



PERFIL DO CONSUMIDOR: CARTÃO DE CRÉDITO

Consumer Profile: Credit Card

Débora Pereira Landim Pucci ¹

Graduanda em Administração pela UniEVANGÉLICA - GO

Rosalina Maria de Lima Leite do Nascimento ²

Orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso - GO

¹ Débora Pereira Landim Pucci - Bacharelada no curso de Administração pelo Centro Universitário de Anápolis (UniEVANGÉLICA) – Brasil - Email: deborapucci01@outlook.com

² Rosalina Maria de Lima Leite do Nascimento – Professora do curso de Administração do Centro Universitário de Anápolis (UniEVANGÉLICA) – Brasil - Email: rosalina.nascimento@unievangelica.edu.br

RESUMO

A Educação Financeira tem se mostrado cada vez mais essencial na sociedade, isso reflete na importância da sua inserção no ensino desde o início da escolaridade. O presente trabalho teve como objetivo promover a discussão sobre ao perfil do consumidor universitário em relação ao consumo com o uso do cartão de crédito. Para tanto, foi realizada pesquisa qualitativa, com uso específico de pesquisa bibliográfica para o entendimento dos principais conceitos e aplicação, e também pesquisa quantitativa, com a aplicação de questionário em campo, realizada com estudantes do curso de Administração do Centro Universitário de Anápolis UniEVANGÉLICA. Os resultados obtidos relatam que a utilização do cartão de crédito no meio universitário é pouca devido a questões como: faixa etária predominantemente jovem, ingresso recente ao mercado de trabalho, dependência financeira dos pais ou responsáveis e o fácil acesso aos meios de informação, tornando-os mais conscientes de sua atuação.

Palavras-chave: Cartão de Crédito; Educação financeira; Consumidor Jovem; Universitário

ABSTRACT

Financial education has been showing being increasingly essential in society, this reflects the importance of its inclusion in teaching from the start of schooling. This paper aimed to promote the discussion about the university student consumer's profile in relation to credit card expenditure. Therefore, a qualitative research was carried out with specific use of a bibliographic search to understand the main concepts and application, as well as a quantitative survey, through the application of a field questionnaire conducted with the Administration Course students, from the Anápolis University Center UniEVANGÉLICA. The results show that the use of credit cards in the university environment is low due to issues such as: predominantly young age range, recent entry into the labor market, financial dependence from parents or guardians and easy access to the means of information, making them aware of their performance.

Key words: Credit Card; Financial education; Young Consumer; University Student

1 INTRODUÇÃO

Define-se Educação Financeira como a arte de aplicar os princípios e conceitos de finanças em auxílio à tomada de decisões financeiras pessoais. (TEIXEIRA *et al.* 2010, p. 27)

Todo indivíduo lida diariamente com ganhos, perdas ou investimentos de dinheiro. O modo com que se lida com esse gerenciamento de fundos pessoais é denominado Educação Financeira.

De acordo com Brito:

A Educação Financeira possibilita entender, como fatos que ocorrem na Economia interna e externa interferem no dia a dia das pessoas, e a partir deste entendimento viabiliza a tomada de decisão no que diz respeito a

assuntos ligados ao consumo, poupança ou utilização de crédito pessoal. (BRITO et al. 2012 p. 2)

Administrar o dinheiro pessoal pode se tornar uma tarefa difícil, principalmente quando não se tem conhecimento na área, de modo que a falta dessa administração pode causar muitos problemas a médio e longo prazo na vida financeira do indivíduo.

O problema central que caracterizou essa pesquisa foi buscar entender o porquê de o consumidor gastar sem ter controle sobre as dívidas e, assim, acabarem por não saber lidar com limites de crédito disponibilizados para ele.

Algumas hipóteses foram levantadas, entre elas destacamos: a falta de educação financeira e de orientações sobre o assunto produzem a falta de autocontrole do consumidor, levando a pessoa a gastar mais do que lhe é permitido?

A partir dessa hipótese foi traçado o objetivo geral: estudar o perfil do consumidor e entender como ele lida com limites de cartão de crédito. De forma específica foi realizado pesquisa de campo com estudantes do Centro Universitário de Anápolis - UniEVANGÉLICA para verificar quais as dificuldades que estes possuem em lidar com a gestão financeira. A partir dos dados coletados foi elaborado este artigo científico mostrando os resultados alcançados com a pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O dinheiro: Um pouco de história

Segundo Weatherford (2005), o início do dinheiro era baseado em artigos de cobre, prata, conchas e ouro, mas desde a sua invenção os seres humanos disputam e lutam para possuí-lo ao máximo. Ele é um instrumento ativo que passa regularmente de mãos em mãos, nunca ficando muito tempo em um só lugar. A literatura sempre contou histórias sobre os desejos e aflições dos indivíduos com a aquisição ou perda de valores monetários. Por traz dessas histórias também se encontram outros relatos sobre batalhas de grandes nações com o intuito de controlar a criação e emissão de moeda do mundo.

De acordo com Moreira (2002), o dinheiro não se enquadra a níveis demográficos, mas tem atuação em toda a vida dos indivíduos e em todos os níveis sociais. Para Weatherford (2005 p. 4), “no exato momento da história em que o

dinheiro domina toda a nossa sociedade, também enfrenta alguns desafios estranhos e ameaçadores”.

No decorrer da história mundial, várias associações e grupos como o Estado, a Igreja, associações de comerciantes, famílias de grande poder aquisitivo – bancários, industriais e operadores de câmbio – controlaram a produção do dinheiro. A sociedade lutava pelo dinheiro porque concedia poder a aquele que o possuía. (Weatherford, 2005)

Já no Brasil, o pau-brasil foi o primeiro produto a ser usado como dinheiro, componente de troca entre nativos e europeus. Mais tarde, materiais como pano de algodão, açúcar, fumo e zimbo também foram utilizados como forma de moeda. (Secretaria de Relações Institucionais do Banco Central do Brasil, 2004)

Até antes da introdução da moeda no Brasil, houve conflitos entre nativos e europeus pela posse de bens considerados de autovalor, confirmando o que Weatherford (2005, p. 9) disse sobre o ser humano “brigar” pelo dinheiro porque lhe traz poder.

Devido a globalização neoliberal e a crise financeira, ocorrida em 2007 e 2008, houve instabilidade do valor das moedas internacionais gerando uma extraordinária insegurança econômica. O considerável aumento do endividamento das hegemonias globais foi motivo de desconfiança e incerteza no que diz respeito ao capitalismo. (PIRES, 2017)

O surgimento de tecnologia baseada em algoritmos criptografados utilizados para realização de transações financeiras, como acontece com a *blockchain*, alavancou uma inovadora reação, devido a falta de regras e limites que são impostos pelo cassino financeiro capitalista, além da procura pela estabilidade no valor das moedas, (PIRES, 2017)

A tecnologia *blockchain* foi criada em 2008 por Satoshi Nakamoto, conhecida mundialmente como bitcoin (BTC), que é uma criptomoeda desenvolvida com objetivo de ser uma forma criptografada do dinheiro, sendo que é operada com softwares no mercado emergente de moedas virtuais. (PIRES, 2017)

2.2 Conceito da Educação Financeira

Atualmente, vive-se em uma sociedade onde o capitalismo juntamente com inúmeras estratégias de *marketing* traz a dificuldade de desenvolver o hábito de

economizar. Famílias e indivíduos consomem produtos e serviços, muitas vezes considerados inúteis e supérfluos, com frequência e por influência do meio em que estão inseridos. (CENCI et al. 2015)

A Educação Financeira é um recurso de grande importância para as pessoas físicas e jurídicas na tomada de decisão, evitando que estas afetem a vida financeira e profissional da sociedade. (SANTANA, 2014)

O Banco Central - BACEN afirma que:

A Educação Financeira é o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão dos conceitos e produtos financeiros. Com informação, formação e orientação claras, as pessoas adquirem os valores e as competências necessários para se tornarem conscientes das oportunidades e dos riscos a elas associados e, então, façam escolhas bem embasadas, saibam onde procurar ajuda e adotem outras ações que melhorem o seu bem-estar. Assim, a Educação Financeira é um processo que contribui, de modo consistente, para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro. (BACEN, 2015, *online*)

De acordo com Saraiva (2017), a Educação Financeira é um conjunto de métodos criados pela sociedade que propõe maximizar a ordenação dos sujeitos às situações que a sociedade impõe.

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. Assim, podem contribuir de modo mais consistente para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro. (OCDE *apud* RIBEIRO, 2016, p. 13)

Com conhecimentos básicos sobre a administração e educação financeira é possível se organizar e evitar endividamentos, assim como o aprendizado para se investir dinheiro, não só na vida pessoal, mas também na vida profissional do indivíduo.

A falta desse conhecimento afeta diretamente a vida social e econômica da população, visto que endividamentos comprometem inteiramente e a longo prazo a vida de todos. Nesse sentido Borges (2013, p.1) afirma que:

Destaca-se a importância da educação financeira vista sob a perspectiva de bem estar pessoal para tomar decisões que não comprometam o futuro; as consequências de uma má administração

das finanças pessoais vão desde a desorganização das contas domésticas até a inclusão do nome em sistemas como SPC/SERASA (Serviço de Proteção ao Crédito), que prejudicam não só o crédito e consumo como em muitos casos a própria carreira profissional e as questões familiares.

O fato de ter dinheiro e posses, afeta na autoestima da sociedade que, por “costume” ou por “cultura” já crescem aprendendo a julgar o ser humano por aquilo que tem e não por quem é. Desse modo, Borges (2013) descreve que a finalidade da Educação Financeira é esclarecer para a sociedade que o planejamento financeiro é a forma de equilíbrio para a tomada de decisões em relação a consumos e investimentos, tanto pessoais quanto profissionais.

2.3 Educação Financeira no Brasil

Preda (2006 *apud* Leite, 2017, p. 4) diz que o investidor existe desde o surgimento do mercado financeiro no final do século XVII, contudo não era visto como prática de enriquecimento. Somente no século XIX, nos Estados Unidos, que se passaram a espalhar guias com orientações de como a população poderia investir para fins pessoais e para ajudar no desenvolvimento do país.

Já no Brasil, o assunto Educação Financeira, até o final dos anos 90, era concentrado somente em dicas de investimento nas quais ensinavam a cuidar e aumentar os seus recursos comprando títulos públicos e privados e ações de empresas, dicas estas que eram focadas para pessoas que já possuíam capital disponível. (ARAÚJO; CALIFE, 2011)

A instabilidade econômica do Brasil, existente até o surgimento do Plano Real em 1994, foi um dos fatores do atraso na abordagem mais profunda sobre Educação Financeira no país que afetou diretamente na habilidade de se planejar financeiramente. (ARAÚJO; CALIFE, 2011)

A Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF – é uma associação voltada para a promoção de práticas de educação financeira no Brasil. “A Estratégia foi criada através da articulação de nove órgãos e entidades governamentais e quatro organizações da sociedade civil, que juntos integram o Comitê Nacional de Educação Financeira – CONEF.” (AEF Brasil, 2017, *online*)

O decreto nº 7.397 de 22 de dezembro de 2010, que instituiu a ENEF, bem como as suas diretrizes de funcionamento, dispõe como finalidade da ENEF a

promoção da educação financeira, previdenciária, de modo a fortalecer a cidadania e eficiência do sistema financeiro nacional. (BRASIL, 2010)

Contudo, Borges (2013) diz que não existe, nas grades curriculares de escolas e universidades, o estudo sobre a educação financeira ou orçamentos familiares e pessoais; e isso espelha na população que não foi criada para pensar no dinheiro como ferramenta administrativa que precisa ser estudada e organizada. Assim, simplesmente ganham dinheiro e gastam, não levando em consideração sua receita pessoal e os impactos financeiros sobre ela.

A falta desse conhecimento juntamente com a falta de planejamento está atrelada ao contexto histórico-social, visto que uma criança que estuda por onze anos, entre ensino fundamental e ensino médio, não possui disciplinas que envolvam comércio, economia, finanças e tributos. (CENCI et al. 2015)

De acordo com Stehling e Araújo (2008 *apud* BORGES, 2013 p.3), “a educação financeira precisa ser introduzida desde a infância na vida das pessoas”, dessa forma, elas aprenderão a ter entendimento, desde cedo, de como lidar com o dinheiro.

O fato da sociedade não abranger o assunto em questão, educação financeira, desde a base da formação acadêmica do indivíduo tem levado estes a buscarem outras fontes de conhecimentos mais comuns, tais como: “o conhecimento informal, em conversas com familiares e amigos e a influência da mídia e formadores de opinião (revistas, jornais e noticiários) são as fontes mais utilizadas.” (SPC BRASIL, 2015, p.4)

Maia e Carneiro (2000) enfatizam que a educação financeira se refere a junção de conhecimentos e competências em diversas áreas e continua:

A perspectiva interdisciplinar implica reconhecer que todo o conhecimento mantém um diálogo permanente com outros conhecimentos, que pode ser de complementação, de negação, de ampliação e de iluminação de aspectos não distinguido. (MAIA; CARNEIRO, 2000. p.34)

Por mais que boa parte da população não tenha tido instruções desde criança de como se planejar financeiramente, existe uma parcela considerável da população que realizam algum tipo de administração sobre suas finanças. Uma pesquisa feita pelo SPC Brasil e Meu Bolso Feliz aponta que, em 2015, seis, de cada dez consumidores, possuíam controle do seu orçamento pessoal, por meio de papeis, planilhas de computador ou aplicativos.

Esse comportamento aparece de forma mais significativa entre os consumidores mais escolarizados e os pertencentes à Classe A/B, sugerindo que as melhores práticas financeiras são mais comuns dentre aqueles que tiveram mais acesso à educação formal e/ou possuem maior poder aquisitivo. Por outro lado, embora a maioria garanta realizar o controle do orçamento, observasse que algumas práticas realmente efetivas - o registro diário de receitas e despesas - são adotadas por apenas 16% dos entrevistados. (BRASIL, 2015, p.3)

A pesquisa diz que grande parte da população brasileira não se sente confortável e não tem vontade de se organizar financeiramente. Sete, em cada dez pessoas, sentem dificuldade em fazer o seu orçamento pessoal pela falta de disciplina para relacionar suas entradas e saídas financeiras de forma regular. Outros obstáculos encontrados foram “lembrar-se dos gastos, falta de tempo, preguiça e não saber como fazer ou por onde começar”. (BRASIL, 2015, p.3)

2.4 Cartão de Crédito

A palavra crédito é originada do latim *creditum* traduzida para as palavras “acreditar”, “confiança” ou “segurança”. Nessa linha de pensamento, a concessão de crédito é o ato de emprestar dinheiro ou entregar ao cliente certo valor monetário com o comprometimento de pagamento com taxa e juros, no futuro. (SILVA, 2011)

É importante esclarecer também que:

O crédito não é um conceito novo e que somente agora se tornou fundamental para o crescimento econômico dos países. Desde suas primeiras operações na Antiguidade Greco-Romana ele acompanha o desenvolvimento econômico e surge como uma necessidade dentro do contexto em questão. Essa relação é verificada, primeiramente, quando os cambistas, aproveitando a diversidade de moedas existentes na época, começaram a realizar trocas entre elas. Depois, eles expandem as suas atividades para a oferta de empréstimos mediante cobrança de juros. (SILVA, 2011, p. 25)

Silva (2011) diz que o crédito é utilizado no dia-a-dia da maior parte da sociedade adulta que possui vida financeira ativa, sendo empregado na compra de produtos, financiamento habitacional, rural ou de automóveis, eletrodomésticos, empréstimos bancários entre outros.

A política de crédito pode ser dividida em: condições de crédito, ofertada para os clientes como prazo de pagamento ou descontos; análise de crédito, identificação

de riscos e capacidade de pagamento dos clientes; e política de cobrança, estratégias para se cobrar os clientes. (SILVA, 2011)

Dentre as linhas de crédito, oferecidas por bancos, cooperativas e instituições financeiras, pode-se considerar o cartão de crédito como uma das ferramentas mais utilizadas pela sociedade, visto que é uma forma mais rápida e prática de se pagar produtos, serviços e contas, além de ter a opção de pagamento a prazo. (DUARTE, 2011)

A instituição financeira que emitiu o cartão se incumbem de pagar ao vendedor e cobrar a dívida do comprador (e possuidor do cartão), geralmente em parcelas mensais acrescidas de juros. A principal função econômica dos cartões de crédito é estimular poderosamente o consumo. (SANDRONI, 1999, p. 84)

Favaro (2016) diz que as instituições financeiras estimulam o uso constante de cartões de crédito, relatando possuir uma forma de pagamento mais segura e rentável para o consumidor. Este incentivo é feito através de programas de prêmios, que depois do uso constante do cartão, o cliente pode trocar seus pontos por produtos ou viagens.

É oferecida ao usuário do cartão de crédito uma margem de crédito para compras e serviços. O valor de cada compra efetuada é somado e no final do mês é gerado uma fatura que deve ser paga pelo cliente, completo ou parcialmente. “O saldo não pago fica acumulado consumindo o limite de crédito do cartão e sobre este é contabilizado juros”. (FAVARO, 2016, p. 12)

O cartão de crédito pode funcionar como uma linha de crédito para seu possuidor por permitir que seu consumo vá além da renda corrente e que apenas uma parcela do total de gastos seja paga, transformando o saldo devedor numa dívida a ser paga na fatura seguinte ou parcelada nas próximas faturas. (FAVARO, 2016, p. 13)

O fluxo de liquidação começa no portador, que faz o pagamento de sua fatura, passando para o emissor, que encaminha a operação para a credenciadora, que por sua vez gera o pagamento para o lojista, e por último recebe o valor em uma instituição financeira que possui conta. (ABECS, 2018)

No entanto, os consumidores que fazem o uso de cartão de crédito não são tecnicamente devedores. Isto porque, os clientes que realizam o pagamento de sua fatura mensal nos dias estipulados não são considerados em débito. “Já os usuários que mantêm um saldo devedor sobre o qual passam a incidir juros após o

encerramento do prazo de tolerância são considerados detentores de dívida no cartão de crédito”. (KUNKEL et al. 2015, p. 2)

Levando em conta a falta de conhecimento financeiro e os endividamentos crescentes da população em relação ao consumo de cartão de crédito foi criado, em 1971, a Associação Brasileira de Empresas de Cartão de Crédito (ABECS), que tem o intuito de fornecer o desenvolvimento sustentável, expansão e consolidação do ramo.

Atualmente a Abecs, que representa mais de 95% do mercado de cartões de crédito no Brasil, vem trabalhando para a intensificação do uso consciente dos meios eletrônicos de pagamento, através de uma campanha educativa voltada tanto para o portador do cartão quanto aos estabelecimentos comerciais. (ABECS, 2016, online)

Hoje, o Brasil está passando por grande crescimento no mercado virtual e, por consequência da globalização e das tecnologias atuais, existe também um aumento de pagamentos por meios eletrônicos.

O valor das compras com instrumentos de pagamento/cartões de crédito e débito cresceu mais de 500% em 10 anos. Hoje, os portadores de instrumentos de pagamento fazem mais de 20 mil transações por minuto, movimentando mais de R\$ 1,5 trilhão por ano. (ABECS, 2018, *online*)

O uso do cartão de crédito vem aumentando nas diversas classes sociais, o que traz como resultado, expressivas mudanças no comportamento da população. O aumento de inadimplentes nesse seguimento pode ser justificado pelo número de clientes com comportamentos de compras compulsivos e inexperiência no assunto. (VELUDO-DE-OLIVEIRA et al, 2004)

O maior alvo de discussão é como esse uso compulsivo afeta na vida dos jovens, assunto que vem sendo debatido entre famílias, instituições de ensino, empresas de cartão de crédito e órgão de defesa do consumidor. (VELUDO-DE-OLIVEIRA et al, 2004)

Partes dos grupos de jovens, por mais que estejam atualizados com relação as novidades do mundo, acabam por se tornarem inexperientes quando o assunto é compras a prazo por meio de cartão de crédito, o que vem refletindo no número crescente de inadimplentes no Brasil.

Visando as dificuldades enfrentadas na sociedade jovem, causada pelo uso irresponsável do cartão de crédito, o presente trabalho tem por objetivo realizar uma pesquisa de campo com estudantes do Centro Universitário de Anápolis

UniEVANGÉLICA, com o intuito de identificar os problemas e obstáculos enfrentados e suas respectivas soluções.

3 METODOLOGIA

A pesquisa qualitativa tem por foco a percepção de determinado grupo de uma organização e como objetivo explicar o motivo de determinados comportamentos ou acontecimentos. Preocupa-se com as concepções da sociedade que não podem ser quantificados, concentrando-se na compreensão das relações sociais. (GERHARDT; SILVEIRA, 2009)

Já a pesquisa quantitativa é baseada na coleta de dados e informações que podem ser quantificados. Ela tende a destacar o raciocínio dedutivo, a lógica, e analisa dados numéricos por procedimentos estatísticos. (GERHARDT; SILVEIRA, 2009)

Diante dos fatos, o presente projeto se baseia na pesquisa quantitativa e qualitativa, trazendo de modo específico a pesquisa bibliográfica e de campo com o intuito de responder o objetivo inicial do projeto. Para fins quantitativos, que envolve a pesquisa de campo, foi realizado o cálculo do tamanho mínimo da amostra que consiste nas seguintes fórmulas:

$$n_0 = 1 / e^2$$

$$n = N \cdot n_0 / N + n_0$$

Onde:

N – Tamanho da população

n – Tamanho da amostra

n_0 – Uma primeira aproximação para o tamanho da amostra

e – Erro amostral tolerável

O tamanho da população representa duzentos alunos do curso de Administração do Centro Universitário de Anápolis UniEVANGÉLICA (total de alunos matriculados até a data da pesquisa), já o erro amostral, definido pelo pesquisador, é 0,07.

Após a definição de uma primeira aproximação ($n_0 = 1 / (0,07)^2 = 204$) para o tamanho da amostra é feita a segunda equação: $n = 200 \cdot 204 / 200 + 204 = 100,09$. Sendo assim, a amostra da pesquisa foi composta por 100 alunos.

A pesquisa foi realizada entre os dias 15/08/2019 a 28/08/2019, através da plataforma Survey Monkey, e os resultados alcançados estão apresentados no próximo tópico.

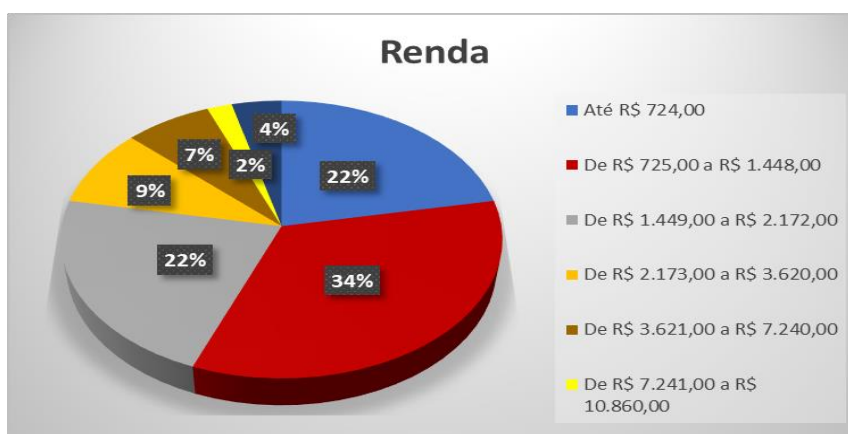
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

A primeira pergunta a ser respondida foi quanto ao sexo dos participantes, sendo que 59% dos entrevistados responderam ser do sexo masculino e 41% se identificaram como do sexo feminino.

Assim, de acordo com os dados coletados, foi identificado que a predominância dos participantes é do sexo masculino. E, as idades informadas são predominantemente de jovens com idade entre 19 a 25 anos, representando 76% dos participantes, seguindo por uma quantidade menor de 26 a 30 anos, representando 10%. Os menores de 18 anos representaram 8% dos participantes e idades superiores a 30 anos, somente 6% dos participantes. Considerando que a pesquisa foi feita com universitários e a faixa etária encontrada nas faculdades é predominantemente jovem, os resultados se enquadraram no esperado.

Questionamos também os participantes com relação a renda que cada um possui, os resultados estão demonstrados no Gráfico 1, a seguir.

Gráfico 1 – Gráfico representativo referente à quantidade percentual de usuários por renda



Fonte: a autora (2019)

De acordo com o Gráfico 1 é possível perceber que grande parte dos entrevistados, cerca de 34%, possuem renda entre R\$ 725,00 a R\$ 1.448,00. 22% possuem renda entre R\$ 1.449,00 e R\$ 2.172,00. Outros 22% possuem renda de até R\$ 724,00. Os demais apresentam rendas diferenciadas.

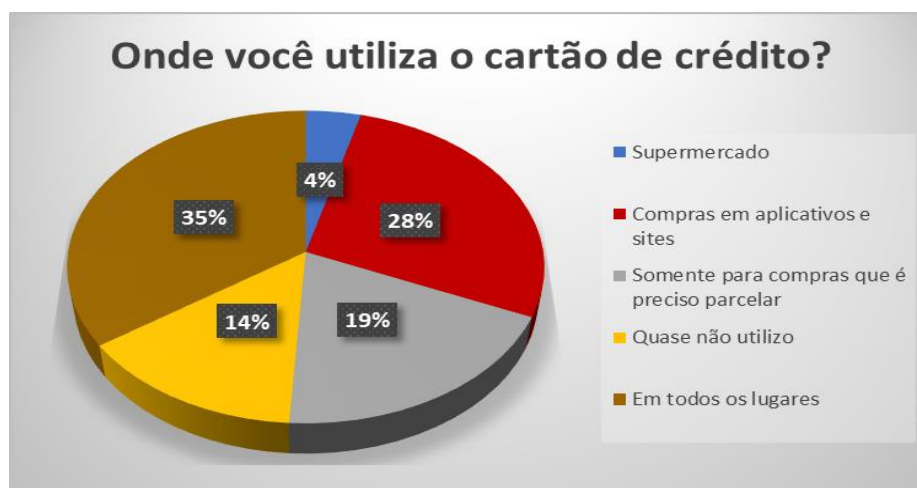
A faixa de renda é esperada para jovens estudantes que estão fazendo estágio ou estão ingressando agora em sua carreira.

A pergunta que seguiu foi sobre a frequência de uso do cartão de crédito. E, com as respostas foi possível perceber que existe um equilíbrio entre os entrevistados em relação a frequência de utilização de cartão de crédito. Sendo que 27% respondeu que utiliza sempre, 25% apenas algumas vezes, 18% usa frequentemente, 21% usa raramente. É importante destacar que 9% dos entrevistados alegaram que nunca utilizam cartão de crédito.

Nessa faixa etária, geralmente, se encontram os jovens que estão fazendo suas primeiras experiências de emprego, tendo assim a sua primeira renda sem depender dos seus responsáveis. Conseqüentemente, começam aos poucos a ter contato com cartões de débito ou crédito.

Questionamos também aos participantes da pesquisa onde eles mais utilizam o cartão de crédito, oferecemos algumas possibilidades de lugares e deixamos em aberto a opção outros para que pudessem responder de forma mais livre. As respostas estão demonstradas no Gráfico 2 a seguir.

Gráfico 2 – Gráfico representativo referente à quantidade percentual de usuários por utilização de cartão de crédito



Fonte: a autora (2019)

Com relação aos lugares onde mais utilizam o cartão de crédito, pode-se perceber que 35% alegam utilizar em todos os lugares, seguindo por compras em aplicativos em site com o percentual de 28%. Importante mencionar que 14% dos entrevistados quase não utilizam o cartão de crédito, e 19% afirmaram que só usam em compras que precisam parcelar o pagamento.

Assim, percebe-se que grande parte das pessoas que participaram da pesquisa, apesar da idade jovem, já possui dependência em sua utilização, mas que muitos utilizam pela praticidade em compras online e aplicativos pagos de *streaming*, por exemplo. Por outro lado, ainda existe uma parcela significativa que opta por outros meios de pagamento.

A pesquisa que seguiu foi em relação ao acompanhamento que fazem de seus gastos financeiros. E os resultados foram os seguintes: 33% alegam que só acompanham pela fatura do cartão de crédito, 19% utilizam cadernos de anotações, 16% utilizam a planilha eletrônica, e uma parcela expressiva, cerca de 17%, declararam que não realizam nenhum acompanhamento.

A quantidade expressiva de entrevistados que dizem somente visualizar suas despesas pela fatura do cartão de crédito ou que responderam não realizar nenhum tipo de acompanhamento, pode ser explicada pela idade relativamente jovem dos entrevistados e a recém ingressão nas responsabilidades financeiras.

Questionamos também aos entrevistados se a fatura dos seus cartões de crédito costumam ficar acima da sua renda mensal. Os dados podem ser acompanhados no Gráfico 3, a seguir.

Gráfico 3 – Gráfico representativo referente à quantidade percentual de usuários por controle da renda mensal



Fonte: a autora (2019)

Para este questionamento tivemos certa surpresa, apesar da pouca idade dos entrevistados, 57% dos participantes afirmaram que nunca deixam a fatura ficar acima da sua renda mensal, 22% disseram que raramente isso acontece, 14% responderam que algumas vezes isso acontece, 5% alegaram que frequentemente isso acontece e apenas 2% afirmaram que sempre ficam com a fatura acima da sua

renda. Estes dados mostram que os jovens estão se tornando mais cautelosos em relação aos seus gastos.

Em seguida, foi questionado sobre faturas ou prestações em atraso, sendo que 86% dos entrevistados responderam que não possuem prestações atrasadas. Contudo 7 pessoas alegam que sua fatura está sempre ou frequentemente acima da sua renda mensal e 14% possuem faturas em atraso, conforme se observa pelo gráfico 4

Gráfico 4 – Gráfico representativo referente à quantidade percentual de usuários por faturas/prestações em atraso



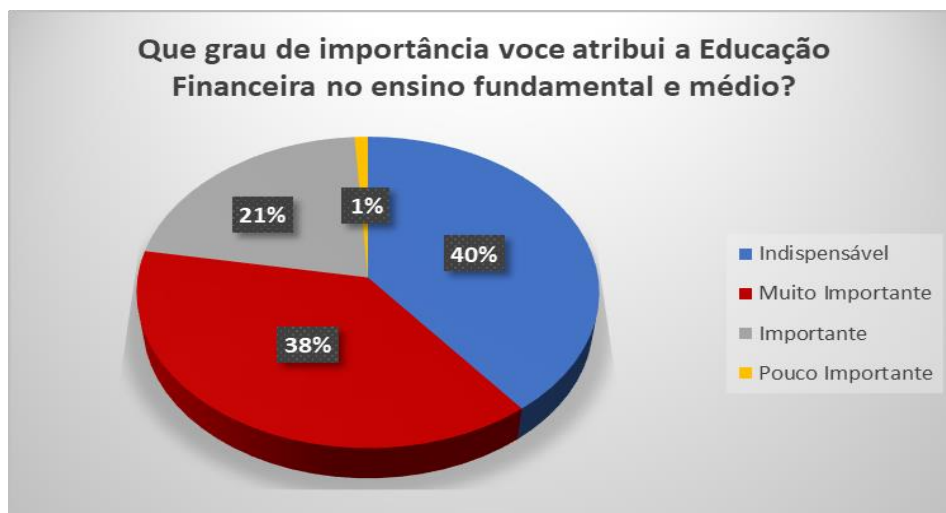
Fonte: a autora (2019)

A alta porcentagem de pessoas que possuem a fatura do cartão de crédito regular pode ser explicada por grande parte dos entrevistados estarem com 19 a 25 anos. Entretanto, dentre o número total de entrevistados, ainda existe uma quantidade significativa de pessoas que não possuem controle com relação às suas despesas pessoais.

Após, perguntou-se aos participantes se eles já receberam alguma capacitação sobre finanças. Sendo que apenas 42% dos entrevistados afirmaram que já receberam capacitação para lidar com as finanças e 58% responderam que não.

Para complementar esses dados, a pergunta seguinte foi sobre a importância de se ter educação financeira na escola. Os dados estão expostos no Gráfico 5 a seguir.

Gráfico 5 – Gráfico representativo referente à quantidade percentual de usuários por grau de importância que atribui a Educação Financeira em escolas



Fonte: a autora (2019)

Contudo, no Gráfico 5 é explicitado que 40% dos entrevistados afirmam que é indispensável a importância da introdução da Educação Financeira no ensino fundamental e médio, seguindo por 38% que alegam ser muito importante e apenas 1% acha que é pouco importante.

Os dados obtidos na pesquisa relatam que mais da metade dos entrevistados nunca tiveram o preparo para gerir suas despesas pessoais, contudo, mesmo sem essa instrução, uma parcela consideravelmente dos entrevistados consegue gerir suas despesas pessoais de forma regular.

Ademais, dentro dos resultados encontrados, pode-se observar algumas variáveis que podem ter influenciado para um resultado relativamente positivo quanto ao uso de cartão de crédito.

O primeiro ponto é a pouca idade dos entrevistados, predominantemente são jovens, estudantes, ingressando agora na vida profissional, utilizando cartão de crédito a curto prazo de tempo, e dependente de responsáveis. Ainda, não é precisam pagar contas de casa, em sua maioria.

O número de jovens entre 25 a 34 anos que ainda moram com os pais, não para de crescer no Brasil. De acordo com dados do IBGE, pessoas da “Geração Canguru”, termo que vem da comparação com cangurus – só saem da bolsa das mães quando se sentem seguras – “o prolongamento ou o retorno da convivência familiar entre pais e filhos adultos apresentou aumento de 25,3% em 2015”. (Revista Exame, 2017, *online*)

O segundo ponto é o fácil acesso aos meios de informação. A informação é a passagem de mensagens entre indivíduos por meio de suportes que fazem a intermediação, podendo ser tecnológicos. (KOHN; MORAES, 2007)

Atualmente, vive-se na era da informação e da tecnologia que, juntas, proporcionam facilidade e conforto para a sociedade. Os chamados nativos digitais, da era do conhecimento, constituem as pessoas que nasceram nas últimas décadas do século vinte, são as gerações Y e Z, compostas de indivíduos que nasceram e cresceram inseridos no meio tecnológico e se desenvolveram em contato com computadores, dispositivos móveis e com a velocidade que os meios de comunicações proporcionam. (REIS; TOMAÉL, 2016)

O uso de tecnologias e dos ambientes digitais é encarado como um processo natural da sociedade atual, a qual seres humanos e instituições são constantemente pressionados a encontrar meios que permitam a utilização, produção e organização dos diferentes tipos de informação, serviços e produtos, bem como a interação social por meio dos dispositivos eletrônicos. (REIS; TOMAÉL, 2016, p.40)

O fato de os jovens terem acesso fácil as informações contribuem para que sejam atentos aos problemas do dia a dia, como o caso do endividamento e das dificuldades financeiras que passam as pessoas que excedem sem controle nos seus gastos. Nesse aspecto, a tecnologia é também um meio de orientação e discernimento.

5 CONCLUSÃO

Educação Financeira é ainda pouco discutida no Brasil, fruto de uma cultura que a considera como assunto difícil de ser lidado ou somente para pessoas que se profissionalizam nessa área. Por conta desse mito, é visível que boa parte da população não sabe lidar totalmente com sua renda. A consequência dessa falta de conhecimento acaba por promover o uso contínuo e irregular do cartão de crédito, fazendo com que a sociedade se endivide cada vez mais e a longo prazo.

Este trabalho teve como objetivo realizar pesquisa com os universitários do curso de Administração e analisar de forma qualitativa e quantitativa os resultados alcançados para apresentar o assunto, por meio de artigo científico, e assim contribuir para a conscientização da sociedade sobre a Educação Financeira, dando ênfase ao uso do Cartão de Crédito.

O resultado da pesquisa nos deixa feliz por perceber que embora a escola ainda não esteja contribuindo de forma mais eficaz para o estudo da educação financeira, o entendimento dos jovens sobre o assunto não é de todo insignificante, muitos tem conseguido gerir suas finanças com tranquilidade. É claro que acreditamos que o ensino é fundamental para alavancar ainda mais o processo de conscientização e educação financeira e esperamos que ele faça parte desse processo, de forma mais eminente, o mais breve possível.

Dessa forma, acreditamos que o objetivo do trabalho foi alcançado e que, a partir da leitura dos dados alcançados por esta pesquisa, a discussão seja ampliada por todos aqueles que tem interesse no assunto, esse é o nosso desejo.

6 Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Fernando Cosenza; CALIFE, Flavio Estevez. **A história não contada da Educação Financeira no Brasil**. In: ROQUE, José Roberto Romeu. (Org.). Otimização na Recuperação de Ativos Financeiros. São Paulo: IBeGI, 2014, v. 4, 248 p.

AEF - Associação de Educação Financeira do Brasil, 2017. **Quem Somos**. São Paulo, Brasil. Disponível em: <<http://www.aefbrasil.org.br/index.php/quem-somos/>> Acessado em: 20 de abril de 2019.

BORGES, Paulo Roberto Santana. **A influência da educação financeira pessoal nas decisões econômicas dos indivíduos**. In: VIII Encontro de Produção Científica e Tecnológica, 2013. Paraná, 2013. Disponível em: http://www.fecilcam.br/nupem/anais_viii_epct/PDF/TRABALHOS-COMPLETO/Anais-CSA/ECONOMICAS/04-Pborgestrabalhocompleto.pdf>. Acesso em: 19 de abril de 2019

Associação de Educação Financeira, 2017. **ENEF Quem Somos**. São Paulo, Brasil. Disponível em: <<http://www.vidaedinheiro.gov.br/quemsomos/>> Acessado em: 02 de maio de 2019

BRASIL, Banco Central. **O Banco Central e a Educação Financeira**, 2015. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/legado?url=https:%2F%2Fwww.bcb.gov.br%2Fpre%2Fbcuniversidade%2FintroducaoPEF.asp>> Acessado em: 19 de abril de 2019

BRASIL, Secretaria de Relações Institucionais do Banco Central. **Dinheiro no Brasil**, 2004. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/content/acessoinformacao/museudocs/pub/Cartilha_Dinheiro_no_Brasil.pdf> Acessado em: 13 de abril de 2019

BRITO, Lucas da Silva; BAPTISTA, José Abel; SILVA, Sérgio Roberto da; HENRIQUE, Marcelo Rabelo. **A importância da educação financeira nos contextos acadêmico e profissional: um levantamento de dados com alunos universitários**. IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. 2012. Disponível em <<http://www.aedb.br/seget/artigos12/49616595.pdf>>. Acessado em: 14 de março de 2019

CENCI, Jaci José; PEREIRA, Iselda; BARICHELLO, Rodrigo. **Educação financeira, planejamento familiar e orçamento doméstico: um estudo de caso**. *Revista Tecnológica*, v. 3, n. 2, p. 89-104, ago. 2015. Disponível em: <<https://uceff.edu.br/revista/index.php/revista/article/view/61>>. Acessado em: 20 de abril de 2019.

GERALDO, Duarte. **Dicionário de administração e negócios**. Editora Digital Kindle BookBR, 2011.

REVISTA EXAME ONLINE, “**Geração Canguru**” **leva cutucada para sair da casa os pais**, 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/marketing/geracao-canguru-leva-cutucada-para-sair-da-casa-dos-pais/>> Acessado em: 16 de outubro de 2019.

FAVARO, Juliana de Freitas Oliveira. **Consumo do Cartão de Crédito: Impactos de alteração no limite de crédito e na taxa de juros**, 2016. 54 f. Dissertação (Mestrado

em Economia Aplicada) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2016.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e SEAD/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>> Acessado em: 24 de maio de 2019

KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. **O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30. Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1533-1.pdf>>. Acessado em: 17 de outubro de 2019.

KUNKEL, Franciele Inês Reis; VIEIRA, Kelmara Mendes; POTRICH, Ani Caroline Grigion. **Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores**. *Revista de Administração*, v. 50, n. 2, p. 169-182, 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rausp/v50n2/0080-2107-rausp-50-02-0169.pdf>> Acessado em: 13 de maio de 2019

LEITE, Elaine da Silveira. **"A resignificação da figura do especulador-investidor e as práticas de educação financeira."** *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, v. 17, n. 1, p. 114–130, 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/civitas/v17n1/1984-7289-civitas-17-01-114.pdf>> Acessado em: 13 de abril de 2019.

MAIA, Eny; CARNEIRO, Moacir Alves. *A Reforma do ensino médio em questão*. São Paulo: Biruta, 2000. 126 p.

MOREIRA, Alice da Silva. **Dinheiro no Brasil: um estudo comparativo do significado do dinheiro entre as regiões geográficas brasileiras**. *Estudos de psicologia. (Natal)* [online]. v. 7, n. 2, p. 379-387, 2002. Disponível em:

<<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v7n2/a19v07n2.pdf>> Acessado em: 14 de março de 2019

VELUDO-DE-OLIVEIRA, Tânia Modesto; IKEDA, Ana Akemi; SANTOS, Rubens da Costa. **Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito.** *Rev. adm., empres.*, São Paulo, v. 44, n. 3, p. 89-99, set. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v44n3/v44n3a07.pdf>> Acessado em: 14 de maio de 2019.

PIRES, Hindenburgo Francisco. **Bitcoin: a moeda do ciberespaço.** *GEOUSP Espaço e Tempo (Online)*, v. 21, n. 2, p. 407-424, 19 out. 2017. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/geousp/article/view/134538>> Acessado em: 14 de maio de 2019

REIS, Elismar Vicente; TOMAÉL, Maria Inês. **A geração z e as plataformas tecnológicas.** *Informação & Informação*, [S.l.], v. 22, n. 2, p. 371-388, out. 2017. Disponível em: <<http://www.uel.br/eventos/cinf/index.php/secin2016/secin2016/paper/viewFile/247/223>> Acessado em: 17 de outubro de 2019.

RIBEIRO, Rodrigo Fernandes; LARA, Ricardo. **O endividamento da classe trabalhadora no Brasil e o capitalismo manipulatório.** *Serv. Soc. Soc.*, São Paulo, n. 126, p. 340-359, jun. 2016. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/sssoc/n126/0101-6628-sssoc-126-0340.pdf>> Acessado em: 13 de abril de 2019

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo Dicionário de Economia.** Ed. Best Seller. 3. ed. 649 p. 1999.

SANTANA, Marcus Vinicius Sousa. **Educação Financeira no Brasil**, 2014. 103 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração). Centro Universitário Uma, Belo Horizonte, 2014. Disponível em: <<http://www.mestradoemadm.com.br/wp-content/uploads/2015/01/Marcus-Vinicius-Sousa-Sant-Ana.pdf>> Acessado em: 20 de abril de 2019

SARAIVA, Karla Schuck. **Os sujeitos endividados e a educação financeira.** *Educar em Revista*, [S.l.], v. 33, n. 66, pp 157-173, nov. 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/er/n66/0104-4060-er-66-157.pdf>> Acessado em: 20 de abril de 2019

ABECS - Associação Brasileira de Empresas de Cartão de Crédito. **Mercado de Meios de Pagamento: Guia Prático**, São Paulo, Brasil, 2018. Disponível em: <<https://www.abecs.org.br/pdf/Cartilha-de-Meio-de-Pagamentos.pdf>> Acessado em 13 de maio de 2019

ABECS - Associação Brasileira de Empresas de Cartão de Crédito. **Quem somos**, São Paulo, Brasil, 2016. Disponível em: <<https://www.abecs.org.br/quemsomos>> Acessado em: 12 de maio de 2019

SILVA, Pablo Rogers. **Psicologia do Risco de Crédito: Análise de Contribuição de Variáveis Psicológicas em Modelos de Credit Scoring**, 2011. 244 f. Tese (Doutorado em administração) Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2011. Disponível em: <<file:///C:/Users/debsp/Desktop/Faculdade/TCC/Cartão%20de%20Crédito.pdf>> Acessado em: 12 de maio de 2019.

SPC Brasil, Meu Bolso Feliz. **Pesquisa Educação Financeira: Orçamento Pessoal e Conhecimentos Financeiros**, 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/debsp/Desktop/Faculdade/TCC/analise_educacao_financeira_2015%20spc.pdf> Acessado em: 20 de abril de 2019

TEIXEIRA, Aline de Oliveira; WUNDERLICH, Ana Néri; DOS SANTOS, Henrique Fábio de Carvalho; FERREIRA, Rosemeire Trindade Lima. **Vantagens e desvantagens da implantação da disciplina educação financeira nas escolas de ensino médio na cidade de Pinhais**, 2010. 82 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em administração) Faculdades de Pinhais Departamento de Administração, Pinhais – Paraná, 2010. Disponível em:

<http://www.educacaofinanceira.com.br/tcc/curitiba_educacao_financeira.pdf>

Acessado em: 14 de março de 2019

WEATHERFORD, Jack. **A História do Dinheiro**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

WILLIS, Lauren. **Against Financial-Literacy Education**. *Iowa Law Review*. v. 94. p 197 – 285, 2008.