição destes benefícios, enquanto, 49% preferem não usufruir deste benefício. Para acesso ao financiamento, 67% dos

entrevistados, concordam com o crédito, já que uma boa parte depende desta vantagem para adquirir algum bem de valor, no entanto, 33% discordam desta opinião. O acesso ao empréstimo é considerado uma fuga para pessoas que buscam recursos para negociação das suas dívidas, por isso, de acordo com o gráfico 20, 53% dos estudantes consideram como uma boa ou ótima opção, mas 47% são mais conservadores e preferem não optar por este tipo de crédito, devido às altas taxas de juros e a quantidade das parcelas. Constatou-se também que a redução nas tarifas bancárias é responsável pela atração dos estudantes as contas universitárias, além de outros benéficos, conforme citados acima, por isso, 52% dos estudantes vêem positivamente a abertura de uma conta corrente universitária, optando entre ótimo e bom, para tanto, 48% consideram como jogo de interesses, já que, após o término da faculdade, os benefícios serão excluídos e as pessoas passarão a pagar as tarifas normais de conta corrente, por isso escolheram as opções regular, ruim e péssimo.

Ao verificar qual a prioridade de pagamento de despesas dos estudantes, visualizou-se que 55% dos respondentes priorizam o pagamento do cartão de crédito, 35% colocam este pagamento em segundo plano. Identificou-se também que 95% dos entrevistados preferem quitar primeiramente as despesas fixas e 5% dos estudantes não concordam com esta opinião. Percebe-se que o fator necessidade, ao organizar as despesas para pagamento, é de grande influência e mesmo com a relevância da idade, os jovens têm consciência sobre como administrar suas dívidas.

Após aplicação da pesquisa de campo com questões fechadas, aplicou-se uma pergunta aberta, na qual os estudantes foram questionados sobre meios de jovens universitários administrarem melhor suas despesas. As respostas variaram entre: a conscientização dos estudantes sobre suas despesas; a utilização das planilhas eletrônicas através da esquematização dos gastos mensais; o planejamento financeiro para se tornar um bom administrador; dar prioridade aos gastos fixos; controlar a compulsão de compra; os pais e a escola trabalharem questões financeiras como, educação e controle, ainda quando criança; contratar uma consultoria para auxílio financeiro; manter o hábito de poupar; evitar o consumismo de produtos desnecessários, apenas por status; priorizar as necessidades, evitando a utilizar recursos de instituições financeiras e fazer planos de investimento, investindo em algo que lhe traga retorno.

5 CONCLUSÃO

Ao analisar as respostas dos participantes da pesquisa, conclui-se que os estudantes universitários possuem um conhecimento sobre o planejamento financeiro e sua necessidade para gerenciamento das despesas, mas não sabem discernir suas prioridades e acabam consumindo mais do que necessitam. Observou-se, também, que o fato da maioria dos jovens entrevistados, possuírem idade, entre de 20 a 25 anos, o estado civil ser solteiro, estarem empregados em organizações e colaborarem parcialmente nas despesas familiares, são fragmentos que exigem um comprometimento de renda superficial e, portanto, os tornam livres para realizar seus desejos, mas não os excluem do compromisso de gerenciamento das despesas, pois a condição de vida que se encontram poderá se transformar após o amadurecimento, devido à criação de uma família. Portanto, a responsabilidade financeira, da qual faz jus o curso escolhido pelos universitários, não poderá prevalecer apenas no intelectual como um conhecimento estudado, e sim colocado em prática no gerenciamento de finanças do cotidiano a fim de gerar lucros a serem aproveitados. Segundo Rassier (2010) planejar as finanças é ser racional e saber gerenciar a renda, os investimentos, as despesas, ou

seja, todo patrimônio que lhe é herdado ou conquistado. Um bom administrador poderá suprir qualquer necessidade ou desejo, desde que esteja consciente do compromisso que assumirá.

A utilização de ferramentas de controle dos gastos é considerada necessária pelos jovens os quais afirmam conhecer alguns tipos de programa para utilização, mas os mesmos não utilizam frequentemente. Ao questioná-los sobre o que consideram mais importante no momento da compra, ficou comprovado que tanto a necessidade quanto o desejo são importantes, sendo que os entrevistados, diante da observação do pesquisador, demonstraram não saber distinguir a diferença entre estes dois fatores. O conceito de necessidade representa tudo o que você não consegue viver sem o consumo e o desejo é algo determinante para suprir a sua satisfação, a qual é momentânea. A adaptação do desejo como algo além da necessidade surgiu desde a teoria neoclássica, afirma que não importa o tempo e o trabalho para se produzir um produto, mas a satisfação que o consumidor terá em comprá-lo e a utilidade que representará para ele. Esta foi a análise realizada por Pinheiro (2009, apud RIOS; SOUZA, 2010, p.78).

Após questionamento do comportamento em função da compra, os jovens foram interrogados a respeito da utilização dos serviços bancários e o que os investidores terão que priorizar ao tentar atrair cliente para instituição. Para os entrevistados, todos os fatores que envolvam o bem estar dos clientes deverão ser observados cautelosamente, a localização, o bom atendimento, a credibilidade e os serviços, pois representarão a imagem do financiador dos créditos, o banco, e seu objetivo é captar clientes para instituição. Estes consumidores quando são universitários, têm vantagens diferenciadas dos demais clientes, pois se entende que já estão empregados ou participando de processos de inclusão no mercado de trabalho e necessitarão da movimentação do capital. Os bancos que são os maiores prestadores de serviço com segurança, disponibilizam financiamentos, cheques especiais, cartões de créditos, além dos juros reduzidos para movimentação do dinheiro. Os estudantes admitem necessitar destes benefícios, uns em maior instância outros menos, mas é inevitável controlar tantas vantagens, quando se necessita manter um status para criar uma imagem positiva perante influências culturais da sociedade. Nota-se este comportamento ao verificar a opinião dos jovens sobre quais despesas deverão ser quitadas primeiramente, as fixas, como alimentação, ou a fatura do cartão de crédito. Na opinião do montante o mais importante são as despesas fixas, mas o cartão de crédito também é uma prioridade. Vale ressaltar que muitas pessoas preferem debitar no cartão de crédito a fim de obterem um maior controle das dívidas, este também é, um bom método de gerenciamento desde que seja bem administrado.

Para finalizar a pesquisa de campo, utilizou-se a pergunta aberta, sobre como os jovens podem administrar melhor suas despesas, os estudantes demonstraram que realmente se interessam pelo assunto e que gostariam de aperfeiçoar os conhecimentos aprendendo métodos de planejamento que os auxiliem no controle de suas finanças. Vários deles, ao iniciar a pesquisa, confirmaram responder o que acham e não o que realmente fazem, dificultando parcialmente os procedimentos da análise, mas o importante será o enriquecimento de oportunidades de melhorarem a aprendizagem sobre finanças, livrando-se do tabu do endividamento e conduzindo melhor a programação das despesas.

Através desta pesquisa de campo, buscou-se responder o problema sobre quais as causas responsáveis pelo endividamento precoce dos jovens universitários da faculdade UNIME, em Lauro de Freitas e também, analisar os benefícios disponibilizados através das concessões de crédito oferecidos pelas instituições financeiras. Com a avaliação das análises, conclui-se que os motivos que acarretam o endividamento são a falta de planejamento financeiro e o consumismo desenfreado. A necessidade da organização das despesas é reconhecida pelos estudantes, mas a satisfação com o poder de compra faz com que se deixem levar pelos seus desejos. Com relação, ao oferecimento do crédito facilitado aos estudantes

universitários, observou-se que é uma maneira que os bancos utilizam para captar novos clientes através de incentivos financeiros. Portanto, os jovens sentem-se atraídos e aderem ao crédito observando somente as vantagens e não avaliam que a má utilização pode levá-los a um endividamento desnecessário.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito**: Conversas com Citali Rovirosa – Madrazo. Tradução Alexandre Verneck. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BURNHAM, Terry. **A emoção é inimiga do dinheiro**: invista com racionalidade e obtenha lucros excepcionais. Tradução Carlos Szlack. São Paulo: Gente/Senac, 2010.

BREALEY, Richard A. **Princípios de finanças corporativas**. 8.ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

CAOQUETTE, John B.; ALTAN, Edward I.; NARAYANAN, Paul. **Gestão de Risco de Crédito**: o próximo grande desafio financeiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

DERMINE, Jean. **Avaliação dos bancos e gestão baseada no valor**: apreçamento de depósitos e de empréstimos, avaliação de desempenho e gestão de riscos. São Paulo: Atlas, 2010.

EIFERT, Daniel Soares. **Análise quantitativa na concessão de crédito versus inadimplência**: um estudo empírico. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3533/000389479.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2011.

FORENÇO, Luana. **Ensino superior em retrato**. Disponível em: <<http://revistaensinosuperior.uol.com.br/textos.asp?codigo=12716>>. Acesso em: 24 set 2011.

FORTUNA, Eduardo. Mercado financeiro. 16.ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIMENES, Régio Márcio Toesca. **A teoria tradicional e o modelo de Franco Modigliani e Merton Miller**: uma abordagem crítica. Disponível em: <http://revistas.unipar.br/akropolis/article/view/1742/1512>>. Acesso em: 03 out 2011.

LIMA, Manolita Correia. Monografia: **A engenharia da produção acadêmica**. São Paulo: Saraiva, 2004.

LIMA, Murilo Valverde. **Um estudo sobre Finanças Comportamentais**. Monografia (Graduação em Administração de Empresas) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2003.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MOSCA, Aquiles. **Finanças Comportamentais:** gerencie suas emoções e alcance sucesso nos investimentos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

OLIVEIRA, Eliane; SILVA, Sandra, M.; SILVA, Wesley V.; **Finanças Comportamentais:** um estudo sobre o perfil comportamental do investidor e do propenso investidor. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/IIseminario/gestao/gestao_11.pdf>. Acesso em: 08 out 2011.

PINHEIRO, Carlos Alberto (Org.). **Tenha modos com seu dinheiro.** Rio de Janeiro: Ciência Moderna Ltda., 2009.

RASSIER, Leandro Hirt. **Conquiste sua liberdade financeira:** organize suas finanças e faça o seu dinheiro trabalhar para você. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

REED, Edward W.; GILL, Edward K. **Bancos Comerciais.** São Paulo: Makron Books, 1994.

RIOS, Sídio; SOUZA; Wilton Carlos Carvalho de Souza. **Endividamento pessoal:** uma análise dos fatores emocionais que influenciam no nível de endividamento dos estudantes universitários no município de Lauro de Freitas-BA. Monografia (Graduação em Administração) – União Metropolitana de Educação e Cultura, Lauro de Freitas, 2010.

SANDRONI, Paulo. Novíssimo dicionário de economia. 11.ed. São Paulo: Best Seller, 2003.

SILVA, Rubens Filinto da. **Chega de inadimplência:** cobrança e recuperação de valores. 2. ed. São Paulo: Pillares, 2011.

SOUSA, Almir Ferreira de. **Aprenda a administrar o próprio dinheiro:** coloque em prática o planejamento financeiro pessoal e viva com mais liberdade. São Paulo: Saraiva, 2008.

SOUZA, Nali de Jesus de. **Economia Básica.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

TEIXEIRA, Eleonora França. **Jovem Universitário e o Crédito.** Monografia (Graduação em Ciências Sociais) – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.