



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



# ANÁLISE DO ENDIVIDAMENTO E DOS FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO DE ALUNOS UNIVERSITÁRIOS

**Juliana Tomaz de Lima Silva**  
**juliana\_tlima@hotmail.com**  
FATEC

**Décia Antunes de Souza**  
**derciaantunes@uol.com.br**  
FATEC

**Fernanda Deolinda Fajan**  
**fernandafajan@hotmail.com**  
SENAI

**Resumo:** Este trabalho tem por objetivo investigar os motivos que influenciam as pessoas a consumirem de forma desenfreada, analisando os estímulos externos e internos. Esta pesquisa baseou-se em uma metodologia quantitativa de caráter descritivo por meio de aplicação de um questionário aos alunos efetivamente matriculados e ativos em maio de 2013 no curso de Gestão Financeira da Faculdade de Tecnologia de Bragança Paulista. Na pesquisa teórica foi abordada a necessidade de se promover a educação financeira ainda cedo, nos primeiros anos escolares, já que o endividamento pessoal está diretamente ligado à forma como o consumidor administra as suas receitas e despesas. Ao analisar as causas do endividamento, o trabalho apresenta a oferta de crédito rápido e fácil e a publicidade atual como os principais fatores que levam o consumidor a se endividar. Com base nas informações coletadas percebe-se que o nível de endividamento dos alunos entrevistados é realmente alto, embora muitos não percebam isto por confundirem endividamento com inadimplência, sendo o cartão de crédito o responsável pela dívida da maioria dos alunos.

**Palavras Chave:** Consumidor - Endividamento - Finanças - Crédito - Educação Financeira



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



## 1. INTRODUÇÃO

Todos os dias, milhares de consumidores são atraídos por peças publicitárias tentadoras, que oferecem os mais diversos produtos disponíveis no mercado, sempre com a comodidade de se parcelar as compras a perder de vista. E desta forma os consumidores vão adquirindo cada vez mais produtos como *smartphones*, *tabletes*, televisores gigantescos e outros bens tecnológicos, em condições que não conseguem pagar e com financiamentos que comprometem em muitos casos a integralidade de seus rendimentos.

O problema do endividamento não é novo e tem atingido diversas famílias. Porém, apesar de seu notável crescimento no Brasil, ainda é considerado por muitos como questão de descontrole financeiro, ambição e até mesmo prodigalidade (ROCHA e FREITAS, 2010). Muitos acabam menosprezando o assunto e não reconhecem o que ele realmente é e nem o que acarreta: um fenômeno mundial de exclusão social. Exclusão esta decorrente de nossa sociedade capitalista. Já é um tanto comum ouvirmos falar de pessoas que frequentemente gastam mais do que ganham. Muito mais do que simples casos isolados de falta de administração financeira, o que se nota é que os consumidores cada vez mais consomem no anseio de se sentirem parte desta sociedade de consumo em que vivemos, onde o “ter” é melhor que o “ser”. E neste anseio, como cita Giancoli (2008, p. 86), as pessoas acabam entrando em estado de inadimplência e conseqüentemente se endividando.

Esta cultura de consumo propagada pela sociedade, a partir da qual as pessoas associam felicidade e *status* com o ato de adquirir bens ou serviços, leva o consumidor a entrar num círculo vicioso. Compra-se não porque precisa, mas porque está na moda, todos têm, compra-se por satisfação pessoal, por reconhecimento social, e a falta de dinheiro, que deveria ser um limitador do consumismo, é suprida pela oferta de diversos tipos de crédito (empréstimo consignado, cheque especial, cartão de crédito, empréstimo pessoal). E assim, o sonho de consumir vai se transformando em pesadelo, fazendo surgir um universo de consumidores endividados que, muitas vezes, seduzidos pela publicidade de dinheiro rápido, fácil e sem burocracias, tornam-se escravos de suas próprias dívidas. O presente trabalho tem como propósito obter a resposta para o seguinte problema: Quais são os principais motivos que contribuem para as pessoas contraírem dívidas?

Este trabalho tem como objetivo identificar motivos que contribuem para o endividamento dos acadêmicos do curso de Gestão Financeira da FATEC de Bragança Paulista. A relevância do artigo se justifica na medida em que o número de pessoas que se declaram endividadas aumenta dia após dia, causando-lhes problemas financeiros, psicológicos e familiares, enquanto que as medidas para coibir este problema são ainda muito tímidas. Portanto, o assunto ora abordado extrapola a seara da economia e se transforma num fato ligado à própria vida em sociedade. Sociedade esta que acaba por determinar o comportamento do cidadão e, uma vez delineado seu comportamento, decreta seu fim, que é a “morte social” dos endividados.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 A EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Embora não percebamos, as finanças fazem parte do nosso dia a dia. No trabalho, na escola e até mesmo em nossos lares, lidamos com temas como economia, dívidas e consumo de maneira prática. Não temos a teoria, mas sabemos parcelar uma compra, usar o cartão de crédito ou o limite do cheque especial e até mesmo fazer um empréstimo bancário para pagar alguma conta em atraso. Parece incoerente, portanto, que algo tão usual para os brasileiros não



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



seja ensinado nas escolas. Mas infelizmente é o que acontece, já que Educação Financeira não faz parte do currículo educacional brasileiro. Nosso sistema educacional não consegue transmitir conceitos básicos sobre economia e finanças e acaba por formar cidadãos, nas palavras de Kiyosaki e Lechter (2000, p.13), “analfabetos financeiros, sem conhecimento de como o dinheiro funciona (...). Não estão preparados para enfrentar o mundo que os espera, um mundo que dá mais ênfase à despesa do que à poupança”.

O endividamento pessoal não está diretamente ligado à renda do indivíduo, e sim à forma como ele administra as suas receitas e despesas (CERBASI, 2003). Sendo assim, para Kiyosaki e Lechter (2000), fundamentos financeiros deveriam ser ensinados desde os primeiros anos escolares, uma vez que este será um assunto que acompanhará qualquer indivíduo ao longo da sua vida e será um dos fatores preponderantes para aqueles que pretendem gozar de uma saúde financeira equilibrada e tranquila. Objetivando erradicar o analfabetismo sobre educação financeira no país, o Governo Federal editou o Decreto n.º7.397, de 22 de dezembro de 2010, onde foi instituída a Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF com a finalidade de promover a educação financeira e previdenciária e contribuir para o fortalecimento da cidadania, a eficiência e solidez do sistema financeiro nacional e a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores (BRASIL, 2010).

De acordo com Savoia (2007, p. 1134), a educação financeira nas escolas é incentivada pela OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico), que afirma que a educação financeira deve começar na escola, porém não existe a obrigatoriedade de ensinar finanças no sistema de ensino brasileiro. O Ministério da Educação apenas pressupõe um processo de aprendizagem apoiado na multidisciplinaridade e no desenvolvimento de competências para a inserção dos estudantes na vida adulta, por meio do incentivo do raciocínio e da capacidade de aprender. Segundo matéria veiculada no *site* da Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação, nas escolas públicas do país, a educação financeira já é um assunto que começou a ser abordado, no entanto, a ideia não é criar uma disciplina específica e sim integrar o assunto ao currículo normal das escolas. Calcula-se, porém, que serão ao menos dez anos para consolidar o tema nas escolas.

## 2.2 CAUSAS DO ENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES BRASILEIROS

Os termos endividamento e inadimplência ainda são vistos por muitos como sinônimos. Segundo o IDEC, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, quando uma pessoa pega emprestado recursos financeiros para adquirir algum bem, ele está se endividando. O excesso de dívidas pode levar o consumidor à situação de inadimplência, que é quando não se consegue pagar um compromisso financeiro até a data de seu vencimento.

Dívida é o resultado de um empréstimo, e ao final do prazo estipulado deve ser devolvido o principal acrescido de juros; normalmente, são realizados pagamentos periódicos ao longo do período de vigência do empréstimo, enquanto que o endividamento é considerado o somatório do passivo (ROSS; WESTERFIELD; JORDAN, 2009). Chomsky (2006) afirma que fazemos parte de uma sociedade estruturada de forma a considerar mais importantes os lucros possivelmente gerados através do mercado econômico do que as pessoas que compõem essa mesma sociedade. O autor afirma que tal situação é fruto do capitalismo exacerbado promovido pelo governo americano e propagado pela mídia de massa, aliada do estado na missão de inculcar nas pessoas o desejo de consumir mais e mais.

Neste ínterim, o autor ainda afirma que a própria sociedade, numa contradição voraz e maléfica, induz o consumidor ao exagero e este, ao atingir um estado de total insolvência diante de inúmeros compromissos assumidos, é segregado por esta sociedade, passando a viver à margem dela. Sodré (2007, p. 67) afirma que para a existência de uma sociedade consumista cinco fatores são muito importantes: produção dos produtos em série, distribuição



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
— TEMA 2015 —  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



em massa de produtos e serviços, formalização da aquisição destes produtos e serviços por meio de um contrato de adesão, publicidade em grande escala e oferecimento de crédito ao consumidor desses produtos ou serviços.

Segundo a Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC – Nacional) <sup>1</sup> o percentual de famílias que relataram ter dívidas entre cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguro alcançou 62,9% em abril de 2013, avançando em relação aos 61,2% observado em março. Também houve alta na comparação anual. Em abril de 2012, 56,8% das famílias haviam declarado possuir tais dívidas. O cartão de crédito foi apontado como um dos principais tipos de dívida por 76,6% das famílias endividadas, seguido por carnês, para 20,5%, e, em terceiro, por financiamento de carro, para 12,1%.

Tabela 1 – Tipo de dívidas das famílias brasileiras

| Tipo de dívida (% de famílias) |       |                       |            |
|--------------------------------|-------|-----------------------|------------|
| Abril de 2013                  |       |                       |            |
| Tipo                           | Total | Renda familiar mensal |            |
|                                |       | Até 10 SM             | + de 10 SM |
| Cartão de crédito              | 76,6% | 77,1%                 | 75,1%      |
| Cheque especial                | 6,1%  | 5,5%                  | 8,5%       |
| Cheque pré-datado              | 2,4%  | 2,2%                  | 3,6%       |
| Crédito consignado             | 4,9%  | 4,8%                  | 5,2%       |
| Crédito pessoal                | 11,8% | 11,7%                 | 12,3%      |
| Carnês                         | 20,5% | 22,4%                 | 11,5%      |
| Financiamento de carro         | 12,1% | 9,0%                  | 27,2%      |
| Financiamento de casa          | 6,0%  | 4,1%                  | 14,5%      |
| Outras dívidas                 | 2,7%  | 2,9%                  | 1,7%       |
| Não sabe                       | 0,2%  | 0,2%                  | 0,3%       |
| Não respondeu                  | 0,4%  | 0,4%                  | 0,2%       |

Fonte: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (2013)

Analisando-se o conjunto das dívidas por período, o número de famílias que declararam ter alguma dívida subiu em abril de 2013. O percentual de famílias com dívidas avançou entre março e abril de 2013, como também na comparação com abril de 2012. Os percentuais de famílias com dívidas ou contas em atraso e aquelas que declaram não ter condições de pagar contas em atraso também apresentaram alta entre março e abril (CNC 17 de abril de 2013). Costa (2002, p. 258) relaciona o endividamento com o crédito nos seguintes termos:

Na economia de endividamento, tudo se articula com o crédito. O crescimento econômico é condicionado por ele. O endividamento dos lares funciona como “meio de financiar a atividade econômica”. Segundo a cultura do endividamento, viver a crédito é um bom hábito de vida e conforto do mundo contemporâneo, o crédito não é um favor, mas um direito fácil. Direito fácil, mas perigoso. O consumidor endividado é uma engrenagem essencial, mas frágil da economia fundada sobre o crédito.

Segundo Frade; Magalhães (2006, p. 25) o uso do crédito por consumidores não configura um mal em si mesmo já que “quando contratado em situação de estabilidade

<sup>1</sup> PEIC – Nacional é uma pesquisa nacional apurada mensalmente pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, a partir de janeiro de 2010. Os dados são coletados em todas as capitais dos estados e no distrito federal junto a cerca de 18.000 consumidores. Seu objetivo é diagnosticar o nível de endividamento e inadimplência do consumidor. Das informações coletadas são apurados o percentual de consumidores endividados, percentual de consumidores com contas em atraso, percentual que não terão condições de pagar, tempo de nível de endividamento e nível de comprometimento da renda (CNC, 17 de abril de 2013).



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



financeira e laboral, o crédito permite melhorar a acessibilidade de determinados bens e serviços, contribuindo para o aumento do bem-estar dos indivíduos e das famílias”. Por outro lado, quando ofertado de forma fácil, como vemos estampado em panfletos distribuídos aos milhares nas ruas de cidades brasileiras, pode tornar-se causa grave de endividamento e consequentemente de exclusão social. O crédito só trará melhora na situação dos consumidores se concedido com bastante critério. Deve ser analisado se o valor que o consumidor deverá disponibilizar para saldar seu débito não porá em risco outras obrigações financeiras necessárias a sua própria subsistência. Além disso, sempre deve se tomar o cuidado para que a tomada de empréstimo não se torne um hábito para o consumidor; 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 a compra-las à vista (RASSIER, 2010, p. 51).

O crédito pode ser uma mina de ouro para quem o concede, mas pode se tornar um pesadelo para quem o utiliza, já que muitos chegam a comprometer quase a totalidade de sua renda, chegando a um nível de endividamento tão grave que pode pôr em risco até sua própria subsistência. Para fazer o consumidor acreditar que precisa do empréstimo, as instituições financeiras se valem de publicidade agressiva, carente de informações básicas e, muitas vezes, até enganosa (NUNES, 2008). Não é a toa que a publicidade exerce um papel fundamental no processo de endividamento do consumidor. As necessidades dos consumidores mudaram e evoluíram ao longo dos anos, e ninguém soube acompanhar melhor esta evolução do que o mercado publicitário. Hoje em dia, pode-se dizer que a publicidade não busca mais vender um produto em si, mas sim todo um conceito e apelo atrelados a uma determinada marca. Como destaca Bauman (2008), “a publicidade dá ao produto um apelo simbólico, uma dimensão metafísica, intrínseca ao objeto”. Completando com as palavras de Carrascoza (apud Bacegga, 2008, p. 218), “a propaganda se transfigura em uma justificativa para o consumo, mesmo que não vise à indução ao consumo”. Isto pode ser comprovado ao se comparar as campanhas publicitárias antigas com as atuais. As peças publicitárias do passado seguiam uma tendência pré-definida, consistentes numa apresentação clara e objetiva dos produtos, com descrições por vezes detalhadas de seu funcionamento e destinação, acompanhadas dos jargões ou *slogans* das marcas (CARRASCOZA apud BACEGGA, 2008). Podemos exemplificar as palavras de Carrascoza nas imagens abaixo:

Figura 1: Publicidade Coca-Cola



Fonte: The Coca Cola Company

Figura 2: Publicidade Coca-Cola



Fonte: Widen+Kennedy Advertising Agency

Na figura 1, anúncio antigo do refrigerante Coca-Cola, podemos ver a típica peça publicitária que vigorou entre as décadas de 40 e 60. O anúncio exalta o produto, com expressões como “sinal de bom gosto” e “bem gelado”. Todo o conceito da peça publicitária gira em torno do produto e de como ele atinge perfeitamente o fim a que se destina: ser uma



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



bebida refrescante. Na figura 2, o mesmo produto, porém anunciado nos dias atuais. Podemos ver que o conceito da peça publicitária é totalmente diferente. Não há nenhuma referência ao produto em si ou ao fim a que se destina. Adjetivos são desnecessários. A frase estampada indica com precisão o que o anúncio se propõe a vender: felicidade. Não é por acaso que a peça acima faz parte da campanha publicitária da marca cujo tema é “Abra a felicidade!”.

Atualmente os conceitos publicitários são outros. Não se procura mais vender um produto, mas sim uma ideia atrelada a este produto. Um ideal perfeito e abstrato, intrínseco ao produto anunciado (BAUMAN, 2001). Comparando-se as peças publicitárias apresentadas, vemos que houve uma mudança no paradigma dos anúncios, em seus objetivos e na forma como se manifestam. Rocha (2010) chama esta nova tendência publicitária de retórica do capital, que seria a publicidade tendente a atingir o maior número possível de consumidores, utilizando-se de propostas cada vez mais inovadoras e agressivas. Ou seja, deixa-se de lado questões morais para se obter resultados financeiros, tornando a publicidade uma das causadoras do endividamento.

Como citado anteriormente, 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, conforme afirma Ferreira (2008 apud EIFERT, 2003, p. 24). 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 (RIOS; SOUZA, 2010). Mas esta é uma sensação falsa, já que esta pretensa liberdade leva na verdade à escravidão das infundáveis dívidas e dependência econômica de empresas de concessão de crédito.

### **3. METODOLOGIA**

Este artigo possui caráter descritivo-exploratório já que tem como objetivo identificar os motivos que contribuem para o endividamento dos acadêmicos do curso de Gestão Financeira da FATEC de Bragança Paulista. Caracteriza-se como pesquisa descritiva, pois de acordo com Gil (2006), este tipo de pesquisa visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis e envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados como o questionário e a observação sistemática.

Considera-se também como pesquisa exploratória, pois, Segundo Marconi e Lakatos (2003, p.188), “as pesquisas exploratórias são compreendidas como investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos”.

Possui uma abordagem quantitativa que segundo Marconi e Lakatos (2003), caracterizam-se pela precisão e controle dos dados estatísticos de forma sistemática, utilizando técnicas estatísticas na coleta e manipulação das informações adquiridas, garantindo assim uma maior precisão dos resultados. Realizou-se uma pesquisa de campo no mês de Maio de 2013 através de questionário estruturado composto por 11 questões fechadas de múltipla escolha e sem a identificação dos respondentes.

Os questionários foram impressos e entregues diretamente pelo pesquisador aos respondentes, que dispuseram de um espaço de tempo no decorrer das suas respectivas aulas para efetuarem o preenchimento e, conseqüentemente, efetuarem a devolução dos mesmos diretamente para o entrevistador à medida que o finalizavam. A amostra da pesquisa é predominantemente composta por alunos, efetivamente matriculados e ativos em maio de 2013, do curso de Gestão Financeira do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



Souza, Faculdade de Tecnologia da cidade de Bragança Paulista, composta por 130 graduandos, no período matutino.

#### 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Através da pesquisa de campo foi aplicado questionário ao corpo discente do curso de Gestão Financeira da Faculdade de Tecnologia Centro Paula Souza de Bragança Paulista. A análise teve como objetivo identificar questões a respeito do perfil do estudante, como: sexo, idade e renda; logo após, foram abordadas questões referentes ao seu comportamento pessoal, envolvendo o planejamento financeiro e, por fim, foram analisados elementos ligados ao endividamento.

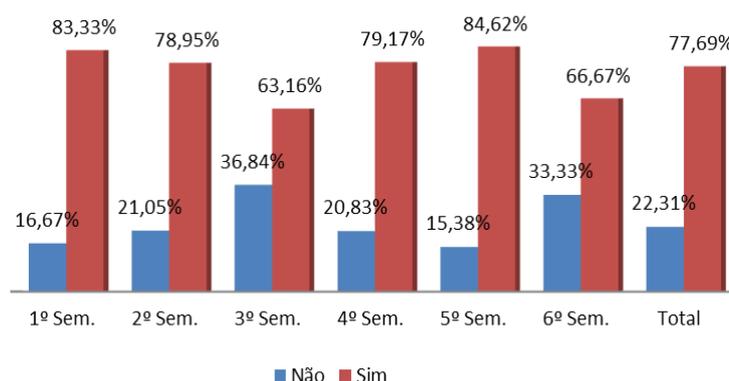
##### 4.1 PERFIL DOS ESTUDANTES

De acordo com os dados obtidos, verificou-se que 58% dos estudantes são do sexo feminino e 42% são do sexo masculino. Deste público 71% são solteiros, 18% declaram-se casados, 8% convive em união estável e 3% são separados/divorciados. Com relação a idade, verificou-se tratar de público bastante jovem sendo que 46,2% possui entre 17 a 22 anos, 30,8% de 23 a 28 anos, 13,8% de 29 a 34 anos, 4,6% de 35 a 41 anos e 4,6% de 42 a 56 anos, esta sendo a maior idade entre os alunos. A maioria dos estudantes está inserida no mercado de trabalho, pois apenas 8,46% declararam não ter rendimentos; 20,77% recebem até um salário mínimo; 35,38% entre um e dois salários mínimos, representando o maior índice; 20% afirmaram receber entre dois e três salários mínimos; 4,62% recebem entre três e quatro salários mínimos; os que recebem entre quatro e cinco salários mínimos representam a minoria, apenas 3,08% e, por fim, 7,69% afirmaram receber acima de cinco salários mínimos.

##### 4.2 COMPORTAMENTO PESSOAL

Foram formuladas cinco questões a respeito do comportamento pessoal dos alunos com relação a sua educação financeira. Buscou-se colher informações a respeito do conhecimento e prática de planejamento financeiro dos alunos e o seu relacionamento com crédito e finanças de um modo geral.

**Gráfico 1: Você tem noção clara dos seus gastos fixos ?**

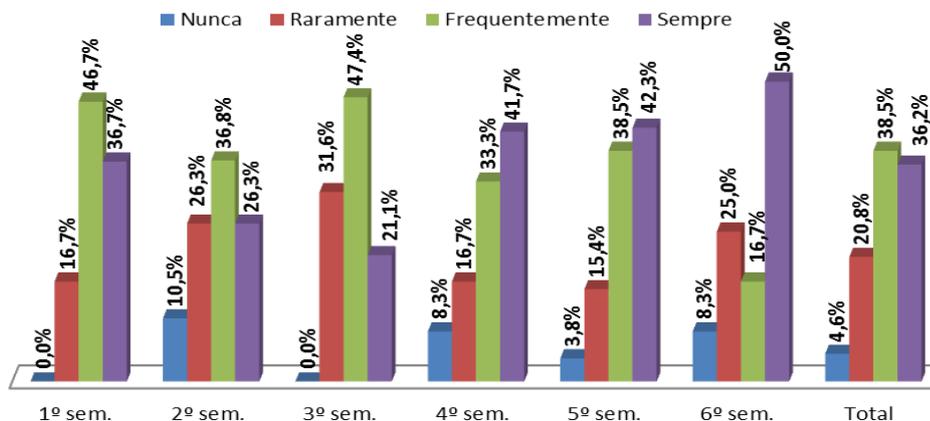


Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Com relação ao conhecimento dos gastos fixos, dos 130 alunos respondentes 101 afirmaram ter noção clara de seus gastos fixos, enquanto que 29 não têm noção clara dos seus gastos fixos, representando respectivamente 77,69% e 22,31%. Os que mais possuem conhecimento dos seus gastos fixos são os alunos do quinto semestre com 84,62%, ou seja, do total de 26 alunos 22 afirmaram ter conhecimento dos gastos e apenas 04 não.



**Gráfico 2: Você faz planejamento financeiro e/ou controla seu orçamento de alguma forma?**

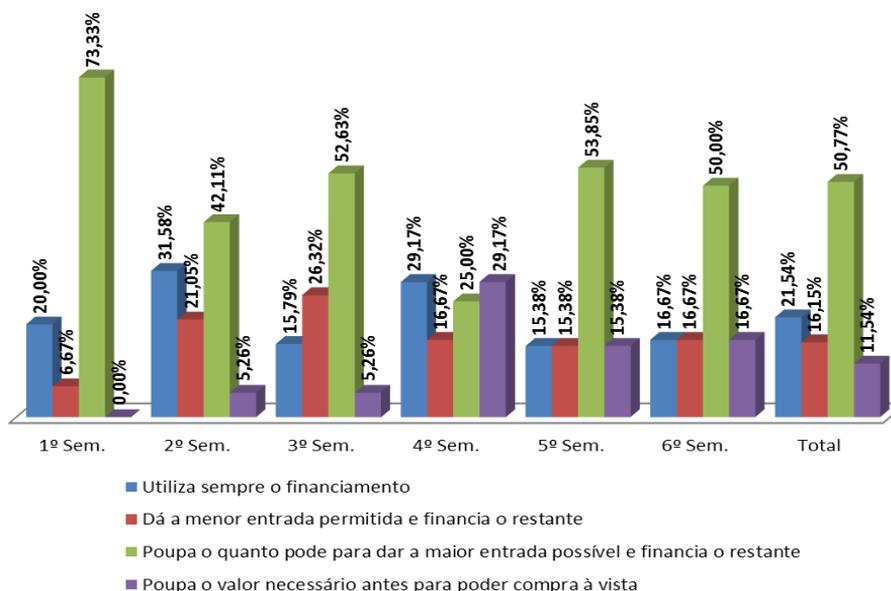


Fonte: dados da pesquisa

Dos alunos que fazem planejamento financeiro e/ou controla seu orçamento de alguma forma a maior concentração está nos dois últimos semestres do curso. Dos 12 alunos do sexto semestre 50% afirmaram que sempre fazem planejamento financeiro, seguido do 5º semestre onde dos 26 alunos, 11 afirmaram que sempre fazem planejamento financeiro. O maior índice daqueles que nunca fazem planejamento financeiro está no segundo semestre com 10,5%.

No total geral dos 130 alunos 47 afirmaram que sempre fazem planejamento financeiro, 50 responderam frequentemente, 27 raramente e 06 nunca.

**Gráfico 3: Quando você compra um carro ou algum bem de maior valor você:**

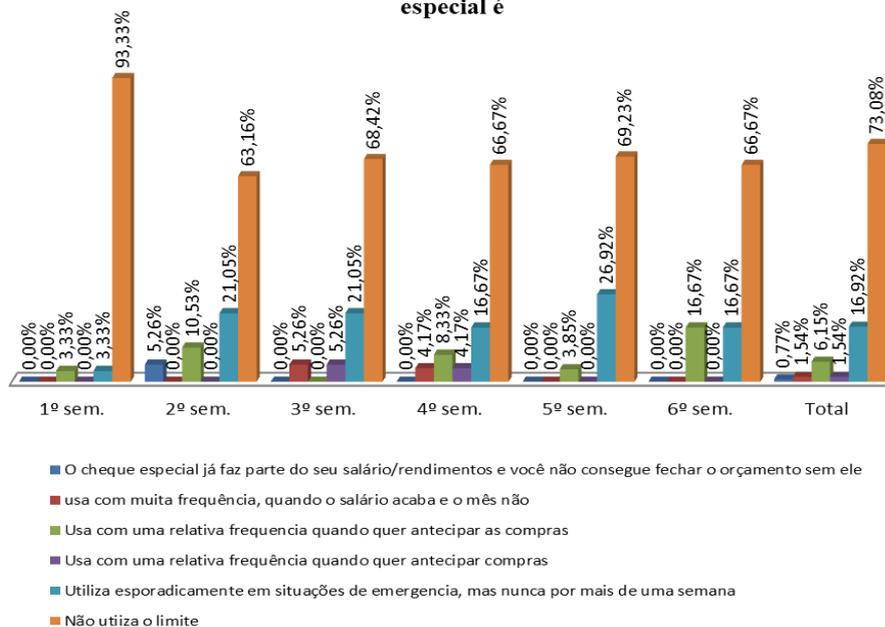


Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Com relação ao comportamento na hora de comprar um bem de maior valor, a maioria afirmou que poupa o quanto pode para dar a menor entrada possível e financia o restante, opção escolhida por 66 dos 130 respondentes. O segundo maior índice de 21,54% é daqueles que sempre utilizam o financiamento, o que corresponde a 28 alunos do total de 130.



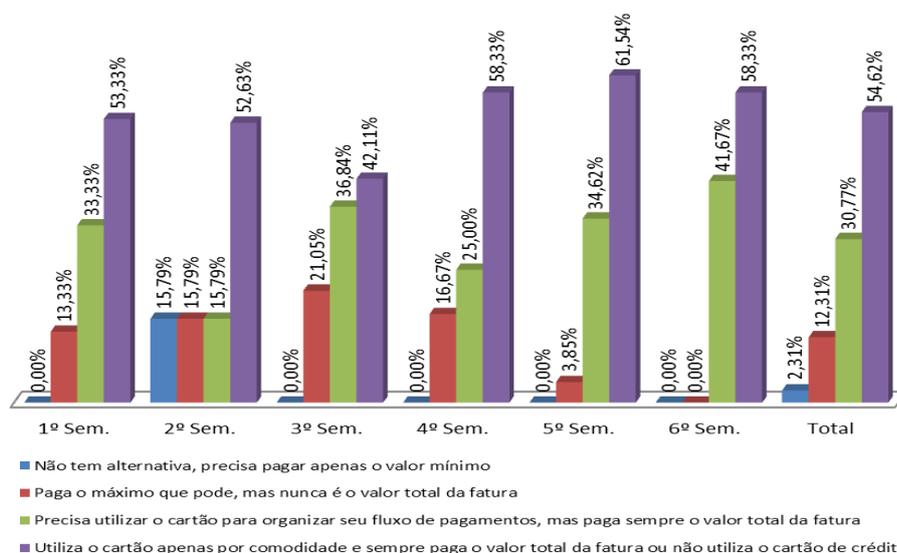
**Gráfico 4: A melhor forma de definir como você utiliza o cheque especial é**



Fonte: Dados da pesquisa (2013)

No quesito utilização do cheque especial, a grande maioria afirmou que não utiliza o limite, num total de 73,08% dos respondentes. Os que utilizam o cartão de crédito esporadicamente em situações de emergência, mas nunca por mais de uma semana representam o segundo maior índice 16,92% ou 22 dos alunos. Apenas um aluno do segundo semestre afirmou que o cheque especial já faz parte do seu salário/rendimentos e não consegue fechar o orçamento sem ele.

**Gráfico 5: Quando chega a fatura do seu cartão de crédito, você:**



Dados da pesquisa

Fonte:

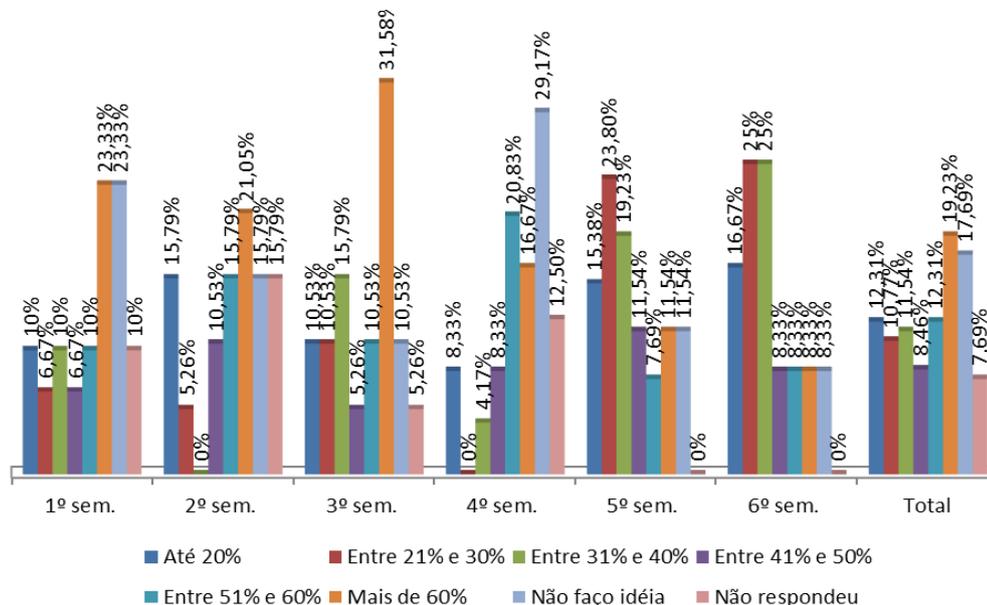
Com respeito ao relacionamento dos respondentes com o cartão de crédito, 54,62% responderam que utilizam o cartão apenas por comodidade e sempre pagam o valor total da fatura ou não utilizam o cartão de crédito, o que corresponde a 71 alunos; seguidos de 30,77% que afirmaram utilizar o cartão para organizar seu fluxo de pagamentos, mas pagam sempre o valor total da fatura.



### 4.3 ENDIVIDAMENTO

Foram elaboradas cinco questões com objetivo de avaliar o grau de endividamento dos alunos e os motivos que levaram estes a se endividarem.

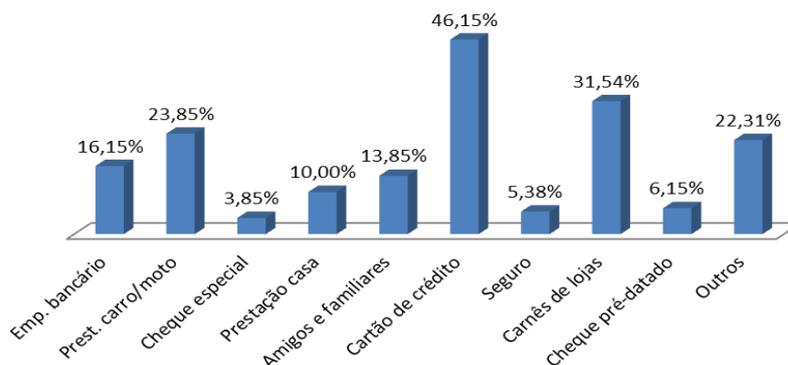
**Gráfico 6: Você sabe qual é o valor mensal da sua dívida (comprometimento da renda)?**



Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Em relação ao comprometimento da renda, no total geral, a maioria dos alunos comprometem mais que 60% da renda. Dos 130 alunos 25 responderam que mais de 60% de sua renda está comprometida com o pagamento de dívidas. Em seguida temos àqueles que não fazem idéia do valor mensal de suas dívidas, 22 alunos assinalaram essa opção, o que representam 17,69% do total geral. Apenas 16 alunos comprometem até 20% de sua renda com o pagamento de dívidas.

**Gráfico 7: Atualmente você possui contas/dívidas com:**



Fonte: dados da pesquisa (2013)

Nesta questão os respondentes podiam assinalar quantas alternativas fossem necessárias para indicar quais os tipos de dívidas possuíam. A alternativa mais assinalada foi a do cartão de crédito, responsável pela dívida de 60 alunos, ou 46,15% dos respondentes. Em seguida estão os carnês de lojas, alternativa escolhida por 31,54% dos respondentes, o que corresponde a 41 alunos, e prestação de carro ou moto com 23,85%, representando 31 alunos.

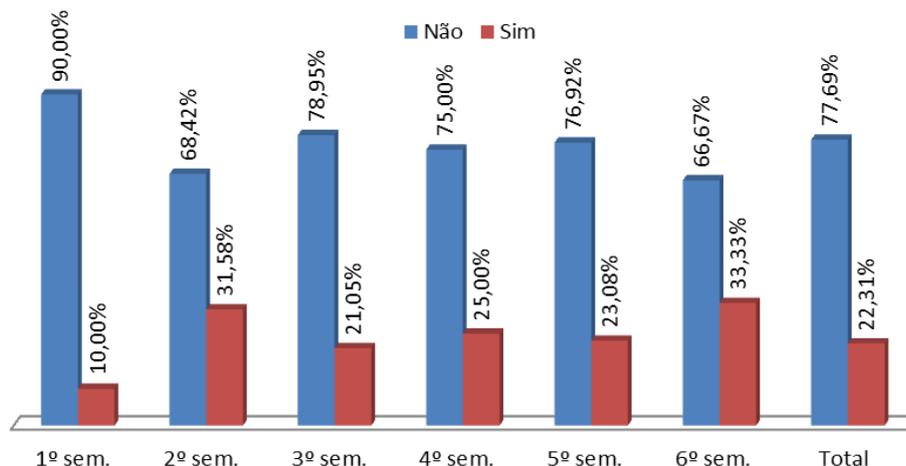


28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



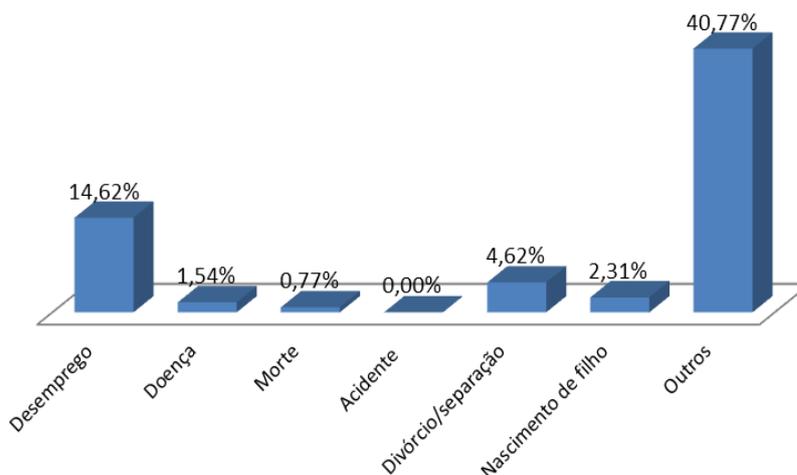
**Gráfico 8: Você tem dívidas ou contas em atraso?**



Fonte: dados da pesquisa (2013)

Com relação à inadimplência, 77,69% ou 101 alunos estão com o pagamento de suas dívidas em dia, enquanto que 22,31% ou 29 alunos possuem dívidas em atraso.

**Gráfico 9a: Como você se endividou ?**



Fonte: dados da pesquisa (2013)

Esta questão foi dividida em dois tópicos. No gráfico 9a apurou-se os respondentes que se endividaram por algum evento extraordinário ou inesperado. No total 64,63% dos respondentes afirmaram possuir dívida por um desses eventos, sendo que a maioria (53 alunos) informou que se endividou por outros motivos não elencados no questionário. O desemprego foi o causador do endividamento de 14,62% dos respondentes (19 alunos).

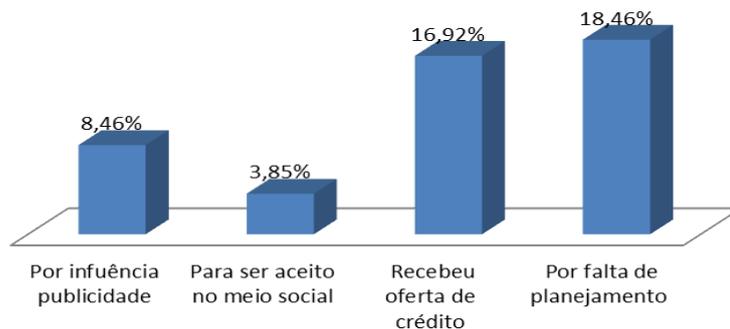


28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



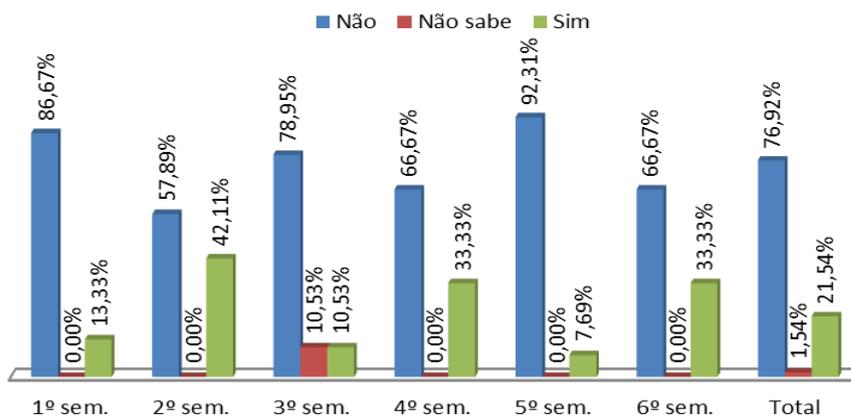
**Gráfico 9b: Como você se endividou ?**



Fonte: dados da pesquisa (2013)

No gráfico 9b apurou-se os respondentes que se endividaram por motivos pessoais, sendo que 18,46%, ou 24 alunos, reconheceram que a falta de planejamento financeiro os levou a endividamento, seguidos de 22 alunos que citaram a oferta de crédito como causa do endividamento, o que corresponde a 16,92%.

**Gráfico 10: Você está ou esteve inscrito em algum órgão de proteção ao crédito (CADIN, SERASA, SPC) devido a alguma dívida ?**



Fonte: dados da pesquisa (2013)

Por fim, buscou-se saber quantos respondentes endividados têm ou tiveram seus nomes inscritos em órgãos de proteção ao crédito. A grande maioria dos alunos, 76,92%, responderam que nunca tiveram seus nomes inscritos, embora os que afirmaram que já tiveram ou estão, representem significativos 21,54% dos respondentes.

#### 4.4 CRUZAMENTO DOS DADOS

Quase 80% dos alunos responderam que têm uma noção clara de seus gastos fixos. Em contrapartida, menos da metade – exatamente 36,2% – responderam que sempre fazem planejamento financeiro ou controlam seu orçamento de alguma forma. Percebe-se, portanto, que saber quanto se gasta não necessariamente implica na existência de um controle orçamentário eficaz. A maioria dos alunos respondeu que faz planejamento frequentemente (38,5%). Somados, 97 alunos, ou 74,7% informaram fazer algum tipo de controle orçamentário sempre ou frequentemente.

O índice é alto, mas não necessariamente animador. Quando indagados sobre se utilizam algum tipo de financiamento, 88,46% dos respondentes afirmaram utilizar de alguma



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



forma o financiamento para adquirir bens de maior valor. Apenas 11,54% dos alunos afirmaram poupar o necessário para comprar o bem à vista. Além disso, 45,39% afirmaram possuir dívidas de cartão de crédito, sendo que para 14,62% é necessário sempre pagar algum valor entre o mínimo e o total, mas nunca quitando a fatura. Apenas o cheque especial demonstra estar sob controle, pois 73,08% dos alunos responderam que não utilizam o limite.

Isso demonstra que os alunos possuem uma ideia errada do que seria controle financeiro. Planejar significa, segundo o dicionário Aurélio, “traçar um plano, programar, projetar”. O planejamento financeiro implica, portanto, em projetos e planos destinados a utilizar os recursos de maneira eficiente, evitando-se dívidas e financiamentos. O planejamento financeiro identifica o caminho necessário a ser percorrido para se obter um determinado fim, sem que isso ponha em risco a saúde financeira. Como a maioria dos alunos possui algum tipo de dívida ou financiamento, pode-se perceber que o planejamento financeiro que acreditam fazer está de alguma forma, sendo falho ou ineficiente.

Isso reflete diretamente no item “endividamento” da pesquisa. Das perguntas formuladas neste quesito, verifica-se que 74,62% dos alunos têm a renda comprometida com algum tipo de dívida, sendo que alarmantes 51,54% afirmaram que comprometem mais de 30% da renda. Além disso, 17,69% afirmaram não fazer ideia do total do comprometimento mensal de suas rendas.

Este é o início de uma situação perigosa. A falta de conhecimento claro das dívidas leva frequentemente ao descontrole financeiro, que acarreta o endividamento exagerado e muitas vezes o superendividamento. Muitos alunos não percebem isso, pois pensam que, enquanto as contas não estiverem atrasadas, está tudo bem.

Na apuração do tipo de dívida dos respondentes, 46,15% afirmaram possuir dívidas com o cartão de crédito, número bastante próximo dos que afirmaram não conseguir quitar a fatura integralmente. Em seguida estão os carnês de lojas, responsáveis por 31,54% das dívidas dos alunos, e prestação de carro ou moto, comprometendo 23,85% dos respondentes. É importante ressaltar que, neste quesito os alunos podiam assinalar quantos itens fossem necessários para determinar as dívidas que possuíam. Isto significa que um aluno endividado com o cartão de crédito também pode possuir dívidas com carnês, empréstimo bancário ou cheque pré-datado, por exemplo.

Isto explica porque no gráfico 9 quase  $\frac{1}{4}$  dos respondentes, ou 22,31%, afirmaram possuir alguma conta em atraso. A diversidade de dívidas facilita o descontrole e o endividamento. Muitos alunos reconhecem isto: no gráfico 10b, 18,46% afirmaram que o motivo de seu endividamento foi a falta de planejamento financeiro. Porém, a grande maioria dos alunos (40,77%) que reconhecem estar endividados atribui seu endividamento a algum fator externo e inesperado, cujo motivo não consta do questionário. Ainda quanto aos motivos que levaram ao endividamento, cabe ressaltar o significativo número de 16,92% dos alunos que afirmaram estar endividados por conta de alguma oferta de crédito recebida. Como afirmado neste trabalho, a oferta de crédito indiscriminada é um forte fator de causa do endividamento.

Por fim, o gráfico 11 mostra que 21,54% dos respondentes já se encontram numa situação de endividamento que enseja a inscrição de seus nomes em órgãos de proteção ao crédito, como Serasa, SPC, etc. Embora a grande maioria (76,92%) não se enquadre nesta situação, isto não significa que estejam numa situação muito melhor que os outros, já que, como citado, o fato de não existirem contas em atraso muitas vezes proporciona uma falsa sensação de controle.



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



## 5. CONCLUSÃO

O consumidor brasileiro tem o hábito de se endividar e não tem o costume de guardar dinheiro para enfrentar dificuldades no futuro. Isto se confirma na revisão da literatura e na pesquisa de campo realizada neste trabalho, onde os consumidores pesquisados são os alunos do curso de Gestão Financeira da Faculdade de Tecnologia Centro Paula Souza de Bragança Paulista. Constatou-se na pesquisa que, dos 130 respondentes, 101 alunos responderam estar cientes de seus gastos fixos. Em relação ao planejamento financeiro, apenas 29 alunos responderam que sempre fazem o planejamento ou controlam seu orçamento de alguma forma.

Os motivos que os levaram a se endividar foram eventos extraordinários ou inesperados, como por exemplo, desemprego, doença, morte, nascimento de filho, divórcio e outros motivos não elencados no questionário, representando 64,63% dos respondentes. Além desses motivos, existem outros pelo qual as pessoas tendem a se endividar. De acordo com os resultados da pesquisa, 18,46% dos respondentes indicaram a falta de planejamento como um motivo de terem se endividado. Outro motivo foi a oferta de crédito oferecido pelos bancos e instituições financeiras, que totalizam 16,92%.

Dentro da análise do tipo de dívida existente, observa-se que o cartão de crédito é o grande vilão da saúde financeira, que se destacou na pesquisa com 46,15% dos pesquisados que possuem dívida com o cartão de crédito. A grande maioria dos consumidores endividados possuem algum tipo de dívida nesta modalidade, segundo a pesquisa nacional promovida pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, corroborada com a pesquisa de campo deste trabalho.

O fato de tantos consumidores possuírem dívidas no cartão de crédito confirma dois grandes responsáveis pelo endividamento: a falta de educação financeira e o crédito fácil. Isto porque o cartão de crédito é a principal armadilha para aqueles que não planejam como investir sua renda, já que são levados a comprar por impulso, mesmo sem ter o dinheiro necessário para realizar esta compra. É o lado ruim do “compre agora, pague depois”. Além disso, hoje em dia já se tornou comum o fato de consumidores receberem cartões que nem mesmo solicitaram, comprovando que as instituições financeiras, utilizando-se de publicidades agressivas, ofertam crédito indiscriminadamente, aumentando a dívida dos consumidores.

E por fim, pode-se afirmar que, infelizmente ainda são muitas as pessoas que pensam que educação financeira é planejar o destino que dará ao dinheiro, esquecendo-se que este é apenas o começo. Educação financeira é não perder horas de sono por conta de problemas financeiros, sejam eles por falta de dinheiro para pagar dívidas ou porque está em aplicações financeiras inadequadas ao seu perfil de risco. E, nos dias atuais, onde enfrentamos novos desafios como planos de saúde cada vez mais caros, aposentadorias por nossa conta e risco, publicidades que tentam nos vender muito mais do que produtos, mas sonhos, conceitos, ideias, ser educado financeiramente passa a ser imperativo.

## REFERÊNCIAS

- BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Vida para Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2008.
- BRASIL. **Decreto n.º 7.397, de 22 de dezembro de 2010**. <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm)> Acesso em 29 de abril de 2013, às 23:25.
- CERBASI, Gustavo. **Dinheiro: os segredos de quem têm**. São Paulo. Editora Gente, 2003.



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2013  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



CHOMSKY, Noam. **O Lucro ou as Pessoas: Neoliberalismo e Ordem Global**. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. **Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor**. Disponível em <<http://www.cnc.org.br/central-do-conhecimento/pesquisas/pesquisa-nacional-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumido-23>> acesso em 20 de abril de 2013, às 21:46.

**CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES EM EDUCAÇÃO**. Disponível em <<http://www.cnte.org.br/index.php/comunicacao/cnte-informa/1314-cnte-informa-588-19-de-agosto-de-2011/8712-escola-publica-tera-educacao-financeira.html>> Acesso em 02 de maio de 2013, às 23:17.

COSTA, Geraldo de Faria Martins. **O direito do consumidor endividado e a técnica do prazo de reflexão**, São Paulo: RT, n. 43, p. 258-260, jul./set. 2002.

EIFERT, Daniel Soares. **Análise quantitativa na concessão de crédito versus inadimplência: um estudo empírico**. Disponível em: <[http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3533/0\\_00389479.pdf](http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3533/0_00389479.pdf)>. Acesso em: 20 de maio de 2013, às 22:48.

FRADE, Catarina; MAGALHÃES; Sara. Sobre-endividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

GIACOMINI FILHO, Gino. **Consumidor versus Propaganda**. 2ª ed. São Paulo: Summus Editorial, 1991.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2006.

KIYOSAKI, Robert T.; LECHTER Sharon L. **Pai Rico, Pai Pobre**. Tradução: Maria Monteiro. 46. Ed. Editora Elsevier, 2000, p. 187.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 6ª Ed., 2003.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 3ª Edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

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

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.

ROCHA, Amélia Soares da; FREITAS, Fernanda Paula Costa de. O superendividamento, o consumidor e a análise econômica do Direito. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 15, n. 2564, 2010. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/16949>>. Acesso em 27 mar. 2013.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. **A nova retórica do capital: a publicidade brasileira em tempos neoliberais**. São Paulo: EDUSP, 2010.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JORDAN, Bradford D. **Stephen A. Ross: princípios de administração financeira**. Tradução: Andrea Maria Accioly Fonseca Minardi. São Paulo: Editora Atlas, 2009, p. 519.

SAVOIA, José Roberto Ferreira. et al. **Paradigmas da educação financeira no Brasil**. RAP. Rio de Janeiro, v. 41, n. 6, p. 1121-1141, dez 2007. Disponível em: <<http://w.scielo.br/pdf/rap/v41n6/06.pdf>> Acesso em 18 de maio de 2013.

SODRÉ, Marcelo Gomes. **Formação do sistema nacional de defesa do consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2007.

The Coca-Cola Company. Disponível em <<http://www.coca-colacompany.com/press-center/image-library/using-size-bottle-advertisement/>> Acesso em 30 de maio de 2013, às 02:12.

Widen+Kennedy Advertising Agency. Disponível em <<http://www.wk.com/campaign/opensummer>> Acesso em 30 de maio de 2013, às 02:23.