



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Felipe Canuto de Senna
117079736

**Um estudo sobre a influência das variáveis
sociodemográficas no endividamento por cartão de crédito na
sociedade brasileira**

RIO DE JANEIRO
2022

Felipe Canuto de Senna

117079736

MONOGRAFIA:

**Um estudo sobre a influência das variáveis
sociodemográficas no endividamento por cartão de crédito na
sociedade brasileira**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao departamento de Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro, para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador (a): Prof. Laura Marina Valencia Niño

RIO DE JANEIRO

2022

Felipe Canuto de Senna

117079736

MONOGRAFIA:

Um estudo sobre a influência das variáveis sociodemográficas no endividamento por cartão de crédito na sociedade brasileira

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao departamento de Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro, para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador (a): Prof^a. Dra. Laura Marina Valencia Niño.

Rio de Janeiro, 27 de dezembro de 2022.

Prof.^a DSc. Laura Marina Valencia Niño
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Professora Orientadora

Prof.^a. Dra. Cristina Pimenta de Mello Spinetti Luz
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Professora Leitora

RESUMO

O endividamento decorrente do uso do cartão de crédito é um tema que está em constante discussão e que faz parte do cotidiano de um grande percentual de brasileiros. É sabido que não apenas fatores socioeconômicos e demográficos impactam o nível de endividamento, mas também, o ambiente onde o indivíduo vive e até mesmo os traços de personalidade tendem a explicar o endividamento do consumidor por essa forma de pagamento. Diante do exposto, o principal objetivo deste trabalho é identificar os principais fatores que influenciam o alto índice de endividamento por cartão de crédito entre os brasileiros, com base nos fatores sociodemográficos. Para isso, esta pesquisa baseou-se em uma metodologia quantitativa de caráter descritivo por meio da aplicação de um questionário entre os moradores da cidade do Rio de Janeiro do Estado Rio de Janeiro. O comportamento acerca do endividamento por cartão de crédito é muito complexo por ser influenciado por diversos fatores, entretanto, identificou-se que determinadas variáveis sociodemográficas como a faixa etária dos indivíduos possuem influência no fenômeno estudado.

Palavras-chave: Endividamento, Cartão de Crédito, Fatores, Educação Financeira, Variáveis Sociodemográficas.

ABSTRACT

Indebtedness resulting from the use of credit cards is a topic that is constantly being discussed and is part of the daily lives of a large percentage of Brazilians. It is known that not only socioeconomic and demographic factors impact the level of indebtedness, but also the environment where the individual lives and even personality traits tend to explain consumer indebtedness for this form of payment. Given the above, the main objective of this study is to identify the main factors that influence the high rate of credit card debt among Brazilians, based on sociodemographic factors. For this, this research was based on a quantitative methodology of a descriptive nature through the application of a questionnaire among residents of the city of Rio de Janeiro in the State of Rio de Janeiro. The behavior regarding credit card indebtedness is very complex because it is influenced by several factors, however, we identified that sociodemographic determinations such as age group of individuals influence the studied phenomenon.

Keywords: Indebtedness, Credit Card, Factors, Financial Education, Sociodemographic Variables.

LISTA DE FIGURAS

TABELA 1 - NÍVEL DE ENDIVIDAMENTO	14
TABELA 2 - PERCENTUAL DO TOTAL DE FAMÍLIAS	15
TABELA 3 - PERFIL DA AMOSTRA 01	34
TABELA 4 - PERFIL DA AMOSTRA 02.....	35
TABELA 5 - PERFIL DA AMOSTRA 03.....	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
TABELA 6 - TESTE ANOVA: FATOR ÚNICO	39
TABELA 7 - TESTE DE MANN-WHITNEY	40
TABELA 8 - QUANTIDADE DE CARTÕES DE CRÉDITO	41
TABELA 9 - QUANTIDADE DE CARTÕES DE CRÉDITO	42
TABELA 10 - MOTIVOS PARA OPTAR PELO CARTÃO DE CRÉDITO EM DETRIMENTO DE OUTRAS FORMAS DE PAGAMENTO	42

ABREVIATURAS E SIGLAS

ABECS- Associação Brasileira das Empresas de cartões de crédito e serviços;

ANOVA- Análise de Variância;

BCB- Banco Central do Brasil;

CNC- Confederação Nacional do Comercio;

IDEC- Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor;

OECD- Organização para a cooperação e desenvolvimento econômico;

PEIC- Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor;

PROCON- Programa de Proteção e Defesa do Consumidor;

SPC- Serviço de Proteção ao Crédito.

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	7
1.1 Objetivos	8
1.1.1 Objetivo Geral	8
1.1.2 Objetivos Específicos.....	9
1.2 Justificativa.....	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1 Histórico de Endividamento	13
2.2 Endividamento	15
2.3 Cartão de Crédito	16
2.4 Variáveis Sociodemográficas	17
2.5 Demais Fatores	19
2.5.1 Educação Financeira	19
2.5.2 Crédito Fácil e Publicidade Agressiva	20
2.5.3 Consumismo e Materialismo.....	20
3. METODOLOGIA.....	22
3.1 Tipo de Pesquisa	22
3.2 Universo e Amostra.....	22
3.3 Procedimentos de Coleta e de Análise de Dados.....	23
3.4 Cuidados Éticos	23
3.5 Limitações do Método	24
3.6 Análises de Dados	24
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	34
4.1 Perfil da Amostra.....	34
4.2 Análises das Variáveis do Estudo	37
4.2.1 Questionário Sociodemográfico e de Perfil de Uso do Cartão de Crédito	37
4.2.2 Análise das Variáveis Sociodemográficas.....	37
4.2.3 Análise dos Motivos Informados.....	41
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
---------------------------------	----

1. INTRODUÇÃO

Em 1954, pouco tempo depois de sua criação, a primeira versão do cartão de crédito foi trazida ao país. Anos depois, em 1958, em uma parceria entre o banco *Bradesco* (Banco Bradesco BBI S.A.) e a *BankAmerica* (*Bank Of America Merrill Lynch Banco Multiplo S.A.*), surge o cartão de crédito Elo (sem relação com a bandeira de cartões da atualidade). Contudo, até o ano de 1994, a oferta de crédito pessoal no país era muito pequena quando comparada à atualidade. Nessa época, a cultura de consumo dos brasileiros tinha como principal característica a poupança para pagamento à vista. Após a criação do Plano Real é que a concessão de crédito se tornou destaque na economia nacional (PORTO, 2014).

Para Moreira e Carvalho (2013), com o fim do cenário de hiperinflação e a promoção de um cenário financeiramente estável decorrente da implantação do Plano Real foi possível a expansão do crédito e o surgimento de políticas de transferência de renda, impulsionando o mercado consumidor. Com a inflação controlada, a moeda estável e a abertura econômica, a percepção de segurança do brasileiro com relação ao seu controle financeiro aumentou. Dessa forma, o consumidor passou a ter uma inclinação maior ao uso de instrumentos de créditos, entre eles o cartão de crédito. Diante dessa mudança e suas repercussões, tanto sociais quanto econômicas, a presente monografia buscou abordar o tema do alto índice de endividamento por cartão de crédito.

É sabido que a compreensão do alto índice de endividamento pelo meio de pagamento tem levado muitos pesquisadores de diferentes áreas à realização investigações sobre o tema. Contudo, devido ao grande número de fatores - de diferentes áreas - que podem interferir ou influenciar o fenômeno, apesar do grande esforço da comunidade científica é difícil chegar a um único fator chave. À luz dessa percepção, alguns trabalhos científicos apontam a necessidade da compreensão de algumas das características relacionadas a variáveis demográficas do endividado (SCHUSTACK; HOWARD, 2003).

Visando aprofundar o conhecimento sobre o assunto, o objetivo dessa monografia é identificar a influência das variáveis sociodemográficas no índice de endividamento por cartão de crédito da população brasileira.

Para tanto, este trabalho foi dividido e estruturado em 5 (cinco) partes. Na primeira parte é abordado o tema do endividamento, seguido da explanação sobre as definições de cartão de crédito, variáveis sociodemográficas, bem como outros fatores que estão relacionados com o fenômeno estudado.

Na segunda parte, discorre-se sobre a amostra analisada e todo o método adotado para a realização da pesquisa, além dos procedimentos como coleta de dados, cuidados éticos e os procedimentos e análises escolhidos para trabalhar os dados quantitativos.

A terceira parte é focada na apresentação dos resultados da pesquisa, onde demonstra-se o perfil dos respondentes da amostra, quais variáveis estão relacionadas com o endividamento por cartão de crédito, como essas se correlacionam e quais são as principais variáveis socioeconômicas que estão atreladas ao fenômeno.

Na quarta parte deste estudo, discute-se os resultados obtidos na terceira parte com as pesquisas realizadas por outros pesquisadores. Por fim, na quinta parte, são apresentadas as considerações finais do trabalho, indicando também as limitações da pesquisa e sugestões para investigações futuras.

1.1 Objetivos

Inicialmente será apresentado o objetivo geral, que possui como principal finalidade apresentar a ideia central do trabalho acadêmico, ou seja, o que o pesquisador pretende alcançar com sua investigação. Em seguida, serão expostos os objetivos específicos. Esses por sua vez buscam aprofundar o estudo sobre o objeto de pesquisa e descrevem de forma específica os resultados que se pretende alcançar a partir da pesquisa.

1.1.1 Objetivo Geral

Identificar se houve influência das variáveis sociodemográficas no índice de endividamento por cartão de crédito da população brasileira.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Compreender a relação entre as variáveis sociodemográficas analisadas e o endividamento através do pagamento pelo cartão de crédito.
- Identificar as principais variáveis sociodemográficas que influenciaram no fenômeno estudado.
- Compreender a relação entre os motivos pelos quais os respondentes preferiram utilizar o cartão de crédito em detrimento de outros meios de pagamento.

1.2 Justificativa

Apesar de diversos estudos sobre a dívida no cartão de crédito já terem sido desenvolvidos e terem comprovado a existência de inúmeros fatores que vão além do universo econômico e social, ainda há muita incerteza sobre suas reais causas e consequências. Diante do exposto, a elaboração do presente estudo visa contribuir para ampliação da literatura acadêmica, gerando um conhecimento mais aprofundado sobre o assunto.

A despeito dos impactos sociais do fenômeno, nas últimas décadas, o uso intensivo de cartões de crédito, e principalmente o endividamento por meio desses, tornou-se motivo de preocupação social e econômica (MANSFIELD; PINTO, 2008). Do ponto de vista social, o alto percentual de endividamento por cartão de crédito, tem como consequência o estresse e adoecimento dos endividados. Fenômeno que é ampliado pelo hábito das instituições financeiras se valerem de publicidade agressiva, carente de informações básicas e na maioria das vezes, até mesmo enganosa, para fazer o consumidor acreditar que precisa do empréstimo e crédito (NUNES, 2008). Já sobre o aspecto econômico, o endividamento não afeta somente os consumidores. Os comerciantes e prestadores de serviço são prejudicados, pois com a disponibilidade de renda comprometida com as prestações das dívidas, há uma redução no dinheiro em circulação, principalmente em atividades básicas do dia a dia, o que influencia desenvolvimento econômico do país (MARQUES; CAVALLAZI, 2006).

Em suma, a realização desta pesquisa, além de contribuir para a ampliação do acervo sobre o tema, poderá servir de base para novos estudos, implementação de

políticas ou normas que visem à diminuição do índice de endividamento por cartão de crédito no Brasil e, até mesmo, oferecer subsídios aos educadores financeiros e psicólogos para auxiliar os consumidores a melhor gerenciarem seu uso do crédito.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico é a parte do estudo que possibilita fundamentar e dar consistência a todo o estudo. Sua primeira função é nortear a pesquisa, apresentado um embasamento da literatura já publicada sobre o tema, isto é, validar o estado do problema pesquisado sob o aspecto teórico e de outros estudos e pesquisas já realizados (LAKATOS; MARCONI, 2003).

De acordo com Marion, Dias e Traldi (2002), o referencial teórico deve ser composto de um apanhado de tudo que existe de mais atual na abordagem do tema escolhido, mesmo que as teorias atuais não façam parte do tema escolhido. Para isso, os assuntos tratados estão desmembrados em 5 tópicos.

O primeiro tópico tem como objetivo demonstrar o histórico de endividamento pela forma de pagamento no Brasil correspondente aos últimos 5 anos (2018 até 2022). O segundo diz respeito ao endividamento como conceito, onde são expostos a sua definição, distinção de conceitos semelhantes e suas inferências na sociedade. Em seguida, no terceiro tópico, é revelada a definição de cartão de crédito, sua forma, funcionamento e principalmente a definição do que é uma dívida nessa forma de pagamento. No quarto tópico discorre-se sobre as variáveis sociodemográficas, explica-se o significado do termo, apresentado algumas das relações estabelecidas por outros autores entre determinadas variáveis e o endividamento. Por último, no quinto tópico, fazemos uma breve apresentação de alguns dos principais fatores que também influenciam o alto índice de endividamento por cartão de crédito das famílias brasileiras.

2.1 Histórico de Endividamento

É notório que o avanço tecnológico e a mudança cultural nas últimas décadas influenciaram de maneira significativa os hábitos de pagamento dos consumidores brasileiros. Muitos têm substituído os meios tradicionais, como cheque, boleto e dinheiro por meios eletrônicos de pagamento. Entre os meios modernos, em razão da sua crescente facilidade de acesso e sua conseqüente propagação diante do consumidor, o cartão de crédito se destaca (BERTAUT; HALIASSOS, 2005).

Segundo a Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), divulgada pela Confederação Nacional do Comércio (CNC) em

2013, cerca de 62,5% das famílias brasileiras declaram possuir dívidas, nas quais as principais são referentes ao crédito concedido através do comércio para movimentar as compras. A pesquisa apontou, ainda, que com relação ao ano de 2012 ocorreu um aumento de 4,2%.

Alguns anos depois, de acordo com a mesma pesquisa, divulgada em 2021, o percentual de famílias que relatam ter dívidas a vencer através de formas de pagamento como cheque pré-datado¹, cartão de crédito, cheque especial², entre outros, alcançou 75,6% em novembro de 2021. Em 2022, 28,7% das famílias declararam possuir algum tipo de conta em atraso, valor que, segundo a tabela 2, corresponde a maior média de famílias com contas em atraso desde 2018.

Tabela 1 - Nível de endividamento

Tipos de Dívida	% do Total de Endividados - Média Anual				
	2018	2019	2020	2021	2022
Cartão de Crédito	76,90%	78,70%	78,00%	82,60%	86,60%
Carnês	15,40%	15,30%	16,80%	18,10%	19,10%
Financiamento de Carro	10,50%	9,90%	10,70%	11,60%	10,60%
Financiamento de Casa	8,70%	8,70%	9,50%	9,10%	8,20%
Crédito Pessoal	9,40%	8,20%	8,50%	9,00%	9,10%
Crédito Consignado	5,60%	5,50%	6,60%	6,50%	5,50%
Cheque Especial	5,80%	5,90%	5,90%	5,60%	5,50%
Outras Dívidas	5,00%	2,40%	2,20%	2,30%	2,20%
Cheque Pré-datado	1,10%	1,10%	0,90%	1,00%	0,60%

Fonte: elaboração própria (2022)

¹ Cheque pré-datado é uma operação de crédito. A operação permite que um comprador pague de forma parcelada por um serviço ou produto. Este emite uma quantidade de cheques que totalize o valor do bem identificando em cada folha de cheque emitida a data para pagamento da parcela.

² Cheque especial é o crédito automático que o banco possibilita ao cliente caso ele necessite efetuar pagamentos ou transferências em sua conta quando não há saldo disponível.

Tabela 2 - Percentual do Total de Famílias

% do Total de Famílias	Média Anual				
	2018	2019	2020	2021	2022
Famílias endividadadas	60,30%	63,60%	66,50%	70,90%	77,90%
Famílias com conta em atraso	24,00%	24,00%	25,50%	25,20%	28,70%
Famílias sem condições de pagar as dívidas	9,70%	9,60%	11,00%	10,50%	10,70%

Fonte: elaboração própria (2022)

Também em 2022, foi confirmado uma média 77,90% de famílias endividadadas, sendo desse percentual 86,60% famílias endividadadas somente por cartão de crédito. Dados que podem ser observados nas tabelas 1 e 2.

2.2 Endividamento

Inicialmente, é importante ressaltar que os termos endividamento e inadimplência ainda são vistos por muitos como sinônimos. Contudo, são conceitos diferentes e dizem respeito a situações financeiras específicas. Dívida é o resultado de um empréstimo que, ao final do prazo estipulado, deve ser devolvido o principal acrescido de juros (ROSS; WESTERFIELD; JORDAN, 2009). Já a inadimplência diz respeito ao excesso de dívidas, que é quando não se consegue pagar um compromisso financeiro até a data de seu vencimento.

Segundo Bortoluzzi et al. (2015) o endividamento tem origem no verbo endividar e significa contrair dívidas. O fenômeno ocorre a partir do momento em que a pessoa realiza despesas maiores do que suas receitas. Esse descompasso pode se dar de duas diferentes formas, a primeira diz respeito à emissão de dinheiro para suprir as despesas – como é o caso da União – ou a concessão de crédito por alguém – pessoas físicas e pessoas jurídicas. (MELLO; SLOMSLI, 2009).

Já Vieira, Kilimnik e Santos Neto (2016), afirmam que o endividamento tem relação direta com o consumo de bens e serviços podendo tornar-se crônico, ou seja, quando compromete a renda do devedor chegando em muitos casos ao ponto de o indivíduo não conseguir mais fazer uso do seu próprio salário.

De modo geral, o endividamento pode ser considerado como a utilização de recursos de terceiros a fim de satisfazer as necessidades de consumo de uma pessoa, seja ela física ou jurídica.

Carvalho, Sousa e Fuentes (2017) abonam ainda que o endividamento pode trazer consequências emocionais para o ser humano, pois na maioria dos casos a pessoa endividada vive sob um contexto de forte estresse ao ser pressionada por seus credores. Desse modo, ao passar por dificuldades financeiras, grande parte das pessoas rende-se à tensão e a ansiedade, desencadeando diversos sintomas de estresse emocional que podem influenciar na qualidade de vida (SOUZA, 2017).

A respeito da dívida no cartão de crédito, essa pode ser compreendida como um tipo de passivo a descoberto, constituído mediante um empréstimo rotativo de curto prazo (LACOMBE, 2012). Diante do exposto, tecnicamente, todas as compras realizadas no cartão de crédito criam dívida para o usuário; no entanto, sobre essas dívidas não há incidência de juros caso o pagamento seja realizado dentro do prazo estipulado. Dessa forma, os usuários que pagam corretamente suas faturas mensais não são considerados endividados. Já os consumidores que mantêm um saldo devedor sobre o qual passam a incidir juros após o fim do prazo de vencimento das faturas são considerados detentores de dívida no cartão de crédito. Nesse sentido, a dívida no cartão de crédito, pode ser compreendida como o saldo devedor remanescente após o pagamento da fatura mensal.

2.3 Cartão de Crédito

O cartão de crédito é uma forma de pagamento eletrônica onde as instituições financeiras cedem uma quantia monetária restrita ao titular do cartão por meio de um contrato para que esse realize suas compras de acordo com a sua demanda e em um período determinado, havendo a quitação da dívida acumulada ao longo do mês. Dessa forma torna-se desnecessária a verificação contínua de crédito do cliente a cada compra realizada, não sendo também necessário o desembolso em papel moeda da quantia a ser paga. O cartão de crédito se apresenta na forma de um cartão de plástico e seu pagamento, usualmente, é efetuado por boleto bancário ou por débito automático em conta, podendo seu pagamento ser parcelado ou não. A partir do pagamento, o crédito é renovado no mês subsequente.

Confirmando as informações presentes, o PROCON do estado do Rio de Janeiro expõe o entendimento a seguir:

“CARTÃO DE CRÉDITO é um meio de pagamento eletrônico que possibilita o portador adquirir bens e/ou serviços, pelo preço à vista, nos estabelecimentos credenciados e realizar saques de dinheiro em equipamentos eletrônicos habilitados. O cartão pode ser emitido para pessoas físicas ou para pessoas jurídicas (...) podendo constar o nome da pessoa que assume a responsabilidade perante o emissor o pagamento dos bens e/ou serviços adquiridos com o cartão de crédito, que ocorrerá, na data de vencimento da fatura escolhida pelo portador titular, conforme as datas disponibilizadas pelo emissor.” (PROCON, 2012, p. 1)

Por conta do risco inerente ao produto, o cartão de crédito possui uma das modalidades mais caras de crédito, com taxas de juros anuais que podem alcançar 600% (seiscentos por cento) para o crédito rotativo, que financia a impontualidade e/ou inadimplência total ou parcial (SEQUEIRA, 2020). Além disso, segundo o Banco Central Brasileiro, entre 2015 e 2020, as transações com cartões de crédito avançaram 129% e as de cartão de débito 217%. Em comparação, as transações com cheque recuaram 36%. O cartão de crédito indubitavelmente estimula a economia, porém ele possibilita aos indivíduos gastarem mais do que ganham, sendo de crucial importância a análise desse meio de pagamento e impacto no endividamento das famílias brasileiras.

2.4 Variáveis Sociodemográficas

Para o estudo do endividamento por cartão de crédito, tendo em vista a diversidade da população brasileira, algumas variáveis sociodemográficas tornam-se fundamentais, como: idade, gênero, estado civil, escolaridade e renda. Quanto ao papel dessas, o impacto é analisado em uma série de estudos (PLAGNOL, 2011; KEESE e SCHMITZ, 2011; DINIZ, 2014).

Frade et al. (2008 apud POTRICH et al., 2016) asseguram que o endividamento possui relação com a fase de vida do indivíduo, o que justifica a necessidade de estudar o endividamento sob o viés das variáveis sociodemográficas. Para o autor, os idosos possuem maior demanda por consumo em função da manutenção da qualidade de vida, em especial os gastos com saúde, o que pode ocasionar despesas inesperadas. Quanto à variável idade, Flores (2012), Potrich et al. (2016), e Ponchio (2006) indicam que as pessoas com idade mais avançada possuem maior aversão risco, devido a se encontrarem em uma fase da vida que requer mais cautela, e

consequentemente são menos propensos a comprometer seu equilíbrio financeiro com dívidas. Gathergood et al. (2012 *apud* POTRICH et al. 2016) acrescentam que os indivíduos mais jovens são mais susceptíveis ao endividamento, pois possuem maior inclinação a comportamentos inadequados no uso do dinheiro. Já para Norviliūtis et al. (2006 *apud* POTRICH et al., 2016), os jovens são mais propensos por conta da expectativa de renda futura mais alta.

Em relação a variável sociodemográfica sexo, não existe um consenso na literatura. Alguns autores evidenciam as mulheres como mais propensas ao endividamento (CARVALHO e ALVES, 2010; TRINDADE, RIGHI e VIEIRA, 2012), já outros evidenciam os homens (MULLER, 2010; WANG, LU e MALHOTRA, 2011; LUCENA e MARINHO, 2013). Outros autores como Beak e Hong (2004, *apud* KUNKEL et al., 2015), e Flores (2012) apontam que os homens são mais imprudentes em suas decisões financeiras, e por isso mais propensos ao endividamento. Já Ponchio (2006 *apud* FLORES, 2012) aponta que as mulheres são mais propensas ao endividamento quando comparadas aos homens.

Ao avaliar a relação entre a variável estado civil e endividamento, Gathergood (2012), Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012) observaram que os indivíduos solteiros possuem maior propensão ao endividamento. Flores (2012) além de corroborar com estes autores aponta que os indivíduos viúvos, solteiros e separados são mais propensos ao endividamento. Consoante com sua pesquisa, aqueles que não constituíram família ou que já constituíram, mas vivem separados, tem maior propensão a se endividar em razão de seus compromissos financeiros não serem mais exclusivos com a família. Consolidando as hipóteses apresentadas por Flores (2012), Silva et al. (2017) indicam que os indivíduos em união estável apresentam atitudes financeiras mais conscientes quando comparados aos solteiros. Na variável escolaridade, a atitude mais favorável às dívidas é dos indivíduos mais novos e daqueles que possuem menor nível de escolaridade (PONCHIO, 2006).

Com relação à variável renda, Davies e Lea et al. (1995, *apud* Kunkel et al. (2015) afirmam que os consumidores com renda mais baixa possuem maior predisposição ao endividamento, uma vez que possuem menor disponibilidade de recursos para saldar compromissos financeiros. No mesmo sentido, os estudos de Potrich et al. (2016) complementam afirmando que quanto maior a renda, melhor é o

comportamento financeiro do indivíduo e, portanto, menos propenso ao endividamento. Já para Flores (2012), os indivíduos com menor faixa salarial (até um salário-mínimo) e maior faixa salarial (mais de vinte salários) são os mais prováveis de se endividar.

2.5 Demais Fatores

2.5.1 Educação Financeira

O primeiro construto que não é objeto de estudo da presente pesquisa, mas deve ser levado em conta é a educação financeira. Essa, por sua vez, pode ser entendida como uma combinação de conhecimentos, habilidades, atitudes e comportamentos necessários para a tomada de decisão e o alcance do bem-estar financeiro (OECD, 2013). Neste estudo, seguindo modelo adotado por Jorgensen e Savla (2010), a alfabetização financeira é a relação entre os conceitos de conhecimento financeiro, atitude financeira e comportamento financeiro. A dimensão do conhecimento financeiro é um tipo particular de capital humano que se adquire ao longo do ciclo de vida, por meio da aprendizagem de assuntos que afetam a capacidade para gerir receitas, despesas e poupança de forma eficaz (Delavande, Rohwedder & Willis, 2008).

A grande oferta de produtos financeiros, segundo Amadeu (2009), exige dos indivíduos a habilidade de compreender as características de cada opção, de calcular os custos embutidos nas diferentes ofertas de crédito e de administrar a capacidade de endividamento. É dentro desse contexto que pode ser verificada a importância da alfabetização financeira, uma vez que ela auxilia os consumidores, mediante o fornecimento de informações e instruções, a melhorar seu entendimento acerca dos conceitos e produtos financeiros e a aumentar a autoconfiança, tornando-os mais conscientes dos riscos e das oportunidades financeiras (OECD, 2013).

Fundamentando as evidências apresentadas, Barros (2010) argumenta que um dos aspectos relevantes para as causas do endividamento e a consequente inadimplência é “a não abordagem sobre o tema finanças pessoais nos bancos escolares.” Diante disso, muitas vezes não ocorre um preparo necessário para tratar do assunto que estará presente na vida de qualquer indivíduo economicamente ativo. Conclui-se, portanto, que o não recebimento de orientação financeira, quando crianças e jovens, resulta em adultos sem tais habilidades.

2.5.2 Crédito Fácil e Publicidade Agressiva

Segundo Frade e Magalhães (2006) o crédito por si só não é algo ruim para o consumidor, pois uma vez que contratado por indivíduos com boa saúde financeira e estabilidade de renda, o crédito possibilita a acessibilidade de determinados bens e serviços, o que contribui para a promoção do bem-estar dos indivíduos e famílias.

Em contrapartida, o crédito pode tornar-se causa de grave endividamento e, por conseguinte, exclusão. Infelizmente, no mercado muitas instituições financeiras lançam mão de publicidade agressiva, carente de informações essenciais e, em muitos casos, até mesmo enganosa com o objetivo de induzir o consumidor a optar pelo crédito fácil (NUNES, 2008).

Nesse sentido, não é raro que consumidores sejam atraídos por peças publicitárias convincentes, que ofertam os mais variados produtos no mercado. Dessa forma, muitos indivíduos consomem cada vez mais em condições que são incapazes de pagar e com financiamentos que comprometem a totalidade da sua renda. Contudo, ainda que seja notável o crescimento do fenômeno no Brasil, infelizmente, esse ainda é considerado por muitos como apenas como uma mera questão de descontrole financeira, ambição e até mesmo liberalidade (ROCHA e FREITAS, 2010).

2.5.3 Consumismo e Materialismo

É comum ouvirmos falar de pessoas que regularmente gastam mais do que do ganham. Mais do que casos isolados de falta de gestão financeira, nota-se que os indivíduos consomem cada vez mais no anseio de se sentirem pertencentes a sociedade de consumo em que vivemos, onde o “ter” é mais valorizado do que o “ser”. Dito isso, para Wu (2006), o consumo em excesso consiste no comportamento de compra que leva a pessoa a gastar mais rapidamente do que sua renda permite.

Muito autores destacam que a sociedade contemporânea, em especial a sociedade ocidental, consome em excesso para preencher um vazio existencial. A psicologia inspirada em James Hillman (1926 – 2011) evidencia que, diante do consumo, as pessoas tentam preencher seu vazio existencial inerente ao ser humano

pelos bens e serviços consumidos, enchendo-se assim do que é efêmero, caindo na ilusão do consumismo, até que esse se torne um vício.

Marimpietri (2007) especifica que todo o processo de viver para consumir possui consequências, o qual, todo indivíduo cedo ou tarde as sofre. Esta cultura de consumo propagada pela sociedade, a partir da qual as pessoas associam felicidade e status com o ato de adquirir bens ou serviços, faz com que o consumidor entre em um círculo vicioso. Assim, com dívidas cada dia maior e inscrito nos cadastros de maus pagadores, o consumidor perde gradativamente a capacidade de sair deste estado de inadimplência (MARIMPIETRI, 2007).

A respeito do materialismo, para Milella et al. (2016), o conceito se apresenta como um aspecto da relação do indivíduo com o consumo. Em linhas diretas, é atribuição de maior valor aos bens materiais. Sendo assim, quanto mais materialista é o indivíduo, maior a sua propensão para valorizar bens materiais em oposição a outros objetivos de vida. Indo um pouco além, para Richins e Dawson (1992) o materialismo se configura na situação em que as posses do indivíduo funcionam como importante variante na manutenção dos estados afetivos positivos e o nível de apego a determinado objeto está diretamente ligado ao estado de bem-estar.

Importante ressaltar que, segundo Rodrigues et al. (2009), apesar da preferência por segurança financeira em detrimento das relações interpessoais, foi notado que quanto maior o nível de felicidade promovida pela conquista de bens e progressão social do indivíduo, maior o seu nível de falência pessoal.

A personalidade materialista, assim como a consumista, pode colaborar para problemas de saúde do sujeito, por dois motivos: caso ele não consiga alcançar seus objetivos de consumo; ou caso ele se endivida cada vez mais para conseguir alcançá-los (SOUZA, 2019). Além disso, segundo Zerrenner (2007), indivíduos que possuem comportamentos que vão à linha com o materialismo e consumo excessivo estão propensos a ter uma baixa habilidade de gerir seus rendimentos e dificuldade para quitar as suas dívidas.

3. METODOLOGIA

3.1 Tipo de Pesquisa

Tendo em vista que a pesquisa busca identificar os principais fatores intrínsecos aos indivíduos que influenciam o alto grau de endividamento por cartão de crédito das famílias brasileiro, ela classifica-se como quantitativa descritiva e explicativa. Quantitativa, pois a pesquisa busca coletar informações a respeito de um grupo-alvo específico, sendo essas informações obtidas através de métodos formais e definidos que possam ser transformados em números para análises posteriores, de modo a elucidar eventuais dúvidas sobre essa população (CRESWELL, 2015). Descritiva, pois objetiva descrever características de uma população ou fenômeno – sendo esse tipo de estudo adequado para pesquisas que investigam opiniões, atitudes, valores e crenças – e segundo, Sellitz et al. (1965), busca descrever um fenômeno ou situação em detalhe, especialmente o que está ocorrendo, permitindo abranger as características de um indivíduo, uma situação ou um grupo, bem como desvendar a relação entre os eventos. E, por último explicativa, pois, assim como elucidada Gil (1999), tem como objetivo básico a identificação dos fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência de um fenômeno.

Tendo em vista o objetivo da pesquisa, o método julgado como mais adequado para responder à pergunta principal é o *survey*. Pois, além de ter múltiplas finalidades, sempre que o pesquisador estiver interessado em identificar opiniões, atitudes, valores, percepções etc., ele pode empregar o *survey* como técnica de coleta de dados. Complementando:

“... a pesquisa de *survey* implica a coleção de dados (...) em um número de unidades e geralmente em uma única conjuntura de tempo, com uma visão para coletar sistematicamente um conjunto de dados quantificáveis no que diz respeito a um número de variáveis que são então examinadas para discernir padrões de associação...” (Bryman, 1989, p. 104).

3.2 Universo e Amostra

O procedimento de amostragem pode ser realizado por meio de uma amostra probabilística ou não probabilística. No primeiro caso, os resultados podem ser projetáveis para a população total, já no segundo caso, os resultados não podem ser generalizados.

Perante o exposto, como segundo a pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), divulgada pela Confederação Nacional do Comércio (CNC) em 2021, o percentual de famílias que relatam ter dívidas a vencer alcançou 75,6% em novembro de 2021, sendo desses 75,6% um total 85,2% endividados com cartão de crédito, o que representa 63,9% da população brasileira, obter uma amostra significativa e que represente a população brasileira de forma adequada seria inviável.

Para a resolução do impasse, optou-se na pesquisa por uma amostragem não probabilística, que segundo Mattar (1996) é aquela em que a seleção dos elementos da população para comportar a amostra depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo.

Logo, com o intuito de restringir a amostra, o principal critério de seleção da amostra foi acessibilidade. Nesse sentido a população estudada foi composta por moradores da cidade do Rio de Janeiro, RJ, que utilizaram cartão de crédito nos últimos 6 meses.

3.3 Procedimentos de Coleta e de Análise de Dados

O instrumento utilizado na pesquisa foi um questionários on-line, elaborado através da plataforma *Google Forms*. Ele foi enviado e disponibilizado aos participantes por diferentes redes sociais e canais de comunicação, como *e-mail*, *Whatsapp*, *Facebook* e *Instagram*, tanto em virtude da facilidade de aplicação que esses meios possibilitam quanto da grande adesão de boa parte dos brasileiros a eles.

O questionário foi aplicado entre os dias 05 e 15 de novembro de 2022, por meio de amigos, conhecidos e terceiros dispostos a participar da pesquisa. Como pré-requisito para a participação no estudo, os participantes deveriam ter utilizado o seu cartão de crédito pelo menos uma vez nos últimos 6 meses.

3.4 Cuidados Éticos

Em virtude da preocupação com a tratamento dos dados e ética com relação aos participantes da pesquisa, na última página do questionário (*Google Forms*), consta o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, que garante o anonimato dos respondentes, a confidencialidade de suas respostas e sua livre deliberação sobre o uso dos dados coletados na pesquisa.

3.5 Limitações do Método

É de extrema importância ressaltar que as questões presentes no questionário, por serem fechadas, simples e objetivas, poderão não abordar todos os fatores relacionados ao endividamento dos brasileiros por cartão de crédito.

Além disso, como afirma Bryman (1989), não basta o pesquisador obter uma amostra qualquer da população estudada, é necessária uma amostra representativa, ou seja, uma que realmente represente a população. Sendo assim, embora tenha-se utilizado métodos que busquem aproximar os dados coletados da população, como esses foram coletados através de questionários enviados por meio de plataformas digitais, é possível que a representatividade da amostra enviesse em determinado grau os resultados da pesquisa.

3.6 Análises de Dados

Para uma melhor compreensão sobre o tema estudado, com os dados coletados através do questionário foram realizadas uma série de análises de estatística descritiva. Essas, por sua vez possuíram o objetivo de organizar, descrever os aspectos importantes do grupo estudado e suas características, comparando-as aos demais conjuntos.

Para realizar as análises foram adotados dois métodos das análises estatísticas bivariadas, sendo a ANOVA e o teste U de Mann-Whitney. A ANOVA é executada por meio de testes, onde o *p-value* determina a significância estatística da interação entre as variáveis estudadas (BERGH *et al.*, 2020). Ademais, a ANOVA permite explorar as relações entre fatores controlados em um experimento e uma única resposta (BERTINETTO *et al.*, 2020). Já o teste de Mann-Whitney é uma alternativa para o teste t e aplicado para testar as médias quando a população é independente de qualquer distribuição subjacente”, ou seja, possui distribuição normal (ASLAM *et al.*, 2020, p. 2).

Além disso, devido a ANOVA se tratar de um teste paramétrico e o teste de Mann-Whitney ser um teste não-paramétrico, será possível testar e validar o efeito das características sociodemográfica sobre o endividamento por diferentes perspectivas.

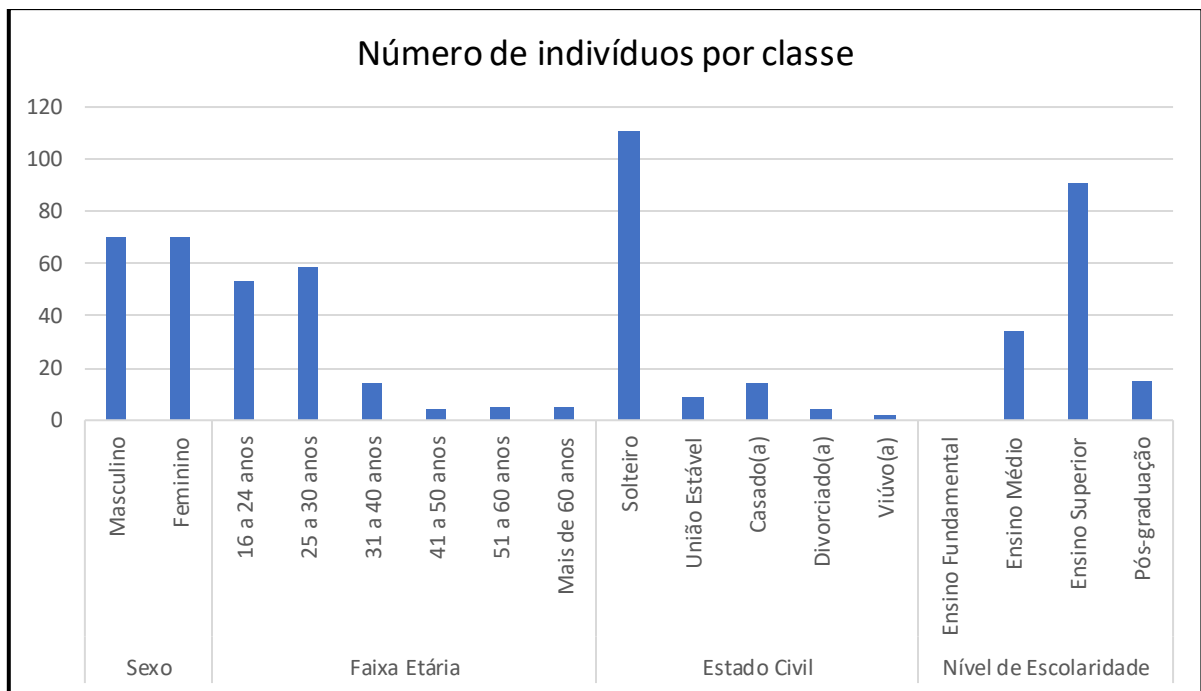
Vale ressaltar que, para realizar as análises, foram adotados dois programas distintos, o Excel e o SPSS (Statistical Package for the Social Science). Ambos foram selecionados pelo autor por serem softwares gratuitos e com funções estatísticas adequadas para realizar as análises propostas neste trabalho.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Perfil da Amostra

A amostra foi composta por 50% (n=70) homens e 50% mulheres (n=70). Todos acima de 16 anos (Média = 28,33 em anos) e com faixa etária predominante de 25 a 30 anos, correspondendo a 42,14% (n=59) dos respondentes. Mais da metade dos respondentes se declaram solteiros 79,28% (n=111). A grande maioria dos representantes declarou possuir ensino superior 65% (n=91) ou ensino médio 24,28% (n=34).

Tabela 3 - Perfil da Amostra 01

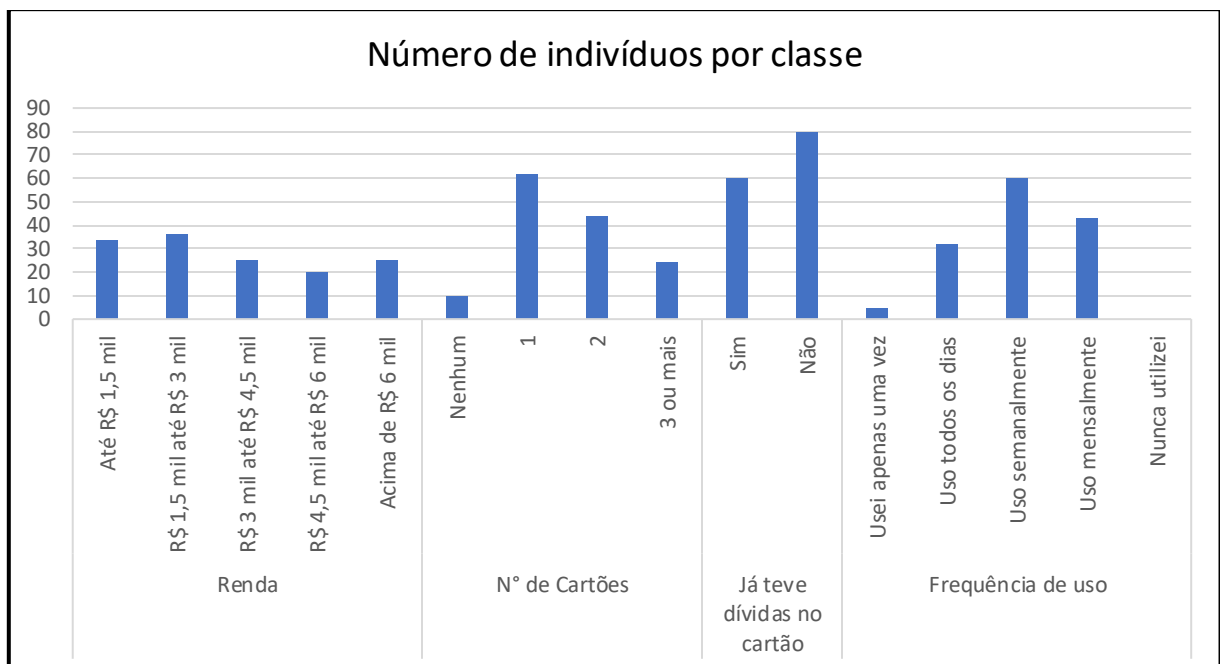


Fonte: elaboração própria (2022)

Quanto às características financeiras, houve uma grande variabilidade da renda mensal dos respondes, sendo a maior frequência 25,71% (n=36) com renda de R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00; seguida de 24,29% (n=34) com renda de até R\$ 1.500,00 e 17,86% (n=25) para renda de R\$ 3.001,00 até R\$ 4.500,00 e 32,14% (n=45) para acima de R\$ 6.000,00. Com relação ao endividamento pela forma de pagamento 42,86% (n=60) responderam que já tiveram ou possuem dívidas no cartão de crédito, contra 57% (n=80) que nunca se endividaram no cartão. Em relação ao número de

cartões de crédito que cada respondente possuía quando respondeu o questionário, significativa parcela relatou possuir somente um (44,29%) (n=62) e um menor percentual (7,14%) (n=10) corresponde àqueles que não possuíam nenhum cartão. Segundo Kim e DeVaney (2001), a posse de maior quantidade de cartões contribui para a elevação do endividamento, tendo em vista maiores quantidades de cartões possuem uma fonte de crédito muito superior àqueles que detêm um menor número.

Tabela 4 - Perfil da Amostra 02



Fonte: elaboração própria (2022)

Quanto a frequência de uso, essa se mostrou em linha com a data da última compra, com 42,86% (n=60) indicando usar o cartão semanalmente até 3,57% (n=5) que utilizaram o cartão apenas uma vez. Dentre os motivos pela qual os respondentes preferem utilizar esse meio de pagamento ao invés de outros, os mais citados são praticidade e comodidade 47,86% (n=67); segurança 12,14% (n=17); controle 29,29% (n=41); emergência 18,57% (n=26); facilidade para fazer compras online 43,57% (n=61); possibilidade de parcelamento 62,14% (n=87) e participação de promoções e descontos 22,14% (n=31) (ver Tabela 5).

Tabela 5- Perfil da Amostra 3

Variável	Classe	Quantidade	%
Sexo	Masculino	70	50,00%
	Feminino	70	50,00%
Faixa Etária	16 a 24 anos	53	37,86%
	25 a 30 anos	59	42,14%
	31 a 40 anos	14	10,00%
	41 a 50 anos	4	2,86%
	51 a 60 anos	5	3,57%
	Mais de 60 anos	5	3,57%
Estado Civil	Solteiro	111	79,29%
	União Estável	9	6,43%
	Casado(a)	14	10,00%
	Divorciado(a)	4	2,86%
	Viúvo(a)	2	1,43%
Nível de Escolaridade	Ensino Fundamental	0	0,00%
	Ensino Médio	34	24,29%
	Ensino Superior	91	65,00%
	Pós-graduação	15	10,71%
Renda	Até R\$ 1,5 mil	34	24,29%
	R\$ 1,5 mil até R\$ 3 mil	36	25,71%
	R\$ 3 mil até R\$ 4,5 mil	25	17,86%
	R\$ 4,5 mil até R\$ 6 mil	20	14,29%
	Acima de R\$ 6 mil	25	17,86%
Nº de Cartões	Nenhum	10	7,14%
	1	62	44,29%
	2	44	31,43%
	3 ou mais	24	17,14%
Já teve dívidas no cartão	Sim	60	42,86%
	Não	80	57,14%
Frequência de uso	Usei apenas uma vez	5	3,57%
	Uso todos os dias	32	22,86%
	Uso semanalmente	60	42,86%
	Uso mensalmente	43	30,71%
	Nunca utilizei	0	0,00%
Motivo do Uso	Praticidade e Comodidade	65	46,43%
	Segurança	4	2,86%
	Controle	9	6,43%
	Emergência	19	13,57%
	Facilidade para fazer compras online	16	11,43%
	Possibilidade Parcelamento	25	17,86%
	Participação de Promoções e Descontos	2	1,43%

Fonte: elaboração própria (2022)

Em síntese, os dados apresentados referentes ao perfil da amostra demonstram um predomínio de respondentes com faixa etária de 25 a 30 anos, solteiros, com ensino superior completo e em sua grande maioria renda mensal de R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00. A respeito da variável sexo não houve o predomínio de

nenhum dos sexos. No que tange a posse e uso do cartão de crédito, a predominância encontra-se nos usuários que possuem apenas um cartão, não possuem dívidas e que possuem o hábito de utilizar regularmente o cartão (pelo menos uma vez na semana). Além de optarem pelo meio de pagamento em maior grau devido a possibilidade de parcelamento, praticidade e comodidade e, em terceiro lugar, facilidade para fazer compras *online*.

Logo, percebe-se que o perfil do respondente corresponde a um jovem, com bom nível de instrução, recém-inserido no mercado de trabalho que utiliza recorrentemente apenas um cartão de crédito e que preza pela agilidade/praticidade no uso o cartão e pela possibilidade de parcelamento.

4.2 Análises das Variáveis do Estudo

Para analisar os objetivos do estudo, as relações entre as dimensões foram diagnosticadas através do teste de ANOVA (análise de variância) e o teste Mann-Whitney. Para o levantamento dos dados analisados os questionários utilizados foram elaborados da seguinte maneira:

4.2.1 Questionário Sociodemográfico e de Perfil de Uso do Cartão de Crédito

O questionário utilizado, teve como objetivo coletar dados pessoais e de comportamento dos respondentes, tais como: sexo, idade, estado civil, escolaridade, renda mensal, cidade onde residem, quantos cartões possuem, qual é frequência de uso o cartão de crédito e se já tiveram dívidas no cartão. Acerca dos motivos para se optar pelo uso do cartão, em sua última parte foram elencados algumas das principais motivações, julgadas pelo autor a parti da bibliografia analisada, que poderiam ter influência no caso estudado.

4.2.2 Análise das Variáveis Sociodemográficas

Para analisar as médias dos grupos em estudo, foi utilizado o teste ANOVA³: fator único. O teste permite uma comparação entre os grupos e dentro dessas comparações, explica a relação que há entre eles.

³ Teste ANOVA: técnica estatística que possibilita a avaliação de afirmações sobre as médias de populações. A análise propõe-se, essencialmente, verificar se existe uma diferença significativa entre as médias e se os fatores exercem influência em alguma variável dependente.

O resultado da fórmula conhecida como “estatística F” permite verificar a variabilidade entre as amostras e dentro das amostras. Assim, confirma-se esta hipótese quando a estatística F calculada no teste é maior que o valor crítico da distribuição (GERALDI *et al.*, 2022, p.25).

A análise de variância é um método estatístico que separa os dados de variância observados e servem de base para outros testes. Para identificar se a variância entre os dados observados é significativa, é utilizado p-value, onde “o valor de corte para rejeitar a hipótese nula é de 0,05”, ou seja, se o valor do p for maior que 0,05, a hipótese nula é suportada (FERREIRA *et al.*, 2015, p 1).

Com o objetivo de verificar as médias dos grupos, ou seja, de entender se existe uma relação significativa entre as variáveis independentes com o endividamento pelo cartão de crédito, o teste ANOVA teve como variável dependente o endividamento por cartão de crédito e como variáveis independentes:

- Gênero;
- Estado Civil;
- Escolaridade;
- Renda Mensal;
- Número de cartões;
- Faixa Etária;
- Frequência de uso deles;

Tabela 5 - Teste ANOVA: fator único

		Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	Z	Sig.
Gênero	Entre Grupos	,029	1	,029	,115	,735
	Nos grupos	34,971	138	,253		
	Total	35,000	139			
Faixa_etária	Entre Grupos	5,952	1	5,952	4,068	,046
	Nos grupos	201,933	138	1,463		
	Total	207,886	139			
Estado_civil	Entre Grupos	,134	1	,134	,968	,327
	Nos grupos	19,088	138	,138		
	Total	19,221	139			
Escolaridade	Entre Grupos	,134	1	,134	,399	,529
	Nos grupos	46,288	138	,335		
	Total	46,421	139			
Renda_mensal	Entre Grupos	102,515	1	102,515	,321	,572
	Nos grupos	44096,771	138	319,542		
	Total	44199,286	139			
Número_de_cartoes	Entre Grupos	,001	1	,001	,001	,977
	Nos grupos	101,971	138	,739		
	Total	101,971	139			
Frequência_de_uso	Entre Grupos	,060	1	,060	,087	,769
	Nos grupos	94,933	138	,688		
	Total	94,993	139			

Fonte: elaboração própria (2022)

Podemos observar que, dentre as variáveis independentes apresentadas, a única que demonstrou ter um efeito significativo sobre a variável dependente (endividamento) foi faixa etária ($F(1;138) = 4,068$; $p < 0,05$). Assim, pode-se inferir que a seguinte hipótese foi suportada pelo teste: a idade influencia no endividamento por cartão de crédito dos usuários.

Por outro lado, as variáveis gênero ($F(1;138) = 0,115$; $p = 0,735$), estado civil ($F(1;138) = 0,968$; $p = 0,327$), escolaridade ($F(1;138) = 0,399$; $p = 0,529$), renda mensal ($F(1;138) = 0,321$; $p = 0,572$), quantidade de cartões ($F(1;138) = 0,001$; $p = 0,977$) e frequência de uso ($F(1;138) = 0,087$; $p = 0,769$) não demonstraram efeito significativo sobre o fenômeno. Logo, infere-se que: não há deferência do grau de endividamento entre os gêneros; O estado civil não influencia o grau de endividamento dos usuários de cartão de crédito; Não há diferença significativa de endividamento entre os usuários de cartão de crédito com diferentes rendas mensais; A frequência

de uso do cartão de crédito não influencia no grau de endividamento dos usuários; Não há relação entre endividamento e quantidade de cartão de crédito pertencente a um indivíduo.

Superando o teste paramétrico, buscou-se realizar um teste não-paramétrico (teste de Mann-Whitney) para analisar se a relação das variáveis independentes sobre a dependente é igual ou diferente da relação encontrada pelo teste paramétrico.

Tabela 6 - Teste de Mann-Whitney

	Gênero	Faixa_etária	Estado_civil	Escolaridade	Renda_mensal	Número_de_cartoes	Frequência_de_uso
U de Mann-Whitney	2330,000	1754,500	2250,000	2300,000	2342,500	2373,000	2378,500
Wilcoxon W	4160,000	4994,500	5490,000	5540,000	4172,500	5613,000	5618,500
Z	-,340	-2,914	-,984	-,500	-,248	-,121	-,096
Significância Sig. (bilateral)	,734	,004	,325	,617	,804	,903	,923

a. Variável de Agrupamento: Possui_dívidas_no_cartão

Fonte: elaboração própria (2022)

Ao analisar o resultado do teste de Mann-Whitney, percebe-se que a única variável que demonstrou ter um efeito significativo sobre o endividamento, foi a variável faixa etária ($Z = -2,914$; $p < 0,01$), dessa forma, a hipótese “Há diferença de endividamento entre as faixas etárias” foi suportada pelo teste de Mann-Whitney. Ademais, tendo em vista que o *z-value* teve um valor negativo, ainda pode-se inferir que “Quanto menor a faixa etária maior o grau de endividamento dos usuários de cartão de crédito”.

Quanto as demais variáveis independentes, não foi encontrado nenhuma relação significativa entre gênero ($Z = -0,34$; $p = 0,734$), estado Civil ($Z = -0,984$; $p = 0,325$), escolaridade ($Z = -0,5$; $p = 0,617$), renda mensal ($Z = -0,248$; $p = 0,804$), quantidade de cartões ($Z = -0,121$; $p = 0,903$) e frequência de uso ($Z = -0,096$; $p = 0,923$) com o fato de os usuários terem ou não ter dívidas no cartão.

Assim, tanto o teste paramétrico quanto o não-paramétrico realizado nesse estudo, ratifica o que já era exposto pelo atual estado da arte. Pois, apesar de a alfabetização financeira ser um meio importante para evitar endividamentos, segundo a OECD (2011), não é algo que é ensinado nas escolas. Portanto, não devemos nos limitar a pensar que apenas a escolaridade afetaria nesse quesito. Segundo Atkinson

e Messy (2012), o comportamento financeiro é importante assim como os planejamentos de despesas e construção financeira e, entender esse tipo de comportamento, ajuda a evitar esses tipos de endividamento, como o pelo cartão de crédito, por exemplo.

Complementarmente, de acordo com o relatório do SPC (2018), a renda dos indivíduos não influencia no seu comportamento, portanto, não deve definir se irá se endividar ou não. Quanto mais ganha mais ele gasta, o que faz com que se endivida de qualquer forma. Comprovando o teste realizado, a renda mensal do indivíduo não se torna relevante em dizer se quem possui uma renda x está mais propenso ao endividamento por exemplo. O motivo que leva ao endividamento pelo cartão de crédito requer outras questões, a qual não é baseada apenas na renda de cada um.

4.2.3 Análise dos Motivos Informados

Como podemos ver na Tabela 8 e na Tabela 9 a seguir, 44,3% dos entrevistados afirmaram possuir apenas 1 cartão de crédito, e dentre as pessoas entrevistadas, 43,2% usam seus esses cartões semanalmente. A constatação desses dados faz com que surja a reflexão sobre quais são os motivos pelos quais os respondentes preferem utilizar o cartão de crédito em detrimento de outros meios de pagamento.

Tabela 7 - Quantidade de cartões de crédito

Quantos cartões de crédito possui?	Percentual das respostas
Nenhum	7,1%
Possui apenas 1	44,3%
Possui apenas 2	31,4%
Possui 3 ou mais	17,1%
Total de 140 respostas	

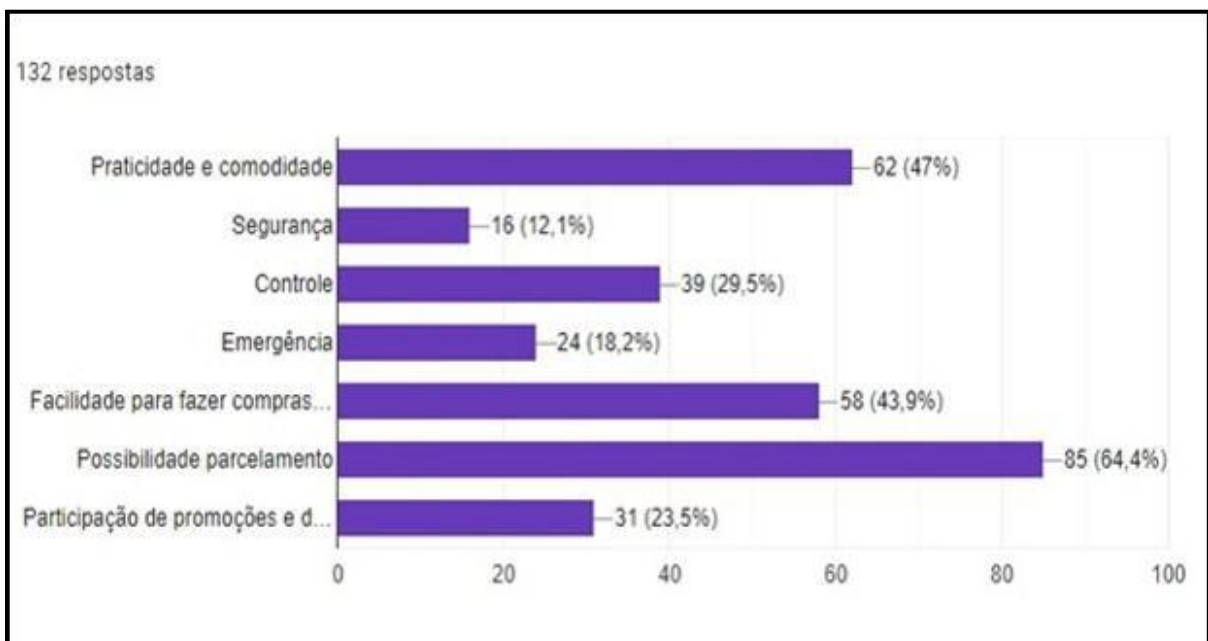
Fonte: elaboração própria (2022)

Tabela 8 - Quantidade de cartões de crédito

Frequência de uso dos cartões de crédito	Percentual das respostas
Usei apenas 1 vez	0,0%
Uso mensalmente	30,3%
Uso semanalmente	43,2%
Uso todos os dias	22,7%
Total de 132 respostas	

Fonte: elaboração própria (2022)

Entendendo sobre a frequência do uso deles, o maior questionamento era entender quais os seus maiores motivos, o que foi determinado pelos resultados apontados na Tabela 10.

Tabela 9 - Motivos para optar pelo cartão de crédito em detrimento de outras formas de pagamento

Fonte: elaboração própria (2022)

Diante dos motivos informados a respeito da frequência do uso do cartão de crédito e os motivos por optarem pelo meio de pagamento, chegamos a uma conclusão que determina as maiores motivações para optar pela forma de pagamento. Como mencionado na pesquisa acima, 64,4% dos entrevistados preferem usar o cartão de crédito por possuir a opção de parcelamento. Apesar de ser uma opção que

ajuda no momento da compra, quando usado de forma equivocada, torna-se o principal fator que contribui para o endividamento, em especial no caso de consumidores que não entendem o verdadeiro peso das taxas adquiridas no cartão através dos parcelamentos. Segundo o BCB (2019), os juros rotativos⁴ chegam a ser em 307,2% ao ano e as maiorias do público que utilizam o cartão de crédito não possuem esse conhecimento, o que faz chegar à conclusão de que muitas das dívidas que começam pelo uso do cartão de crédito passam despercebidas, por essa falta de conhecimento.

⁴ Juros rotativo: são os juros cobrado sobre a diferença entre o valor pago e o valor da fatura, quando o cliente não paga o valor total da fatura (PASQUINI *et al.*, 2023).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Visando aprofundar o conhecimento sobre a influência das variáveis sociodemográficas no índice de endividamento por cartão de crédito na sociedade brasileira, o estudo analisou as variáveis sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade e renda mensal.

Contudo, para alcançar o objetivo proposto por este trabalho, foi necessário utilizar alguns testes estatísticos, a fim de validar a relação entre as variáveis. Dessa forma, foi utilizado a ANOVA como teste paramétrico e o teste Mann-Whitney como teste não-paramétrico.

Como resultado, foi constatado que a variável faixa etária é uma dimensão que possui influência significativa no fenômeno. Segundo a pesquisa da Agência B2 (2014) “Vivendo 80 semanas na vida do jovem brasileiro”, 19% dos jovens entre 18 e 24 anos possuem dívidas, e comparando aos jovens de 25 a 29 anos esse número cresce para 46%, a qual 40% são de jovens que possuem preferência de pagamentos por meio de cartão de crédito na hora de praticar o consumo, o que acaba acarretando situações de endividamento. Entretanto, no que tange as demais dimensões não foi possível concluir que possuem influência significativa no endividamento pela forma de pagamento.

Ademais, ambos os testes estatísticos demonstram que as variáveis gênero, estado civil, escolaridade, renda mensal, quantidade de cartões e frequência de uso não influenciam, significativamente, o endividamento com o cartão de crédito. Complementarmente, o teste de Mann-Whitney, ao fornecer um *z-value* negativo à variável de faixa etária ($Z = -2,914$; $p < 0,01$), possibilita inferir que quanto menor a idade maior a propensão do usuário se endividar com o cartão de crédito.

Os achados dessa pesquisa corroboram com os estudos de endividamento de inadimplência do consumidor, ao ratificar que não há diferença significativa entre o endividamento de cartão de crédito entre os indivíduos com diferentes rendas mensais, em outras palavras, quanto maior a disponibilidade de recursos financeiros, maior será as chances de o indivíduo se endividar (Beatty & Farrel, 1998; Lins & Pereira, 2011).

Dessa forma, este trabalho foi capaz de demonstrar que determinadas variáveis sociodemográficas, analisadas nesse trabalho, influenciam significativamente o endividamento dos usuários de cartão de crédito. Assim, embora esse trabalho não seja uma pesquisa amostral, é possível utilizar os achados apresentados para realizar implicações práticas, onde fornecedores de serviços e educação financeira podem focar em estratégia para auxiliar os usuários de cartão de crédito mais jovens a organizar melhor suas finanças, a fim de reduzir seu endividamento e conseqüentemente inadimplência.

Contudo, tendo em vista que o comportamento acerca do endividamento por cartão de crédito é muito complexo e são influenciados por diversos fatores que não foram abordados neste estudo, algumas limitações encontradas devem ser destacadas para estudos futuros.

A primeira limitação seria a amostra e os poucos fatores utilizados que se procurou relacionar com o endividamento por cartão de crédito. A amostra não foi probabilística, o que, em termos metodológicos, não possibilita a generalização dos resultados da pesquisa, limitando os resultados à amostra aqui representada, o que não representa a maior parte da população de brasileiros.

A segunda limitação seria as escalas e medidas utilizadas, que podem também não ter contemplado todo o alcance dos fatores que se queria medir. Diante disso, é sugerida a elaboração de novas pesquisas utilizando outras medidas e escalas para confirmar e expandir os resultados aqui encontrados.

Além disso, o autopreenchimento das variáveis pelos respondentes, que podem introduzir erros nos dados, e a autoavaliação que também é uma limitação, visto que, em alguns casos, pode confundir valores reais com valores que se gostaria de ter.

Entretanto, reforça-se que essas limitações não eliminam a contribuição desse estudo para área de administração e para a academia. Sublinha-se, ainda, que para estudos futuros sejam consideradas algumas dessas limitações e que se possa completar as análises com a verificação de possíveis efeitos moderados, para que seja se tenha um melhor entendimento do endividamento por cartão de crédito.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agência B2. **Vivendo 80 semanas na vida do jovem brasileiro**. 2016. Disponível em < <https://exame.abril.com.br/marketing/10-fatos-sobre-o-comportamento-dos-jovens-brasileiros/> > Acesso em dez. de 2018.

AMADEU, J. R. **A educação financeira e sua influência nas decisões de consumo e investimento: proposta de inserção da disciplina na matriz curricular. Dissertação de mestrado**. São Paulo, SP, Brasil, 2009.

ASLAM, Muhammad; ALDOSARI, Mansour Sattam. Analyzing alloy melting points data using a new Mann-Whitney test under indeterminacy. **Journal of King Saud University-Science**, v. 32, n. 6, p. 2831-2834, 2020.

Atkinson, A. and Messy, F. (2012) **Measuring Financial Literacy Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study**. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 15, OECD publishing. - references - scientific research publishing. Disponível em: <[https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qIt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2275403](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qIt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2275403)>. Acesso em: 22 dez. 2022.

BANCO, BV Tudo o que você precisa saber sobre o empréstimo pessoal. Com.br Banco BV, 2022. Disponível em: <<https://www.bv.com.br/bv-inspira/credito-pessoal/tudo-que-voce-precisa-saber-sobre-o-emprestimo-pessoal>>. Acesso em: 15 dez. 2022.

BARROS, C. A. R. Educação Financeira e Endividamento. Dissertação (Mestrado) - Escola Superior de Administração. **Direito e Economia ESADE-FADERGS**, 2010.

BCB - **Banco Central do Brasil Estatísticas monetárias e de crédito**, 2019. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/content/estatisticas/Documents/Estatisticas_mensais/Monetaria_credito/Nota%20para%20a%20imprensa%20-%20Estat%20C3%ADstic%20Monet%20C3%A1rias%20e%20de%20Cr%20C3%A9dit%20o.pdf>. Acesso em: jan. de 2023.

BEATTY, S. E.; ELIZABETH FERRELL, M. Impulse buying: Modeling its precursors. **Journal of retailing**, v. 74, n. 2, p. 169–191, 1998.

BERTAUT, C. C.; HALIASSOS, M. Credit cards: Facts and theories. **SSRN Electronic Journal**, 2005.

BERTAUT; HALIASSOS; et al. Consumer Vulnerability and Credit Card Knowledge Among Developmentally Disabled Citizens. **Contabilidade e Economia. Contabilidade e Economia**, n. 3, p. 109–131, 2002.

BERTINETTO, Carlo; ENGEL, Jasper; JANSEN, Jeroen. ANOVA simultaneous component analysis: A tutorial review. **Analytica Chimica Acta: X**, v. 6, p. 100061, 2020.

BORTOLUZZI, Daiane Antonini et al. **Aspectos do endividamento das famílias brasileiras no período de 2011-2014**. Perspectiva, Erechim, v. 39, n. 146, p. 111-123, jun. 2015.

BRITO, M. J. **Livre- se das Dívidas: aprenda como negociar pagar e evitar**. São Paulo: Departamento Editorial DPL, 2007.

BRYMAN, A. **Research Methods and Organization Studies**. Routledge: Great Britain, 1989.

CARVALHO, A. A.; ALVES, J. E. As relações entre o consumo das famílias brasileiras, ciclo de vida e gênero. **ABEP, Caxambú. Anais... Caxambú**, 2010.

CARVALHO, H. A.; SOUSA, F. G. P.; FUENTES, V. L. P. Representação Social do Endividamento Individual. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 11, n. 1, p. 100-115, 2017.

Pesquisa Nacional de Inadimplência do Consumidor (PEIC), novembro, 2021. Disponível em <<https://www.serasa.com.br/blog/cheque-pre-datado>>. Acesso em: 10 dez. 2021.

Cheque pré-datado: **O que é e como funciona? - Serasa Ensina**. Disponível em: <<https://www.serasa.com.br/blog/cheque-pre-datado/>>. Acesso em: 15 dez. 2022.

Creswell, J. (2015). Educational Research Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research. New York Pearson. - references - scientific research publishing. Disponível em: <[https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1562433](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1562433)>. Acesso em: 18 dez. 2022.

DAVIES, E.; LEA, S. E. G. Student attitudes to student debt. **Journal Of Economic Psychology**, v. 16, n. 4, p. 663–679, 1995.

DEARO, G. **10 fatos sobre o comportamento dos jovens brasileiros**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/marketing/10-fatos-sobre-o-comportamento-dos-jovens-brasileiros/>>. Acesso em: 22 dez. 2022

DELAVANDE, A.; ROHWEDDER, S.; WILLIS, R. J. Preparation for retirement, financial literacy and cognitive resources. **SSRN Electronic Journal**, 2008.

DINIZ, Anna Paula Carvalho et al. **Influência das variáveis socioeconômicas e demográficas no bem-estar financeiro: um estudo do comportamento maranhense**. Revista Uniabeu, v. 7, n. 17, p. 218-234, 2014.

FERREIRA, R. **Como Planejar, Organizar e Controlar seu Dinheiro**. São Paulo: Thomson IOB, 2006.

FERREIRA, Juliana Carvalho; PATINO, Cecilia Maria. **O que realmente significa o valor-p?**. *Jornal Brasileiro de Pneumologia*, v. 41, p. 485-485, 2015.

(Financial literacy and inclusion: Results of OECD/INFE survey across countries and by gender, 2013),(Financial literacy and inclusion: Results of OECD/INFE survey across countries and by gender, 2013)
Financial literacy and inclusion: Results of OECD/INFE survey across countries and by gender. Paris, France: OECD Centre, 2013.

FLORES, S. A. M.; VIEIRA, K. M.; CORONEL, D. A. **Propensão ao endividamento e percepção de risco: o caso dos servidores públicos da UFSM.** XXXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Bento Gonçalves, 2012.

FLORIA-SANTOS, Milena et al. **Self-reported cancer family history is a useful tool for identification of individuals at risk of hereditary cancer predisposition syndrome at primary care centers in middle-income settings: a longitudinal study.** *Genetics and Molecular Biology*, v. 39, n. 2, p. 178-183, 2016Tradução.

FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângella Lunardelli (coord.). *Direitos do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito.* São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2006.

FRADE, Catarina et al. **Um perfil dos sobreendividados em Portugal: Relatório Final.** Centro de Estudos Sociais (CES). Faculdade de Economia. Universidade de Coimbra, 2008.GATHERGOOD, J. Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. *Journal Of Economic Psychology*, v. 33, n. 3, p. 590–602, 2012.

GERALDI, Matheus Soares et al. **Análise estatística da intensidade do uso de energia de edificações escolares no Brasil: proposição de benchmarking simplificado.** *Revista Sítio Novo*, v. 7, p. 21-34, 2022.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

INSS. **Entenda e saiba dicas sobre uso de cartões,** 2012. Disponível em: <<http://www.procon.rj.gov.br/index.php/publicacao/detalhar/53>> Acesso em: 17 jan. 2022.

IDEC, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor.

JOINES, Jessica L.; SCHERER, Clifford W.; SCHEUFELE, Dietram A. **Exploring motivations for consumer Web use and their implications for e-commerce.** *Journal of consumer marketing*, 2003.

JORGENSEN, B. L.; SAVLA, J. Financial literacy of young adults: The importance of parental socialization. *Family relations*, v. 59, n. 4, p. 465–478, 2010.

KEESE, M.; SCHMITZ, H. **Broke, ill, and obese: The effect of household debt on health.** Essen, Germany: RWI - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung e.V, 2011.

- KIM, H.; DEVANEY, S. A. The determinants of outstanding balances among credit card revolvers. **Financial Counseling and Planning**, v. 12, p. 67–79, 2001.
- KUNKEL, F. I. R.; VIEIRA, K. M.; POTRICH, A. C. G. Causes and consequences of debt in credit card: a multifactor analysis. **Revista de Administração**, v. 50, n. 2, p. 169–182, 2015.
- LACOMBE, F.; HEILBORN, G. **Administração Princípios e Tendências**. São Paulo: Saraiva, 2012.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: EDITORA ATLAS S.A., 2003.
- LAMOUNIER, B.; SOUZA, A. de. **A Classe Média Brasileira: Ambições, Valores e Projetos de Sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier; Brasília, DF: CNI, 2010.
- LINS, Samuel Lincoln Bezerra; PEREIRA, Rita de Cássia de Faria. **Comprou sem querer? Entenda o porquê!**. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 13, p. 376-395, 2011.
- LUCENA, W. G. L.; MARINHO, R. A. L. **Competências financeiras: uma análise das decisões financeiras dos discentes no tocante as finanças pessoais.**, 2013.
- MANSFIELD, P. M.; PINTO, M. Consumer Vulnerability and Credit Card Knowledge Among Developmentally Disabled Citizens. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 42, n. 3, 2008.
- MARIMPIETRI, F. **Pressupostos para a revisão dos contratos de consumo**. Salvador: EGBa, 2007
- MARION, J. et al. Monografia para os cursos de Administração, Contabilidade e Economia. **Contabilidade e Economia**, 2002.
- MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Ed.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. Editora Revista dos Tribunais, 2006.
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.
- MELLO, G.; SLOMSKI, V. **Fatores que influenciam o endividamento dos Estados Brasileiros: Uma Proposta Utilizando Análise Multivariada de Dados**. Anais do 30° EnANPAD, 2009.
- MOREIRA, R. C.; CARVALHO, H. L. F. S. As finanças pessoais dos professores da rede municipal de ensino de campo Formoso-BA: Um estudo na Escola José de Anchieta. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, v. 3, n. 1, p. 122-137, 2013.
- MOURA, A. G. et al. **As relações entre materialismo, atitude ao endividamento, vulnerabilidade social e contratação de dívida para consumo: um estudo empírico envolvendo famílias de baixa renda no município de São Paulo. II EMA**

- **Encontro de Marketing da ANPAD**. Rio de Janeiro: Anais: II EMA - Encontro de Marketing da ANPAD – Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração, 2005.

MULLER, Karina de Oliveira. **Sociedade de consumo e cultura do endividamento: Estudo de caso sobre consumidores compulsivos em Porto Alegre**, RS. 2010.

NAKAMURA, W. M.; DE MORAES, W. T. Credit Card Risk Behavior on College Campuses: Evidence from Brazil. **Brazilian Administration Review**, p. 351–373, 2012.

NERI, M. C. **A Nova Classe Média**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2008.

CNC. No title. Disponível em: <<http://www.cnc.org.br/>>. Acesso em: 18 dez. 2022.

NORVILITIS, J. M. et al. Personality factors, money attitudes, financial knowledge, and credit-card debt in college Students¹. **Journal of applied social psychology**, v. 36, n. 6, p. 1395–1413, 2006.

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

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2013). Financial literacy and inclusion: Results of OECD/INFE survey across countries and by gender. Paris, France: OECD Centre.

PASQUINI, Regina Célia Guapo; VITOR, Nikolas Pereira. **Matemática e educação financeira: algumas reflexões acerca da necessidade e suficiência**. Boletim Cearense de Educação e História da Matemática, v. 10, n. 28, p. 1-18, 2023.

PLAGNOL, A. C. Financial satisfaction over the life course: The influence of assets and liabilities. **Journal Of Economic Psychology**, v. 32, n. 1, p. 45–64, 2011.

Percentual de famílias com dívidas a vencer atinge recorde de 78%. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-08/percentual-de-familias-com-dividas-vencer-atinge-recorde-de-78>>. Acesso em: 15 dez. 2022.

PONCHIO, Mateus Canniatti. **The influence of materialism on consumption indebtedness in the context of low income consumers from the City of Sao Paulo**. 2006. Tese de Doutorado.

PORTO, Elisabete Araújo. **Evolução do crédito pessoal no Brasil e o superendividamento do consumidor aposentado e pensionista em razão do empréstimo consignado**. 2014.

POTRICH, Ani Caroline Grigion; VIEIRA, Kelmara Mendes; KIRCH, Guilherme. **Você é alfabetizado financeiramente? Descubra no termômetro de alfabetização financeira**. BASE-Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos (ISSN: 1984-8196), v. 13, n. 2, p. 153-170, 2016.

PRAHALAD, C. K. **A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro**. Bookman: Bookman, 2010.

RICHINS, M. L.; DAWSON, S. A consumer values orientation for materialismo and its measurement: scale development and validation. **Journal of Consumer Research**, p. 303–316, 1992.

ROCHA, A.; SOARES DA,.; FREITAS, F. P. O superendividamento, o consumidor e a análise econômica do Direito. **Jus Navigandi**, v. 15, 2010.

RODRIGUES, M. R. A., TORRES M. C. S., FILHO J. M., LOBATO. D. M. **Estratégia de empresas**. 9.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

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

SCHUSTACK, F.; HOWARD, S. M. **Teorias da personalidade**. Rio de Janeiro: Prentice Hall Brasil, 2003.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: Herder, 1965.

SEQUEIRA, N. Q. **DA TEORIA A PRÁTICA: UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DO CRÉDITO CONSIGNADO NO BRASIL**. Rio de Janeiro: Monografia de final de curso, elaborada no âmbito de graduação em Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel em Direito, sob a orientação do Professor Igor Alves Pinto., 2020.

SILVA, A. C.; BUENO, M. P.; SILVA, R. H. **Qualidade DE Vida e endividamento quality of life and debt**. Disponível em: <<https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/download/9473/7810/>>. Acesso em: 18 dez. 2022.

SILVA, J.; SILVA NETO, O.; CUNHA ARAÚJO, R. Educação Financeira de Servidores Públicos: Hábitos de Consumo, Investimento e Percepção de Risco. **Revista Evidenciação Contábil & Finanças**, v. 5, n. 2, p. 104–120, 2017.

BARROS, Amon. **Antecedentes dos cursos superiores em Administração brasileiros: as escolas de Comércio e o curso superior em Administração e Finanças**. Cadernos EBAPE. BR, v. 15, p. 88-100, 2017.

TRINDADE, L. DE L.; RIGHI, M. B.; VIEIRA, K. M. De onde vem o endividamento feminino?: construção e validação de um modelo PLS-PM. **REAd**, v. 18, n. 3, p. 718–746, 2012.

VAN DEN BERGH, Don et al. A tutorial on conducting and interpreting a Bayesian ANOVA in JASP. **Lannee psychologique**, v. 120, n. 1, p. 73-96, 2020.

VIEIRA, E. G. F.; KILIMNIK, Z. M.; SANTOS NETO, S. P. Qualidade de Vida e Endividamento: Estilos de vida associados ao descontrolo financeiro e consequências na vida pessoal e profissional. **Revista Reuna**, Belo Horizonte-MG, v. 21, n. 2, p. 23-62, 2016.

WANG, L. B.; WEI LU, A.; MALHOTRA, N. ;. K. Demographics, attitude, personality and credit card features correlate with credit card debt: a view from China. **China. Journal of Economic Psychology**, n. 1, p. 179–193, 2011.

WIKIPEDIA CONTRIBUTORS. Cheque pré-datado. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Cheque_pr%C3%A9-datado&oldid=61013892>. Acesso em: 18 dez. 2022

ZERRENNER, S. A. **Estudo sobre as razões para a população de baixa renda.** 57 f. Mestrado em Administração-Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

APENDICE A – Questionário 1

QUESTIONÁRIO SOCIODEMOGRÁFICO E DE PERFIL DE USO DO CARTÃO DE CRÉDITO

Perguntas sobre o perfil do participante

1- Qual é a cidade e bairro onde você mora?

Campo aberto

2- Com qual gênero você se identifica?

a) Masculino

b) Feminino

3- Em qual faixa etária você se encaixa?

a) Menos de 16 anos

b) 16 a 24 anos

c) 25 a 30 anos

d) 31 a 40 anos

e) 41 a 50 anos

f) 51 a 60 anos

g) Mais de 60 anos

4- Qual é o seu estado civil?

a) Solteiro

b) União Estável

c) Casado(a)

d) Divorciado(a)

e) Viúvo(a)

5- Qual é o seu nível de escolaridade?

a) Ensino Fundamental / 1º grau

b) Ensino Médio / 2º grau

c) Ensino Superior / Graduação

d) Pós-graduação

6- Qual é a sua renda mensal?

- a) Até R\$ 1.500,00
- b) De R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00
- c) De R\$ 3.001,00 até R\$ 4,500,00
- d) De R\$ 4.501,00 até R\$ 6.000,00
- e) Acima de R\$ 6.000,00

Perguntas sobre o perfil de uso do cartão de crédito do participante

7- Quantos cartões de crédito possui?

- a) Nenhum
- b) 1
- c) 2
- d) 3 ou mais

8- Já teve ou possui dívidas no cartão de crédito? Obs: entende-se por dívida no cartão de crédito a incapacidade de pagar determinada fatura completa, seja utilizando crédito rotativo, parcelando a fatura ou simplesmente a atrasando.

- a) Sim
- b) Não

9- Caso possua cartão de crédito, quando realizou sua última compra através desse meio de pagamento?

- a) Hoje
- b) Essa semana
- c) No último mês
- d) Nos últimos 6 meses
- e) No último ano

10- Com que frequência você costuma utilizar seu(s) cartão(ões) de crédito?

- a) Usei apenas uma vez
- b) Uso mensalmente
- c) Uso semanalmente
- d) Uso todos os dias

11- Por qual(ais) motivo(s) você prefere utilizar esse meio de pagamento ao invés de outros como, dinheiro, pix, cartão de débito, etc?

- e) Praticidade e comodidade
- f) Segurança
- g) Controle
- h) Emergência
- i) Facilidade para fazer compras online
- j) Possibilidade de parcelamento
- k) Participação de promoções e descontos

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Prezado(a),

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa de monografia “Fatores que influenciam o alto índice de endividamento por cartão de crédito das famílias brasileiras”. Esta pesquisa está sendo desenvolvida por Felipe Canuto de Senna, aluno do Curso de Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro, sob a orientação da professora Laura Marina Valencia.

O objetivo do estudo é: analisar e investigar os fatores que influenciam o alto de endividamento por cartão de crédito, em especial os fatores sociodemográficos e traços de personalidade. Para isso, solicitamos a sua colaboração para responder a um questionário.

1 - Esclarecemos que sua participação no estudo é voluntária e, portanto, não é obrigado(a) a fornecer as informações e/ou colaborar com as atividades solicitadas pelos pesquisadores.

2 - Este questionário será composto por aproximadamente 31 questões, sendo 1 resposta aberta e 30 de múltipla escolha.

3 - Não há nenhum valor econômico a receber ou a pagar pela participação no estudo.

4 - Os dados coletados serão utilizados única e exclusivamente para fins desta pesquisa.

5 - Por ocasião da publicação dos resultados, seu nome será mantido em sigilo.

6 - Esta pesquisa foi revisada e autorizada pela orientadora da monografia.

Em caso de dúvida, favor entrar em contato com o pesquisador:

E-mail: felipec.senna@outlook.com
Telefone: (21) 98822-7430

Atenciosamente,

Felipe Canuto de Senna,
Pesquisador Responsável

1- Caso esteja de acordo com este termo de consentimento, favor responder "sim" nas opções abaixo:

- a) Sim
- b) Não