

# **A Importância da Educação Financeira para o Controle do Consumo por Impulso e Endividamento dos Jovens Estudantes da UFF**

**Francisco Bruno Ribeiro Fernandes**  
**fbruno@id.uff.br**  
**UFF**

**Américo da Costa Ramos Filho**  
**americoramos@id.uff.br**  
**UFF**

**Bruna Santos Oliveira**  
**brunaso@id.uff.br**  
**UFF**

**Lucas Werneck Louzada**  
**lucas\_louzada@id.uff.br**  
**UFF**

**Luciana Braga Mendes Fernandes**  
**lucianabmf@id.uff.br**  
**UFF**

**Resumo:** A busca pela educação financeira teve um aumento significativo nos últimos anos, visto que ela altera a relação entre o sujeito e o dinheiro, afetando assim a forma como o indivíduo consome. Diante disso, a presente pesquisa tem como objetivo analisar o peso que o conhecimento sobre a educação financeira tem em relação ao controle do consumo por impulso e endividamento dos estudantes da Universidade Federal Fluminense, localizada no campus de Niterói/RJ. Buscando assim identificar como a utilização desse conhecimento sobre finanças pode contribuir para uma melhora nas práticas financeiras pessoais. Com o resultado, verificou-se que o grupo que tinha mais conhecimento sobre educação financeira obteve um desempenho melhor nas perguntas sobre consumo por impulso e débito controlado, obtendo assim um desempenho melhor do que o outro grupo. Conclui-se então, por meio de uma análise simples de estatística descritiva que o conhecimento sobre educação financeira pode influenciar o consumo por impulso e o endividamento do indivíduo

**Palavras Chave:** Comportamento - Consumo Consciente - Educação Financeira - Endividamento - Finanças Pessoais

## 1. INTRODUÇÃO

No final de 2019, a representação da Organização Mundial da Saúde (OMS) na China foi informada dos casos de pneumonia com origem desconhecida detectadas na cidade de Wuhan (WHO, 2020). Em janeiro de 2020, as autoridades chinesas confirmaram que haviam identificado um novo tipo de coronavírus e em março do mesmo ano, a COVID-19 foi caracterizada como uma pandemia. De acordo com He *et al.* (Nature Medicine, 2020), há um significativo potencial de transmissão antes do início dos sintomas, o que trouxe uma maior preocupação sobre a doença.

Em 26 de fevereiro de 2020 foi confirmado o primeiro caso do novo coronavírus no Brasil. Vários lugares como: restaurantes, bares, *shoppings* e outros comércios foram fechados para conter a disseminação do vírus, afetando diretamente a economia. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), aponta que o país registrou no Produto Interno Bruto (PIB) uma queda de 4,1% em relação ao ano anterior, sendo a pior taxa acumulada anual das últimas 2 décadas.

O fraco desempenho econômico apresentado em 2020 levou o país a uma alta histórica dos níveis de desemprego. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD, 2020) mostra que o país atingiu 13,9% de desempregados no 4º trimestre de 2020. O grupo mais afetado foram pessoas de 25 a 39 anos (35,3%), em segundo lugar estão os jovens de 18 a 24 anos, atingindo 29,4%.

O Covid-19 afetou diretamente o planejamento financeiro dos brasileiros, isso porque, segundo pesquisa realizada pelo CNDL e o SPC (2020), a pandemia comprometeu o orçamento de 8 em cada 10 brasileiros. Além disso, houve também uma queda de 5,5% em 2020, se comparado com o ano anterior, da despesa familiar no consumo (IBGE, 2020). Todo esse panorama caótico que a pandemia trouxe para a economia nacional mostra uma necessidade cada vez mais presente dos brasileiros lidarem melhor com seus recursos financeiros.

Contudo, há alguns anos a preocupação com a forma de lidar com o dinheiro está em pauta no país. Nesse sentido, o Brasil tem se movimentado visando o aumento dos conhecimentos sobre educação financeira de sua população. A prova disso é a criação por meio do decreto federal 7.397/2010 (renovado pelo decreto 10.393/2020) da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF).

A ENEF nasce a partir de uma necessidade de educar os brasileiros e melhorar a compreensão deles sobre o uso do dinheiro. Ela tem como alguns de seus objetivos: a promoção da educação financeira no país; apoio para um maior desempenho e solidez dos mercados financeiros em geral e melhora na compreensão sobre o uso do dinheiro dos cidadãos. (ENEF, 2020).

Seguindo essa linha de raciocínio, a educação financeira é "a capacidade de fazer julgamentos inteligentes e decisões eficazes em relação ao uso e gestão do dinheiro" (GALLERY *et al.*, 2011, P. 288), ou seja, a partir do conhecimento financeiro o indivíduo faz escolhas financeiras que condizem com a sua realidade, aumentando assim as chances de terem uma vida financeira mais equilibrada.

É pensando justamente nessa relação entre os sujeitos e a educação financeira, que o presente artigo busca, como seu principal objetivo, entender como o conhecimento sobre educação financeira pode contribuir na vida dos brasileiros, focando, principalmente, na

relação entre o conhecimento sobre educação financeira, o consumo por impulso e o endividamento dos estudantes da Universidade Federal Fluminense (UFF).

Sendo assim, saber qual é a relação entre o grau de conhecimento sobre educação financeira dos jovens estudantes de graduação da UFF com o seu comportamento de consumo por impulso e sobre o endividamento é a principal pergunta a ser respondida no presente trabalho.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1. EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

A educação financeira passou a ser um tema muito discutido nos últimos anos, isso porque cada vez mais a população e os governantes compreendem a importância do tema para um melhor desenvolvimento financeiro e econômico. Incentivar a educação financeira é municiar os sujeitos com práticas e escolhas saudáveis em relação ao dinheiro.

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) aponta que educação financeira é:

“O processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram a sua compreensão em relação aos conceitos e produtos financeiros, de maneira que, com informação, formação e orientação, possam desenvolver os valores e as competências necessários para se tornarem mais conscientes das oportunidades e riscos neles envolvidos e, então, poderem fazer escolhas bem-informadas, saber onde procurar ajuda e adotar outras ações que melhorem o seu bem-estar...” (OCDE, 2005, P. 4).

Sendo assim, educação financeira estabelece sua importância não só no âmbito individual, mas também no âmbito coletivo, sendo necessário para que o sujeito e a sociedade tenham o discernimento para fazer melhores escolhas no que tange às suas vidas financeiras.

Outra questão interessante é que a educação financeira não quer dizer somente poupar ou economizar dinheiro, os tópicos derivados da educação financeira vão muito, além disso, ela envolve saber fazer melhores escolhas financeiras, isto é, investir melhor, economizar dinheiro, construir patrimônio, entre outros tópicos.

### **2.2. EDUCAÇÃO FINANCEIRA NOS JOVENS E ADULTOS**

É no começo da juventude e na vida adulta que a educação financeira se torna mais importante na vida da pessoa, isso porque ela passa a ter contato com o cartão de crédito, juros, produtos financeiros, orçamento, entre outras práticas que ela não tinha total acesso antes. Além disso, segundo o BCB (2013), ter uma boa educação financeira dar ao indivíduo inúmeros benefícios na vida adulta, como por exemplo:

“Possibilitar o equilíbrio das finanças pessoais, preparar para o enfrentamento de imprevistos financeiros e para a aposentadoria, qualificar para o bom uso do sistema financeiro, reduzir a possibilidade de o indivíduo cair em fraudes, preparar o caminho para a realização de sonhos, enfim, tornar a vida melhor. (BCB, 2013, P. 11)

No entanto, a falta dela pode gerar problemas na vida do indivíduo. Entre todas as preocupações relacionadas à falta de educação financeira na juventude, o presente trabalho discorre sobre a compra por impulso e o endividamento. Isso porque, Anderloni *et al.* (2012)

afirmam que as pessoas com dívidas têm relação com a vulnerabilidade financeira, ficando assim mais propensos a se tornarem impulsivos, gerando sujeitos endividados. Ainda segundo eles, a educação financeira pode ajudar nesse problema.

### 2.3 COMPRA POR IMPULSO

A impulsividade pode atrapalhar em algumas situações, como por exemplo, no momento da compra, isso porque os compradores impulsivos tendem a ser mais propensos a experimentarem estímulos de compras espontâneas. (ROOK E FISHER, 1995).

É nesse momento que a impulsividade gera a chamada compra por impulso. Ela tem características ser derivada da impulsividade, sendo assim, a compra por impulso pode ser definida como a tendência do consumidor a comprar espontaneamente, sem reflexão, de forma imediata. (ROOK E FISHER, 1995).

Para ilustrar melhor, Rook (1987) aponta que:

“A compra por impulso ocorre quando um consumidor experimenta uma necessidade repentina, persistente e muitas vezes poderosa de comprar algo imediatamente. Esse impulso de compra é heroicamente complexo e pode estimular conflitos de natureza emocional. Além disso, ocorre com reduzida preocupação com suas consequências.” (ROOK, 1987, P. 191)

Esse tipo de compra é gerado por meio de um impulso de compra que o sujeito tem, e esse impulso pode ser estimulado. De acordo com Costa (2002):

“As características físicas do ambiente de loja, desde aspectos estruturais que influenciam na atividade de busca de produtos (como merchandising e layout) até elementos quase imperceptíveis (sons, cores e iluminação) podem influenciar o comportamento do consumidor, pois, a partir deles, pode-se tornar a experiência de compra do consumidor mais agradável.” (COSTA, 2002, P. 19)

No entanto esse tipo de situação pode ser prejudicial a vida financeira do indivíduo, visto que realizar uma compra de maneira impulsiva pode atrapalhar a gestão do dinheiro do sujeito, essa gestão ineficaz do dinheiro pode gerar um comportamento que deixe os consumidores vulneráveis a crises financeiras graves. (BRAUNSTEIN E WELCH, 2002)

Por isso, antes de realizar a compra é importante entender o que é necessidade e desejo. O primeiro está ligado ao que o indivíduo, precisa independentemente do anseio dele, são as coisas indispensáveis. Já o segundo é tudo aquilo que a pessoa quer ter, sendo ela necessária ou não. (BCB, 2013)

“Ao tratarmos desejos como se fossem necessidades, é impossível alcançarmos uma boa saúde financeira e, até mesmo, podemos dar início a um processo de endividamento excessivo” (BCB, 2013, P. 16), ou seja, realizar uma compra por impulso, com o intuito de responder a um possível desejo instantâneo pode ser prejudicial a vida financeira e gerar endividamento.

Quando essa diferença entre necessidade e desejo não é percebida pelo sujeito, ele pode realizar alguma compra por impulso e prejudicar a vida financeira dele. Uma pesquisa realizada em 2015 pelo SPC e CNDL, aponta que quatro em cada dez brasileiros que compram por impulso estavam com contas em atraso. Além disso, 23,3% dos entrevistados dizem está com nomes inseridos em entidades de proteção ao crédito, isso mostra a relação entre o consumo por impulso e o endividamento. (SPC e CNDL, 2015)

## 2.4 EDUCAÇÃO FINANCEIRA, COMPRA POR IMPULSO E ENDIVIDAMENTO

Para melhor ilustrar o presente estudo, é preciso entender como a educação financeira, a compra por impulso e o endividamento estão relacionados na vida dos jovens. Em 2019 foi realizada uma pesquisa com a chamada Geração Z, jovens de 18 a 24 anos, nessa pesquisa é possível identificar como os jovens agem em relação às suas finanças, a compra por impulso e como isso influencia no endividamento deles.

Antes da conclusão da pesquisa, é preciso entender o perfil dos entrevistados: a maioria deles (55,7%) afirmou não estar em algum tipo de relacionamento, 64,9% dos jovens contribuem nas finanças da casa e a maioria dos entrevistados afirmou ainda morar com os pais (55,2%). (SPC E CNDL, 2019).

Nessa pesquisa foi possível identificar que pouco menos da metade dos jovens (46,9%) não realizam controle de suas finanças, sendo que a principal justificativa deles deriva do fato deles não saberem fazer (18,9%), logo em seguida vem a preguiça (18,4%), falta de hábito (17,7%) ou por não terem rendimentos (16,3%). A pesquisa ainda aponta que três em cada 10 já tiveram o nome sujo. (SPC E CNDL, 2019).

Outra informação que chama muita atenção nessa pesquisa é o fato de que a maioria dos jovens entrevistados (56,1%) concordarem que cedem aos impulsos no momento em que vão realizar a compra. Além disso, 47,0% dos entrevistados afirmam perder a noção de quanto podem gastar, ou seja, isso está diretamente relacionado ao não controle de suas finanças. (SPC E CNDL, 2019).

Essa pesquisa feita recentemente, mostra bem como os jovens têm se relacionado com a educação financeira e como isso influencia o comportamento de consumo deles. É possível notar também, como tudo isso está relacionado ao endividamento dos indivíduos.

## 3. METODOLOGIA

Foi utilizada a pesquisa de natureza descritiva, uma vez que ela “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2002, P. 42). Sendo assim, com essas características apresentadas nesse tipo de pesquisa, será possível investigar uma possível relação entre o conhecimento sobre educação financeira e o consumo por impulso, além de definir a partir dessa relação qual ligação que ela teria com o endividamento.

Para iniciar o presente estudo, foram feitas diversas pesquisas bibliográficas, sendo elas elaboradas com apoio de materiais já desenvolvidos, tais como livros, revistas, jornais, artigos científicos e redes eletrônicas, visto que esse é o tipo de material mais acessível. Esse material contribuiu para a construção dos primeiros capítulos do presente trabalho, fornecendo um alicerce teórico, para ter uma melhor percepção e entendimento do assunto discutido. (VERGARA, 1998)

Além dessas pesquisas, para identificar alguma relação entre a educação financeira, o consumo por impulso e o endividamento, foi desenvolvido um relatório com 15 perguntas. Para tal, foi utilizada a escala *Likert*, ela diz respeito a algumas afirmações/perguntas relacionadas aos assuntos do presente estudo, essas afirmações/perguntas ajudam a informar o grau de concordância ou discordância entre o público e o objeto de pesquisa. (OLIVEIRA, 2001)

Com isso, foi utilizada a estatística descritiva simples para mensurar de forma quantitativa a percepção dos indivíduos sobre a influência do conhecimento da educação

financeira tem em suas realidades, pois isso foi feita uma pesquisa participante, pois segundo Gerhardt e Silveira (2009, p. 40), ela “caracteriza-se pelo envolvimento e identificação do pesquisador com as pessoas investigadas”. Vale ressaltar que a estatística descritiva simples não apresenta valores absolutos, ou seja, são necessários cálculos mais avançados para afirmar mais assertivamente os valores apresentados nos resultados abaixo, sendo essa a principal dificuldade do presente trabalho.

A população utilizada para o presente estudo será os jovens estudantes de graduação, regularmente matriculados em qualquer curso da Universidade Federal Fluminense (UFF). Campus localizado em Niterói, Rio de Janeiro, sendo ela realizada dentro de um período de 21 dias, começando no dia 16 de março e indo até o dia 06 de abril. Vale lembrar que não haverá limitações, visto que o trabalho aqui realizado engloba a todos.

Na primeira etapa de coleta de dados, foi publicado um formulário na internet, utilizou-se da ferramenta do *Google* (Formulário *Google*), sendo assim, cada estudante respondeu um questionário contendo 15 perguntas. Depois disso, os dados foram coletados e exportados para o *Excel*. Na segunda etapa houve o tratamento dos dados e foram eliminadas respostas que estavam em branco, pessoas que não fazem parte da graduação, pessoas de outro campus, respostas com dados incompletos ou inconclusivos.

#### **4. RESULTADO DA PESQUISA**

O presente estudo contou com um total de 119 respostas qualificadas, a coleta dos dados foi feita no formato remoto dentro de um período de 21 dias, começando no dia 16 de março e indo até o dia 06 de abril.

Depois que os dados foram coletados, eles foram exportados do Formulário do Google para o *Microsoft Excel 2019*. A partir daí, foram retirados da pesquisa as respostas que estavam fora dos critérios estabelecidos na pesquisa. Tais como: respostas que estiverem em branco, pessoas que não fazem parte da graduação, alunos de outro campus, respostas com dados incompletos ou inconclusivos.

Continuando a análise dos perfis dos participantes, a maioria dos entrevistados é do gênero feminino, chegando a ter aproximadamente 66% do total de pessoas, restando outros 34% para o gênero masculino.

Outro dado importante para a análise dos perfis, é que os 119 participantes pertenciam a 32 cursos diferentes, trazendo assim, uma diversidade de respostas e opiniões para a pesquisa. Além disso, para facilitar a compreensão gráfica, os dados foram divididos entre o curso de administração e os demais cursos participantes.

O estado civil predominante dos participantes da pesquisa foi solteiro. Já a quantidade de filhos predominante foi de 0 filhos. É preciso levar esses fatores em conta, visto que isso poderia influenciar o resultado da pesquisa.

A análise principal que o estudo propõe é saber se o nível de conhecimento sobre educação financeira pode influenciar o consumo por impulso e o endividamento. Pensando nisso, foi feita a seguinte pergunta: *Qual o nível de conhecimento que você considera ter sobre educação financeira?*

A partir dessa pergunta foi possível notar que aproximadamente 75% das pessoas responderam que, ao menos, conhecem razoavelmente, isto é, 75% das pessoas têm, pelo menos, um breve conhecimento sobre educação financeira. Os outros 25% responderam que conhecem pouco ou muito pouco.

Essa é a principal pergunta do estudo, visto que a resposta a ser respondida pelo presente estudo deriva dela. Além disso, por conta da quantidade de respostas e para facilitar a compreensão/análise do presente trabalho, a resposta da pergunta acima será dividida em dois grupos.

O *Grupo 1*, será formado pelos 75% que tem, ao menos, conhecimento razoável sobre educação financeira, já o *Grupo 2*, será formado pelos que conhecem pouco ou muito pouco, isto é, os outros 25% (vide Quadro 1).

**Quadro 1** - Divisão dos grupos para análise

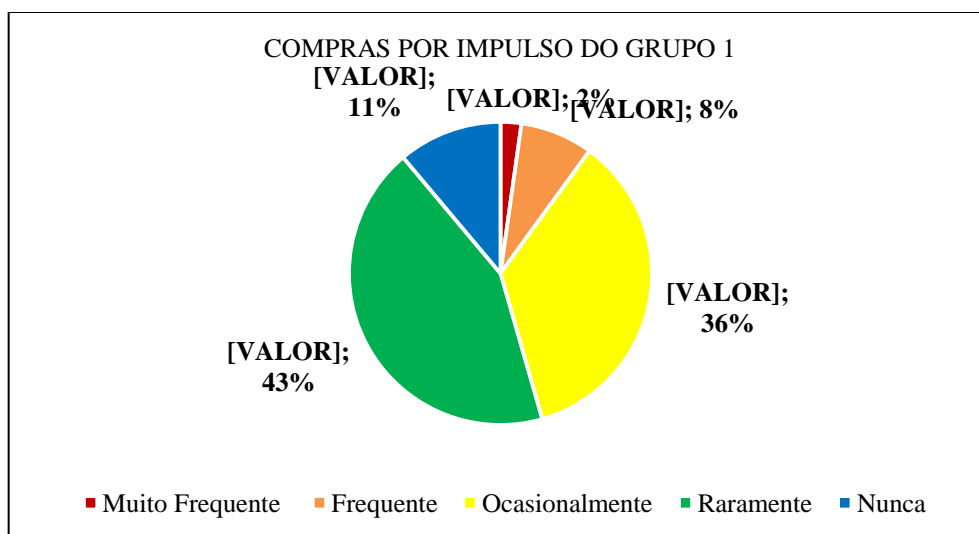
QUAL O NÍVEL DE CONHECIMENTO QUE VOCÊ CONSIDERA TER SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA?	QUANTIDADE	%	GRUPO
Conheço muito	8	6,72%	Grupo 1
Conheço	31	26,05%	
Conheço razoavelmente	51	42,86%	
Pouco	20	16,81%	Grupo 2
Muito pouco	9	7,56%	

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2021)

Partindo desses números, é possível combinar essas respostas com outras perguntas presentes no questionário e encontrar algumas diferenças desses esses dois grupos.

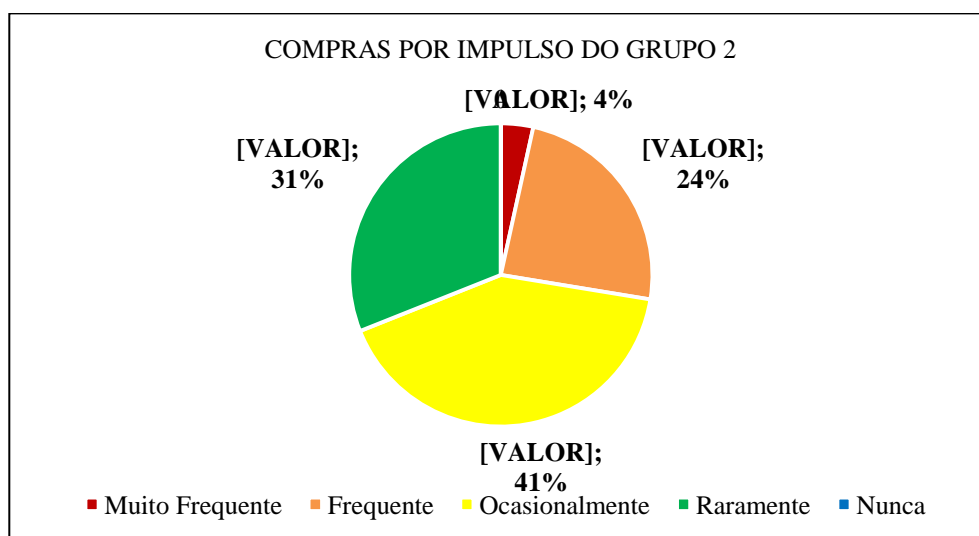
Quando foram questionados sobre a frequência em que eles fazem compras por impulso, 10% dos entrevistados do *Grupo 1* responderam que compram com *muita frequência ou com frequência*. Já no *Grupo 2*, essa porcentagem subiu para 28% dos entrevistados, conforme os gráficos 1 e 2.

**Gráfico 1** - Compras por impulso do grupo 1



**Fonte:** Elaborado pelos autores (2021)

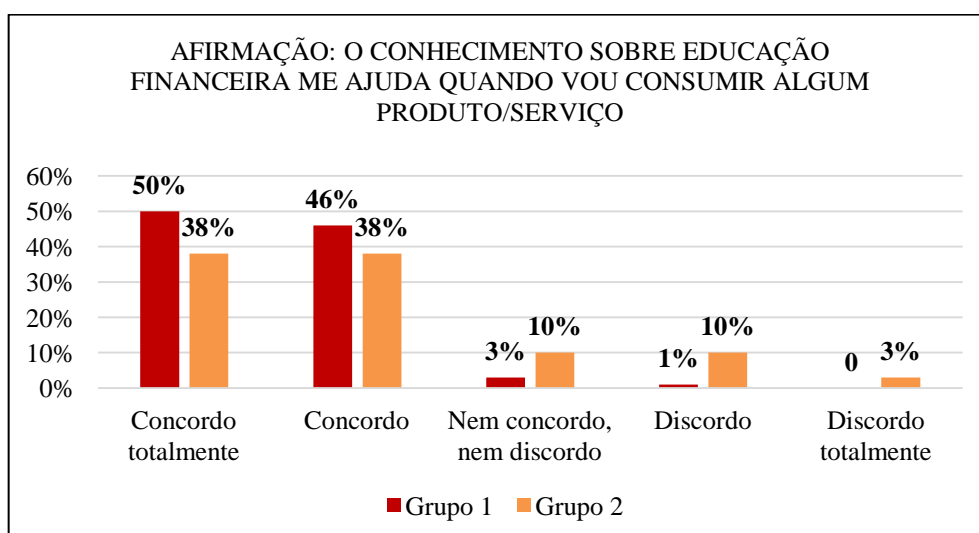
**Gráfico 2 - Compras por impulso do grupo 2**



Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Vale destacar que no *Grupo 2*, nenhum participante marcou a opção *nunca*, ou seja, que nunca fazia compras por impulso. Quando afirmado que *o conhecimento sobre educação financeira ajuda no consumo*, 96% do *Grupo 1* concordou ou concordou totalmente com a afirmação, já no *Grupo 2* esse número caiu para 76%, conforme o gráfico 3.

**Gráfico 3 - O conhecimento sobre educação financeira me ajuda quando vou consumir algum produto ou serviço**



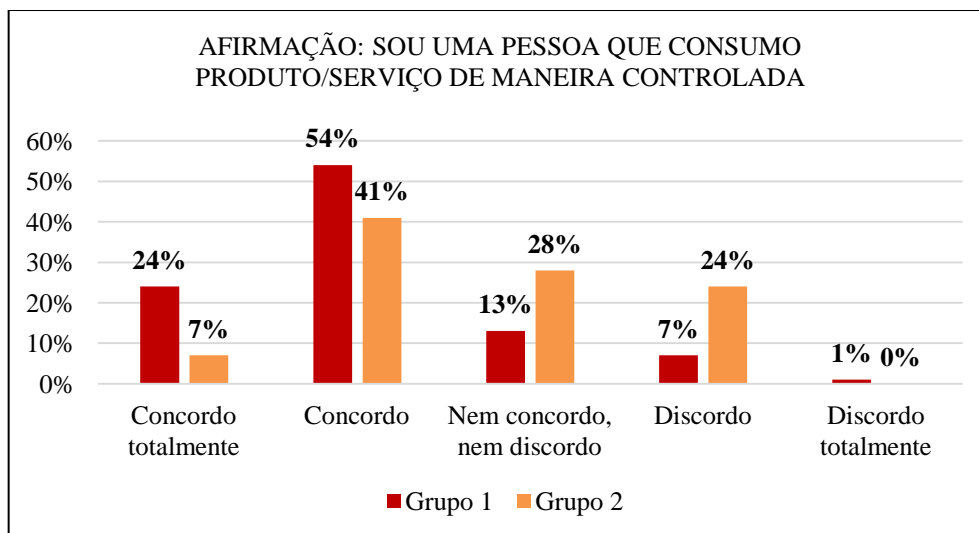
Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Outra afirmação importante para a pesquisa, diz respeito ao consumo controlado: *sou uma pessoa que consome produto/serviço de maneira controlada*, aproximadamente 78% dos



entrevistados do *Grupo 1*, afirmam que *concordam ou concordam totalmente* com a afirmação. Já no *Grupo 2* esse número caiu para 48% dos indivíduos, conforme o gráfico 4.

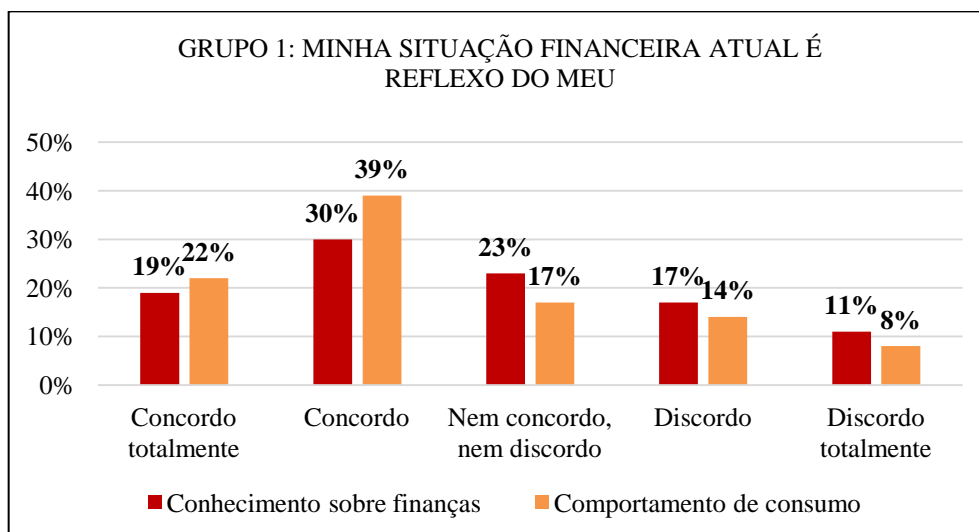
**Gráfico 4** - Sou uma pessoa que consumo produto/serviço de maneira controlada



Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

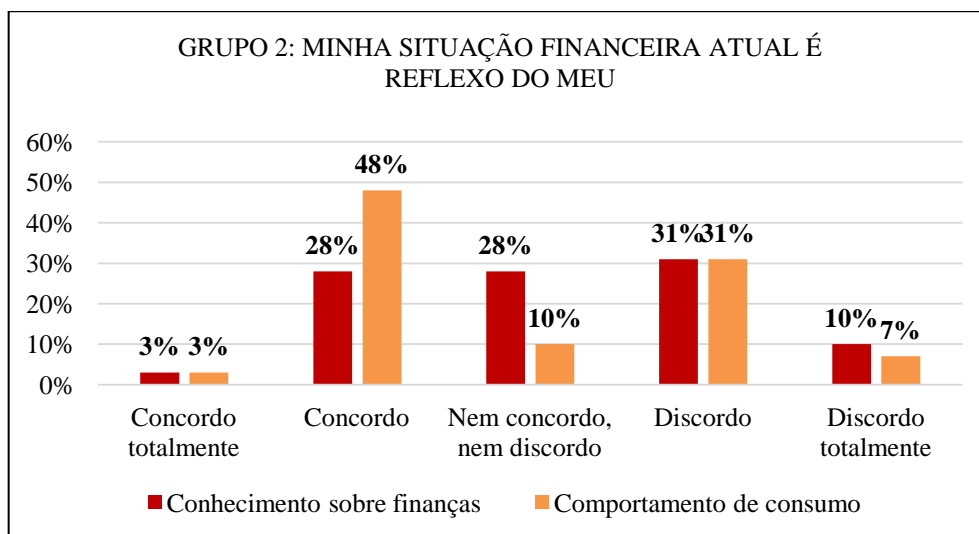
Um fato interessante que vale destacar nessa análise é que os entrevistados, tanto do *Grupo 1*, quando do *Grupo 2* tem a percepção que situação financeira atual deles é reflexo mais de seus comportamentos de consumo, do que de seus conhecimentos sobre finanças, conforme os gráficos 5 e 6.

**Gráfico 5** - Grupo1: Minha situação financeira atual é reflexo do meu conhecimento financeiro/comportamento de consumo



Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

**Gráfico 6** - Grupo2: Minha situação financeira atual é reflexo do meu conhecimento financeiro/comportamento de consumo



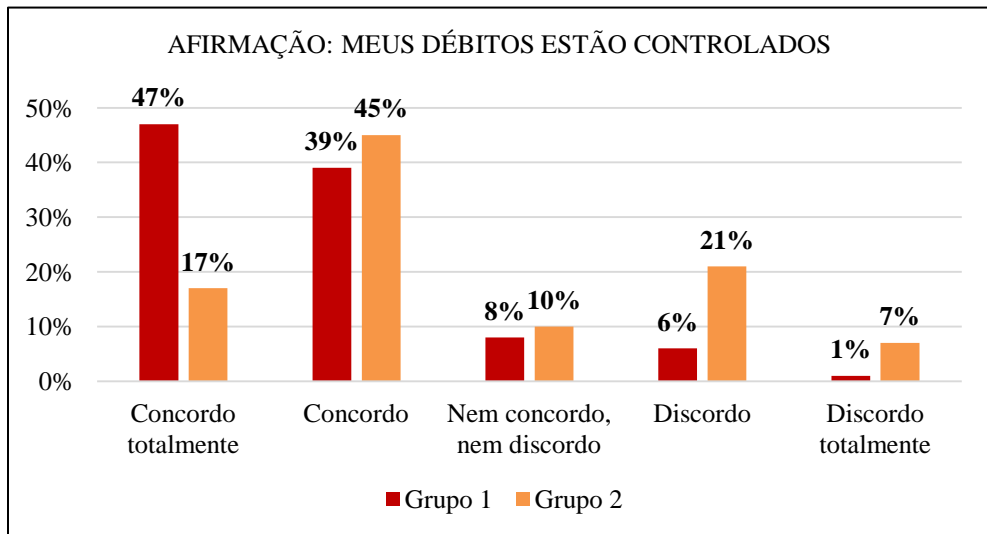
**Fonte:** Elaborado pelos autores (2021)

Nos gráficos 1 e 2 do presente estudo, foi possível notar que o *Grupo 1* teve um desempenho melhor do que o outro grupo, isto é, o primeiro grupo, que entende mais sobre educação financeira, faz menos compras por impulso, ao contrário do segundo grupo, que realiza mais compras por impulso.

Como hipótese de uma possível consequência disso, o *Grupo 2* pode ter mais débitos descontrolados, ou seja, em dívida que o *Grupo 1*. Para avaliar essa hipótese foi feita a seguinte afirmação: *Meus débitos estão controlados*. Para o *Grupo 1*, 86% concordaram ou concordaram totalmente com a afirmação, já no *Grupo 2*, esse número caiu para 62%. (vide gráfico 7)

Portanto, podemos retirar a seguinte conclusão dessa hipótese, o primeiro grupo - que tem melhores conhecimentos sobre educação financeira, em comparação ao segundo grupo, tem um desempenho melhor tanto em controlar os impulsos na hora de efetuar compras, como em controlar os seus débitos, conforme o gráfico 7.

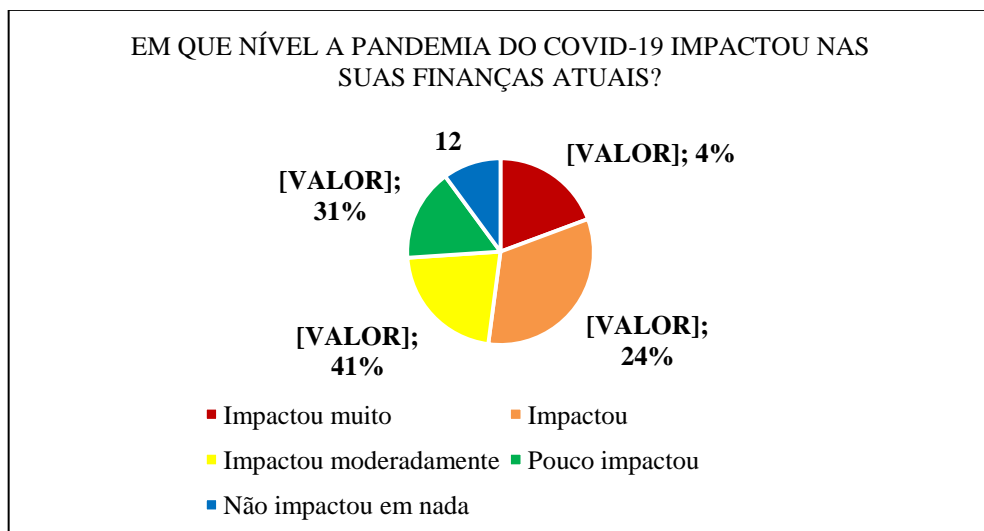
**Gráfico 7 - Meus débitos estão controlados**



Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Para finalizar é preciso ressaltar que, 74% de todos os entrevistados responderam que a pandemia resultante da Covid-19 *impactou muito, impactou ou, ao menos, impactou moderadamente* as suas finanças atuais. Esse fator, provavelmente, influenciou nas respostas da pesquisa e precisa ser levado em considerações finais do presente trabalho, conforme o gráfico 8.

**Gráfico 8 - Nível de impacto da pandemia do Covid-19 nas suas finanças dos entrevistados.**



Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A educação financeira vem se tornando um assunto cada vez mais recorrente no cotidiano dos brasileiros. As iniciativas e participantes da Semana Nacional de Educação Financeira crescem ano a ano, apontando assim a importância do tema para os brasileiros.

O cenário econômico está desfavorável, por conta de uma questão sanitária ainda não resolvida, isso exige que os indivíduos tenham uma melhor compreensão do uso consciente do dinheiro, buscando escapar do consumo por impulso e evitar assim as consequências dele.

Foi possível acompanhar no trabalho como a educação financeira está presente na vida dos jovens. Além de entender como é gerado consumo por impulso e suas consequências. Como objetivo principal do estudo, foi possível relacionar a educação financeira, consumo por impulso e endividamento.

Para isso, o presente trabalho produziu um pequeno questionário para os estudantes da graduação da UFF. Esse questionário utilizou-se da estatística descritiva para analisar tal relação, chegando assim aos resultados apresentados no capítulo anterior a esse.

Com os resultados apresentados é possível notar que o *Grupo 1* (aqueles que têm um conhecimento ao menos razoável sobre educação financeira) teve um desempenho melhor do que o *Grupo 2* (aqueles que têm pouco ou muito pouco conhecimento sobre educação financeira) com relação a todos os requisitos.

Como exemplo, é possível citar o gráfico 1 em comparação com o gráfico 7, pessoas do *Grupo 1* praticam menos a compra por impulso (vide gráfico 1) e como consequência disso tem os seus débitos mais controlados (vide gráfico 7). Já o *Grupo 2* tem mais compras por impulso e estão com seus débitos menos controlados. (gráficos 2 e 7)

As limitações deste trabalho consistem em uma análise estatística descritiva, além da coleta de dados ter sido realizada apenas remotamente em um período curto de tempo, o público da amostra, pois coletou-se as informações dos estudantes de Niterói.

Recomenda-se para futuros trabalhos, o aprofundamento da análise estatística acerca deste tema, a fim de satisfazer as dimensões teóricas trazidas neste trabalho, além de uma abordagem teórica mais específica para os tipos de endividamento.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, Cristiano, TAVARES, Hermano e CORDÁS, Táki. **Manual Clínico dos Transtornos do Controle dos Impulsos**. Jones & Bartlett, 1ª ed. 2007.
- ANDERLONI, Luisa; BACCHIOCCHI, Emanuele; VANDONE, Daniela. **Household financial vulnerability: An empirical analysis**. *Research in Economics*, v. 66 (3), 284-296, 2012.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Caderno de Educação Financeira – Gestão de Finanças Pessoais (Conteúdo Básico)**. BCB. Brasília, 2013. Disponível em: <[https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos\\_cidadania/Cuidando\\_do\\_seu\\_dinheiro\\_Gestao\\_de\\_Financas\\_Pessoais/caderno\\_cidadania\\_financeira.pdf](https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/Cuidando_do_seu_dinheiro_Gestao_de_Financas_Pessoais/caderno_cidadania_financeira.pdf)>. Acesso em 08 de mar de 2021.
- BRASIL. Decreto nº 7.397, de 22 de dezembro de 2010. Institui a Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF, dispõe sobre a sua gestão e dá outras providências., 22 de dezembro de 2010. Legislação Federal.
- BRAUNSTEIN, Sandra e WELCH, Carolyn. **Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy**. *Federal Reserve Bulletin*. Nov, 2002
- COSTA, Filipe. **Influências Ambientais e Compra por Impulso: um Estudo em Lojas Virtuais e Físicas**. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2002.
- ENEF, Quem somos. Vida e dinheiro. Disponível em: <<https://www.vidaedinheiro.gov.br/quemsomos/>> Acesso: em 05 de dez. 2020.
- GALLERY, N.; GALLERY, G.; BROWN, K.; PALM, C. **Financial literacy and pension investment decisions**. *Financial Accountability & Management*. EUA, 2011.
- GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2009.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª edição. São Paulo, 2002.
- He, X., Lau, E.H.Y., Wu, P. et al. **Temporal dynamics in viral shedding and transmissibility of COVID-19**. *Nature Medicine*, v. 26, p. 672–675, 2020.
- IBGE. Contas Nacionais Trimestrais 4º Trimestre de 2020. Brasil, 2020.
- LIVRO, DA UFRGS. /[organizado por] e Silveira; coordenado pela Universidade Aberta do Brasil–UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica–Planejamento e Gestão para o desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS.
- OCDE. Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness. OCDE, 2005. Disponível em: <<http://www.oecd.org/finance/financialeducation/35108560.pdf>>. Acesso em 25 de abril de 2021.
- OLIVEIRA, Tênia. **Escalas de Mensuração de Atitudes: Thurstone, Osgood, Stapel, Likert, Guttman, Alpert**. Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, São Paulo, 2001.
- PNAD. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Quarto Trimestre de 2020. Brasil, 2020.
- ROOK, D. e FISHER, R. **Normative influences on impulsive buying behavior**. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305-313, 1995.
- ROOK, D. W. **The buying impulse**. *Journal of Consumer Research*, v. 14, p. 189-99, Sept. 1987.
- SPC e CNDL. Geração Z: Gestão de finanças pessoais. 2019.
- SPC e CNDL. Pandemia impactou as finanças de oito em cada dez brasileiros. CNDL Brasil. Disponível em: <<https://site.cndl.org.br/pandemia-impactou-as-financas-de-oitoem-cada-dez-brasileiros-aponta-cndlspc-brasil/>>. Acesso em 08 de mar de 2021.
- SPC e CNDL. 41% dos brasileiros que compram por impulso estão inadimplentes. CNDL Brasil. Disponível em: <[https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st\\_imprensa/analise\\_os\\_influenciadores\\_das\\_compras\\_por\\_impulso1.pdf](https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/analise_os_influenciadores_das_compras_por_impulso1.pdf)>. Acesso em 31 de maio de 2021.
- VERGARA, Sylvia. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. Editora Atlas, 2ª edição. São Paulo, 1998.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. Novel Coronavirus (2019-nCoV): Situation Report 1. 21 de janeiro de 2020. Disponível em: <[https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf?sfvrsn=20a99c10\\_4](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf?sfvrsn=20a99c10_4)>. Acesso em: 22 de maio de 2020.