



Rebeca de Oliveira Dias

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**O USO DE CARTÕES DE CRÉDITOS POR
UNIVERSITÁRIOS: Praticidade ou Propensão ao
Endividamento?**

Orientador: Prof. Dr. Victor Fraile Sordi

Naviraí-MS

2023



O USO DE CARTÕES DE CRÉDITOS POR UNIVERSITÁRIOS: Praticidade ou Propensão ao Endividamento?

Rebeca de Oliveira Dias

RESUMO

Este estudo caracteriza os hábitos de uso de cartões de crédito entre jovens universitários em Naviraí, Mato Grosso do Sul. Focando na falta de planejamento financeiro, a pesquisa explora os impactos da expansão do acesso ao crédito desde 2003, especialmente entre os jovens. A análise dos dados, provenientes de 127 participantes, destaca que a maioria dos entrevistados, solteiros com renda de 1 a 2 salários mínimos, utiliza o cartão para alimentação e lazer. Embora a maioria pague integralmente a fatura, há preocupação com os percentuais que pagam o mínimo e usam o cartão para quitar outras dívidas. A falta de educação financeira entre universitários destaca a necessidade de medidas preventivas, sugerindo futuras pesquisas sobre a falta de educação financeira no meio acadêmico e a influência do marketing. O estudo contribui para o desenvolvimento de estratégias educacionais e regulamentações visando à proteção dos consumidores.

Palavras-chave: Endividamento; Consumo; Inadimplência; Finanças Comportamentais; Educação Financeira.



1 INTRODUÇÃO

O planejamento prévio das atividades é uma prática frequentemente subestimada pela maioria dos indivíduos, revelando uma lacuna na prevenção diante de desafios e dificuldades. Ao invés de adotar uma abordagem previdente, muitas pessoas optam por agir somente sob pressão, tomando decisões impulsivas que tendem a ser guiadas mais pelas emoções do que pela razão. Essa tendência comportamental é notadamente influenciada pelo atrativo poder do consumo, a busca por se destacar da multidão e as conveniências associadas à aquisição de bens e serviços. Tais fatores exercem uma profunda influência, levando os indivíduos a excederem sua capacidade financeira e se endividarem em excesso (MESSIAS; SILVA; SILVA, 2015).

Em 2009, Macedo e Gondo chamaram a atenção para a vulnerabilidade dos jovens diante do consumo e abordaram as consequências negativas que o consumo insustentável traz para o desenvolvimento pessoal dessa faixa etária. O endividamento precoce surge como um dos fatores capazes de comprometer significativamente suas perspectivas futuras (MACEDO; GONDO, 2009).

Barone e Sader (2008) observaram que, a partir de 2003, houve uma notável expansão dos meios de acesso ao crédito no Brasil, impulsionando o crescimento das atividades de compra por meio da disseminação generalizada de máquinas e pontos de venda POS (*point of sale*), que facilitam transações por cartões de crédito e outros métodos. Ribeiro e Lara (2016) complementam que o endividamento da população brasileira a partir de 2000 também está diretamente relacionado à abertura financeira em 1990, visto que antes desse período, o acesso a cartões de crédito era restrito à população de maior renda e comprovada capacidade de pagamento.

Entretanto, Norvilitis e Mendes da Silva (2013) enfatizam que o uso inadequado do crédito pode acarretar não somente consequências financeiras, como inadimplência e endividamento excessivo, mas também desencadear distúrbios emocionais, como aumento do estresse, baixa autoestima e falta de confiança na gestão do orçamento pessoal. Isso pode impactar negativamente o desempenho acadêmico, especialmente entre os jovens estudantes.

Nesse contexto, Bauman (2008) discute a moderna sociedade líquida, evidenciando a



fragilidade das relações econômicas que levam os indivíduos a adotarem um estilo de vida extremamente consumista, com os bens de consumo rapidamente desvalorizados. Isso cria uma sensação de satisfação apenas durante a posse do produto, mantendo um ciclo interminável de compras.

Agências bancárias, por sua vez, encorajam esse comportamento ao oferecerem acesso rápido a cartões de crédito, utilizando o lema "compre agora, pague depois". Como discutido por Cobra (2007), tais estímulos exploram características intrínsecas aos jovens, como curiosidade, necessidade de pertencimento, busca por aprovação, status, segurança e realização. O status, segundo o autor, desempenha um papel proeminente entre os fatores que impulsionam o consumo elevado entre os jovens na sociedade contemporânea.

Jovens que buscam afirmar a si mesmos e demonstrar prestígio tendem a usar o dinheiro como meio de influenciar e impressionar os outros. Para esses indivíduos, o dinheiro se torna um símbolo de status e poder, uma ferramenta que lhes confere respeito dentro de seus círculos sociais (VELUDO-DE-OLIVEIRA; IKEDA; SANTOS, 2004).

De acordo com dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC, 2019) 774,4 mil famílias estavam inadimplentes, um percentual de 19,8% da população. No mesmo período, as famílias endividadadas correspondiam a 2,1 milhões, um percentual de 53,3%. Assim percebemos que o endividamento e a inadimplência fazem parte da rotina de um número substancial de pessoas, dentre elas, jovens universitários.

Portanto, neste contexto, é crucial compreender os fatores subjacentes ao endividamento de jovens universitários, visando implementar medidas que promovam uma educação financeira mais sólida para esse grupo. Nesse sentido, o presente estudo tem como objetivo caracterizar os hábitos de uso de cartões de crédito entre os jovens universitários da cidade de Naviraí, localizada no Estado de Mato Grosso do Sul. Os resultados obtidos podem fornecer subsídios para o desenvolvimento de novas políticas públicas que visem a educação e proteção desse público em relação ao superendividamento e seus desdobramentos.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Nesta seção, explora-se a revisão de literatura direcionada à conexão entre a utilização

de cartões de crédito e o endividamento. Ao longo desta análise, ressalta-se a significância da educação financeira como um elemento crucial para a conscientização e redução do fenômeno de superendividamento e consumo excessivo.

2.1 Popularização do Uso de Cartão de Crédito e o Endividamento

A partir do ano 2000, com a ascensão do cartão de crédito e a sua característica de não exigir reembolso imediato, houve um estímulo significativo para compras impulsivas. Isso é evidenciado pela Pesquisa de endividamento e inadimplência do consumidor (Peic), que identificou que cerca de 86,6% dos casos de endividamento familiar estão diretamente relacionados ao uso do cartão de crédito (PEIC, 2020). Esse contexto é enfatizado por Roberts e Jones (2001), que ressaltam que o uso de cartões de crédito não apenas incentiva os gastos, mas também tende a resultar em comportamentos mais imprudentes em comparação com o uso de dinheiro físico. A abstração das transações realizadas com cartões contribui para essa tendência.

Observações adicionais feitas por Roberts (1998) complementam essa perspectiva. Ao comparar o dinheiro em espécie com o uso de cartões de crédito, Roberts destaca que a tendência é que gastos maiores sejam estimulados, devido à percepção do valor envolvido nas transações com cartões como algo intangível. Essa característica, associada à ausência de uma saída imediata de recursos financeiros, acentua a propensão ao consumo e à imprudência, alimentando a problemática do comportamento de compra compulsiva, conforme discutido por Roberts e Jones (2001).

No cenário brasileiro, Barone e Sader (2008) chamam a atenção para um notável aumento dos canais de crédito disponíveis a partir de 2003. Esse aumento impulsionou um crescimento substancial das atividades de consumo, graças à adoção ampla de dispositivos como máquinas e pontos de venda POS (*point of sale*). Essas tecnologias permitem transações com cartões de crédito e outros métodos de pagamento, contribuindo para a disseminação do consumo.

Além disso, Messias, Silva e Silva (2015) apontam que a influência do cartão de crédito vai além dos estabelecimentos físicos, estendendo-se também às transações online. Os jovens, frequentemente alvos de campanhas publicitárias e estratégias de marketing, são particularmente suscetíveis a essa influência, o que eleva a propensão ao consumo.

Em consonância com esse cenário, Oliveira, Ikeda e Santos (2004) destacam um aspecto problemático relacionado ao uso do cartão: a ausência de um desembolso imediato. Essa característica torna o processo mentalmente mais fácil e, paradoxalmente, leva algumas pessoas a se endividarem excessivamente, uma vez que perdem a noção do montante gasto em suas aquisições.

Piccini e Pinzeta (2014) identificam que o endividamento surge como resultado do consumismo exacerbado. Nesse contexto, os indivíduos acumulam obrigações financeiras que prejudicam suas rendas mensais, levando à incapacidade de cumprir adequadamente os compromissos financeiros.

Nesse contexto de consumo e endividamento, a educação financeira emerge como uma ferramenta essencial para uma conscientização mais profunda. A educação financeira não apenas auxilia os indivíduos na compreensão dos riscos associados ao uso irresponsável dos cartões de crédito, mas também fortalece sua capacidade de tomar decisões financeiramente informadas e gerenciar suas finanças de maneira mais prudente.

2.2 Educação Financeira e o Uso do Cartão de Crédito

A educação financeira assume um papel de extrema relevância ao auxiliar o indivíduo no processo de combate ao endividamento, fortalecendo sua capacidade de tomar decisões informadas e adquirir um conhecimento mais profundo sobre finanças. Isso inclui compreensão de termos bancários, taxas de juros e conceitos relacionados à rotatividade financeira, fornecendo assim confiança e estabilidade para gerenciar de forma eficaz suas finanças.

Marcolin e Abraham (2006) destacam que, diante de fatores como a acessibilidade ao crédito, o rápido desenvolvimento de produtos financeiros e a disseminação generalizada do uso do cartão de crédito, a educação financeira tornou-se cada vez mais relevante.

Criddle (2006) ressalta que a educação financeira transcende o simples conhecimento de verificação de contas bancárias ou elaboração de orçamentos para poupança futura. Segundo o autor, ela abrange a aprendizagem de como selecionar entre diferentes alternativas para estabelecer metas financeiras, além de promover uma reflexão sobre os valores pessoais relacionados ao dinheiro.



Beal e Delpachitra (2003) indicam que atitudes que promovem o endividamento, como o uso excessivo de cartão de crédito a ponto de não ser possível pagar a fatura, podem ser indicadores comportamentais de baixa educação financeira.

De acordo com Norvilitis et al. (2006) e Lyons (2007), indivíduos com pouca experiência financeira ou conhecimento limitado em finanças podem ter dificuldades em compreender conceitos básicos, como o impacto cumulativo das taxas de juros sobre a dívida do cartão de crédito. Isso pode levar à subestimação do risco de problemas financeiros, como endividamento excessivo e inadimplência.

A educação financeira é um assunto de grande repercussão nos dias atuais, e, alguns dos fatores que contribuem para a relevância dessa temática, são o endividamento da população, as necessidades de consumo e centralização do capital, tornando-se primordial a abordagem do assunto em todas as classes sociais e em diferentes fases da vida (JANISCH; JELINEK, 2020).

Ao abordar o assunto nas escolas de ensino fundamental e médio, os alunos desenvolvem progressivamente habilidades de raciocínio financeiro, que possibilitam aprimorar o senso crítico, formar cidadãos mais conscientes e, ao chegarem na fase adulta, conseguem usar o dinheiro e tomar as decisões financeiras da maneira mais apropriada (CARVALHO; SCHOLZ, 2019). Essa abordagem educacional não apenas promove a autonomia financeira individual, mas também contribui para a construção de uma sociedade mais informada e resiliente diante dos desafios econômicos contemporâneos

Em julho de 2021, o Ministério da Educação (MEC), em parceria com a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e o Sebrae, lançou o Programa Educação Financeira nas Escolas, visando capacitar 500 mil professores em educação financeira ao longo de 3 anos, abrangendo cerca de 25 milhões de estudantes do ensino fundamental e médio. O programa integra tópicos como poupança, consumo consciente, investimentos e proteção contra fraudes em cursos para diferentes séries, abordando também os cartões de crédito (BRASIL, 2022).

A educação financeira está sendo ensinada de forma transversal, permitindo que cada professor a incorpore em suas disciplinas, oferecendo perspectivas variadas aos alunos. A Rede de Excelência em Educação Financeira também foi instituída para apoiar a disseminação da educação financeira nas escolas em âmbito nacional, incentivando a formação dos docentes e a troca de conhecimentos por meio de centros regionais em



colaboração com o MEC e a CVM (BRASIL, 2022).

Antecipa-se que essa iniciativa, aliada à integração da Educação Financeira como tópico transversal na Base Nacional Comum Curricular (BNCC), culmine em uma maior sensibilização dos jovens em relação ao consumo e à utilização de cartões de crédito a médio e longo prazo. No entanto, sabe-se que existem desafios neste processo.

3 METODOLOGIA

Nesta seção serão apresentados os procedimentos adotados para conduzir a pesquisa exploratória descritiva sobre os hábitos de uso de cartões de crédito por jovens universitários na cidade de Naviraí, Estado de Mato Grosso do Sul. Será descrito o processo de coleta de dados por meio de questionário eletrônico, bem como a análise dos dados utilizando técnicas de estatística descritiva e categorias de análise.

3.1. Participantes

A amostra foi composta por jovens universitários matriculados em instituições de ensino superior da cidade de Naviraí, no Estado de Mato Grosso do Sul. Foram considerados critérios de inclusão a idade a partir de 18 anos e o uso regular de cartões de crédito, além da residência declarada ser na cidade de Naviraí.

3.2. Instrumento

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário eletrônico desenvolvido especificamente para esta pesquisa. O questionário abordou questões relacionadas aos hábitos de uso de cartões de crédito, incluindo frequência de uso, tipos de compras realizadas, valor dos limites, preferências de pagamento e nível de endividamento.

3.3. Procedimento de Coleta de Dados

Os participantes foram contatados, durante o período de Setembro até Novembro de 2023, por meio de convites eletrônicos enviados para seus endereços de e-mail fornecidos pelas instituições de ensino e também por contatos via *Whatsapp* a partir de líderes de sala. O



convite continha informações sobre o objetivo da pesquisa, a garantia de confidencialidade dos dados e o link para acesso ao questionário online. Os participantes foram orientados a preencher o questionário de forma individual e a responder com sinceridade. O questionário completo está disponível como APÊNDICE deste trabalho.

3.4. Análise dos Dados

Os dados coletados foram analisados utilizando técnicas de estatística descritiva e categorias de análise. Inicialmente, os dados foram tabulados e organizados em planilhas eletrônicas para facilitar a análise quantitativa. Em seguida, foram calculadas medidas descritivas, como média, frequências e porcentagens, para caracterizar os hábitos de uso de cartões de crédito dos jovens universitários. Além disso, foram identificadas categorias de análise relevantes para a compreensão dos padrões de comportamento dos participantes.

3.5. Considerações Éticas

Os participantes foram informados sobre os objetivos da pesquisa, seus direitos de participação voluntária e de confidencialidade dos dados. Todas as informações coletadas foram tratadas de forma anônima e confidencial, sendo utilizadas apenas para fins acadêmicos.

3.6. Limitações

É importante ressaltar que esta pesquisa apresenta algumas limitações, como a restrição geográfica aos jovens universitários de Naviraí, o que pode limitar a generalização dos resultados para outras populações. Além disso, a utilização de um questionário eletrônico pode influenciar a representatividade da amostra, pois alguns participantes podem não ter tido acesso ou familiaridade com a tecnologia necessária para responder ao questionário. Outra limitação é a possibilidade de viés de resposta, uma vez que os participantes podem fornecer respostas socialmente desejáveis ou distorcidas.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa contou com a participação de 127 respondentes, sendo 101 deles

naviraienses, universitários e usuários de cartões de crédito, amostra alvo da pesquisa. Dois dos 127 respondentes não eram universitários, dois não residiam em Naviraí e 22 não eram usuários de cartões de crédito.

Na tabela 1 temos os dados socioeconômicos dos entrevistados por variáveis de faixa etária, renda mensal, estado civil, inserção no mercado de trabalho e a quantidade de cartões utilizados.

Tabela 1- Perfil dos Entrevistados

Variáveis	Alternativas	Frequência	%
Faixa Etária	Menores de 18 anos	1	1
	De 18 a 24 anos	59	58,4
	De 25 a 30 anos	25	24,8
	De 31 a 40 anos	12	11,9
	De 41 a 50 anos	3	3
	Acima de 60	1	1
Renda Mensal	Nenhuma renda	13	12,9
	De 1 a 2 salários	58	57,4
	De 2 a 4 salários	22	21,8
	De 4 a 6 salários	6	5,9
	De 8 a 10 salários	2	2
Quantos cartões de crédito utiliza ?	1	50	49,5
	2	31	30,7
	3	10	9,9
	4 ou mais	10	9,9
Estado civil	Solteiro	62	61,4
	Casado	28	27,7

	Divorciada	2	2
	União estável	9	8,9
<hr/>			
Inserção no mercado de trabalho	Não estou inserido	20	19,8
	Empregado S/ cart. ass.	27	26,7
	Empregado C/ carteira ass.	42	41,6
	Funcionário Público	8	7,9
	Autônomo	3	3
	Aposentado/Pensionista	1	1

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A análise da tabela 1 revela que a maioria dos entrevistados está na faixa etária de 18 a 24 anos (58,4%), predominantemente solteiros (61,4%) e com uma renda mensal de 1 a 2 salários mínimos (57,4%). O uso de cartões de crédito é expressivo entre os entrevistados, com 49,5% utilizando apenas um cartão e 30,7% utilizando dois cartões. Esses resultados indicam que o cartão de crédito é uma ferramenta acessível mesmo para universitários de baixa renda, sendo amplamente adotado por esse público.

A Tabela 2 oferece uma análise das considerações feitas por universitários ao realizar compras com cartão de crédito. Ao explorar as alternativas apresentadas, os entrevistados revelaram suas principais preocupações e prioridades durante o processo de compra.

Tabela 2- O que observam ao comprar no cartão de crédito

Alternativas	Frequência	%
Valor da parcela	40	39,6
Total de juros cobrado	31	30,7
Valor total da compra	26	25,7
Possibilidade de desconto	4	4

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Ao analisar a Tabela 2, destacam-se as principais observações dos entrevistados ao realizar compras com cartão de crédito. O valor da parcela é a principal preocupação, com 39,6% dos entrevistados dando destaque a esse aspecto. Em segundo lugar, 30,7% dos entrevistados demonstram atenção ao total de juros cobrados. Esses resultados revelam uma preocupação significativa com o impacto financeiro do cartão de crédito, evidenciando a sensibilidade dos consumidores em relação aos juros e ao valor das parcelas.

Entretanto, é importante notar que, conforme Fortuna (2011), muitos consumidores podem não perceber que os juros já estão incluídos nos parcelamentos, já que, dentre outros custos, alguns estabelecimentos têm custos associados ao uso de máquinas de cartão, telefonia e internet. Essa falta de percepção destaca a importância da educação financeira para os consumidores, a fim de promover uma compreensão mais abrangente dos custos envolvidos nas transações com cartão de crédito.

A Tabela 3 proporciona uma visão das preferências e padrões de consumo dos universitários em relação ao uso do cartão de crédito. Neste contexto, explora-se as diferentes categorias de despesas nas quais os entrevistados direcionam seus gastos por meio desse meio de pagamento.

Tabela 3- Utilização do Cartão de Crédito

Alternativas	Frequência	%
Alimentação	67	66,3
Lazer e Entretenimento	64	63,4
Vestuário e Moda	60	59,4
Saúde e Farmácia	51	50,5
Higiene, cuidados pessoais	50	49,5
Eletrônicos e Eletrodomésticos	35	34,7
Combustível	46	45,5
Viagens	23	22,8
Educação	21	20,8
Passagens de ônibus	1	1

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Ao analisar a Tabela 3, que aborda a utilização do cartão de crédito pelos universitários, observamos padrões distintos de consumo. A maioria expressiva, representada por 66,3% dos entrevistados, utiliza o cartão para despesas relacionadas à alimentação, revelando uma preferência por facilitar transações cotidianas por meio desse meio de pagamento. Em segundo lugar, o lazer e entretenimento aparecem com 63,4%, indicando que os universitários veem o cartão como uma ferramenta conveniente para atividades recreativas. Esses dados apontam para uma tendência de incorporação do cartão de crédito em despesas essenciais e ligadas ao bem-estar.

A Tabela 4 oferece uma análise sobre os hábitos de pagamento dos universitários em relação ao cartão de crédito nos últimos 12 meses.

Tabela 4 - Frequência de pagamento total de fatura nos últimos 12 meses.

Alternativas	Frequência	%
Paguei o total	69	68,3
Só uma vez	10	9,9
De 2 a 3 vezes	19	18,8
De 4 a 7	2	2
De 8 a 12	1	1

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Explora-se agora os resultados desta tabela, fornecendo insights sobre como os entrevistados lidam com o pagamento de suas faturas. A frequência com que os participantes optaram por pagar o valor total, apenas uma vez, de 2 a 3 vezes, de 4 a 7 vezes ou de 8 a 12 vezes revela padrões significativos que refletem suas práticas financeiras.

Ao analisar os resultados da Tabela 4, observa-se que a maioria expressiva, 68,3%,

optou por pagar o valor total da fatura, indicando uma postura financeiramente responsável.

No entanto, 9,9% escolheram pagar apenas uma vez o total da fatura, enquanto 18,8% efetuaram o pagamento de 2 a 3 vezes, sugerindo uma distribuição considerável de pagamentos parcelados. Esses dados podem indicar diferentes níveis de consciência financeira e capacidade de gestão entre os universitários, destacando a necessidade de promover a educação financeira para auxiliar na compreensão das implicações dos diferentes métodos de pagamento. Conforme apontado por Matos (2014), a falta de conhecimento sobre os encargos financeiros pode levar à escolha do pagamento mínimo, evidenciando a importância da educação financeira na tomada de decisões conscientes.

A Tabela 5 apresenta uma análise comparativa entre a renda mensal dos universitários entrevistados e o valor do limite de seus cartões de crédito.

Tabela 5- Renda Mensal Vs Valor do Limite do Cartão

Alternativas	Frequência	%
Não tenho renda	9	8,9
Metade da minha renda (50%)	42	41,6
Cerca de 100% da minha renda	21	20,8
Dobro da minha renda (200%)	14	13,9
Triplo da minha renda (300%)	5	5
Mais de 3 vezes da minha renda	10	9,9

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Ao avaliar os dados, observamos que uma parcela significativa, 8,9%, indicou não ter renda, enquanto ainda assim possui um cartão de crédito. Este cenário pode ser atribuído, conforme apontado por Silva (2000), à competição entre as instituições de crédito, que frequentemente oferecem aos consumidores ofertas para aumentar seus limites pré-aprovados.

Entre os participantes, 41,6% têm um limite que corresponde à metade de sua renda, indicando uma relação equilibrada entre o limite do cartão e a renda mensal. Por outro lado, 20,8% possuem um limite próximo a 100% de sua renda, e 13,9% têm limites que dobram ou

triplicam sua renda. Esses resultados sugerem uma diversidade nas relações entre renda e limites de cartão, destacando a complexidade das decisões financeiras dos universitários e a influência das estratégias das instituições de crédito.

A Tabela 6 oferece dados sobre o endividamento dos universitários em relação à sua renda mensal.

Tabela 6- Total da dívida no cartão de crédito.

Alternativas	Frequência	%
Menor que minha Renda Mensal	69	68,3
Igual Minha Renda Mensal	18	17,8
Dobro da Minha Renda Mensal	10	9,9
Triplo da Minha Renda Mensal	1	1
Mais que o triplo Renda Mensal	3	3

Fonte: Elaborado pela Autora (2023)

A maioria expressiva, com 68,3%, tem um montante total de dívidas no cartão de crédito inferior à sua renda mensal. Essa condição pode refletir a prática comum de adquirir bens de forma planejada e responsável. No entanto, é crucial observar que 17,8% dos entrevistados têm uma dívida equivalente à sua renda mensal, enquanto 9,9% acumulam dívidas que dobram sua renda.

A presença de casos em que a dívida é igual ou superior à renda destaca a necessidade de fortalecer a alfabetização financeira dos universitários. O entendimento mais aprofundado dos princípios financeiros, conforme apontado por Savoia (2007), é essencial para promover decisões mais conscientes e seguras.

O estudo destaca que o baixo conhecimento financeiro pode contribuir para o uso irresponsável do cartão de crédito, conforme destacado por Rooij (2011). Essa análise sugere a importância de iniciativas educacionais para capacitar os universitários a gerenciar suas finanças de maneira mais eficaz, prevenindo práticas de consumo impulsivas e endividamento excessivo.

A Tabela 7 apresenta um panorama sobre a prática de pagar a fatura de um cartão de crédito com outro, revelando comportamentos distintos entre os universitários entrevistados.

Tabela 7- Fatura de um cartão de crédito paga com outro cartão

Alternativas	Frequência	%
Não, tenho apenas um cartão	48	47,5
Não, mas tenho mais de um Cartão	34	33,7
Sim, mas raramente	7	6,9
Sim, algumas vezes	10	9,9
Sim, faço constantemente	2	2

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A maioria expressiva, totalizando 47,5%, afirma ter apenas um cartão de crédito e não recorre a essa prática. No entanto, 33,7% dos entrevistados possuem mais de um cartão, mas não utilizam essa estratégia. Em contraste, uma parcela menor, 6,9%, indica que realiza essa ação raramente, enquanto 9,9% admitem fazê-lo algumas vezes. Surpreendentemente, 2% afirmam fazer isso constantemente.

Essa prática pode estar relacionada a uma cultura de administração orçamentária problemática, como apontado por Marion (2018), caracterizada pelo gasto excessivo em relação à renda. Esse comportamento pode comprometer a capacidade de constituir uma reserva de emergência, levando a obrigações de contrair dívidas temporárias, conforme alertado por Guterman (2021). Essa análise destaca a necessidade de abordagens educativas que promovam a conscientização sobre práticas financeiras saudáveis, mitigando comportamentos que contribuam para o endividamento desnecessário dos universitários.

A Tabela 8 oferece uma visão abrangente sobre as preferências dos universitários em relação às modalidades de pagamento na função crédito.

Tabela 8- Compras na função crédito, utiliza na maioria das vezes

Alternativas	Frequência	%
A vista (1x)	40	39,6
A prazo 4 parcelas	36	35,6
A prazo 8 parcelas	14	13,9
A prazo 12 parcelas	10	9,9
Mais de 12 parcelas	1	1

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A maioria expressiva, totalizando 39,6%, opta por realizar compras à vista (1x), enquanto 35,6% escolhem a opção a prazo em 4 parcelas. Em contrapartida, 13,9% dos entrevistados preferem estender o pagamento em 8 parcelas, e 9,9% optam pela modalidade a prazo em 12 parcelas. Uma parcela mínima, 1%, utiliza a função crédito para efetuar compras parceladas em mais de 12 vezes. Essa análise reflete as distintas preferências dos universitários em relação ao parcelamento de compras, destacando a predominância de escolhas que não estendem significativamente o prazo de pagamento. Esses padrões de comportamento financeiro podem ser influenciados por fatores como a busca por maior controle financeiro e a aversão a compromissos de longo prazo.

A compra com cartão de crédito envolve diversos aspectos emocionais, cognitivos e comportamentais (MANSFIELD; PINTO; ROBB, 2013). Nota-se que a opção à vista (1x), escolhida por 39,6% dos entrevistados, pode refletir um desejo de controle financeiro, evitando compromissos a longo prazo. A preferência por 4 parcelas a prazo (35,6%) pode indicar uma busca pelo equilíbrio entre o desejo de adquirir bens e a gestão consciente do orçamento, evitando um comprometimento prolongado.

Os resultados sugerem que a tomada de decisão pode estar relacionada a fatores emocionais, como controle e ansiedade, bem como comportamentais, como o uso de crédito rotativo, que, de acordo com a literatura, pode impactar o parcelamento da fatura com incidência de juros (MANSFIELD; PINTO; ROBB, 2013). Uma análise mais aprofundada e qualitativa desses padrões de pagamento poderia proporcionar insights valiosos sobre os aspectos psicológicos e comportamentais subjacentes às escolhas dos universitários no uso do cartão de crédito.

A análise abrangente das tabelas apresentadas revela um panorama significativo sobre o uso de cartões de crédito entre universitários. A faixa etária predominante é de 18 a 24 anos (58,4%) e a maioria sendo solteiros (61,4%) indicam que jovens universitários são atores principais desse cenário.

A renda mensal de 57,4% dos entrevistados situando-se entre 1 e 2 salários mínimos destaca a acessibilidade do cartão a estudantes de baixa renda. Contudo, a preocupação surge ao observar que 30,7% dos universitários utilizam dois cartões, possivelmente aumentando a exposição a dívidas. A atenção aos detalhes financeiros, evidenciada na tabela 2, reflete a consciência dos entrevistados sobre os impactos financeiros, com destaque para o valor da parcela (39,6%) e os juros cobrados (30,7%). Porém, a falta de compreensão sobre o pagamento mínimo, evidenciada na tabela 4, revela uma lacuna na educação financeira desses consumidores.

O fácil acesso ao crédito, conforme demonstrado nas tabelas 5 e 6, ressalta a necessidade urgente de promover a alfabetização financeira para evitar comportamentos irresponsáveis. Além disso, a utilização de um cartão para pagar outro (33,7%) e a escolha de parcelamentos mais longos (13,9%) na tabela 7 indicam comportamentos que podem levar a uma bola de neve de dívidas. Em conjunto, esses dados apontam para os perigos associados ao acesso facilitado ao crédito, exigindo a implementação de medidas educacionais e regulatórias para proteger os universitários de armadilhas financeiras que podem comprometer seu futuro econômico.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando os resultados abrangentes desta pesquisa sobre o uso de cartões de crédito entre universitários, destacam-se diversas conclusões relevantes. A maioria dos entrevistados, jovens solteiros com renda mensal de 1 a 2 salários mínimos, utiliza o cartão de crédito principalmente para alimentação e lazer. A predominância de pagamentos totais da fatura sugere um comportamento financeiro mais consciente, mas o percentual significativo que paga apenas o valor mínimo e utiliza o cartão para quitar dívidas de outros cartões evidencia práticas preocupantes que podem resultar em endividamento.

Os dados apontam para uma carência significativa de educação financeira entre os



universitários de Naviraí, reforçando a necessidade urgente de iniciativas educacionais voltadas para o uso responsável do cartão de crédito. A ilusão de competência financeira, conforme apontado por Souza (2013), ressalta a importância de abordagens mais eficazes no ambiente acadêmico para capacitar os estudantes em conceitos financeiros essenciais.

No entanto, é crucial reconhecer as limitações deste estudo, como a representatividade restrita a uma amostra específica de universitários de Naviraí. Sugere-se, portanto, que futuras pesquisas explorem mais a fundo a falta de educação financeira no meio acadêmico, avaliem o conhecimento dos universitários em relação aos conceitos financeiros e investiguem a postura das instituições em fornecer créditos sem a devida apresentação de renda.

Além disso, a influência do marketing na criação de uma falsa sensação de segurança ao possuir um cartão de crédito também representa uma área promissora para estudos futuros. Essas investigações adicionais podem fornecer insights valiosos para desenvolver estratégias eficazes de educação financeira e regulamentações mais adequadas para proteger os consumidores no contexto específico dos universitários brasileiros.

REFERÊNCIAS

BARONE, Francisco Marcelo; SADER, Emir. Acesso ao crédito no Brasil: evolução e perspectivas. **Revista de Administração Pública**, v. 42, p. 1249-1267, 2008.

BEAL, Diana; DELPACHITRA, Sarath. Financial literacy among Australian university students. **Economic Papers: A journal of applied economics and policy**, 2003, 22.1: 65-78.

BRASIL. Governo Federal. **Programa Educação Financeira nas Escolas**. Disponível em: <https://www.gov.br/investidor/pt-br/educacional/criancas-e-jovens/programa-educacao-financiera-nas-escolas>. Acesso em: 15/08/2023.

CARDOSO, Marília; MACEDO, Roberto Gondo. A influência das ações de comunicação mercadológica no fomento de consumo do público jovem. **CELACOM. Anais... Marília-SP**, 2009

CARVALHO, Luana Araújo; SCHOLZ, Robinson Henrique. “**Se vê o básico do básico, quando a turma rende**”: cenário da educação financeira no cotidiano escolar. 2019

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. Elsevier Brasil, 2009

CRIDDLE, E. **Financial literacy**: goals and values, not just numbers. *Alliance34*, 2006, 4



FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro: produtos e serviços**. Qualitymark Editora Ltda, 2011.

GUTERMAN, M. **Finanças do lar: um guia de sobrevivência e prosperidade para famílias**. 2. ed. São Paulo: Labrador, 2021

JANISCH, Adriane Beatriz Liscano; JELINEK, Karin Ritter. Explorando a educação financeira no ensino fundamental: um estudo de possibilidades a partir das orientações da BNCC. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 7, p. 48324-48342, 2020.

LEJOYEUX, Michel; WEINSTEIN, Aviv. **Compulsive buying**. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 2010, 36.5: 248-253..

LYONS, Angela. Credit practices and financial education needs of Midwest college students. **Networks Financial Institute Working Paper**, n. 2007-WP, p. 23, 2007.

MANSFIELD, P. M.; PINTO, M. B.; ROBB, C. A. Consumers and credit cards: A review of empirical literature. **Journal of Marketing and Marketing Research**, v. 12, p. 56–80, 2013.

MATOS, Celso Augusto; BONFANTI, Kátia; METTE, Frederike Monika Budiner. **Comportamento do consumidor endividado: um estudo exploratório com indivíduos de baixa renda**. *Gestão e Sociedade*, 2014, 8.20: 670-687.

MARCOLIN, Sônia; ABRAHAM, Ana. **Pesquisa em alfabetização financeira: Literatura atual e oportunidades futuras**. 2006

MARION, A. **Coaching financeiro**. São Paulo: Atlas, 2018.

MESSIAS, José Flávio; SILVA, José Ultemar; SILVA, Pedro Henrique Calderoni. **Marketing, Crédito & Consumismo: Impactos sobre o endividamento precoce dos jovens Brasileiros**. *Revista Eniac Pesquisa*, 2015, 4.1: 43-59.

NORVILITE, Jill; MENDES-DA-SILVA, Wesley. Atitudes em relação ao crédito e às finanças entre estudantes universitários no Brasil e nos Estados Unidos. **Revista de Teoria e Prática Empresarial**, v. 1, pág. 132-151, 2013.

NORVILITIS, Jill M. et al. Personality factors, money attitudes, financial knowledge, and credit-card debt in college students 1. **Journal of applied social psychology**, v. 36, n. 6, p. 1395-1413, 2006

PICCINI, Ruberlan Alex Bilha; PINZETTA, Gilberto. Planejamento financeiro pessoal e familiar. **Unoesc & Ciência-ACSA**, v. 5, n. 1, p. 95-102, 2014

ROBERTS, James A.; JONES, Eli. Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. **Journal of consumer affairs**, v. 35, n. 2, p. 213-240, 2001

ROOIJ, Maarten CJ; LUSARDI, Annamaria; ALESSIE, Rob JM. **Financial literacy and retirement planning in the Netherlands**. *Journal of economic psychology*, 2011, 32.4: 593-608.

SAVOIA, José Roberto Ferreira; SAITO, André Taue; SANTANA, Flávia de Angelis.



Paradigmas da educação financeira no Brasil. Revista de Administração pública, 2007, 41: 1121-1141.

SILVA, Adriana Cristina, et al. **Qualidade de vida e endividamento.** *Desafio Online*, 2020, 8.2.

SILVA, José Pereira. **Gestão e análise de risco de crédito** . Editora Atlas SA, 2000

SOUZA, Marcos Aguerri Pimenta de. **O uso do crédito pelo consumidor: percepções multifacetadas de um fenômeno intertemporal.** 2013.

VELUDO-DE-OLIVEIRA, Tânia Modesto; IKEDA, Ana Akemi; SANTOS, Rubens da Costa. Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito. **Revista de administração de empresas**, v. 44, p. 89-99, 2004.

APÊNDICE

Questionário

Pesquisa sobre uso de cartões de crédito por universitários naviraienses - UFMS/CPNV

Olá!! Este questionário foi desenvolvido pela acadêmica Rebeca de Oliveira Dias do curso de Administração da UFMS - Campus de Naviraí (CPNV), com o objetivo de caracterizar o uso de cartão de crédito entre os jovens universitários da cidade de Naviraí .Esta é uma pesquisa de opinião e a sua contribuição é voluntária. As respostas são individuais e sigilosas.

Os resultados da pesquisa serão divulgados para a comunidade. Sua ajuda é muito importante para nós!

Agradecemos sua participação.

1. Você é universitário(a)?

*

Sim

Não

2. Você reside em Naviraí?

*

Sim

Não

3. Você utiliza cartões de crédito?

*

Sim

Não

Uso do Cartão de Crédito

A partir de agora gostaríamos de saber sobre o seu uso de cartões de crédito. Responda com franqueza e sinceridade.

4. Na sua residência quem geralmente é responsável por fazer as compras? (Supermercado, Lojas, Comércio, etc..)

*



Você mesma(o)

Meu/minha cônjuge (marido, esposa, namorado(a), companheiro(a))

Outra pessoa da Família (mãe, pai, irmão, avô, etc..)

Outro:

5. Quantos cartões de crédito você utiliza?

*

1

2

3

4 ou mais

6. No seu cartão de crédito principal o seu limite corresponde a quantas vezes a sua renda mensal?

*

Não tenho renda

Cerca de metade da minha renda mensal (50%)

Cerca de 100% da minha renda mensal

Cerca do dobro da minha renda mensal (200%)

Cerca do triplo da minha renda mensal (300%)

Mais de 3 vezes a minha renda mensal (+ de 300%)

7. Suas compras na função crédito do cartão são, na maioria das vezes:

*

À vista (1x)

A prazo em até 4 parcelas (de 2x até 4x)

A prazo em até 8 parcelas (de 5x até 8x)

A prazo em até 12 parcelas (de 9x até 12x)

Mais de 12 parcelas

8. Quando você opta por comprar no cartão de crédito, o que você costuma observar?

*

Valor da parcela

Total dos juros cobrados

Valor total da compra

Possibilidade de desconto à vista

9. Você utiliza seu cartão de crédito na maioria das vezes para:

*

Alimentação

Lazer e Entretenimento

Vestuário e Moda

Saúde e Farmácia

Higiene, Cuidados Pessoais e Beleza

Eletrônicos e Eletrodomésticos

Combustível e/ou Transporte

Viagens e Hospedagens

Educação

Outro:

10. Nos últimos 12 meses quantas vezes você NÃO pagou o total da sua fatura mensal?

*

Paguei o total da fatura todos os meses

Só uma vez nos últimos doze meses

De 2 a 3 vezes nos últimos doze meses

De 4 a 7 vezes nos últimos doze meses

De 8 a 12 vezes nos últimos doze meses

11. Sua dívida (saldo total a pagar) hoje no cartão é aproximadamente:

*

Menor que minha renda mensal (<100%)



- Igual a minha renda mensal (100%)
- Dobro da minha renda mensal (200%)
- Tripla da minha renda mensal (300%)
- Mais que o triplo da minha renda mensal (>300%)

12. Você já utilizou um cartão de crédito para pagar a fatura de outro cartão de crédito?

*

- Não, só tenho um cartão de crédito
- Não, mas tenho mais de um cartão de crédito
- Sim, mas raramente
- Sim, algumas vezes
- Sim, faço constantemente

Sobre você....

Agora perguntaremos algumas características sobre você para auxiliar no entendimento da pesquisa.

13. Qual a sua idade?

*

- Menos de 18 anos
- De 18 a 24 anos
- De 25 a 30 anos
- De 31 a 40 anos
- De 41 a 50 anos
- De 51 a 60 anos
- Acima de 60 anos

14. Qual o seu estado civil?

*

- Solteira(o)
- Casada(o)
- Divorciada(o)
- União estável(o)
- Viúva(o)

15. Como está inserida(o) no Mercado de Trabalho?

*

- Não estou inserida(o) no momento
- Empregada(o) SEM carteira assinada
- Empregada(o) COM carteira assinada
- Funcionária(o) Público
- Autônoma(o)/Empresária(o)
- Aposentada(o)
- Pensionista(o)

16. Qual a sua faixa de renda?

*

- nenhuma renda
- de 1 a 2 salários mínimos (de R\$ 1.320,00 até R\$ 2.640,00)
- de 2 a 4 salários mínimos (de R\$ 2.641,00 até R\$ 5.280,00)
- de 4 a 6 salários mínimos (de R\$ 5.281,00 até R\$ 7.920,00)
- de 6 a 8 salários mínimos (de R\$ 7.921,00 até R\$ 10.560,00)
- de 8 a 10 salários mínimos (de R\$ 10.561,00 até R\$ 13.200,00)
- acima de 10 salários mínimos (acima de 13.200,00)

Encerramento

17. Você já respondeu algum questionário como esse antes?

*

- Sim
- Não
- Não me lembro



18. Você é universitário em qual universidade?

*

UFMS

UEMS

IFMS

UFGD

Anhanguera

Unigran

Uniasselvi

19. Caso deseje receber o resultado desta pesquisa e participar de novas pesquisa do gênero, informar o e-mail de contato.