

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
DEPARTAMENTO DE FINANÇAS E CONTROLADORIA

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA: UM ESTUDO SOBRE O USO DO CARTÃO DE
CRÉDITO PELOS ALUNOS QUE BUSCAM AUXÍLIO NO CURSO DE EDUCAÇÃO
FINANCEIRA DO PROCON/JF**

GABRIEL FURIATI LENTINI

JUIZ DE FORA

2019

Gabriel Furiati Lentini

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA: UM ESTUDO SOBRE O USO DO CARTÃO DE
CRÉDITO PELOS ALUNOS QUE BUSCAM AUXÍLIO NO CURSO DE EDUCAÇÃO
FINANCEIRA DO PROCON/JF**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado pelo acadêmico Gabriel Furiati Lentini ao curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Fabrício Pereira Soares

JUIZ DE FORA

FACC/UFJF

2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ATA DE DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Aos __ dias do mês de Julho de 2019, nas dependências da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora, reuniu-se a banca examinadora formada pelos professores abaixo assinados para examinar o Trabalho de Conclusão de Curso de **GABRIEL FURIATI LENTINI**, discente regularmente matriculado(a) no curso de Ciências Contábeis sob o número 201377055, intitulado **EDUCAÇÃO FINANCEIRA: UM ESTUDO SOBRE O GRAU DE CONHECIMENTO FINANCEIRO E O VÍNCULO COM O CARTÃO DE CRÉDITO EXISTENTE ENTRE A POPULAÇÃO QUE BUSCA AUXÍLIO NO CURSO DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA DO PROCON/JF**. Após a apresentação e consequente deliberação, a banca examinadora se reuniu em sessão fechada, considerando o (a) discente _____. Tal conceito deverá ser lançado em seu histórico escolar quando da entrega da versão definitiva do trabalho, impressa e em meio digital.

Juiz de Fora, __ de julho de 2019

Prof. Ms. Fabrício Pereira Soares – Orientador

Profª. Ms

Prof.Ms.

AGRADECIMENTOS

Mais uma etapa concluída em minha vida. Agradeço à Deus por me guiar nessa jornada.

Aos meus pais, irmã, avós e minha tia Giovana, pelo apoio incondicional de sempre, sem vocês nada disso seria possível.

Ao meu eterno avô João Celestino, minha fonte de inspiração e orgulho como ser humano e como profissional.

Dedico esse momento a todos aqueles, familiares e amigos, que fazem parte dessa conquista.

Agradeço ainda ao Chefe de Departamento de Projetos do PROCON da Prefeitura de Juiz de Fora, Marcus Gasparetti, pela parceria e disponibilidade em contribuir e fornecer todo ambiente necessário para que este trabalho fosse realizado.

Por fim, não poderia deixar de expressar minha gratidão aos mestres que foram essenciais em minha formação, em especial aos professores (e amigos) Angelino Fernandes, Élideia Maia, Eduardo Horta e Fabrício Soares.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Termo de Declaração de Autenticidade de Autoria

Declaro, sob as penas da lei e para os devidos fins, junto à Universidade Federal de Juiz de Fora, que meu Trabalho de Conclusão de Curso é original, de minha única e exclusiva autoria e não se trata de cópia integral ou parcial de textos e trabalhos de autoria de outrem, seja em formato de papel, eletrônico, digital, audiovisual ou qualquer outro meio. Declaro ainda ter total conhecimento e compreensão do que é considerado plágio, não apenas a cópia integral do trabalho, mas também parte dele, inclusive de artigos e/ou parágrafos, sem citação do autor ou de sua fonte. Declaro por fim, ter total conhecimento e compreensão das punições decorrentes da prática de plágio, através das sanções civis previstas na lei do direito autoral¹ e criminais previstas no Código Penal², além das cominações administrativas e acadêmicas que poderão resultar em reprovação no Trabalho de Conclusão de Curso.

Juiz de Fora, ___ de julho de 2019.

Gabriel Furiati Lentini

201377055

¹ LEI Nº 9.610, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.

² Art. 184. Violar direitos de autor e os que lhe são conexos: Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano ou multa.

RESUMO

Devido a fatores como estabilização do real, avanço tecnológico e consequente globalização, os métodos financeiros (principalmente cartão de crédito) e as formas de consumo também evoluíram, tornando-se mais acessíveis, complexos e desenvolvidos. Através da Educação Financeira é que se torna possível o conhecimento para tomar decisões de investimento, financiamento e consumo, formando cidadãos aptos a administrar suas finanças, em busca do bem-estar pessoal. Com o surgimento do Núcleo de Apoio Financeiro e Fiscal da UFJF, foi possível perceber que grande parcela dos endividados que solicitavam atendimento para resolver situações financeiras, em especial envolvendo cartão de crédito, não possuíam um nível adequado de conhecimento que possibilitava, aos mesmos, tomarem decisões corretas e a se planejar financeiramente. Com base nessas informações e descobertas, a presente pesquisa consiste em um estudo a respeito do grau de conhecimento sobre Educação Financeira dos indivíduos que buscam auxílio financeiro no curso de Educação Financeira oferecido pelo PROCON/JF. O desenvolvimento do projeto foi realizado através da aplicação de questionários distribuídos presencialmente nos dias 1º e 2 de abril de 2019 na sede do PROCON onde o curso foi ministrado, sendo abordadas questões sobre dados gerais dos respondentes (perfil), conceitos de finanças pessoais e decisões de consumo, além de questões envolvendo o comportamento do consumidor e situações específicas com cartão de crédito. Após a coleta dos dados foi realizada a tabulação dos mesmos e, posteriormente, os dados obtidos foram analisados com auxílio do software *IBM SPSS STATISTIC*. Com as análises concluídas, verificou-se que os alunos participantes do curso, de modo geral, não possuem conhecimentos adequados em educação financeira, impactando principalmente os que possuem cartão de crédito. Observou-se que essa falta de conhecimento afeta a tomada de decisão seja em investimentos, seja em planejamento financeiro, negociação de dívidas, ou simplesmente relacionados ao consumo do dia a dia.

Palavras-Chave: Educação Financeira. Planejamento Financeiro. Comportamento do Consumidor. Cartão de Crédito.

ABSTRACT

Due to factors such as, stabilization of the real, technological progress and consequent globalization, the financial methods (mainly credit card) and the form of consumption have also evolved, becoming more accessible, complex and developed. Through Financial Education, knowledge becomes available to make take investment, financing and consumption decisions, forming citizens able to manage personal finances, in search of personal well-being. With the emergence of the UFJF Financial and Fiscal Support Center, it was possible to perceive that a large number of indebted persons who requested assistance in resolving financial situations, especially involving a credit card, did not have an adequate level of knowledge that enabled them to make righ decisions and to plan financially. Based on this information and findings, the present research consists of a study about the degree of knowledge on Financial Education of individuals seeking financial assistance in the course of Financial Education offered by PROCON / JF. The project was developed through the application of questionnaires distributed in person on April 1st and 2nd, 2019 at the PROCON headquarters where the course was taught. The questions were addressed on the general data of the respondents (profile), concepts of personal finance and decisions consumers, as well as issues involving consumer behavior and specific credit card situations. After data collection, the data were tabulated and the data obtained were analyzed using the IBM SPSS STATISTIC software. With the analyzes completed, it was verified that the students participating in the course, in general, do not have adequate knowledge in financial education, impacting mainly those who have credit cards. It was observed that this lack of knowledge affects the decision making either in investments, in financial planning, negotiation of debts, or simply related to the consumption of the day to day.

Keywords: Financial Education. Financial Planning. Consumer Behavior. Credit Card

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Evolução da taxa de inflação no Brasil no período de implantação do Plano Real....	17
Tabela 2 - Os 10 Maiores Bancos no Brasil(R\$ mi)	24
Tabela 3 - Percentual das famílias com Dívidas	32
Tabela 4 - Nível de Endividamento	33
Tabela 5 - Tipos de Dívidas dos Brasileiros Entrevistados	34
Tabela 6 - Grau de conhecimento sobre Cartão de Crédito.....	55
Tabela 7 - Ensinos Educação Financeira X N° de Cartões de Crédito.....	57
Tabela 8 - Ensinos Educação Financeira X Forma de pagamento mais frequente	57
Tabela 9 - Ensinos Educação Financ. X Dívida com Cartão de Crédito	58
Tabela 10 - Controle Financeiro X Economia Mensal (Renda)	58
Tabela 11 - Controle Financeiro X Como você se encontra atualmente ?	59
Tabela 12 - Você tem costume de comprar por impulso?XQual forma de pagto mais freqüente	59
Tabela 13 - Utilidade do cartão de crédito	60
Tabela 14 - Você possui conhecimento sobre todos os gastos que pode vir a ter com um cartão de crédito X N° de cartões de crédito.....	60
Tabela 15 - N° de Cartões X Dificuldade em entender a lógica do cartão de crédito	61

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Quantidade de Transações com Cartões 2016 (Em M)	24
Gráfico 2 - Valor das Transações com Cartões 2016 (R\$ B)	25
Gráfico 3- Queda taxa de Juros Rotativo Regular	27
Gráfico 4 - Queda taxa de Inadimplência do cartão.....	27
Gráfico 5 - Evolução Mercado em transações (milhares)	28
Gráfico 6 - Evolução do Mercado em Valor Transacionado (R\$ mi)	29
Gráfico 7 - Evolução Mercado em transações (Crédito e Débito) (milhares)	30
Gráfico 8 - Evolução Mercado (Crédito e Débito) em Valor Transacionado (R\$ mi).....	30
Gráfico 9 - Participação Anual por Ramo de Atividade em transações	31
Gráfico 10 - Participação Anual por Ramo de Atividade em valores transacionados (R\$ mi) ...	31
Gráfico 11- Idade	47
Gráfico 12 - Nível de Escolaridade.....	48
Gráfico 13 - Remuneração mensal atualmente	49
Gráfico 14 - Ensinaamentos sobre Educação Financeira.....	50
Gráfico 15 - Possui algum tipo de controle financeiro sobre receitas e despesas	51
Gráfico 16 - Como você se encontra atualmente ?	52
Gráfico 17 - Preferência de Pagamento.....	53
Gráfico 18 - Formas que gasta seu dinheiro.....	54

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Princípios e Recomendações de Educação Financeira - OCDE	22
Figura 2 - Canais de Atendimento envolvendo Transações Bancárias	26
Figura 3 - Classificação de Compulsividade segundo Edwards	37
Figura 4 - Fator Poder-Prestígio	41
Figura 5 - Fator Retenção/Tempo	42
Figura 6 - Fator Sensibilidade ao Preço (Desconfiança)	42
Figura 7 - Fator Ansiedade	43
Figura 8 - A abordagem estatística na pesquisa quantitativa.....	44

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1. Educação Financeira	16
2.1.1. Princípios e Recomendações de Educação Financeira	20
2.2. Setor Bancário Brasileiro em Números e Uso do Cartão de Crédito pelos Brasileiros	23
2.3. Comportamento Consumidor	34
2.3.1. Conceitos e Características	35
2.3.2 Escala de Comportamento com Dinheiro	39
3. METODOLOGIA	44
4. RESULTADOS	47
4.1. Análises Individuais	47
4.2. Cruzamentos Relevantes	56
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
7. APÊNDICES E ANEXOS	67
7.1 Questionário Aplicado	67

1. INTRODUÇÃO

Diante de numerosos e variados produtos financeiros existentes no mercado, que possibilitam o consumidor ter o poder de compra mesmo não possuindo de fato o dinheiro no momento desejado, o presente trabalho surge como uma forma de buscar um entendimento maior entre os consumidores se, realmente, os mesmos usam esses meios financeiros de maneira consciente, ou seja, possuem uma educação financeira de qualidade inserida em seus princípios e atos, ou a simples oportunidade de maneira fácil e prática, atrelado ao marketing, acaba gerando no indivíduo o consumo compulsivo e exagerado.

Com o passar dos anos, o uso de ferramentas auxiliares para substituir o dinheiro em espécie vem ganhando cada vez mais força no mercado global. As iniciativas de se criar novas formas para a circulação de dinheiro, sem que o mesmo esteja fisicamente presente, tornaram-se cada vez mais constantes, gerando mudanças de hábitos da população em geral, que tem adotado com maior frequência esses métodos alternativos e tão populares hoje em dia (BACEN³).

O aumento da disponibilidade de crédito ocorrido nas últimas décadas atrelado ao progresso tecnológico, principalmente a Internet, foi um dos principais pontos que fizeram o mercado financeiro, como um todo, obter um avanço significativo. Com a facilidade em adquirir cartões de crédito e empréstimos sem qualquer grau elevado de burocracia, as populações menos favorecidas começaram a imergir no mercado de produtos e serviços com um nível considerável de participação. O consumo tanto de produtos básicos e essenciais para o dia a dia como os considerados “supérfluos” aumentou consideravelmente, porém, do outro lado o nível de endividamento dos brasileiros também cresceu com o tempo (BRAUSTEIN e WELCH, 2002).

A inclusão econômica de milhões de brasileiros nas últimas décadas defronta o novo consumidor com instrumentos e operações financeiras complexas e variadas, sem que o cliente ou usuário do Sistema Financeiro Nacional esteja preparado para compreender os produtos e serviços financeiros disponíveis e lidar com eles no dia a dia. Não apenas é difícil o acesso a informações, mas também falta conhecimento para compreender as características, os riscos e as oportunidades envolvidos em cada decisão (BACEN).

³ BACEN - Banco Central do Brasil. Acesso em 10 de agosto de 2018

O Núcleo de Apoio Financeiro e Fiscal (NAFF-UFJF), projeto de extensão ligado à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis (FACC) desenvolvido pela Universidade Federal de Juiz de Fora em parceria com a Receita Federal e o PROCON/JF, foi criado em 2015 e possui como objetivo geral promover de forma gratuita apoio financeiro e auxílio fiscal à comunidade em geral e microempreendedores da região. Dessa forma, o Núcleo procura não só auxiliar nas dívidas da população, como cálculo de juros e melhores práticas de orçamento pessoal, e também situações fiscais como inscrição e informações cadastrais de Pessoa Física (CPF), Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) e questões envolvendo o Microempreendedor Individual, mas busca, através dessa iniciativa, promover uma educação financeira de qualidade para essa população, de modo que as pessoas possam se reorganizar e elaborar um melhor planejamento financeiro na sua vida pessoal⁴.

Nesse sentido, o presente estudo vem em busca de um possível entendimento para as dificuldades financeiras que muitos indivíduos passam atreladas ao cartão de crédito e a compulsão por compras, que os levam a buscar auxílio no Núcleo de Apoio Financeiro e Fiscal (UFJF) e no curso de Educação Financeira oferecida pelo PROCON/Juiz de Fora, tendo como foco a qualidade de educação financeira existente nesse meio.

Para Braunstein e Welch (2002) uma educação financeira de qualidade favorece o bem estar pessoal e o melhor desenvolvimento do mercado financeiro, uma vez que estimula a oferta de melhores produtos e serviços. A administração ineficiente do dinheiro deixa os consumidores mais vulneráveis a crises financeiras mais sérias. Para se beneficiar da variada oferta de produtos financeiros disponíveis no mercado, os consumidores necessitam de um nível básico de conhecimento sobre finanças, para que possam identificar, acessar e avaliar as informações que lhe são apresentadas.

[...] participantes informados ajudam a criar um mercado mais competitivo e eficiente. Consumidores conscientes demandam por produtos condizentes com suas necessidades financeiras de curto e longo prazo, exigindo que os provedores financeiros criem produtos com características que melhor correspondam a essas demandas (BRAUNSTEIN E WELCH, 2002, p. 445).

Durante o processo de implantação e início das atividades no Núcleo de Apoio Financeiro e Fiscal/UFJF, em pouco tempo de trabalho, tornou-se visível que a demanda por complicações financeiras era muito superior que a demanda pela área fiscal. Dentre os diversos atendimentos feitos, ficou nítida a dificuldade encontrada pela grande maioria sobre entendimentos básicos relativos à educação financeira habitual.

⁴ Portal UFJF Notícias; Portal Faculdade de Administração e Ciências Contábeis/UFJF. Acesso em 17 de agosto de 2018

Diante dessa “descoberta” e como forma de aprofundar mais sobre as causas e as consequências sobre déficit educacional existente em grande parte dos cidadãos que buscam auxílio para resolver seus problemas financeiros, o presente trabalho surgiu para que seja possível entender tal situação diante da complexidade dos meios financeiros existentes.

No atual cenário econômico brasileiro, não é difícil encontrarmos pessoas que reclamam da “falta” de dinheiro e do quão endividadas estão. Muitas vezes, esse problema não está atrelado à diferença entre o quanto a pessoa recebe e o quanto precisa gastar com serviços e produtos básicos para a sua sobrevivência. É observável que muitas famílias não possuem nenhum conhecimento sobre finanças, e assim, o controle do orçamento doméstico das mesmas acaba por não existir. A busca por auxílio financeiro vem crescendo como forma de fazer com que essas pessoas possam não só quitar suas dívidas, como se reorganizar financeiramente para que sejam capazes de “viver” bem e, se possível, com uma reserva em caso de emergências cruciais (METTE e MATOS, 2014).

Segundo dados de um levantamento realizado pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em todas as capitais do Brasil, 58% dos entrevistados admitiram que nunca ou raríssimas vezes se dedicaram a práticas de controle financeiro pessoal. Para piorar, 17% disseram recorrer ao cartão de crédito, cheque especial ou pedir dinheiro emprestado para fechar as contas do mês. Um dado interessante é que esse índice sobe para 24% entre os mais jovens.

Economizar não é uma tarefa fácil hoje em dia. As contas chegam sem parar e quando a pessoa se dá conta já foi todo o dinheiro do mês. Desse modo, a educação financeira surge como forma de ensinar e reeducar os cidadãos no que se refere a orçamento doméstico/familiar, dentre outros pontos.

Peretti⁵ (2007, p.01 *apud* Kruger, 2014, p. 10) observa que “saber gastar, ganhar, poupar, investir e saber doar é o fundamento da educação financeira, para que as pessoas possam ter melhor qualidade de vida”.

Usando como referência o artigo americano *Money Attitudes, CreditCard Use, and Compulsive Buying among American College Students* dos autores James A. Roberts e Eli Jones, onde foi-se estudado o comportamento relacionado ao uso do cartão de crédito e a compulsão por compras entre estudantes universitários, o presente trabalho busca evidenciar a

⁵ PERETTI, Luis Carlos. Educação financeira na escola e na família. 2 ed. Dois Vizinhos, PR. Impressul, 2007.

mesma pesquisa base, com algumas alterações, restringindo-se à população de Juiz de Fora – MG, que busca auxílio financeiro e um maior conhecimento sobre o tema.

Dívidas referentes a cartão de crédito se destacam ocupando grande parte do orçamento das famílias, sendo as mais difíceis de serem pagas, já que possuem juros altos. Muitos indivíduos, por não possuírem uma educação financeira de qualidade, acabam desconhecendo o risco de utilizá-los, uma vez que o entendimento sobre todos os pontos relacionados ao cartão de crédito e o sobre o seu lado positivo (vantagem) como uma ferramenta importante para compras, por muitas vezes não é muito bem estudado, levando a população à perda de controle dos gastos. Isso acaba gerando um efeito “bola de neve”, fazendo com que o indivíduo esteja sempre mais endividado e com cada vez menos capacidade de honrar seus compromissos (PEIC – PESQUISA NACIONAL DE ENDIVIDAMENTO E INADIMPLÊNCIA DO CONSUMIDOR).

Conforme Savoia, Saito e Santana (2007, p. 25) destacam:

[...] não há como negar que a educação financeira é fundamental na sociedade brasileira contemporânea, visto que influencia diretamente as decisões econômicas dos indivíduos e das famílias. Desse modo, torna-se extremamente necessário ampliar a visão sobre o assunto e discutir os paradigmas que surgem da inserção da educação financeira no contexto político.

Diante do exposto, o objetivo geral do trabalho é buscar entender como os indivíduos lidam com o uso do dinheiro e do cartão de crédito no seu cotidiano.

Como objetivos específicos, destacam-se:

- Estudar assuntos ligados à educação financeira e consumismo;
- Evidenciar as vantagens e desvantagens do uso do cartão de crédito, e o quanto seu uso impacta na compra compulsiva das pessoas;
- Qual a relação existente entre uso do cartão de crédito e a compulsão por compras;
- Formas de pagamento que os respondentes mais utilizam;
- Nível de escolaridade e de conhecimento sobre educação financeira;
- Conhecimento dos usuários sobre vantagens e desvantagens dos cartões de crédito e sobre os termos técnicos envolvidos;
- Qual o grau de conhecimento sobre educação financeira das pessoas que buscam auxílio financeiro;

Desse modo, o desenvolvimento do estudo está estruturado em quatro capítulos, além desta introdução. O primeiro, apresenta um estudo bibliográfico sobre o tema proposto,

utilizando para isso referências de autores e instituições conceituadas garantindo uma base qualificada para compreensão dos seguintes tópicos: Educação Financeira, Princípios e Recomendações sobre Educação Financeira, Setor Bancário Brasileiro em Números e o uso do cartão de crédito pelos brasileiros, e Comportamento do Consumidor; o segundo capítulo apresenta os aspectos metodológicos empregados no desenvolvimento do atual estudo; o terceiro capítulo evidencia os resultados e análise de pesquisa, descrevendo sobre os dados encontrados juntamente com a análise e comparativos entre as respostas. Por último, são apresentadas as considerações finais sobre o trabalho exposto, evidenciando ainda as limitações e possíveis trabalhos futuros a serem desenvolvidos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo, é apresentado um estudo bibliográfico a partir de autores e instituições conceituadas garantindo uma melhor compreensão do tema proposto, sendo apresentados e explicados os seguintes tópicos: Educação Financeira, Princípios e Recomendações sobre Educação Financeira, Setor Bancário Brasileiro em Números e o uso do cartão de crédito pelos brasileiros, e aspectos envolvendo o Comportamento do Consumidor.

2.1. Educação Financeira

A partir do Plano Real, ocorrido entre 1994 e 1995, a população brasileira com o tempo passou a adotar novas práticas financeiras que antes eram praticamente impossíveis de existir. O período anterior ao Plano Real foi marcado por fortes crises de inflação, o que gerava grande incerteza da população perante a economia da época. Com tais instabilidades políticas e econômicas, grande parte da população só pensava a curto prazo, na aquisição de produtos básicos para a “sobrevivência” com o dinheiro que possuíam. Hábitos como poupar ou investir eram pouco utilizados nesse período. Porém, a partir do Plano Real e com a consequente estabilização da nova moeda vigente, juntamente com a paridade ao dólar, é que se iniciou um possível pensamento pelos indivíduos de pensar no futuro, a médio e longo prazo, além de começarem a adquirir bens até então supérfluos em seu cotidiano atrelado à globalização (SAVOIA; SAITO e SANTANA, 2007).

Durante os anos 70, 80 e parte dos anos 90, a inflação era muito alta no Brasil. Os preços eram regularmente ajustados com base na inflação passada. Essa memória inflacionária faz com que os cidadãos consumam imediatamente, na expectativa de que os preços aumentarão rapidamente (ENEF, p. 2).

Com base nos dados da tabela 1 divulgados pelo IBGE, a partir da metade do ano de 1994 é que a inflação conseguiu ser finalmente controlada e desse momento em diante uma nova economia começou a surgir no Brasil. Hábitos da população começaram a mudar e o crescimento econômico tanto das empresas quanto dos cidadãos de modo geral foram se aperfeiçoando e amadurecendo.

Tabela 1- Evolução da taxa de inflação no Brasil no período de implantação do Plano Real

ÍNDICE NACIONAL DE PREÇOS AO CONSUMIDOR - IPCA								
VARIÇÃO GERAL E POR GRUPOS (%) - BRASIL								
								(continuação)
ANOS/MESES	GRUPOS GERAL	ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS	HABITAÇÃO	ARTIGOS DE VESTUÁRIO	TRANSPORTE E COMUNICAÇÃO	SAÚDE E CUID. PESSOAIS	DESPESAS PESSOAIS	
1994								
JANEIRO	41,31	46,80	33,59	37,38	35,74	39,79	40,44	46,64
FEVEREIRO	40,27	40,40	40,67	41,47	30,96	43,06	42,69	42,22
MARÇO	42,75	44,26	46,36	40,81	38,56	42,67	44,56	40,80
ABRIL	42,68	43,19	44,07	42,74	43,92	43,24	43,34	38,48
MAIO	44,03	40,21	43,00	44,98	46,55	46,24	46,18	45,67
JUNHO	47,43	52,15	41,39	45,29	47,52	47,20	47,08	44,13
JULHO	6,84	10,03	0,68	4,69	10,18	6,79	4,41	4,71
AGOSTO	1,86	1,45	6,75	3,04	0,24	1,38	0,67	1,65
SETEMBRO	1,53	0,13	7,04	0,94	2,09	1,22	0,26	1,75
OUTUBRO	2,62	4,79	4,27	2,50	2,81	0,43	0,17	1,20
NOVEMBRO	2,81	4,65	4,49	3,13	2,44	0,45	1,68	1,48
DEZEMBRO	1,71	0,96	3,21	2,58	3,29	0,01	1,60	2,62

Fonte: Adaptada IBGE

Apesar desse grande avanço e do novo panorama econômico conquistado no Brasil, grande parte da população brasileira ainda não possui o conhecimento adequado em finanças para poder usufruir, de fato, seu valor econômico no mercado. A educação financeira qualificada na sociedade ainda é muito restrita e pouco cultivada, se proliferando basicamente em cursos personalizados ou em cartilhas econômicas fornecidas quase que por unanimidade pelos grandes bancos aqui inseridos (SOUSA; TORRALVO, 2004).

No Brasil, é notório que as autoridades não cumprem o papel de capacitar a população adequadamente para as decisões financeiras que enfrentam. Uma das principais causas para o círculo vicioso de expansão e retração do crescimento da economia brasileira se deve ao fato da incapacidade do governo de poupar e estimular investimentos na economia. O que acontece é que, como o consumo das famílias por si só é incapaz de gerar empregos e elevação na economia, juntamente com o despreparo para dimensionar e preparar o seu orçamento familiar com inteligência e estratégia, os cidadãos acabam se socorrendo no crédito fácil existente no mercado, que uma vez não limitado, acaba gerando a inadimplência frente aos mesmos, que termina com a interrupção da oferta de crédito, e conseqüente retração da economia do país (SAVOIA; SAITO e SANTANA, 2007).

Nos tempos de hoje, não se pode limitar ao entendimento simples e básico do que vem a ser educação financeira na vida das pessoas. Os avanços tecnológicos e de mercado fizeram com que a definição de “cuidar das finanças” passasse a ter um sentido muito mais valioso e necessário ao bem estar dos indivíduos.

Esse sentido é esclarecido pela OCDE⁶ - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (2004) onde traz que a educação financeira:

Sempre foi importante aos consumidores, para auxiliá-los a orçar e gerir a sua renda, a poupar e investir, e a evitar que se tornem vítimas de fraudes. No entanto, sua crescente relevância nos últimos anos vem ocorrendo em decorrência do desenvolvimento dos mercados financeiros, e das mudanças demográficas, econômicas e políticas.

Segundo Jacob⁷ (2000 *apud* LUCCI *et al*, 2006, p. 4) Educação Financeira é definido separadamente. Primeiro, o termo “financeira” está aplicado na decisão monetária relacionada ao cotidiano das pessoas, como a utilização e destinação do dinheiro, seja por meio de cheque, cartões entre outros. Já o termo “Educação” em finanças, está relacionado com a habilidade que o indivíduo possui para interpretar dados financeiros, tendo como base conhecimento nos termos e procedimentos financeiros para tomar decisões acertadas quanto ao uso do dinheiro.

Conforme relata PREVIC⁸, Superintendência Nacional de Previdência Complementar, de acordo com a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) de 2005, 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.

É através da Educação Financeira que ocorre a formação de indivíduos críticos, capazes de conhecer os serviços financeiros disponíveis no mercado e aptos a gerir suas finanças pessoais, evitando a conduta de consumo exagerado e como consequência disso o endividamento pessoal. Possuindo tais características o indivíduo adquire uma postura proativa na busca de seu bem-estar.

De acordo com Lucci *et al* (2006), a educação financeira tem sua importância tanto no âmbito do bem-estar pessoal, quanto do bem-estar da sociedade. No primeiro caso, pelo fato de que decisões equivocadas podem comprometer futuramente nas finanças de jovens e

⁶ Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. Acesso em 15 de novembro de 2018

⁷ JACOB, Katy et al. *Tools for Survival: An Analysis of Financial Literacy Programs for Lower-income Families*. Chicago: Woodstock Institute, Jan/2000

⁸ Superintendência Nacional de Previdência Complementar. Acesso em 04 de fevereiro de 2019.

adultos, podendo prejudicar até a carreira profissional. No segundo caso, ao se pensar na sociedade, ou seja no campo externo, quando várias famílias despreparadas para lidar com o dinheiro sobrecarregam seu orçamento não conseguindo arcar com seus compromissos, o nível de inadimplência do país aumenta. Desse modo, torna-se necessário políticas públicas na área econômica para “frear” esse descontrole.

A educação para a vida financeira é importante, dentre outros motivos, porque o equilíbrio financeiro interfere diretamente em nossa qualidade de vida. Compreendendo e administrando nossas próprias finanças, por meio de planejamento de gastos e da programação de metas para compras e investimentos, alcançamos bons resultados e podemos evitar situações como endividamento, estresse, desentendimentos familiares, entre outros males (PROCON, p. 4).

Segundo Claudino, Nunes e Silva (p. 2) educação financeira compreende “a inteligência de ler e interpretar números e assim transformá-los em informação para elaborar um planejamento financeiro que garanta um consumo saudável e o futuro equilibrado nas finanças pessoais”.

A partir desse ponto, quando a educação é contraída e acima de tudo aperfeiçoada, os indivíduos começam a elaborar orçamentos compatíveis de acordo com suas capacidades financeiras, planejando seu futuro para possuir um nível adequado de renda, independente de qual seja. (CLAUDINO; NUNES; SILVA)

Conforme afirma Cerbassi⁹ (2004 *apud* CLAUDINO; NUNES; SILVA) controlar o que se ganha e o que se gasta é de extrema importância para o equilíbrio financeiro. O grande ponto da riqueza não é o quanto se ganha e sim a forma que se gasta. Mesmo uma renda baixa possibilita construir um padrão de vida digno e confortável, e ainda manter esse padrão no futuro, com inteligência e conhecimento. Do mesmo modo, a ineficiência da gestão do dinheiro que se recebe pode não garantir a sustentabilidade de um padrão de vida confortável para quem possui grandes rendas.

Como forma de buscar ampliar o nível de educação financeira dentre a população, o governo brasileiro criou em 2010 a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), adotando como referência o conceito de Educação Financeira disseminado pela OCDE (adaptando à realidade brasileira), conforme se destaca a seguir:

O processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão dos conceitos e dos produtos financeiros, de maneira que, com informação, formação e orientação claras, adquiram os valores e as competências necessárias para se tornarem conscientes das oportunidades e dos riscos neles envolvidos e, então, façam escolhas bem informados, saibam onde procurar ajuda,

⁹ CERBASSI, G. Casais Inteligentes Enriquecem Juntos. São Paulo: Gente, 2004.

adotem outras ações que melhorem o seu bem-estar, contribuindo, assim, de modo consistente para formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro (ENEF Brasil p. 3).

Com base no Decreto 7.397 de 22 de Dezembro de 2010:

Art. 1º Fica 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.

A ENEF tem como objetivo principal ministrar e apoiar ações que ajudem a população a tomar decisões financeiras mais independentes e conscientes, aumentando a eficiência e solidez do sistema financeiro e contribuindo com o fortalecimento da cidadania como um todo. (Infográfico ENEF – Diretrizes e Objetivos, 2010)

Segundo dados da Pesquisa Nacional de Educação Financeira, foram confirmados que o nível de educação financeira da população brasileira é baixo. Não há um mínimo de preparo e precaução das famílias na hora que o assunto é planejamento financeiro, e isso faz com que as dívidas apareçam rapidamente (conforme se destaca logo abaixo).

[...] A educação financeira é baixa: as pessoas não planejam seus gastos no longo prazo, demoram para se preparar financeiramente para a aposentadoria, não estão completamente cientes dos riscos e dos instrumentos para a sua proteção, têm dificuldades em tomar decisões a respeito de empréstimos e investimentos, e são vulneráveis a fraudes (ENEF – Implementando a Estratégia Nacional de Educação Financeira, p. 2).

2.1.1. Princípios e Recomendações de Educação Financeira

A questão da educação financeira entre os indivíduos tornou-se preocupação crescente em vários países, o que acabou gerando um aprofundamento sobre o tema, uma vez que é inegável a importância do desenvolvimento de ações educativas e eficazes para o funcionamento das finanças comportamentais. (SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007)

Mudanças tecnológicas, econômicas e regulatórias tornaram os serviços financeiros mais complexos e ao mesmo tempo poderosos para as decisões financeiras. Porém, o acompanhamento dessas mudanças no sentido de elevar a capacidade de conhecimento dos cidadãos não foi se desenvolvendo na mesma sintonia, o que leva a produção de efeitos negativos ao que de fato se espera. (SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007)

O objetivo principal das finanças pessoais se rodeia pelo estudo e conhecimento das condições de financiamento de bens e serviços adquiridos que satisfazem os desejos e necessidades individuais. Numa sociedade monetizada e baseada em trocas, cada indivíduo

(ou família) necessita realizar uma determinada quantidade de compras/aquisições para satisfazer suas necessidades diárias. (PIRES, 2007)

Conforme relata Valdemir (2007, p.15 e 16) o objetivo das finanças pessoais é assegurar que:

- “As despesas do indivíduo (ou família) sejam sustentadas por recursos obtidos de fontes sobre as quais tenha controle, de modo a garantir a independência de recursos de terceiros, que têm custo e às vezes estão indisponíveis quando mais se precisa deles;
- As despesas sejam distribuídas proporcionalmente às receitas ao longo do tempo (em outras palavras, que haja adequada combinação entre consumo e poupança);
- Sendo inevitável a utilização de recursos de terceiros, que sejam tomados ao menor custo e pelo menor tempo possíveis;
- As metas pessoais possam ser atingidas mediante a compatibilização entre o querer (necessidades e, principalmente, desejos) e o poder (capacidade de compra): ou aumenta-se o poder ou se reduz o querer, o que requer decisões e ações planejadas;
- O patrimônio pessoal cresça ao máximo, ampliando a independência financeira e a necessidade de trabalhar para terceiros ou tomar recursos emprestados para finalidades de consumo.”

Como tentativa de melhorar o entendimento das pessoas sobre produtos financeiros e seus derivados, a OCDE criou o *Financial Education Project* com o intuito de estudar e analisar a educação financeira existente nos países membros e não-membros selecionados, e propor programas de melhoria para os mesmos, com desenvolvimento de técnicas e recomendações práticas para sua implementação. (Projeto de Educação Financeira da OCDE: Antecedentes e Implementação)

Após pesquisas realizadas juntamente com outros estudos, motivou-se a elaboração de uma cartilha com recomendações e princípios sobre Educação Financeira, enumerados no quadro a seguir.

Figura 1 - Princípios e Recomendações de Educação Financeira - OCDE

Princípios e recomendações de educação financeira - OCDE	
1 -	A educação deve ser promovida de uma forma justa e sem viés, ou seja, o desenvolvimento das competências financeiras dos indivíduos precisa ser embasado em informações e instruções apropriadas, livres de interesse particular.
2 -	Os programas de educação financeira devem focar as prioridades de cada país, isto é, se adaptarem à realidade nacional, podendo incluir, em seu conteúdo, aspectos básicos de um planejamento financeiro, como as decisões de poupança, de endividamento, de contratação de seguros, bem como conceitos elementares de avaliar a situação de seus planos de pensão, necessitando agir apropriadamente para defender seus interesses.
3 -	O processo de educação financeira deve ser considerado, pelos órgãos administrativos e legais de um país, como um instrumento para o crescimento e a estabilidade econômica, sendo necessário que se busque complementar o papel exercido pela regulamentação do sistema financeiro e pelas leis de proteção ao consumidor.
4 -	O envolvimento das instituições financeiras no processo de educação financeira deve ser estimulado, de tal forma que a adotem como parte integrante de suas práticas de relacionamento com seus clientes, provendo informações financeiras que estimulem a compreensão de suas decisões, principalmente nos negócios de longo prazo e naqueles que comprometam expressivamente a renda atual e futura de seus consumidores.
5 -	A educação financeira deve ser um processo contínuo, acompanhando a evolução dos mercados e a crescente complexidade das informações que os caracterizam.
6 -	Por meio da mídia, devem ser veiculadas campanhas nacionais de estímulo à compreensão dos indivíduos quanto à necessidade de buscarem a capacitação financeira, bem como o conhecimento dos riscos envolvidos nas suas decisões. Além disso, precisam ser criados sites específicos, oferecendo informações gratuitas e de utilidade pública.
7 -	A educação financeira deve começar na escola. É recomendável que as pessoas se insiram no processo precocemente.
8 -	As instituições financeiras devem ser incentivadas a certificar que os clientes leiam e compreendam todas as informações disponibilizadas, especificamente quando forem relacionadas aos negócios de longo prazo ou aos serviços financeiros com consequências relevantes.
9 -	Os programas de educação financeira devem focar, particularmente, aspectos importantes do planejamento financeiro pessoal, como a poupança e a aposentadoria, o endividamento e a contratação de seguros.
10 -	Os programas devem ser orientados para a construção da competência financeira, adequando-se a grupos específicos, e devem ser elaborados da forma mais personalizada possível.

Fonte: Adaptado SAVOIA; SAITO; SANTANA - OCDE

Com base nesses dez princípios e recomendações sobre educação financeira promovida pela OCDE, percebemos um cuidado e estímulo para que todos os indivíduos possam ter um maior conhecimento (principalmente começando nas escolas, desde a fase infantil) e acima de tudo qualidade sobre o tema para um melhor desenvolvimento econômico-social. Os princípios buscam fornecer para a população educação de forma justa e sem a interferência de "terceiros", no sentido de que não haja benefícios para nenhum lado empresarial. A necessidade de ensinamentos sobre aspectos básicos para um planejamento financeiro de qualidade, permitindo auxiliar nas decisões de investimento e endividamento, para desse modo, promover não só o conhecimento mas o crescimento econômico de cada país, já é desde 2005 uma preocupação consistente na OCDE.

Segundo Lucci *et al* (2006, p. 6) as decisões de consumo e poupança são influenciadas por diversos fatores, sendo alguns deles:

- “Nível de conhecimento sobre educação financeira: trata-se de conhecimentos básicos como liquidez de ativos, valor do dinheiro no tempo, efeito da incidência de juros compostos, custo de financiamento, fluxo de caixa, orçamento e risco;
- Atitude dos indivíduos em relação às decisões financeiras: trata-se das reações dos indivíduos em sua vida prática. Esta variável tem por objetivo avaliar se há outros fatores que influenciam as decisões de consumo e poupança; ou seja, se apesar dos conhecimentos em finanças, os indivíduos tomam decisões não necessariamente eficientes.
- Complementarmente, busca-se conhecer o perfil socioeconômico dos respondentes (o entendimento da situação financeira não só do pesquisado, como também de sua família, além do nível de educação de seus pais). O mapeamento do perfil pode ajudar a complementar a explicação sobre as atitudes e também sobre o próprio nível de educação financeira dos indivíduos”

2.2. Setor Bancário Brasileiro em Números e Uso do Cartão de Crédito pelos Brasileiros

Com o objetivo de apresentar o setor bancário brasileiro e evidenciar a crescente complexidade do setor financeiro e de seus produtos, passa-se, a partir deste ponto, a uma apresentação de dados que caracterizam este setor em nosso país.

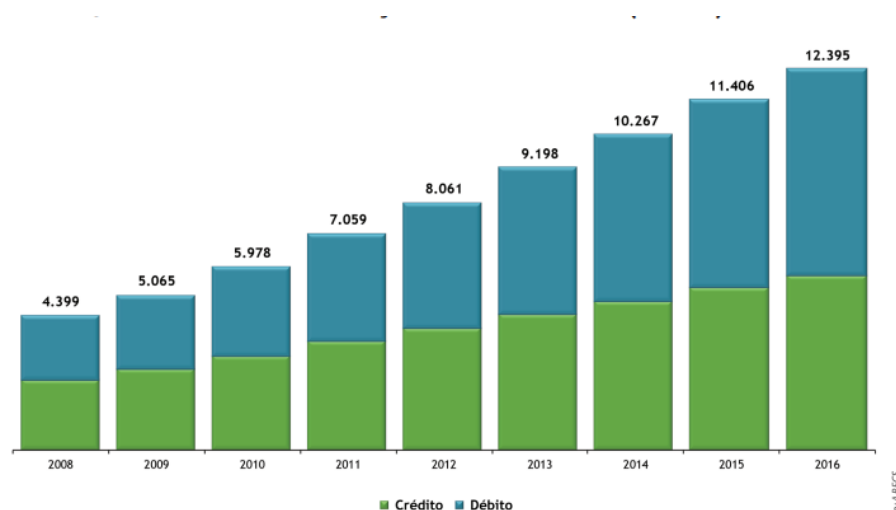
De acordo com a FEBRABAN, em 2016, os bancos de maior expressão e movimentação no cenário brasileiro foram: Banco do Brasil, Itaú Unibanco, Caixa Econômica Federal, Bradesco e Santander, como podemos observar na tabela 2 (Os 10 Maiores Bancos no Brasil – Dezembro de 2016).

Tabela 2 - Os 10 Maiores Bancos no Brasil(R\$ mi)

10 Maiores Bancos	Ativo Total (R\$ M)	Depósito Total (R\$ M)	PL (R\$ M)	LL (R\$ M)*	Basileia	ROE	ROA	Qtd. de Agências
BB	1.436.765	447.949	77.040	6.650	18	8,6%	0,5%	5.460
ITAU	1.331.841	369.390	129.935	19.486	19,0	15,0%	1,5%	3.494
CAIXA ECONOMICA FEDERAL	1.256.172	513.098	27.180	3.421	13,5	12,6%	0,3%	3.412
BRDESCO	1.081.375	235.821	101.221	13.663	15,4	13,5%	1,3%	5.335
SANTANDER	705.061	146.963	60.009	6.205	16,3	10,3%	0,9%	2.763
SAFRA	148.391	12.589	9.508	1.736	15,4	18,3%	1,2%	114
BTG PACTUAL	131.993	10.894	17.678	2.794	21,5	15,8%	2,1%	13
VOTORANTIM	103.005	4.578	8.426	463	15,0	5,5%	0,4%	95
CITIBANK	72.024	19.374	8.411	1.193	16,5	14,2%	1,7%	134
BANRISUL	68.235	42.783	6.441	540	16,9	8,4%	0,8%	539
Total 10 maiores	6.334.863	1.803.439	445.849	56.151	17,2	12,6%	0,9%	21.359
Sistema Bancário Nacional	7.009.784	1.995.174	521.904	62.301	17,2	11,9%	0,9%	22.899
<i>Representatividade</i>	90%	90%	85%	90%				93%

Fonte: Febraban 2016

Ainda de acordo com a Febraban (2016), as transações envolvendo cartões tanto de Crédito quanto de Débito alcançaram um número ainda maior se comparado a anos anteriores, chegando a 12 bilhões e 395 milhões transações totais, com um volume maior para as transações envolvendo as operações de débitos, conforme observa-se no Gráfico 1 (Quantidade de Transações com Cartões).

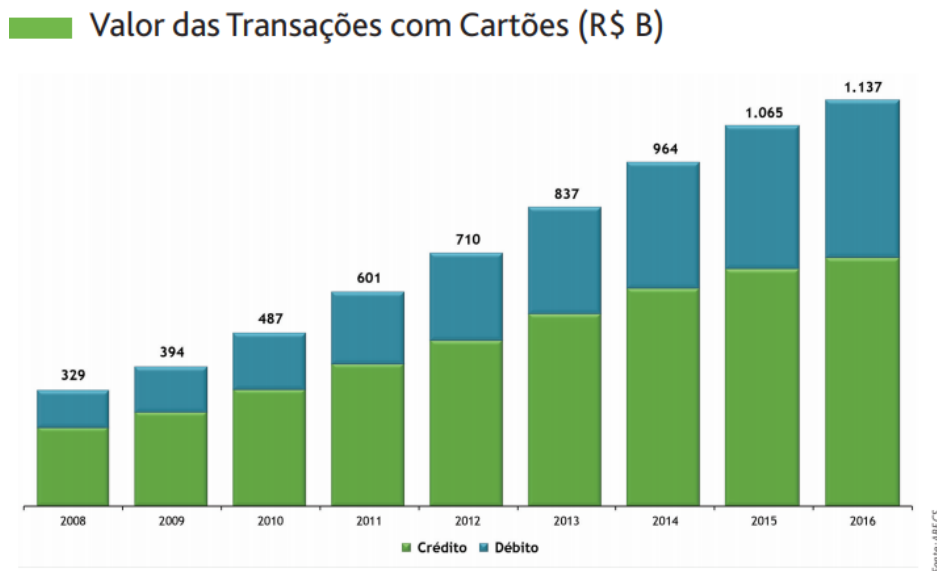
Gráfico 1- Quantidade de Transações com Cartões 2016 (Em M)

Fonte: Febraban 2016

Porém, o inverso ocorre quando se trata de valores em reais envolvendo os mesmos. A crescente se mantém, chegando ao valor de 1 trilhão e 137 bilhões de reais transacionados durante o ano de 2016, mas com uma participação superior de operações de Crédito quando comparadas ao Débito, expresso no Gráfico 2 - Valor das Transações com Cartões. Essas informações nos fornecem como base confirmatórias de que os gastos envolvendo operações

no crédito são a maioria absoluta no mercado brasileiro, uma vez que a população, de maneira geral, acaba por adquirir bens e serviços de modo “financiado” pelos cartões.

Gráfico 2 - Valor das Transações com Cartões 2016 (R\$ B)



Fonte: Febraban 2016

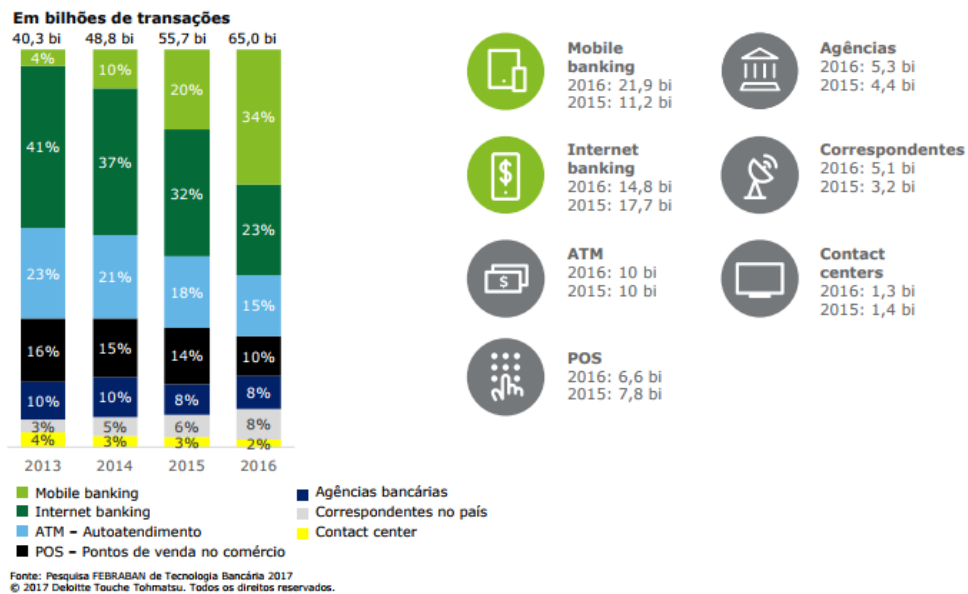
Atrelado à crescente dos cartões de crédito, não se pode deixar de relacionar esse fato à diversificação e "facilidades" que o mundo digital fornece. A Deloitte, tomando como base dados da Pesquisa de Tecnologia Bancária de 2017 da Febraban, trouxe como informação em seu estudo a rápida e flexível inserção dos canais móveis, internet banking e mobile banking, que foram as bases para impulsionar as transações bancárias. (FEBRABAN¹⁰, 2017)

Na Figura 1, pode-se observar o avanço rápido e significativo principalmente do mobile banking em um curto período de tempo, que fez não só com que os postos de autoatendimento (TAM) e agências bancárias diminuíssem, como também para o seu próprio “aliado” o internet banking. As transações envolvendo o mobile banking praticamente dobraram em 1 ano.

Essa mudança de cultura bancária apesar de gerar aos bancos um maior investimento em TI e segurança computacional, aplicativos e softwares, traz em contrapartida, uma economia com pessoal e grandes pontos físicos nos centros das cidades, gerando lucros ainda maiores aos bancos.

¹⁰ Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2017- Ano Base 2016

Figura 2 - Canais de Atendimento envolvendo Transações Bancárias



Fonte: - Pesquisa Tecnologia Bancaria FEBRABAN 2017

Segundo relatório da ABECS, Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços, em divulgação ao 12º Congresso de Meios Eletrônicos de Pagamento, em 2017 o valor total de transações envolvendo cartão de crédito ultrapassou a casa dos 842 bilhões de reais, seguido pelo cartão de débito, 508 bilhões de reais e cartão pré-pago, 6,6 bilhões de reais, que somados ultrapassam 1 trilhão e 360 milhões de reais e correspondem a 32,6% de participação no consumo das famílias. Esses valores ultrapassaram pela primeira vez a quantia de saques em dinheiro e cheques compensados como forma de pagamento preferido dos brasileiros.

O estudo ainda traz como ponto interessante a frequência com que o cartão é usado pelo brasileiro, em que 96% usam o cartão de crédito pelo menos uma vez por mês, 55% usam pelo menos 1 dia por semana, e 58% usam o parcelado lojista todo mês. (ABECS. 2017)

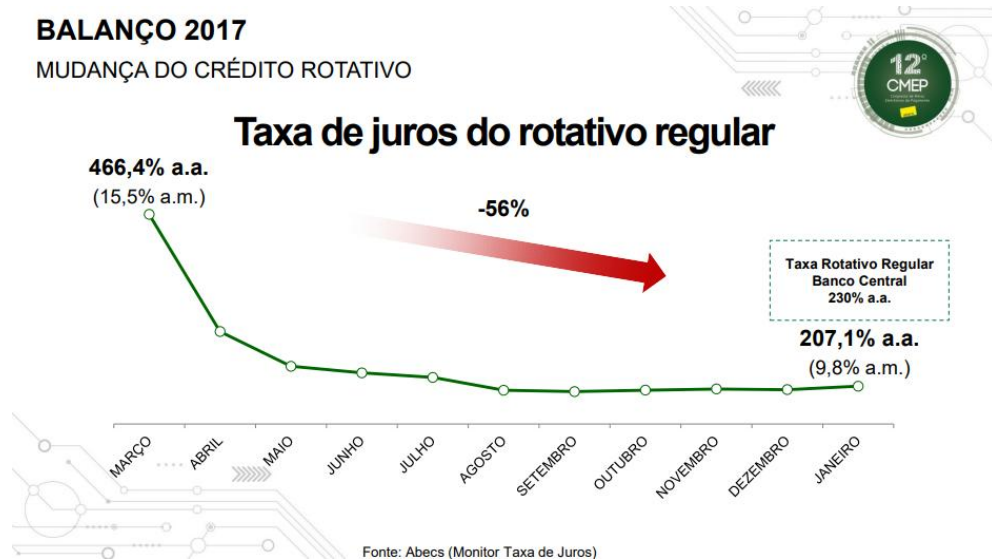
Nas compras online, 80% dos usuários usam o cartão de crédito como forma de pagamento, chegando a movimentar cerca de 167,6 bilhões de reais, o que representa 20% do total transacionado pelo cartão de crédito. (ABECS, 2017)

Mesmo com as novas regras do Banco Central a partir de Abril de 2017¹¹, que buscavam diminuir o “poder” que as instituições financeiras detinham sobre seus clientes mediante cobranças de juros do rotativo, o poderio e abuso continuaram existindo, uma vez

¹¹ Resolução 4.549 de 26 de Janeiro de 2017

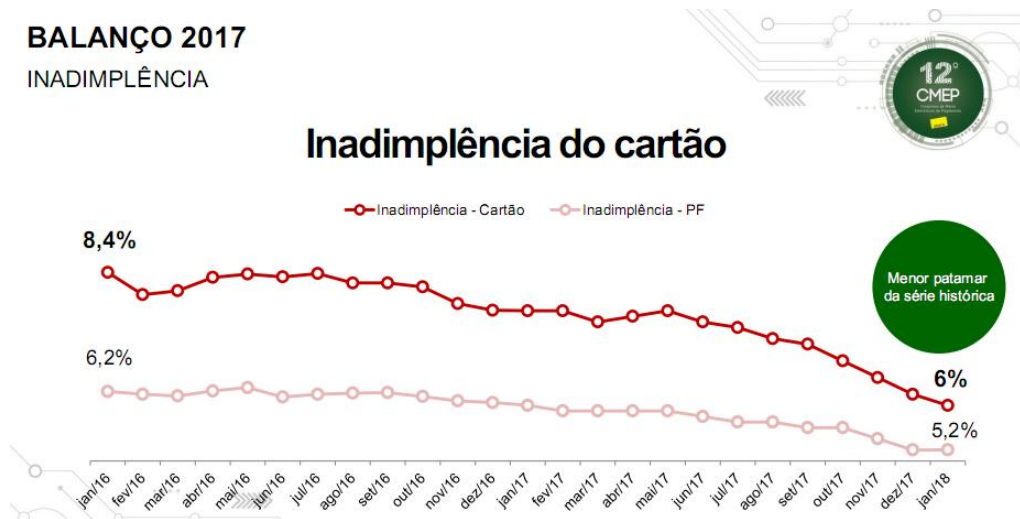
que mesmo com a redução das taxas, as mesmas continuaram altas, não ajudando muito na hora da negociação/quitação das dívidas existentes. Este fato acabou ocasionando numa queda da inadimplência, mas não no patamar desejado, conforme demonstrado nos gráficos 3 e 4 a seguir.

Gráfico 3- Queda taxa de Juros Rotativo Regular



Fonte: ABECS - 12º Congresso de Meios Eletrônicos de Pagamento

Gráfico 4 - Queda taxa de Inadimplência do cartão



Fonte: ABECS - 12º Congresso de Meios Eletrônicos de Pagamento

Com relação ao pagamento da última fatura do cartão, segundo pesquisa da Abecs Datafolha, em dezembro de 2017, 88% disseram ter pago o valor integral, 5% pagaram um valor entre o mínimo e o total, 4% pagaram uma parte e parcelaram o restante, 1% parcelou tudo, e também 1% disse não ter pago nada. (ABECS, 2017)

Segundo define Mette e Matos (2014, p. 3)

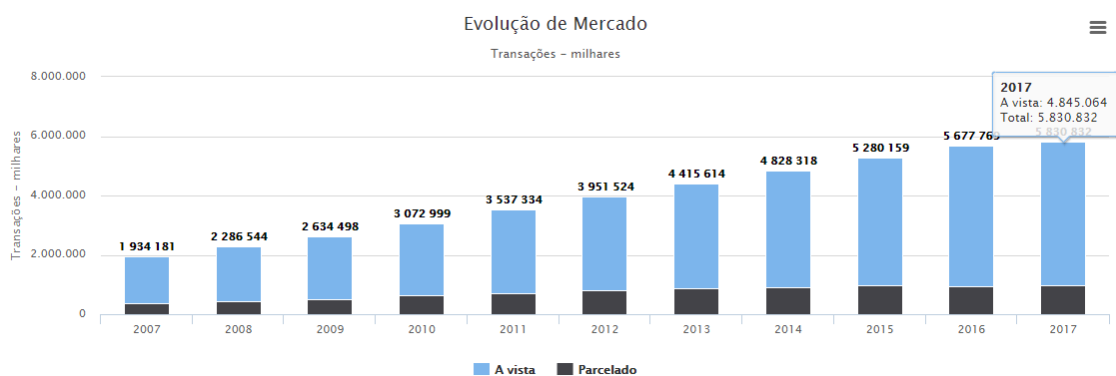
O crédito representa o adiantamento de uma determinada quantia monetária para aquisição de bens/serviços, ou simplesmente para geração de capital de giro, e que geram uma obrigação ou compromisso futuro de devolução; já o endividamento representa o atraso no pagamento da prestação destes créditos já concedidos, ou seja, a pessoa não cumpre com a obrigação de devolver a quantia que lhe foi emprestada.

Dentre as vantagens de se utilizar o cartão de crédito, destacam-se a segurança e praticidade/agilidade (uma vez que a pessoa pode abrir mão de andar com dinheiro em espécie), além da possibilidade de parcelamento das compras sem juros e prazo de pagamento mais longo. Em contrapartida pode-se afirmar a possibilidade de perda de controle nos gastos, junto com a cobrança de anuidades caras na maioria dos casos e os juros altos cobrados em possíveis atrasos são os principais vilões para os possuidores de cartão de crédito. (ABECS¹², 2013)

A ABECS (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços), utiliza o monitor ABECS para obter os números de transações e valores transacionados com cartões tanto na modalidade crédito quanto débito, das principais bandeiras como American Express, Diners, Elo, MasterCard, Visa e Hiper, entre outras(função crédito) e acesso direto a contas bancárias (corrente, poupança, etc.) apresentando gráficos e históricos de gastos no Brasil. (ABECS – Indicadores e Gráficos, 2018)

Como é possível observar no gráfico 5, durante o ano de 2017 o Brasil teve ao todo, 5.830.832.000 (cinco bilhões, oitocentos e trinta milhões e oitocentos e trinta e dois mil) em transações financeiras durante o ano. Desse total, 83,09% (4.845.064.000) correspondem a transações à vista e 16,91% (985.768.000) a transações parceladas.

Gráfico 5 - Evolução Mercado em transações (milhares)

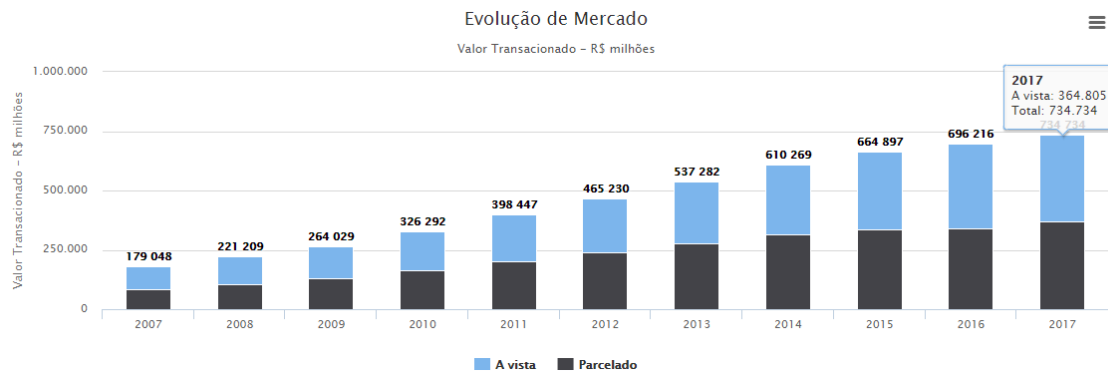


Fonte: ABECS – Indicadores e Gráficos

¹² Pesquisa ABECS Datafolha - Mercado de Meios Eletrônicos Pagamentos, 2013

Já se tratando de valores, as transações à vista corresponderam a um montante de R\$364.805.000.000,00 (49,65% do total) e as transações com parcelamentos chegaram a R\$369.929.000.000,00 (50,35% do total), conforme gráfico 6.

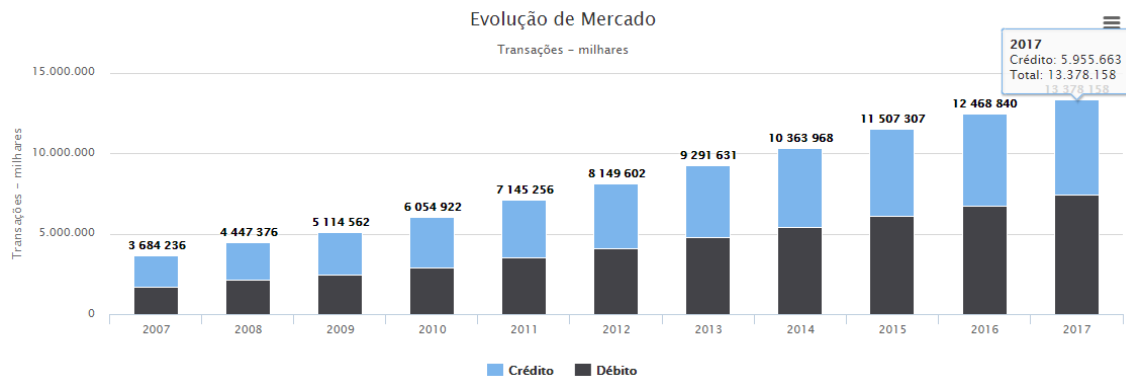
Gráfico 6 - Evolução do Mercado em Valor Transacionado (R\$ mi)



Fonte: ABECS – Indicadores e Gráficos

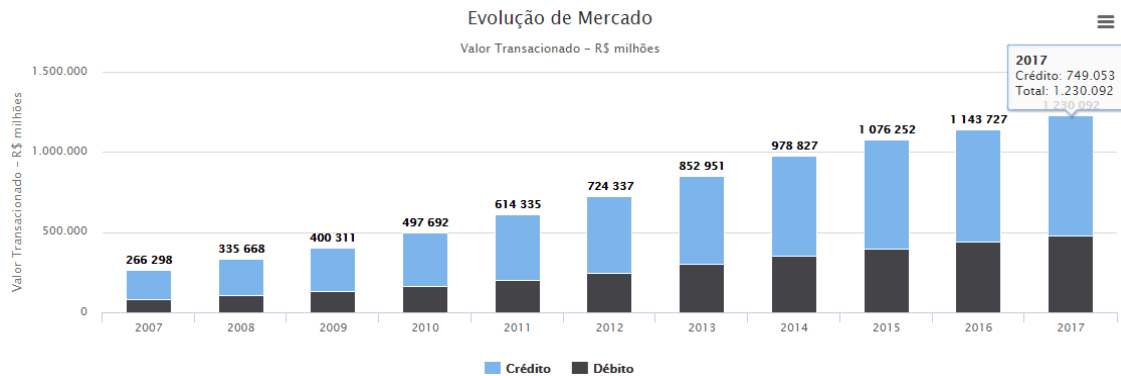
Quando assunto trata exclusivamente de transações envolvendo a função crédito e débito, o monitor destaca que quanto ao volume de transações, a função débito é mais utilizada pelos consumidores, porém ao comparar mediante valores transacionados nas operações, a função crédito é muito superior, sendo uma explicação possível e muito provável o fato de aquisições de maior valor serem parceladas e postergadas a longo prazo, função essa disponível na modalidade crédito.

No que tange ao número de transações, tem-se que em 2017, do total de 13.378.158.000 (treze bilhões, trezentos e setenta e oito milhões, cento e cinquenta e oito mil), 5.955.663 (cinco bilhões, novecentos e cinquenta e cinco milhões, seiscentos e sessenta e três mil) foram destinadas a utilização na modalidade crédito, o que equivale a 44,52%. Enquanto que no débito esse valor foi de 7.422.495.000 (sete bilhões, quatrocentos e vinte e dois milhões, quatrocentos e noventa e cinco mil) equivalente a 55,48% do total, conforme demonstra o gráfico 7.

Gráfico 7 - Evolução Mercado em transações (Crédito e Débito) (milhares)

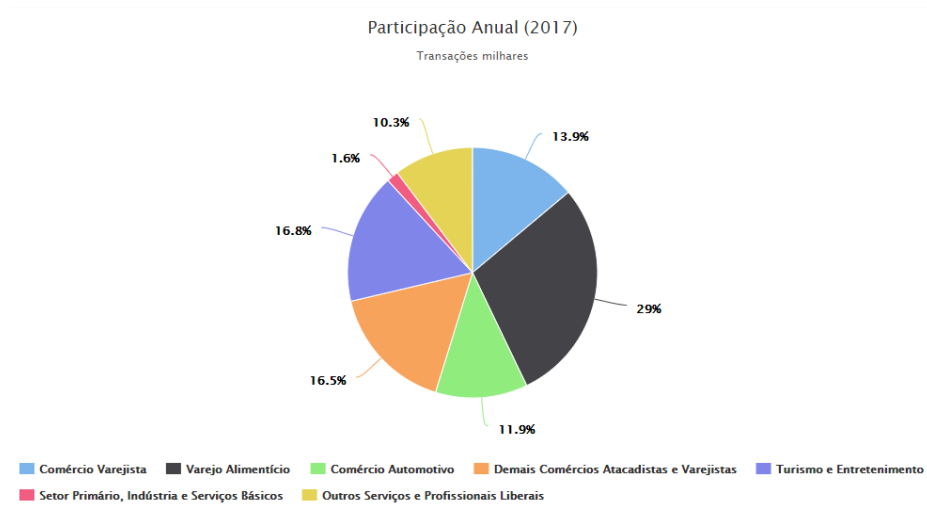
Fonte: ABECS – Indicadores e Gráficos

Já em relação a valores transacionados, em 2017 os brasileiros gastaram R\$749.053.000.000,00 (setecentos e quarenta e nove bilhões e cinquenta e três milhões de reais) na função crédito (60,89%), de um total de R\$1.230.092.000.000,00 (um trilhão, duzentos e trinta bilhões e noventa e dois milhões de reais). Já na função débito esse valor foi de R\$481.039.000.000,00 (quatrocentos e oitenta e um bilhões e trinta e nove milhões de reais), correspondendo a (39,11%), conforme gráfico 8.

Gráfico 8 - Evolução Mercado (Crédito e Débito) em Valor Transacionado (R\$ mi)

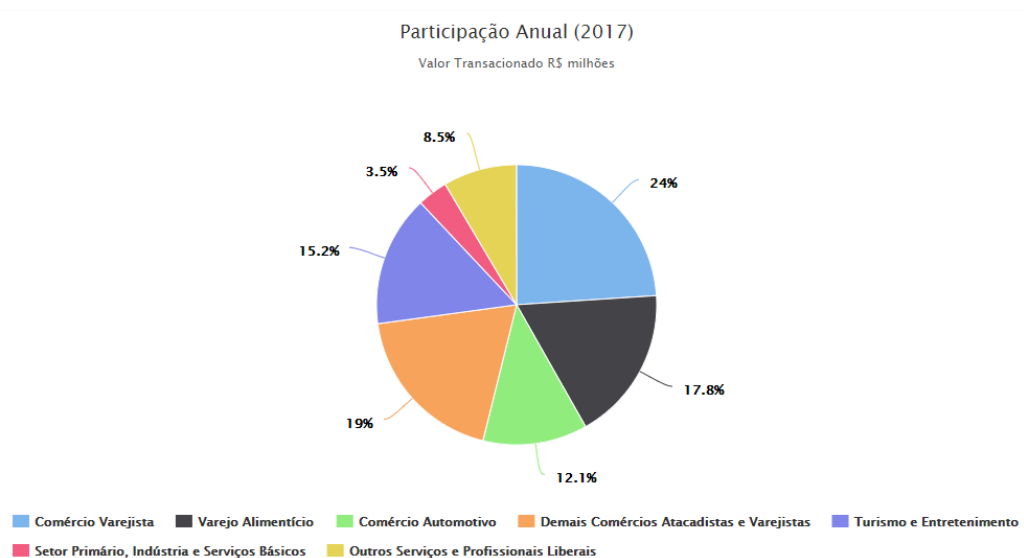
Fonte: ABECS – Indicadores e Gráficos

Com relação ao ramo de atividade e os valores envolvidos, de acordo com o gráfico 9, durante o ano de 2017 o setor de maior utilização pelos brasileiros foi o Varejo Alimentício, com o equivalente a 1.688.701.000 transações durante o ano. Seguidos por Turismo e Entretenimento (981.293.000); Demais Comércio Atacadista e Varejista (964.574.000) e Comércio Varejista com 811.408.000.

Gráfico 9 - Participação Anual por Ramo de Atividade em transações

Fonte: ABECS – Indicadores e Gráficos

Já com relação a valores anuais, durante o ano de 2017, o setor de maior gasto dos brasileiros foi o Comércio Varejista, com R\$ 176.120.000.000,00; seguidos por Demais Comércio Atacadista e Varejista (R\$139.353.000.000,00); Varejo Alimentício (R\$131.094.000.000,00) e Turismo e Entretenimento com R\$111.380.000.000,00, conforme demonstrado no gráfico 10.

Gráfico 10 - Participação Anual por Ramo de Atividade em valores transacionados (R\$ mi)

Fonte: ABECS – Indicadores e Gráficos

Isso mostra que, basicamente, os setores que possuem maior volume de transações, são os que também possuem os maiores valores agregados, obtendo uma proporção relativamente “estável” entre os setores. A força econômica impulsionada pelo uso cada vez

maior do cartão de crédito e débito se mostra bem relevante com base nos dados obtidos e divulgados acima.

Ao tratarmos das contas que ocupam maior parte do orçamento das famílias brasileiras em geral, as dívidas com cartão de crédito estão na liderança, sendo também as mais difíceis de serem pagas, devido aos altos juros cobrados. Arelado a esse ponto, temos a perda do controle dos gastos, com pagamentos menores do que o valor total das faturas e até a busca por novos cartões e empréstimos como forma de “solucionar” um problema em curto prazo. Esses procedimentos acabam gerando um efeito cascata, com o aumento cada vez maior da dívida e a consequente diminuição no poder de pagamento/ quitação da mesma.

Segundo Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e evidenciada na tabela 3, em Maio de 2018 59,1% das famílias brasileiras se encontravam em situação de endividamento, dentre os quais, 75,7% disseram possuir dívidas com cartão de crédito, o maior vilão entre as contas. Desse total, 9,9% já declararam não terem condições de saldar todos os débitos, continuando inadimplentes. Com relação a renda salarial, as famílias que ganham até 10 salários mínimos, o percentual de endividadas chegou a 60,7% em maio 2018. Já para as famílias com renda superior a 10 salários mínimos, o percentual de endividadas chegou a 51,5% no mesmo período, o que deixa claro que o termo "endividamento" não ocorre somente em uma parcela específica da população.

Tabela 3 - Percentual das famílias com Dívidas

Síntese dos resultados (% em relação ao total de famílias)			
	Total de endividados	Dívidas ou contas em atraso	Não terão condições de pagar
Maio de 2017	60,7%	25,5%	10,1%
Abril de 2018	60,2%	25,0%	10,3%
Maio de 2018	59,1%	24,2%	9,9%

Fonte: Pesquisa CNC – Endividamento e Inadimplência do Consumidor

Dentre os níveis de endividamento, conforme tabela 4, 13,4% se declararam muito endividadas, 22,4% mais ou menos endividadas, e 23,2% pouco endividadas. Os demais, 40,9% disseram não saber ou não possuir dívidas desse tipo. De maneira geral, ambos os

níveis de endividamento caíram em relação a períodos passados, porém ainda continuam bem elevados para a população brasileira.

Tabela 4 - Nível de Endividamento

Nível de endividamento (% em relação ao total de famílias)			
Categoria	Maio de 2017	Abril de 2018	Maio de 2018
Muito endividado	14,3%	14,2%	13,4%
Mais ou menos endividado	23,1%	22,6%	22,4%
Pouco endividado	23,4%	23,4%	23,2%
Não tem dívidas desse tipo	39,1%	39,6%	40,7%
Não sabe	0,1%	0,1%	0,2%
Não respondeu	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: Pesquisa CNC – Endividamento e Inadimplência do Consumidor

O tempo médio de comprometimento com dívidas dessas famílias foi de 7,1 meses, 24,5% delas comprometidas com dívida de até 3 meses, e 32,5% comprometidas acima de 1 ano. Já com relação a valores, a parcela média da renda comprometida com as dívidas chegou a 29,3%, sendo que 19,5% afirmaram ter mais da metade da sua renda mensal destinada para amortizar dívidas. (CNC¹³, 2018)

Ao tratar sobre os tipos de dívidas que as compõe, o cartão de crédito lidera com 75,7% do total das dívidas, sendo bem próxima a diferença entre famílias que recebem mais de 10 salários mínimos (72%) e as que recebem até 10 salários mínimos (76,7%), conforme tabela 5. (CNC, 2018)

¹³ Pesquisa CNC – Endividamento e Inadimplência do Consumidor – Maio 2018

Tabela 5 - Tipos de Dívidas dos Brasileiros Entrevistados

Tipo de dívida (% de famílias)			
Maio de 2018			
Tipo	Total	Renda familiar mensal	
		Até 10 SM	+ de 10 SM
Cartão de crédito	75,7%	76,7%	72,0%
Cheque especial	6,0%	5,1%	9,2%
Cheque pré-datado	1,1%	0,8%	1,9%
Crédito consignado	5,4%	5,0%	6,7%
Crédito pessoal	10,2%	9,7%	12,5%
Carnês	16,3%	17,5%	10,4%
Financiamento de carro	11,1%	8,9%	21,1%
Financiamento de casa	8,5%	6,7%	16,7%
Outras dívidas	3,0%	3,4%	1,5%
Não sabe	0,2%	0,2%	0,1%
Não respondeu	0,1%	0,1%	0,0%

Fonte: Pesquisa CNC – Endividamento e Inadimplência do Consumidor

Apesar do grande avanço no fornecimento e uso do cartão de crédito no Brasil, os Bancos estão começando a inverter essa lógica de pensamento e hábito. Essa mudança ocorre principalmente pela questão da inadimplência envolvida para uma parcela da população, que os bancos estão chamando de clientes de maior risco. Conforme traz a reportagem do Jornal O Estado de São Paulo, somente nos 4 primeiros meses de 2017, os bancos do Brasil e Itaú retiraram de circulação mais de 1,2 milhões de cartões. Apesar de outras instituições não fornecerem seus números, como Santander e Bradesco, a queda também é dada como certa internamente. (NAKAGAWA, 2017)

2.3. Comportamento Consumidor

Sendo essa uma pesquisa que possui o intuito de medir o comportamento dos usuários de cartão de crédito com relação ao conhecimento sobre finanças, inclusive com a procura pelo curso de educação financeira oferecido pelo PROCON/JF, julgou-se importante fazer algumas considerações sobre o comportamento do consumidor e teorias que envolvem esse assunto.

Nesta seção serão abordados definições e conceitos sobre comportamento do consumidor e algumas de suas características, bem como a escala desenvolvida por Yamauchi e Templer (1982) para identificar o comportamento do consumidor com o dinheiro e os fatores que os afetam.

2.3.1. Conceitos e Características

O comportamento do consumidor é um tema que possui amplos estudos e contribuições importantes e relevantes em diversas áreas de conhecimento, passando desde as ciências sociais até o marketing econômico.

Para Hawkins e Mothersbaugh (2018), entender o comportamento do consumidor envolve um processo complexo e multidimensional, uma vez que as decisões do consumidor envolvem várias etapas e sofrem influências de uma série de fatores, sejam eles culturais, demográficos ou de estilo de vida.

O campo do comportamento do consumidor envolve o estudo de indivíduos, grupos ou organizações e o processo que eles usam para selecionar, obter, usar e dispor de produtos, serviços, experiências ou ideias para satisfazer necessidades e o impacto que esses processos tem sobre o consumidor e a sociedade (HAWKINS e MOTHERSBAUGH, 2018).

Limeira (2008) aborda que, devido à complexidade do processo de consumo, o tema "Comportamento do Consumidor" seja estudado sob um formato multidisciplinar, de modo que integre as diversas contribuições das ciências que de alguma forma estudam o comportamento humano.

Para a autora LIMEIRA (2008), comportamento do consumidor nada mais é que um conjunto de reações dos indivíduos a determinados estímulos, decorrentes de fatores pessoais (estado fisiológico/psicológico, traços de personalidade do indivíduo como emoções ou crenças); fatores ambientais (de natureza cultural/social, como opiniões de membros de família até decisões política econômica); fatores situacionais (condições circunstanciais e momentâneas, como disponibilidade de tempo); e fatores de marketing (decisões sobre o produto, preço, promoção, ou seja, o que está sob controle da empresa)

É interessante observar que compra compulsiva não se equivale a consumo compulsivo ou compra impulsiva, uma vez que possuem significados diferentes.

Compra compulsiva se refere ao fato da compra de produtos que a pessoa não tem condições de pagar e que talvez nunca use, seja por ser uma quantidade exagerada, ou pelo

fato de que nunca vai precisar daquilo. Ou seja, na Compra Compulsiva o indivíduo está disposto a comprar mais do que pode pagar e da sua real necessidade para satisfazê-lo. É definido como um tipo de comportamento incontrolável e estressante, causando dificuldades financeiras e sociais. (OLIVEIRA, 2004)

Já no consumo compulsivo (compra impulsiva), não se refere simplesmente ao ato de gastar descontroladamente de modo geral, mas sim sobre uma determinada classe de produtos, onde o indivíduo tende a gastar/usar de forma descontrolada um determinado produto ou serviço, mas não resulta de consequência negativa, é o consumidor comprar espontaneamente, sem reflexão, de forma imediata. (OLIVEIRA, 2004; VELOSO, 2009)

Conforme Rook e Fisher¹⁴(1995 *apud* OLIVEIRA, 2004, p. 91) a compra impulsiva se caracteriza como a tendência de compra do consumidor sem reflexão, “estimulado pela proximidade física do objeto desejado, dominado pela atração emocional e absorvido pela promessa de gratificação imediata”.

Segundo Veloso (2009, p. 23) “existe diferença entre a compra por impulso e compra por compulsão. A compra impulsiva é estimulada através do trabalho de marketing, sendo benéfica e normal, ao contrário da compra compulsiva que é patológica.”

Com isso, é possível relacionar que o comprador compulsivo possui tendência a graves reações de ansiedade e obsessão. O prazer pelo ato de comprar é mais importante que o objeto em si, ocorrendo a acumulação de produtos que não são necessários de serem consumidos. (VELOSO, 2009)

Edwards¹⁵ (1993 *apud* OLIVEIRA, 2004), sugere que o comportamento sobre compra compulsiva pode ser manifestado em diferentes níveis de intensidade, e que essa caracterização de comportamento se baseia em uma escala partindo do nível normal até atingir o nível de compulsividade.

Como mostra na figura 2 - Classificação da compulsividade no comportamento de compra - sobre os níveis de comportamento, se inicia no cliente normal (não compulsivo), passando pelo aumento nos níveis de compulsividade, como o cliente que busca lazer e

¹⁴ ROOK, D.; FISHER, R. Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, v. 22, p.305-313, Dec 1995.

¹⁵ EDWARDS, E. Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial Counseling and Planning*, v. 4, p. 67-84, 1993

recreação na atividade de compra e depois ao intermediário (limite do compulsivo clássico) até chegar ao “comportamento doentio”, os famosos gastadores viciados.

Figura 3 - Classificação de Compulsividade segundo Edwards



Fonte: Compra Compulsiva e a Influência do Cartão de Crédito. 2004

Segundo Valence, D’Astous e Fortier¹⁶ (1988 *apud* OLIVEIRA, 2004) há quatro tipos patológicos de comprador: o reativo (emocional), que dá importância ao simbolismo do produto, apresentando motivos emocionais e compensatórios; o impulsivo, que é provocado pelo desejo espontâneo e inesperado de comprar o que for; o fanático, que tem o interesse voltado para um único produto específico (exemplos de hedonismo e colecionador); e por último o descontrolado, que utiliza o ato de comprar como forma de reduzir sua ansiedade e receios.

Muitas teorias sobre relação de comportamento e consumo afirmam como entendimento que os consumidores compulsivos existentes tendem a desenvolver essas características como forma de “compensar” uma frustração ou decepção.

Isso se relaciona com o que Faber e Christenson (1996) descrevem ao sugerir que “o comportamento de compra compulsiva é usado como uma resposta compensatória a uma frustração ou depressão, na tentativa de se administrar o humor e superar a infelicidade”. Os compradores compulsivos demonstram alegria e excitação no momento da compra, procurando substituir um estado de espírito negativo.

Dessa forma, situações negativas como raiva, solidão, irritação, ou qualquer outra forma de tristeza, acabam gerando aumento de disposição à compra dos compradores descontrolados, uma vez que a atividade de compra é associada a emoções positivas, onde o indivíduo se sente “empoderado”, superior e relaxado ao praticar o ato de comprar. (OLIVEIRA, 2004)

É interessante observarmos que as decisões de compra de um consumidor, como o que gosta de vestir ou onde gosta de se divertir, são muito influenciadas por quem vive ao seu redor e possui um contato frequente, como uma estudante e seus colegas universitários, onde

¹⁶ VALENCE, G.; D’ASTOUS, A.; FORTIER, L. Compulsive buying concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, v.11, p. 419-433, 1988

recomendações sobre usar ou não um produto tem uma importância muito maior do que um comercial, seja na tv ou em revistas, hoje em dia. (SOLOMON, 2011)

Uma vez que: “o consumidor pode pagar um preço elevado, em forma de rejeição do grupo ou de constrangimento, quando não se adapta à concepção de seus pares quanto ao que é bom ou ruim, ao que está 'dentro' ou 'fora' de questão.” (SOLOMON, 2011, p. 6)

Segundo Solomon (2011), o crescimento dos meios de comunicação digital criaram milhares de comunidades de consumo online, de modo que os integrantes desse meio compartilham recomendações e pontos de vista de diversos produtos e serviços, dessa forma, laços são formados entre esses integrantes de tal maneira que acaba-se resultando em uma “pressão” para que o consumidor compre produtos que o restante aprove ou divulgue, correndo o risco de se sentir rejeitado ou fracassado caso não siga os passos dos demais.

Isso leva ao desencadeamento de todo um processo que culmina com a possibilidade do participante desse grupo de mercado desenvolver transtornos psicológicos, como o transtorno compulsivo por compras, dentre outros.

De acordo com SOLOMON (2011, p. 6) Comportamento do Consumidor: “É o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazerem necessidades e desejos.”

Os produtos têm papéis muito mais transcendentais em nossas vidas do que de fato o que ele pode nos realizar. Essa lógica serve como reflexão para como o poder das marcas predomina em relação à real necessidade do produto, ou seja, qual a sua finalidade. Quando conseguimos alocar todos os fatores equivalentes, tendemos a escolher a marca que mais nos define, ou seja, que é mais coerente com nossas necessidades subjacentes. É a tal da fidelidade. (SOLOMON, 2011)

“Muitas vezes as pessoas compram produtos não pelo que eles fazem, mas pelo que eles significam.” (SOLOMON, 2011, p.16)

Mowen (2003, p. 3) descreve que o comportamento do consumidor se relaciona com “o estudo das unidades compradoras e dos processos de troca envolvidos na aquisição, no consumo e na disposição de mercadorias, serviços, experiências e ideias.” Ao utilizar o termo “processos de troca” na frase dita acima, Mowen se refere à troca/transferências de recursos entre as partes envolvidas, sendo um elemento fundamental do comportamento dos

consumidores, uma vez que afeta não só questões financeiras, como também sentimentos, informações e status, podendo ocorrer entre empresas, entre empresas e os consumidores, e entre os próprios consumidores.

No processo de troca acima relatado, torna-se interessante observarmos 3 aspectos que o seguem, sendo eles, a fase de aquisição, onde ocorrem as análises dos fatores que influenciam as escolhas do consumidor quanto a compra; a fase de consumo, nada mais é que a análise da maneira como os consumidores utilizam de verdade o produto ou serviço e qual a experiência que ele obteve com esse consumo; e por fim a fase de disposição, uma vez que o consumidor cansa de um produto/serviço busca entender o que ele faz com isso, se encarregando do nível de satisfação dos consumidores. (MOWEN, 2003)

O comportamento do consumidor está muito ligado à teoria do impulso. Para Solomon (2011, p. 18) “A teoria do impulso se concentra nas necessidades biológicas que produzem estados desagradáveis de excitação”

Com isso, somos motivados inconscientemente a reduzir essa tensão provocada por essa excitação, uma vez que esse é um mecanismo básico que rege nosso comportamento humano. Dessa forma, ao reduzir esse impulso mediante um ato, tendemos a repeti-lo sempre que o mesmo acontecer.

2.3.2 Escala de Comportamento com Dinheiro

Yamauchi e Templer (1982) tiveram como foco o desenvolvimento de um instrumento que fosse capaz de medir as atitudes e comportamentos com o dinheiro e os fatores que porventura os afetam. Dessa forma, surgiu a Escala de Comportamento com o Dinheiro, no termo original Money Attitude Scale (MAS). Para que fosse possível a identificação dessa escala, os autores elaboraram primeiramente sessenta e dois itens tomando como base os aspectos da literatura psicológica, que estavam divididos em cinco dimensões, a saber: Poder/Prestígio, Tempo de retenção, Desconfiança, Qualidade e Ansiedade.

Conceituando três amplas áreas de conhecimento dos aspectos psicológicos do dinheiro:

- Prestígio de poder, referente a aspectos de status, superioridade e importância;
- Retenção, que diz respeito ao colecionismo, com traços obsessivos de personalidade; e

- Segurança, relacionando ao conforto, otimismo, confiança, e também a insatisfação, insegurança e pessimismo.

Para análise os sessenta e dois itens foram avaliados utilizando uma escala do tipo Likert de sete pontos, alternando de sempre a nunca como pontos finais, aplicados a trezentos voluntários das cidades de Los Angeles e Fresno.

Após análise dos resultados, Yamauchi e Templer (1982) chegaram as dimensões de atitude com dinheiro e os itens que as compõe formando a escala final.

O primeiro fator, Poder/Prestígio, compreende nove itens que apontam que o dinheiro é usado para "impressionar e influenciar os outros, como um símbolo de sucesso". Um indivíduo com alta pontuação nesse fator é visto como uma pessoa que busca status e reconhecimento, utilizando o dinheiro para "comprar" status, dominação, ao invés de roupas ou comidas.

Durante análise dos resultados os autores verificaram que os itens que correspondiam ao fator Qualidade correspondiam ao mesmo fator Poder/Prestígio, dessa forma, o fator Qualidade foi eliminado.

Figura 4 - Fator Poder-Prestígio

Poder/Prestígio
Embora devesse julgar as pessoas pelos seus atos, sou mais influenciado pela quantidade de dinheiro que possuem.
As pessoas dizem que dou muita importância para o dinheiro de uma pessoa como sinal de sucesso.
Eu uso dinheiro para influenciar as pessoas a fazerem coisas por mim.
Demonstro mais respeito por pessoas com mais dinheiro que eu.
Acredito que o dinheiro é o maior símbolo do sucesso.
Compro coisas que sei que vão impressionar os outros.
Tenho coisas legais para impressionar os outros.
Me orgulho, vanglorio do que o dinheiro faz.
Tento descobrir se as pessoas ganham mais do que eu.

Fonte: Adaptado Yamauchi e Templer (1982)

O segundo fator compõe sete itens e é denominado de Retenção-tempo. Esse fator está diretamente ligado a situações que envolvem planejamento. Um indivíduo com alta pontuação nesse quesito possui uma meta de segurança no futuro. Seus comportamentos levam a um planejamento financeiro para a vida.

Figura 5 - Fator Retenção/Tempo

Retenção
Faço planos financeiros para o futuro.
Coloco dinheiro de lado em uma base regular para o futuro.
Guardo dinheiro agora para me preparar para a velhice.
Eu acompanho minhas finanças.
Eu sigo um orçamento financeiro cuidadoso.
Tenho dinheiro guardado para o risco de uma crise econômica.

Fonte: Adaptado Yamauchi e Templer (1982)

O terceiro fator conta com sete itens, sendo definido como Desconfiança. Também compreendida como Sensibilidade aos preços. Uma pontuação elevada nesse fator descreve uma pessoa com atitudes suspeitas e duvidosas com relação ao dinheiro, ou seja, possui uma alta sensibilidade com relação aos preços, principalmente na hora de gastar.

Figura 6 - Fator Sensibilidade ao Preço (Desconfiança)

Sensibilidade ao Preço (Desconfiança)
Quando faço grandes compras, desconfio que posso estar sendo passado pra trás.
Quando compro alguma coisa, reclamo do preço que paguei.
Eu discuto ou reclamo sobre o preço das coisas que compro.
Eu hesito ao gastar dinheiro, mesmo quando necessário.
Depois de comprar alguma coisa, me pergunto se poderia ter comprado por um preço menor em outro lugar.
Fico chateado quando descubro que poderia ter comprado alguma coisa por um preço menor em outro lugar.

Fonte: Adaptado Yamauchi e Templer (1982)

O fator 4 compreende seis itens, e foi chamado de Ansiedade. Como resposta a esse fator, temos que uma pessoa com pontuação alta vê o dinheiro como uma fonte de proteção contra a ansiedade. Dessa forma, a compulsão por compras é vista como uma alternativa para conter a ansiedade.

Figura 7 - Fator Ansiedade

Ansiedade
Mostro sinais de nervosismo quando não possuo dinheiro suficiente.
Tenho comportamentos preocupantes quando se trata de dinheiro.
Me preocupo em não estar seguro financeiramente.
Gasto dinheiro para me sentir melhor.
Fico chateado quando perco uma promoção.
É difícil para mim perder uma promoção.
Eu digo automaticamente "Não posso pagar isso", independente de poder ou não.

Fonte: Adaptado Yamauchi e Templer (1982)

Assim como relatado anteriormente, é fácil observar que há uma relação positiva entre a compulsão por compras e a ansiedade do indivíduo. O ato de gastar e comprar é visto como forma de aliviar a tensão e o *stress*.

3. METODOLOGIA

Neste capítulo serão descritos os métodos utilizados para a obtenção dos resultados, com a apresentação do tipo de pesquisa, o universo e a seleção da amostra, como foi realizada a coleta de dados e a forma que foi realizado o tratamento e análise dos dados e as limitações do método.

O seguinte trabalho apresenta-se como uma pesquisa quantitativa e exploratória uma vez que foi desenvolvida com a coleta de dados e respostas dos entrevistados, utilizando instrumentos estatísticos como questionários.

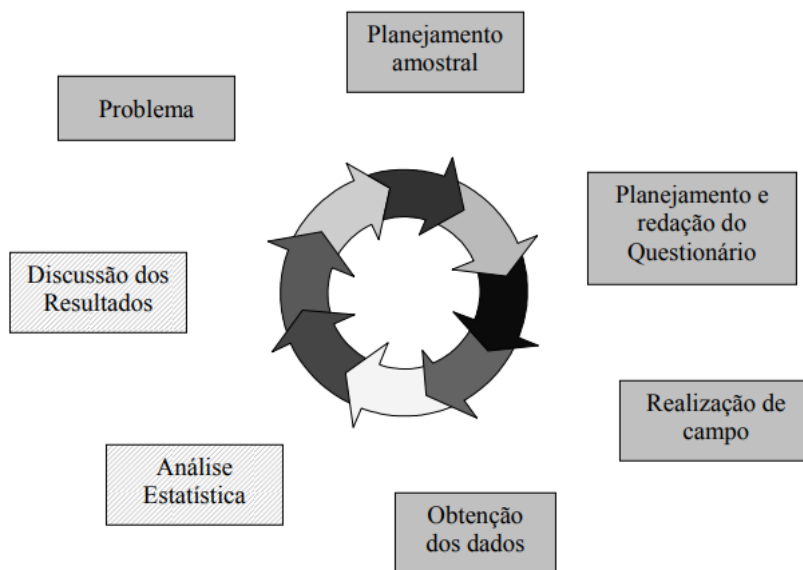
De acordo com Antonio Manzato e Adriana Santos (p.7):

Os métodos de pesquisa quantitativa, de modo geral, são utilizados quando se quer medir opiniões, reações, sensações, hábitos e atitudes etc. de um universo (público-alvo) através de uma amostra que o represente de forma estatisticamente comprovada. Isto não quer dizer que ela não possa ter indicadores qualitativos. Desde que o estudo permita, isso sempre é possível.

Na pesquisa quantitativa, ocorre a chamada circularidade do método científico. Nesse propósito de abordagem estatística na pesquisa quantitativa existe um planejamento pré-definido dos passos a seguir até a conclusão do problema encontrado.

Conforme figura abaixo esse planejamento passa pelo surgimento do problema, planejamento amostral, planejamento e redação do questionário, realização do campo, obtenção dos dados, análise estatísticas e discussão dos resultados.

Figura 8 - A abordagem estatística na pesquisa quantitativa



Fonte: Manzato e Santos

O trabalho foi iniciado com a análise e contextualização dos principais pontos que envolvem o tema educação financeira no Brasil, abordando o panorama bancário brasileiro, o uso de cartão de crédito pelos brasileiros, vantagens e desvantagens do seu uso, paradigmas da educação financeira no Brasil e no Mundo, comportamento do consumidor, compradores compulsivos e compras compulsivas.

O questionário foi dividido em quatro partes de análise. A parte inicial apresenta o perfil geral dos entrevistados, com informações para entender quem seria esse entrevistado, como idade, sexo, nível de escolaridade, fonte de renda e quantas pessoas dependiam financeiramente dele. Na segunda etapa do questionário, foram abordadas questões envolvendo o tema educação financeira como forma de entender qual seria o grau de conhecimento dessas pessoas e o que elas buscavam no curso. Na etapa seguinte foram relacionadas perguntas envolvendo tanto o fator de utilização de cartão de crédito pelos alunos do curso de educação financeira do PROCON/JF e o comportamento dos mesmos na questão do consumismo.

Para finalidade dessa pesquisa, optou-se por aplicá-la no curso de Educação Financeira oferecido de forma gratuita pelo PROCON/JF (Programa de Proteção e Defesa do Consumidor de Juiz de Fora) na cidade de Juiz de Fora – MG - Brasil, como forma de buscar nos alunos ali presentes qual seria o grau de conhecimento em educação financeira dos mesmos, e entender como eles lidam com certas situações econômicas rotineiras (como cartão de crédito) que acabam levando muito desses indivíduos ao endividamento.

Com o propósito de conseguir o maior número de alunos possível sem atrapalhar o horário disponibilizado para o curso, o questionário foi aplicado com uma antecedência de 15 minutos antes do início, com tolerância de mais 15 minutos seguintes, sendo previamente combinado com o professor responsável por ministrar as aulas. A amostra conta com 35 questionários respondidos e validados dentre 60 possíveis.

A coleta de dados para essa pesquisa foi feita de forma estruturada e aplicada pessoalmente, tendo ocorrido nos dias 1º e 2 de Abril de 2019. O questionário conta com 40 questões (ver anexo), com assuntos que abordam dados gerais do entrevistado, perfil familiar, conceitos de finanças pessoais e decisões de consumo, além de questões envolvendo o comportamento do consumidor e situações específicas com cartão de crédito.

O tratamento desses dados será de natureza quantitativa, utilizando técnicas de análise como a distribuição de frequência e o cruzamento de informações, como forma de interpretar os resultados obtidos.

A tabulação dos dados e a geração dos gráficos e tabelas foram realizadas utilizando os softwares IBM SPSS Statistics e o Microsoft Office Excel.

Como limitações dos dados, é preciso levar em consideração a possibilidade dos questionados responderem sem embasamento, ou seja, sem realmente prestar atenção, ou então responderem de forma falsa alguma questão.

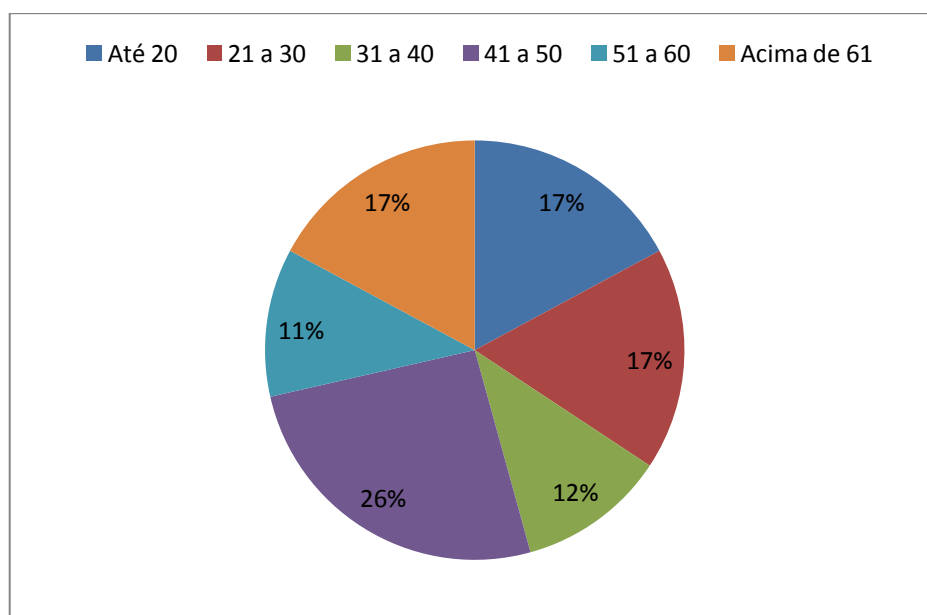
4. RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados os principais resultados e análises da pesquisa realizada. Primeiramente será apresentado o perfil básico dos entrevistados, em seguida uma análise mais teórica e conceitual sobre os pontos tratados neste trabalho, como educação financeira, consumismo e relacionamento dos entrevistados com o cartão de crédito. Por fim serão feitos alguns cruzamentos mais relevantes entre os questionamentos abordados.

4.1. Análises Individuais

A pesquisa obteve um total de trinta e cinco questionários respondidos, sendo que desse total 80% são mulheres e 20% homens. Com relação à idade, dentre as opções de grupos dispostas, se tornou um dos quesitos mais equilibrado e diversificado, sendo composto por 25,71% da amostra na faixa de 41 a 50 anos e o restante dividido entre os demais subgrupos etários, conforme gráfico 11 e mostrando que a busca por educação financeira não é "exclusiva" de uma única faixa etária.

Gráfico 11- Idade

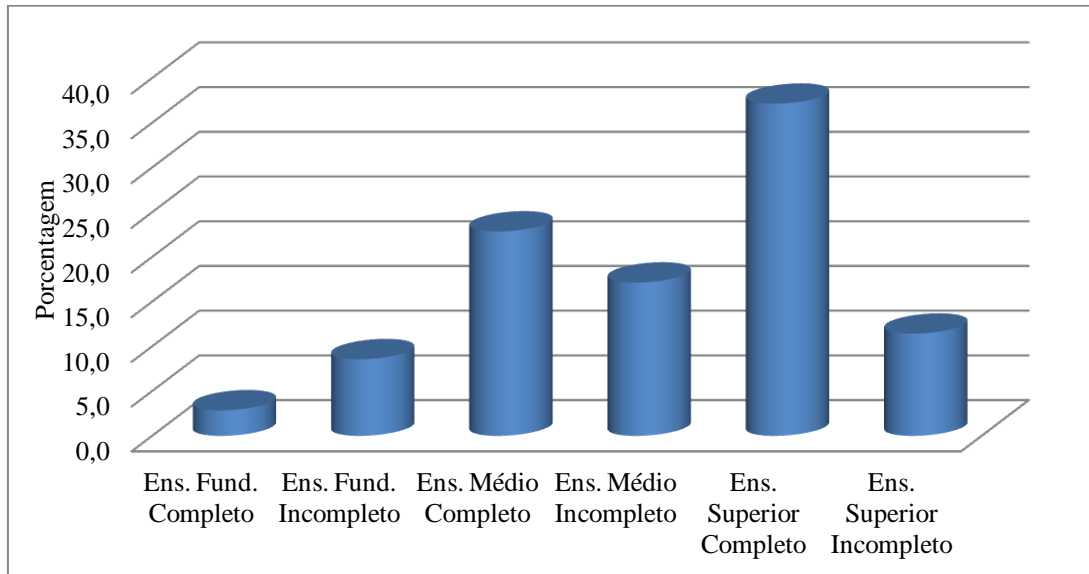


Fonte: Elaborado pelo autor

Já com relação ao estado civil, 42,9% disseram serem casados, 45,7% solteiros, e 11,4% são separados ou divorciados.

Quanto à escolaridade, conforme consta no gráfico 12, 37,1% concluíram o ensino superior, 22,9% disseram ter até o ensino médio completo, e do restante, 17,1% iniciaram mas não terminaram o ensino médio. Do total geral de escolaridade, 20% estudaram integralmente em instituições privadas, 5,7% em instituições particulares com bolsa, e 74,3% em instituições públicas.

Gráfico 12 - Nível de Escolaridade

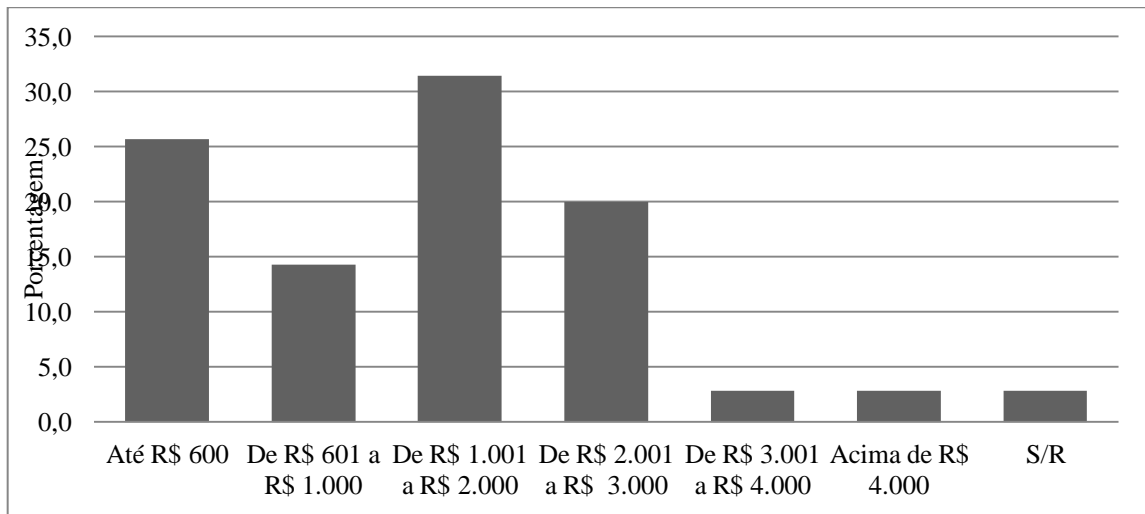


Fonte: Elaborado pelo autor

No quesito sobre a principal fonte de renda dos entrevistados, 37,1% disseram vir do emprego formal em que ocupam, 22,9% de aposentadorias, e 14,3% referente a pró-labores de suas empresas. Os 25,7% restantes declararam ter outra forma de rendimento por meio de estágios, bolsas, entre outros.

Atrelado ao questionamento acima, foi perguntado aos entrevistados também, qual seria a remuneração mensal (em reais) que melhor se encaixaria no cenário atual em que está e, além disso, quantas pessoas dependem hoje financeiramente dessa remuneração.

De acordo com o gráfico 13, 31,4% dos entrevistados disseram receber entre R\$1.001,00 e R\$2.000,00. 25,7% até R\$600,00, 20% recebem entre R\$2.001,00 e R\$3.000,00, 14,3% entre R\$600,00 e R\$1.000,00, e apenas 2,9% acima de R\$4.000,00, 2,9% entre R\$3.001,00 e R\$4.000,00. 2,8% não quiseram responder essa pergunta.

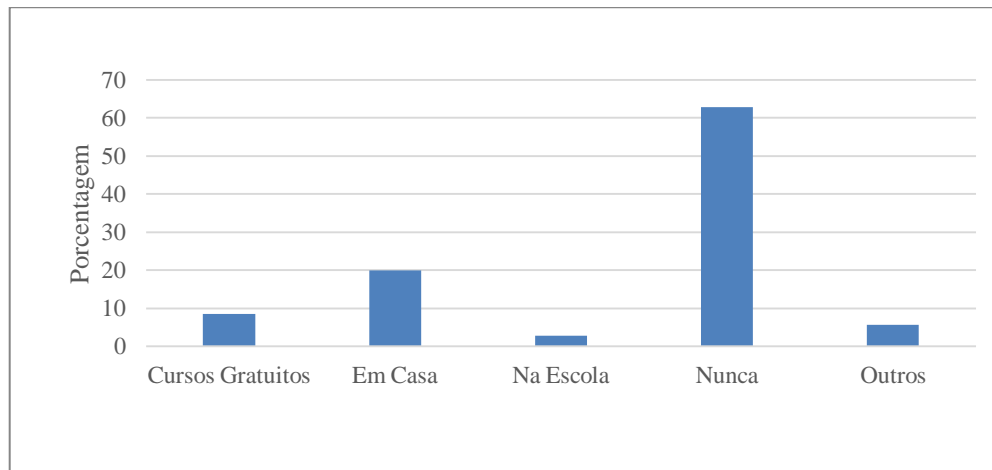
Gráfico 13 - Remuneração mensal atualmente

Fonte: Elaborado pelo autor

Já se tratando do número de pessoas que dependem financeiramente dessas remunerações, 51,4% disseram que só ela própria, 25,7% ela e mais uma pessoa, 11,4% três pessoas no total, 2,9% disseram que sua remuneração é para sustentar ela e mais três pessoas, enquanto que 5,7% disseram necessitar do seu recebimento para ela e mais quatro pessoas. 2,9% não quiseram responder.

Deste ponto em diante serão abordados questões mais teóricas e específicas sobre o tema trazido em pauta neste trabalho, entraremos em assuntos mais técnicos, começando pelo conhecimento inicial dos entrevistados sobre educação financeira.

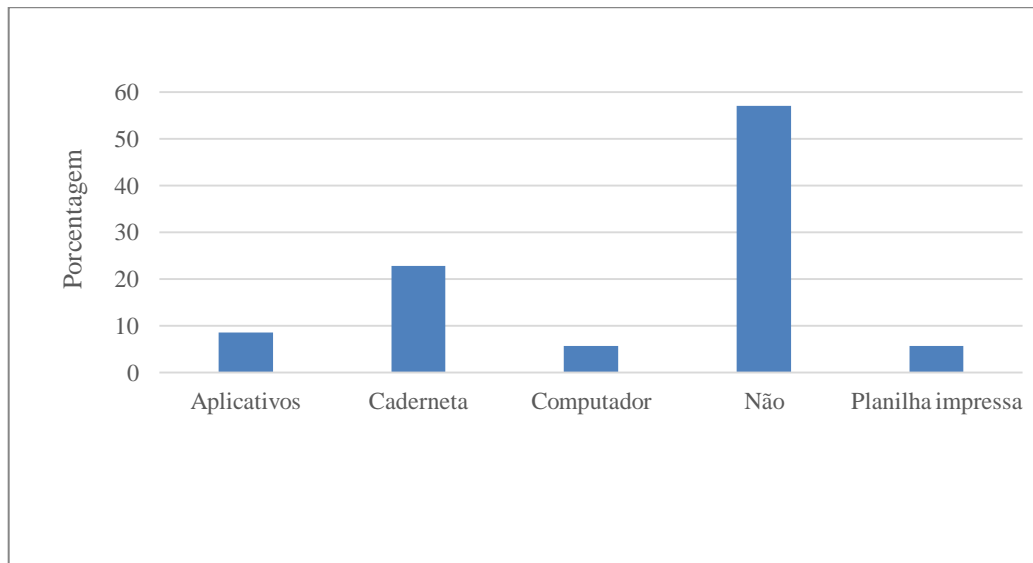
Ao perguntar aos alunos participantes se os mesmos já tinham recebido ensinamentos sobre educação financeira em outro ambiente que não aquele, 62,9% disseram nunca terem recebido nem no dia a dia, 20% disseram ter recebido algum tipo de educação financeira em casa, 8,6% em cursos gratuitos, 2,9% na escola, e 5,7% em outros ambientes não citados, conforme pode ser percebido pelo gráfico 14.

Gráfico 14 - Ensinaamentos sobre Educação Financeira

Fonte: Elaborado pelo autor

Perguntados se acreditam que seja importante possuir informações relevantes sobre educação financeira, 77,1% consideram que é necessário começar desde criança, 14,3% desde a adolescência, e 8,6% apenas na fase adulta. Essa questão não teve nenhuma resposta em que o aluno considerou ser dispensável, independente da fase da vida, possuir conteúdo qualificável sobre o tema.

Logo em seguida, foi perguntado aos alunos se eles possuíam algum tipo de controle financeiro de suas receitas e despesas ao longo do mês. Conforme consta no gráfico 15, 57,1% responderam não possuir nenhum tipo de controle sobre seus gastos e recebimentos mensais, 22,9% responderam possuir como forma de controle o modelo simples de caderneta, apenas anotando tudo o que gastava no mês, 8,6% disseram utilizar de aplicativos de celulares para ter esse controle, 5,7% afirmaram usar planilhas de computador, e também 5,7% utilizam planilha impressa.

Gráfico 15 - Possui algum tipo de controle financeiro sobre receitas e despesas

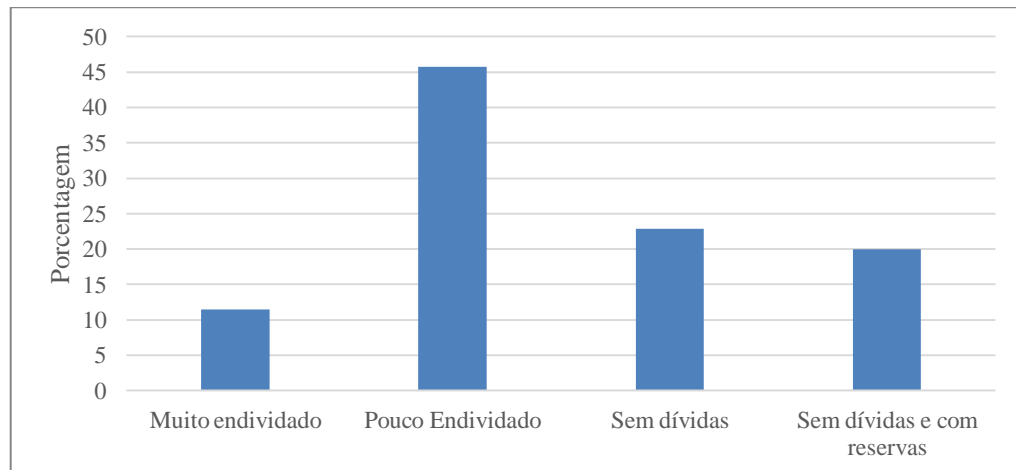
Fonte: Elaborado pelo autor

No quesito reserva financeira, foram feitas duas perguntas, se o entrevistado consegue economizar algum valor de sua renda mensal e se ele já possui uma reserva pré-estabelecida para possíveis emergências.

62,9% disseram não conseguir economizar nada da sua renda mensal, 25,7% conseguem até 10% do seu rendimento, e 11,4% até 35%. Nota-se que nenhum dos entrevistados consegue economizar mais que 35% ao mês. Quanto à reserva financeira, 85,7% não possuem uma reserva financeira que cubra no mínimo duas vezes sua remuneração mensal. Enquanto que 14,3% disseram possuir esse valor.

Com base nessas duas perguntas, foi questionado como os entrevistados se encontram atualmente, 45,7% responderam estarem pouco endividados, 22,9% não possuíam dívidas, 20% encontravam-se na situação de sem dívidas e com alguma reserva, enquanto que 11,4% se mostraram muito endividados¹⁷, conforme demonstra o gráfico 16.

¹⁷ Vale ressaltar que essa questão leva em conta a consideração de cada entrevistado com base em sua rotina financeira pessoal, com isso não existe valores pré-definidos para determinar o que seriam muito ou pouco endividados, e sim da relação interna de cada pessoa, com base em fatores que achar necessário, como tipo de dívida, saldo da dívida, relacionados à sua remuneração mensal, dentre outros.

Gráfico 16 - Como você se encontra atualmente ?

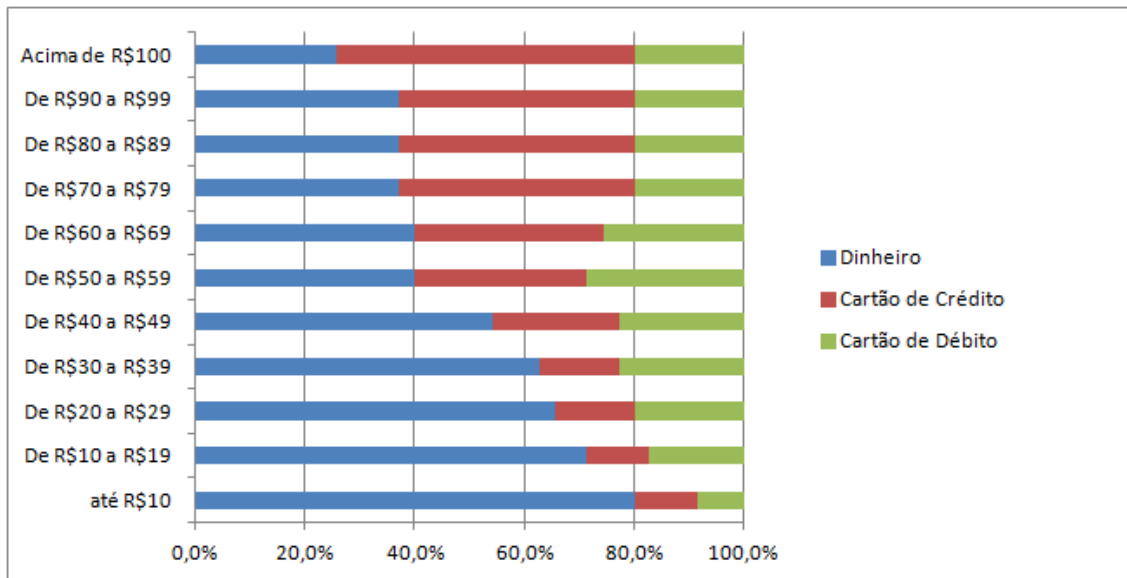
Fonte: Elaborado pelo autor

Nessa nova etapa descreveremos como ocorre a relação dos questionados participantes do curso de educação financeira do PROCON/JF com o cartão de crédito e algumas situações específicas ligadas a questão do consumismo.

Com base nas despesas efetuadas pelos entrevistados, perguntou-se qual meio de pagamento eles utilizam com maior frequência. Dentre as opções 40% disseram utilizar com maior frequência o dinheiro, 31,4% o cartão de crédito e 28,6% o cartão de débito.

Já nesse mesmo quesito relacionado a valores, foi elaborada um tabela em que os entrevistados precisavam responder a mesma pergunta acima, mas agora com valores pré-definidos. Na comparação do menor e maior valor descrito, temos que ao pagarem algo que gira em torno de no máximo dez reais, 80% disseram pagar no dinheiro, 11,4% no cartão de crédito e 8,6% no cartão de débito. Ao utilizar como base um pagamento de cem reais, 54,3% preferem pagar no cartão de crédito, 25,7% no dinheiro, e 20% no cartão de débito, como pode ser visto no gráfico 17. Esses resultados evidenciam a tendência dos consumidores de modo geral, em utilizar o dinheiro em espécie para pagamentos menores, e utilizar cartão de crédito para pagamentos de valores maiores, uma vez que acabam possuindo também mais opções e formas de pagamento, como parcelamentos e prazos mais estendidos.

Gráfico 17 - Preferência de Pagamento

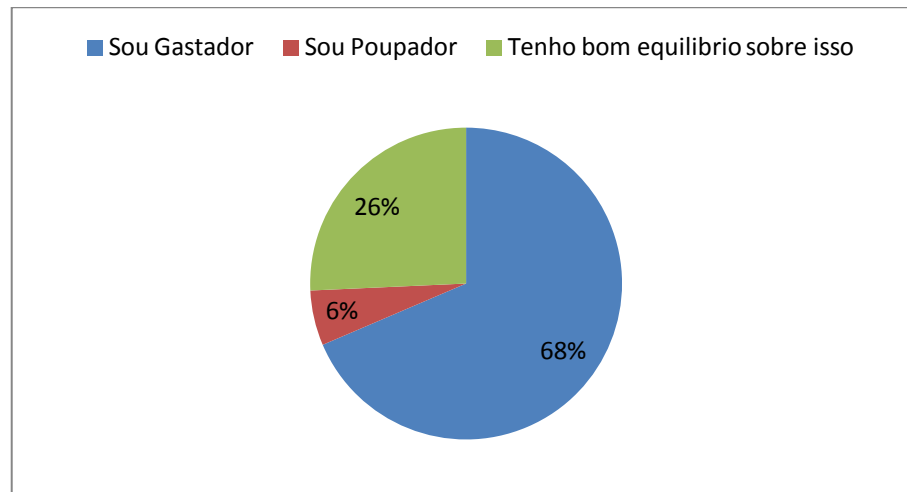


Fonte: Elaborado pelo autor

No quesito quantos cartões de crédito cada pessoa possui, 48,6% responderam possuir apenas um cartão de crédito, 20% disseram possuir dois cartões de crédito, 2,9% possuem três cartões de crédito, enquanto que 28,6% não possuíam nenhum tipo de cartão de crédito. Nessa mesma linha, foi questionado aos que possuem cartão como haviam adquirido pela primeira vez. 60% informaram que eles mesmos solicitaram os cartões, 11,4% receberam via correio sem solicitação prévia, e começaram a utilizar, 2,9% comunicaram que receberam uma ligação oferecendo e aceitaram, e também 2,9% receberam uma oferta por email e acabaram aceitando. O restante, 22,9% não respondeu ou porque não possuem mais cartão de crédito no momento da entrevista ou não quiseram responder.

Ao perguntar sobre a compulsão por compras, 42,9% disseram que tem costume de comprar por impulso, 45,7% relataram que às vezes sim, e 11,4% disseram não comprar por impulso.

Já se tratando da forma que os mesmos se definem como gastam seu dinheiro, 68,6% afirmaram serem gastadores, 25,7% tem um bom equilíbrio sobre esse aspecto, e apenas 5,7% disseram serem poupadores, como pode ser visto no gráfico 18.

Gráfico 18 - Formas que gasta seu dinheiro

Fonte: Elaborado pelo autor

45,7% afirmaram possuir algum tipo de dívida envolvendo cartão de crédito, enquanto que 54,3% não possuíam. Dentre as justificativas para esse atraso, 31,4% dos alunos responderam que perderam o controle dos gastos e não conseguiram mais sair dessa situação, e 14,3% atrasaram um mês e as altas taxas de juros acabaram atrapalhando.

Quando questionados se os entrevistados se consideram consumidores conscientes, 51,4% disseram que não se consideram, 45,7% disseram que se consideram, e 2,9% não responderam.

Ao abordar os entrevistados que possuem cartão de crédito qual seria a finalidade principal para seu uso, dentre: necessidade, praticidade, status, segurança e comodidade, obtivemos vinte e um votos dos trinta e cinco possíveis para o quesito necessidade, o que equivale a 60% do total de votos. Em seguida vem praticidade com doze votos (34,29% dos possíveis), comodidade com cinco votos e segurança com dois votos. Interessante relatar que nenhuma resposta foi dada para o quesito status. Destaque para essa questão onde era possível que o entrevistado respondesse mais de uma alternativa, por isso a porcentagem de votos nesse novo formato.

Com relação a perguntas mais específicas sobre o uso do cartão de crédito pelos usuários, foram feitos questionamentos envolvendo o entendimento dos mesmos com a "burocracia" e dificuldades no conhecimento das cobranças.

45,7% disseram saber mais ou menos sobre os gastos que um cartão de crédito pode gerar como tarifas, taxas, multas, encargos, anuidades, 28,6% disseram não possuir tal conhecimento e 25,7% afirmaram conhecer todas essas situações de forma clara. Indo mais

além, 68,6% disseram que é complicado entender toda a lógica e trâmites que envolvem cartão de crédito, enquanto que 31,4% acham tranquilo esse entendimento.

Tabela 6 - Grau de conhecimento sobre Cartão de Crédito

	Não Conheço	Pouco Conhecimento	Muito Conhecimento	Total Conhecimento
C.E.T.	62,90%	22,90%	8,60%	2,90%
Pagamento Mínimo	14,30%	51,40%	11,40%	20,00%
Rotativo Regular	48,60%	40,00%	2,90%	2,90%
Rotativo Não Regular	54,30%	37,10%	0,00%	5,70%
Parcelamento "obrigatório" (em vigor desde Abril de 2017)	45,70%	40,00%	5,70%	5,70%
Financ. Saldo Devedor	48,60%	37,10%	8,60%	2,90%
IOF	48,60%	31,40%	14,30%	2,90%
Multa	20,00%	48,60%	22,90%	5,70%
Juros de Mora	40,00%	40,00%	14,30%	2,90%

Fonte: Elaborado pelo autor

Questionados sobre o grau de conhecimento sobre algumas situações específicas e tão praticadas hoje no uso do cartão de crédito, os entrevistados se mostraram bastante “desconectados” com essas principais funções. O nível de desconhecimento alto (conforme destacado na tabela 6) leva mais uma vez a relação com a falta de educação financeira de qualidade dos participantes. Questões “simples” de compreender e entender para poder por em prática e dessa forma se autopreservar financeiramente, não são facilmente entendidas e o uso do cartão de crédito acaba se tornando perigoso.

Sobre sonhos e planejamento, perguntou-se aos participantes se já conseguiram realizar algum sonho que planejou ao economizar dinheiro. 57,1% disseram que nunca conseguiram, 40% afirmaram já ter realizado (dentre os desejos destacam-se desde entrada em apartamento, compra de eletrodomésticos à vista, festa de aniversário, móveis e viagens), e 2,9% não responderam.

Por fim, na parte final, alguns questionamentos foram feitos com base em dados já relatados e considerados interessantes tanto do ponto de vista educacional financeiro quanto do ponto de vista do consumismo.

Quanto à segurança que os entrevistados possuem para gerir seus próprios recursos, 40% afirmaram não estarem seguros e que gostariam de possuir um maior nível de educação financeira, 34,3% não muito seguros, o que demonstra que possuem um conhecimento básico mas que não fornece a segurança que desejam. Enquanto que 25,7% disseram estar razoavelmente seguros, tendo um bom conhecimento sobre finanças, mas que gostariam de

algo para complementar a formação. Destaque para a disponibilidade da resposta "Muito Seguro" onde não houve nenhum respondente.

Usando como termo relevante a palavra "promoção", foi elaborada uma pergunta que relacionasse esse ponto (muito procurado por nós brasileiros) com suas lojas favoritas, e conseqüentemente mais procuradas para compras. Destaca-se que 48,6% dos entrevistados buscam saber se realmente necessitam do produto, e se esse dinheiro gasto não fará falta para outras necessidades. 34,3% disseram que se a promoção realmente for boa, aproveita o desconto e compra sem pensar no resto. Enquanto que 14,3% compra para aproveitar o desconto, independente se pagará à vista ou no cartão de crédito.

Uma abordagem extraída do workshop sobre Educação Financeira promovida pelo programa DSOP de ensino, questionou sobre a real ferramenta e funcionalidade do cartão de crédito para os usuários entrevistados. Dentre as respostas, 54,3% afirmaram que utilizam o cartão para conseguir comprar e/ou parcelar coisas que necessitam quando não possuem dinheiro, pois o pagamento será apenas no próximo mês. 31,4% declararam que é uma ferramenta de compra importante que, se bem utilizada, pode se tornar uma grande aliada, proporcionando prazos para pagamentos e benefícios.

4.2. Cruzamentos Relevantes

Após analisar todos os pontos elaborados no questionário aplicado de maneira individual, nesta seção serão apresentados os cruzamentos mais relevantes com base nos assuntos discutidos.

Ao cruzar informações obtidas sobre se os entrevistados já receberam algum tipo de educação financeira e a quantidade de cartões de crédito que possuem, observamos pela tabela 7 que a grande maioria que possui cartão de crédito nunca obteve nenhum auxílio sobre a área financeira e, portanto possui um baixo nível de conhecimento mesmo utilizando uma ferramenta tão poderosa.

Tabela 7 - Ensinaamentos Educação Financeira X N° de Cartões de Crédito

		N° de Cartões de Crédito				Total
		0	1	2	3	
Ensinaamentos Educação Financeira	Cursos Gratuitos	0	2	1	0	3
	Em Casa	4	2	1	0	7
	Na Escola	1	0	0	0	1
	Nunca	5	12	4	1	22
	Outros	0	1	1	0	2
Total		10	17	7	1	35

Fonte: Elaborado pelo autor

Neste mesmo ponto, ao analisar o conhecimento de educação financeira e qual o meio dentre as opções de pagamento que mais utiliza, os entrevistados que disseram utilizar com maior frequência cartão tanto de crédito quanto de débito, também disseram nunca ter possuído aprendizado sobre o tema financeiro, conforme consta nos dados da tabela 8.

Tabela 8 - Ensinaamentos Educação Financeira X Forma de pagamento mais frequente

		Forma de pagamento			Total
		Cartão de Crédito	Cartão de Débito	Dinheiro	
Ensinaamentos Educação Financeira	Cursos Gratuitos	0	1	2	3
	Em Casa	3	0	4	7
	Na Escola	0	1	0	1
	Nunca	7	7	8	22
	Outros	1	1	0	2
Total		11	10	14	35

Fonte: Elaborado pelo autor

Ao serem questionados sobre o endividamento com cartão de crédito, mais da metade disse não possuir, porém dentre aqueles que afirmaram possuir, praticamente todos nunca tiveram ensinamentos sobre conhecimentos financeiros, e isso pode ser um fator primordial para explicar o endividamento dessas pessoas com cartão de crédito.

Tabela 9 - Ensinaamentos Educação Financ. X Dívida com Cartão de Crédito

	Dívida com Cartão de Crédito			Total
		Não	Sim	
Ensinaamentos Educação Financ.	Cursos Gratuitos	2	1	3
	Em Casa	5	2	7
	Na Escola	1	0	1
	Nunca	9	13	22
	Outros	2	0	2
Total	19	16	35	

Fonte: Elaborado pelo autor

Confrontando as informações recebidas das pessoas que possuem algum tipo de controle financeiro de suas receitas e principalmente das despesas, com a questão da economia financeira que essas mesmas pessoas conseguem fazer em relação a sua remuneração mensal, conclui-se mediante dados da tabela 10 que a grande maioria não consegue economizar absolutamente nada e que mais de 70% deles não possuem nenhum tipo de controle financeiro, seja por aplicativos, planilhas, dentre outros.

Tabela 10 - Controle Financeiro X Economia Mensal (Renda)

		Economia Mensal (Renda)			Total
		Até 10%	Até 35%	Não, nada	
Controle Financeiro	Aplicativos	1	1	1	3
	Caderneta	3	3	2	8
	Computador	1	0	1	2
	Não	4	0	16	20
	Planilha impressa	0	0	2	2
Total	9	4	22	35	

Fonte: Elaborado pelo autor

Dentro do quesito endividamento, aqueles que se declararam endividados (seja pouco ou muito) representam a maioria tanto no assunto endividamento quanto no assunto sobre não possuir um auxílio/controlado para as suas finanças, o que leva a concluir que o ensinamento sobre educação financeira precisa ser levado como base para a vida, uma vez que ele acaba gerando um tipo de "efeito cascata", quando o indivíduo não está preparado para lidar com certas responsabilidades e decisões tão importantes para sua vida, e que quase sempre impactam financeiramente em seu objetivos.

Tabela 11 - Controle Financeiro X Como você se encontra atualmente ?

		Como você se encontra atualmente ?				Total
		Muito endividado	Pouco Endividado	Sem dívidas	Sem dívidas e com reservas	
Controle Financeiro	Aplicativos	0	1	0	2	3
	Caderneta	0	4	2	2	8
	Computador	0	1	0	1	2
	Não	3	9	6	2	20
	Planilha impressa	1	1	0	0	2
Total		4	16	8	7	35

Fonte: Elaborado pelo autor

Ao cruzarmos as estatísticas referentes a impulsão por compras e opção de pagamento mais freqüente dentre os entrevistados, todas as opções se mantiveram bem próximas, com destaque para a resposta positiva dada por quem compra por impulso, onde obteve empate com 5 votos para cada alternativa, seja cartão de crédito, débito ou dinheiro, conforme tabela 12.

Tabela 12 - Você tem costume de comprar por impulso? X Qual forma de pagamento mais freqüente

		Forma de Pagamento			Total
		Cartão de Crédito	Cartão de Débito	Dinheiro	
Costume de comprar por impulso	As vezes	5	4	7	16
	Não	1	1	2	4
	Sim	5	5	5	15
Total		11	10	14	35

Fonte: Elaborado pelo autor

Analisando qual seria a forma mais utilizada para aquisição de cartão de crédito, conclui-se que foram solicitados às instituições financeiras pelos próprios entrevistados. Essa lógica pode até ser melhor compreendida ao perguntar para os usuários de cartão de crédito qual seria o real motivo que o levaram a possuí-lo (tabela 13), onde a maioria respondeu que usava por necessidade, ou seja, as pessoas veem no cartão de crédito uma oportunidade necessária e válida em seu orçamento doméstico de pagar por produtos e/ou serviços, seja por gastos essenciais ou específicos.

Tabela 13 - Utilidade do cartão de crédito

Utilidade do cartão de crédito	Necessidade	Praticidade	Status	Segurança	Comodidade
Respostas	21	12	0	2	5

Fonte: Elaborado pelo autor

Outro dado importante a ser levantado diz respeito ao conhecimento dos usuários de cartão de crédito em relação às taxas, encargos, dentre outros fatores que podem acarretar "prejuízos" financeiros para os mesmos ao não conseguirem cumprir com suas obrigações no vencimento das faturas. Como evidencia a tabela 14, a maioria das pessoas que utilizam cartão de crédito não possuem total domínio sobre esses dados e informações tão fundamentais e cruciais na vida financeira do indivíduo. Um dado preocupante e que se relaciona de maneira convergente com as demais informações trazidas anteriormente sobre o conhecimento da população sobre educação financeira.

Tabela 14 - Você possui conhecimento sobre todos os gastos que pode vir a ter com um cartão de crédito X N° de cartões de crédito

		Possui conhecimento			Total
		Mais ou Menos	Não	Sim	
N° de cartões de crédito	0	6	3	1	10
	1	7	5	5	17
	2	2	2	3	7
	3	1	0	0	1
Total		16	10	9	35

Fonte: Elaborado pelo autor

Um segundo (e último) cruzamento que confirma as afirmações anteriores, diz respeito ao número de cartões e as dificuldades de entender a lógica que envolvem o seu uso, conforme consta na tabela 15.

Tabela 15 - Nº de Cartões X Dificuldade em entender a lógica do cartão de crédito

		Dificuldade em entender a lógica do cartão de crédito		Total
		Não, acho tranquilo	Sim, é complicado	
Nº de Cartões de Crédito	0	3	7	10
	1	5	12	17
	2	3	4	7
	3	0	1	1
Total		11	24	35

Fonte: Elaborado pelo autor

A partir da tabela 15, envolvendo todos os entrevistados de maneira geral, independente de possuir ou não cartão de crédito no momento da resposta, a grande maioria diz achar complicado entender todos os trâmites que envolvem e podem envolver o uso do cartão de crédito, seja as taxas utilizadas para o rotativo ou saque, seja para o simples limite fornecido para cada usuário, dentre outros fatores.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar o nível de educação financeira atrelado ao uso do cartão de crédito das pessoas que buscam o curso de Educação Financeira oferecido pelo PROCON/JF. Esta ideia de estudo surgiu após uma análise de demanda existente no atendimento disponibilizado pelo Núcleo de Apoio Financeiro e Fiscal da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal de Juiz de Fora em parceria com o PROCON/JF. Com base nas abordagens teóricas que fundamentam o estudo é possível verificar o quão importante é o desenvolvimento do tema Educação Financeira para a sociedade em geral.

Diante dos resultados e análises elaboradas, com base na abordagem principal deste trabalho, que envolve a relação da educação financeira existente entre os participantes e a utilização do cartão de crédito, o que já era esperado diante das referências trazidas e estudadas se manteve. Do total de entrevistados, 62,9% disseram nunca terem recebido nenhum tipo de ensinamento sobre educação financeira, e do restante, apenas 10% afirmaram que receberam na escola ou cursos gratuitos. Ou seja, a maioria não possui conhecimento suficiente que faça com que eles possam administrar seus próprios ganhos e despesas de maneira equilibrada e eficiente. O que se verifica ainda é que, mesmo com a ciência de uma certa "restrição" de conhecimento pela grande maioria, muitos ainda utilizam meios de pagamentos "perigosos" como cartão de crédito, e reconhecem que estão endividados.

Observa-se que a maioria possui um nível de escolaridade no máximo até o ensino médio completo, sendo a formação em instituições públicas destaque nesse quesito, e que praticamente 80% dos participantes recebem no máximo até R\$2.000,00 (dois mil reais) de renda mensal. Um dado interessante é que acima dos R\$50,00 (cinquenta reais) de despesa a maioria dos entrevistados já opta por fazer o pagamento com cartão de crédito ao invés de dinheiro em espécie.

Dada a quantidade elevada de usuários de cartão de crédito, o que chama a atenção é o fato de grande parte admitir não entender muito bem as funcionalidades desse meio de pagamento, mesmo possuindo e utilizando-o, afirmando que seu uso se dá basicamente por necessidade. A insegurança financeira é outro ponto que chama a atenção dentre os entrevistados, que afirmaram que gostariam de ter mais conhecimento sobre o assunto, declarando ainda em maioria que essa educação deveria ser iniciada na fase infantil.

Com relação ao consumo, outro ponto para atenção é o reconhecimento que muitos tem da falta de controle e gastos excessivos. Uma boa parcela admitiu ter o hábito de comprar por impulso no dia-a-dia. A grande maioria também não dispõe de um controle financeiro doméstico das suas receitas e despesas, possuindo algum tipo de dívida, e assim, não conseguindo "economizar" nada de sua renda mensal.

Dentre os que possuíam dívidas com cartão de crédito, o grande ponto para tal situação foi a perda de controle dos gastos e a dificuldade em conseguir sanar essas dívidas.

A busca por auxílio financeiro não é exclusivo de uma faixa etária, ponto importante, onde mostra que toda a população se mostra interessada pelo tema e disposta a aprender. O fato da consciência da população de que é necessário possuir conhecimentos financeiros se torna mais interessante uma vez que no questionário aplicado, ao serem indagados (sem qualquer compromisso formalmente firmado) se estariam dispostos a montar seu orçamento doméstico/familiar, 94,3% responderam que sim.

Embora hajam tais conclusões, os resultados estão longe de serem indiscutíveis, dada a amostra analisada. Tornam-se necessárias pesquisas mais amplas e expansivas para que possamos entender melhor não só o quão disseminado precisa ser a educação financeira entre a população, mas também entender o papel que os cartões de crédito desempenham nos gastos do consumidor.

Conclui-se que o cartão de crédito está cada vez mais incorporado na vida dos brasileiros, se tornando "peça-chave" em nossa vida financeira. O grande ponto necessário é que os usuários tenham um melhor conhecimento não só sobre essa ferramenta, mas sobre educação financeira de modo geral.

A solução para uma vida financeira consciente, estável e eficiente, talvez esteja na união entre o meio familiar, a tecnologia, as instituições financeiras e o comprometimento governamental, implementando a educação financeira de qualidade como parte da formação do indivíduo, seja nas escolas (principalmente), cursos educativos, campanhas, entre outros, impactando a vida financeira da população individualmente, bem como no desenvolvimento econômico do país.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABECS. **12º Congresso de Meios Eletrônicos de Pagamento**. 2017. Disponível em: <<https://www.abecs.org.br/abecs-cmep>> Acesso em 10 de outubro de 2018

ABECS. **Mercado de Meios Eletrônicos de Pagamento**. Ano VI. População e Comércio 2013. Instituto de Pesquisas Datafolha. Disponível em: <<https://www.abecs.org.br/app/webroot/files/media/7/6/0/b22af92330e3c5e830f69bee3e064.pdf>> Acesso em 11 de Novembro de 2018

ABECS. **Indicadores e Gráficos**. Disponível em: <<https://www.abecs.org.br/indicadores-graficos>> Acesso em 02 de dezembro de 2018

AMA - American Marketing Association. Disponível em: <<https://www.ama.org/ama-academic-journals/>> Acesso em 04 de Agosto de 2018

BANCO CENTRAL DO BRASIL - BACEN. **O Banco Central e a Educação Financeira**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/acesoinformacao/legado?url=https:%2F%2Fwww.bcb.gov.br%2Fpre%2Fbcuniversidade%2FintroducaoPEF.asp>>

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA - ENEF. Brasil: Implementando a Estratégia Nacional de Educação Financeira** Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/Estrategia_Nacional_Educacao_Financeira_ENEF.pdf> Acesso 20 de outubro de 2018

BRASIL. Decreto 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. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm> Acesso em: 27 de Novembro de 2018

BRAUNSTEIN, S.; WELCH, C. *Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy*. Federal Reserve Bulletin, Washington, v. 88, n.11, p. 445-457, Nov, 2002.

CHIAVENATO, I.; **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 7ª Edição. 2004

CLAUDINO, L. P.; NUNES, M. B.; SILVA, F. C. **Finanças Pessoais: Um Estudo de Caso com Servidores Públicos**

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE DIRIGENTES LOJISTAS [CNDL] - **58% dos brasileiros não gostam de dedicar tempo para cuidar das próprias finanças, 2018** Disponível em: <<https://site.cndl.org.br/58-dos-brasileiros-nao-gostam-de-dedicar-tempo-para-cuidar-das-proprias-financas-aponta-pesquisa-do-spc-brasil-e-cndl/>> Acesso em 09 de Setembro de 2018.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO - **Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor**. Maio 2018

DELOITTE. **Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2017** - Deloitte. Disponível em: <<https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>> Acesso em 10 de outubro de 2018

DOMINGOS, R. **Workshop DSOP de Educação Financeira**. 2ª Edição. São Paulo. 2016

FABER, R.; CHRISTENSON, G. *In the mood to buy: differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers*. Psychology & Marketing, v. 13, n. 8, p. 803-819. Dec. 1996

FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS - FEBRABAN. **Painel Econômico Financeiro 2016**. 2ª Edição. Disponível em: <<https://portal.febraban.org.br/pagina/3120/21/pt-br/painel-2016>> Acesso em 07 de Novembro de 2018

HAWKINS, I. Del; MOTHERSBAUGH, David L. **Comportamento do consumidor: Construindo a estratégia de marketing**. 2018 Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=pSNwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false> Acesso 28 de Março de 2019

Infográfico ENEF - Diretrizes e Objetivos. Disponível em: <<http://www.vidaedinheiro.gov.br/wp-content/uploads/2017/04/Infografico-ENEF-0508-1.pdf>> Acesso em 05 de fevereiro de 2019

KRUGER, F. **Avaliação da Educação Financeira no Orçamento Familiar**. Faculdade de Tecnologia Pedro Rogério Garcia - FATTEP. 2014.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. **Comportamento do Consumidor Brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2008.

LUCCI, C. R.; ZERRENER, S. A.; VERRONE, M. A. G.; SANTOS, S. C. **A influência da educação financeira nas decisões de consumo e investimento dos indivíduos**. São Paulo, 2006.

MANZATO, A. J.; SANTOS, A. B. **A Elaboração de Questionários na Pesquisa Quantitativa**. Disponível em: <http://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino_2012_1/ELABORACAO_QUESTIONARIOS_PESQUISA_QUANTITATIVA.pdf> Acesso 04 de Maio de 2019

METTE, F. M.; MATOS, C. A. **Comportamento do Consumidor Endividado: um Estudo com Indivíduos de Baixa Renda**. XXXVIII Encontro da ANPAD Rio de Janeiro/RJ. 2014

MOWEN, J. C.; MINOR, M.S. **Comportamento do Consumidor**. 2003

NAKAGAWA, Fernando. **Bancos cortam cartões de crédito de clientes com renda mais baixa**. O Estado de S. Paulo. 2018 Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,bancos-cortam-cartoes-de-credito-de-clientes-com-renda-mais-baixa,70001846416>> Acesso em 20 de Dezembro de 2018

OCDE (Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico). *OECD's Financial Education Project*. 2004. Disponível em: <<http://www.oecd.org/>> Acesso em: 15 de novembro de 2018

OLIVEIRA, T. M. V.; IKEDA, A. A.; SANTOS, R. C. **Compra Compulsiva e a Influência do Cartão de Crédito**. RAE. 2004

PIRES, Valdemir. **Finanças Pessoais: Fundamentos e Dicas**. São Paulo. 2007

PREVIC - **Superintendência Nacional de Previdência Complementar**. Disponível em: <<http://www.previc.gov.br/regulacao/educacao-previdenciaria/educacao-financeira-e-previdenciaria/o-que-e-educacao-financeira>> Acesso 04 de fevereiro 2019

Programa de Proteção e Defesa do Consumidor - PROCON/SP. **Educação Financeira - Um guia para ajudar a administrar sua vida financeira**. São Paulo. 2017 Disponível em: <<http://www.procon.sp.gov.br/pdf/EducacaoFinanceira.pdf>> Acesso 20 de outubro de 2018

ROBERTS, James A. e JONES, Eli. *Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students*. The Journal of Consumer Affairs, v. 35, n. 2, p. 213-241, Winter, 2001.

SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA F. A. **Paradigmas da educação financeira no Brasil**. Revista de Administração Pública - RAP. Rio de Janeiro, v.41, n.6, 2007

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do Consumidor: Comprando, possuindo e sendo**. 11ª Edição. 2015. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=n-1zCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=solomon+comportamento&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwi_l6qd2f7iAhVsFLkGHQzBCpoQ6AEIKTAA#v=onepage&q=solomon%20comportamento&f=false> Acesso em 18 de Janeiro de 2019

TAVARES, L. S. LAIS. **O comportamento dos estudantes universitários brasileiros com o uso do dinheiro, cartão de crédito e sua relação com a compulsão por compras**. 2014

SOUSA, A. F; TORRALVO, C. F. **A Gestão dos Próprios Recursos e a Importância do Planejamento Financeiro Pessoal**. VII SEMEAD

VELOSO, C. M. **Compra Compulsiva e a Influência do Cartão de Crédito**. 2009

YAMAUCHI, Kent T. e TEMPLER, Donald I. *The Development of a Money Attitude Scale*. Journal of Personality Assessment, p. 522-528. Fresno. 1982

7. APÊNDICES E ANEXOS

7.1 Questionário Aplicado

PESQUISA COM OS ALUNOS DO CURSO DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA **PROCON/JF**

Olá, sou aluno do curso de Ciências Contábeis/UFJF e este questionário faz parte de um estudo sobre o comportamento das pessoas que buscam auxílio financeiro e o seu vínculo com cartão de crédito. As respostas são confidenciais e não necessitam de identificação. Peça a colaboração de todos, só levará alguns minutos para ser respondido, e você estará contribuindo para meu Trabalho de Conclusão de Curso.

Muito obrigado pela atenção, e um ótimo curso para vocês!

1. Qual é sua Profissão?

- Estudante Empregado/Setor Privado Empregado/Setor Público
 Empresário/MEI Autônomo Desempregado Outro(_____)

2. Idade:

- Até 20 21 a 30 31 a 40 41 a 50 51 a 60 +61

3. Qual é seu Estado Civil?

- Solteiro(a) Casado(a) Divorciado(a) Viúvo(a) Outros

4. Sexo:

- Masculino Feminino

5. Qual seu nível de Escolaridade? (Formação Escolar)

- Sem Escolaridade
 Ensino Fundamental Incompleto Ensino Fundamental Completo
 Ensino Médio Incompleto Ensino Médio Completo
 Ensino Superior Incompleto Ensino Superior Completo

6. Em qual tipo de instituição você estudou a maior parte do tempo?

Se Ensino Fundamental Pública Privada Privada com bolsa

Se Ensino Médio Pública Privada Privada com bolsa

Se Ensino Superior Pública Privada Privada com bolsa

7. Qual sua principal fonte de renda?

- Emprego Estágio Bolsa Aposentadoria Pensão
 Pró-Labore Lucros/Dividendos Outro:_____

8. Qual alternativa abaixo melhor descreve sua remuneração mensal total atualmente?

- Até \$600 De \$601 a \$1.000 De \$1.001 a \$2.000 De \$2.001 a \$3.000
 De \$3.001 a \$4.000 Acima de \$4.001

9. Quantas pessoas dependem de você financeiramente?

- 0 1 2 3 4 Mais de 4

10. Você já recebeu ensinamentos sobre Educação Financeira?

- Nunca Em casa(familiares) Na Escola Cursos Gratuitos
 Outros: _____

11. Você considera importante possuir informações sobre Educação Financeira?

- Não Sim, desde criança Sim, desde adolescência Sim, na fase adulta apenas

12. Já participou de algum outro curso/palestra sobre Educação Financeira?

- Não Sim

13. Se sim, quais: _____

Foram úteis para você?

- Não Sim

14. Você possui algum tipo de controle financeiro de receitas e despesas?

- Não Sim, caderneta Sim, planilha impressa Sim, computador
 Sim, aplicativos Outros: _____

15. Você tem costume de comprar por impulso?

- Não Sim As vezes Quando? _____

16. Como você se define com a forma que gasta seu dinheiro?

- Sou poupador Sou gastador Tenho bom equilíbrio sobre isso

17. Você costuma/consegue economizar algo de sua renda mensal?

Não, nada Sim, até 10% Sim, até 35% Sim, até 50% Mais de 50%

18. Você possui uma reserva financeira para possíveis emergências (maior ou igual a duas vezes sua renda mensal)?

Não Sim

19. Quando você precisa comprar algo, geralmente pesquisa os preços em alguns lugares para só depois efetuar a compra? (responda com um X para cada situação abaixo):

Produto/Serviço	Pesquisa	Não Pesquisa
Liquidificador		
Automóvel		
Calça Jeans		
Biscoito		
Jantar em família		
Viagem		
TV		
Festa de Aniversário		
Remédio de uso contínuo		
Creme dental		
Celular		

20. Como você se encontra atualmente?

Muito endividado Pouco endividado

Sem dívidas apenas Sem dívidas e com reserva

21. Quantos cartões de crédito você possui?

0 1 2 3 4 Mais de 4

22. Se possui, como ele chegou até você?

Eu solicitei Chegou na minha casa e comecei a usar

Me ligaram oferecendo e aceitei Outro: _____

23. Possui cartão de loja?

0 1 2 3 4 Mais de 4

24. Dentre as opções, qual você utiliza com maior frequência ?

Dinheiro Cartão de Crédito Cartão de Débito Outro: _____

25. Como você prefere pagar os valores abaixo? (Marque com um X em cada linha)

Como voce prefere pagar os valores abaixo?	Dinheiro	Cartão de Crédito	Cartão de Débito
até \$10			
de \$10 a \$19			
de \$20 a \$29			
de \$30 a \$39			
de \$40 a \$49			
de \$50 a \$59			
de \$60 a \$69			
de \$70 a \$79			
de \$80 a \$89			
de \$90 a \$99			
acima de \$100			

26. Você possui dívidas referentes a cartão de crédito?

Não Sim

27. Se sim, considera que o motivo dessa dívida é por que:

Atrasei um mês, e as altas taxas de juros me enrolaram

Perdi o controle dos meus gastos e com isso me endividei

Outros: _____

28. Ao contratar um serviço de cartão de crédito, você tem conhecimento de todos os “gastos” que pode vir a ter? (tarifas, taxas, multas, encargos, anuidades..)

Não Mais ou Menos Sim

29. Considera que é difícil entender toda lógica e trâmites envolvendo cartão?

Não, acho tranquilo Sim, é complicado

30. A seu ver, os bancos deveriam “ajudar” os clientes que estão endividados?

Não, os clientes que devem procurar alternativas para solucionar suas dívidas

Com certeza, é dever dos bancos ajudar o consumidor endividado

31. Fale sobre seu grau de conhecimento sobre os itens abaixo relacionados a cartão de crédito:

	Não Conheço	Pouco Conhecimento	Muito Conhecimento	Total Conhecimento
C.E.T. (Custo Efetivo Total)				
Pagamento Mínimo				
Rotativo Regular				
Rotativo Não Regular				
Parcelamento de fatura "obrigatório" (em vigor desde Abril de 2017)				
Financiamento de Saldo Devedor				
IOF				
Multa				
Juros de Mora				

32. Você utiliza o cartão de crédito por: (fique à vontade para marcar mais de uma alternativa)

() Necessidade () Praticidade () Status () Segurança () Comodidade

33. Você tem costume de pagar sua fatura total ou deixar algo em aberto?

() Pago total () Tenho costume de deixar algo em aberto

34. Você se considera um consumidor consciente? (aquele que não gasta mais do que tem)

() Não () Sim

35. Você possui algum tipo de empréstimo ou financiamento?

() Não () Sim

Se sim, quais?

() Empréstimo Pessoal () Emp. Consignado () Financiamento de Carro () Financiamento de Imóvel () Outros

36. Já conseguiu realizar algum sonho que planejou ao juntar/economizar dinheiro?

() Não () Sim

Se Sim, qual? _____

37. Qual seu sentimento a respeito dos conhecimentos que possui para gerir seu próprio dinheiro?

- Inseguro – Gostaria de possuir um maior nível de educação financeira
- Não muito seguro – Possuo um conhecimento básico mas que não me fornece a segurança que eu desejo
- Razoavelmente seguro – Tenho um bom conhecimento, mas gostaria de algo para complementar minha formação
- Muito seguro – Possuo total domínio sobre minhas finanças e sei exatamente o que fazer de positivo com elas

38. Você estaria disposto a montar seu orçamento doméstico/familiar?

- Não Sim

39. Ao se deparar com uma superpromoção em uma das suas lojas favoritas, o que você faz?

- Vejo primeiro se realmente preciso do produto em promoção, se possuo dinheiro disponível em meu orçamento e se esse dinheiro não fará falta para outras necessidades
- Se a promoção for boa de verdade, compro, aproveitando o bom desconto dado
- Independentemente se tenho ou não o dinheiro para pagar à vista ou se vou utilizar o cartão de crédito ou cheque especial, procuro aproveitar os preços baixos das promoções

40. Qual a sua relação com o pagamento do cartão de crédito?

- É uma ferramenta de compra importante que, se bem utilizada, pode se tornar uma grande aliada, proporcionando prazos para pagamento e benefícios
- Utilizo para conseguir comprar ou parcelar coisas que necessito quando não tenho dinheiro, pois pagarei apenas no próximo mês
- É um meio de pagamento que possibilita comprar a prazo com muita facilidade, e é meu grande aliado

Por favor, indique o quanto você concorda ou discorda de cada afirmação a seguir, marcando com um X na resposta que indica como você se sente sobre cada afirmação:

	Sempre	Frequentemente	Algumas Vezes	Raramente	Nunca
Se eu tiver dinheiro sobrando, tenho que gastá-lo					
Sinto que os outros ficariam assustados se conhecessem meus hábitos de compra					
Me preocupo menos com o preço do produto quando uso cartão de crédito					
Continuo a usar o cartão de crédito, mesmo sabendo que não tenho dinheiro suficiente para quitá-lo					
Compro alguma coisa apenas para me sentir melhor					
Sinto-me ansioso ou nervoso em dias que não faço compras					
Pago apenas a parcela mínima do cartão de crédito					
Gasto mais quando uso cartão de crédito					
Tenho costume de ultrapassar meu limite de crédito					