

OS IMPACTOS DO MAU USO DO CARTÃO DE CRÉDITO E DE COMPRAS COMPULSIVAS

LEONARDO VINICIUS RODRIGUES
CENTRO UNIVERSITÁRIO HERMINIO OMETTO

MAURICIO PEREIRA DA SILVA JUNIOR

MARIA EDUARDA DE SOUZA
FUNDAÇÃO HERMINIO OMETTO - FHO

CLAUDIO AUGUSTO FERREIRA DI MARCO

Introdução

Nos últimos anos, houve um alto crescimento no acesso e uso de cartões de crédito, meio de pagamento que se tornou extremamente popular e conveniente, tanto para os consumidores, quanto para os fornecedores. Além disso, uma pesquisa realizada pela Federação do Comércio do Estado de São Paulo revelou que aproximadamente 35% dos indivíduos que possuem cartão de crédito fazem compras impulsivas e desnecessárias. Por fim, pode-se também inserir dentro dos fatores envolvidos, a falta de educação financeira da população.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Este trabalho tem como objetivo geral analisar questões gerais de como se dá o mau uso do crédito por meio de compras por impulso, sendo que além disso, tem como objetivos secundários estabelecer se os saberes aprendidos durante a realização de um de curso da área de negócios: a) ajuda um melhor entendimento sobre o uso do crédito e estimulando a adoção de medidas preventivas para a situação pessoal do indivíduo; e b) se esse aprendizado o capacita a ser gerador de informações que ajudem outras pessoas a se prevenir para o uso indevido de cartões de crédito.

Fundamentação Teórica

O uso generalizado do cartão de crédito como forma de pagamento eletrônico trouxe conveniência, mas também riscos financeiros. O endividamento, muitas vezes causado pelo uso incorreto do cartão de crédito com altas taxas de juros, pode levar à inadimplência. Compras compulsivas, relacionadas a fatores emocionais, sociais e culturais, também atraentes para o individualismo. A Educação Financeira desempenha um papel crucial no desenvolvimento de habilidades para tomar decisões financeiras informadas e evitar problemas de individualização.

Metodologia

Para alcançar nossos objetivos, adotamos uma abordagem de pesquisa exploratória e descritiva. Inicialmente, realizamos uma revisão bibliográfica para embasar nossa pesquisa. Em seguida, coletamos dados por meio de um questionário online enviado a estudantes de graduação na área de negócios de uma universidade em São Paulo. Obtivemos a aprovação ética para nossa pesquisa. Utilizamos um formulário do Google Forms para a coleta de dados, que se estendeu de agosto a setembro de 2023. Após a exclusão de respondentes sem cartões de crédito, analisamos as respostas qualitativamente.

Análise dos Resultados

Depois da aplicação do questionário 58 dos 62 respondentes afirmaram ter ao menos um cartão de crédito, todos concordaram que o mau uso pode causar impactos psicológicos como estresse e outros fatores emocionais, dentro desses fatores verificamos que as redes sociais e pressão do grupo social pode influenciar, assim como o próprio cartão pode facilitar as compras compulsivas, analisando o primeiro e último ano, os alunos de último ano não acreditam ser ter capacidade para criar estratégias evitar o mau uso de forma pessoal, mas conseguem criar estratégias para outras pessoas evitam mau uso.

Conclusão

Este estudo proporcionou uma análise aprofundada sobre o uso inadequado do cartão de crédito e das compras compulsivas, além de uma comparação entre estudantes de primeiro e último ano em cursos de negócios, como pretendido. Quanto à educação financeira, houve uma melhoria no entendimento geral dos alunos, mas também destacou a necessidade de um enfoque mais abrangente no currículo. Futuras pesquisas podem se aprofundar nas razões subjacentes aos comportamentos financeiros negativos, mesmo com conhecimento prévio.

Referências Bibliográficas

BLACK, D. Compulsive buying: a review. *Journal of Clinical Psychiatry*, v. 57z, p. 50-54, 1996. Acesso em: 11 jun. 2023. COSTA, Fernando Nogueira da; COSTA Carlos Anibal Nogueira da, Carlos; OLIVEIRA, Giuliano Contente de. Mercado de cartões de pagamentos no Brasil. 2010. Acesso em: 20 abr. 2023. COSTA, Fernando Nogueira da. *Economia Monetária e Financeira. Uma Abordagem Pluralista*. 1. ed. São Paulo: Makron, 1999. 341 p. Acesso em: 20 abr. 2023. GIL, Antonio Carlos. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Acesso em: 20 abr. 2023.

Palavras Chave

Educação Financeira, Cartão de Crédito, Compras Compulsivas

OS IMPACTOS DO MAU USO DO CARTÃO DE CRÉDITO E DE COMPRAS COMPULSIVAS

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, houve um alto crescimento no acesso e uso de cartões de crédito, meio de pagamento que se tornou extremamente popular e conveniente, tanto para os consumidores, quanto para os fornecedores. Entretanto, essas facilidades de acesso ao crédito também trouxeram consigo uma preocupação crescente: o abuso do cartão de crédito, frequentemente associado ao comportamento compulsivo de compra.

De acordo com um estudo recente realizado pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), cerca de 37% dos consumidores brasileiros admitiram ter enfrentado problemas financeiros devido ao uso indevido do cartão de crédito. Além disso, uma pesquisa realizada pela Federação do Comércio do Estado de São Paulo (FECOMERCIO-SP) revelou que aproximadamente 35% dos indivíduos que possuem cartão de crédito fazem compras impulsivas e desnecessárias.

Em relação aos aspectos do uso do crédito em compras compulsivas, há diversas razões e fatores envolvidos que levam a esse comportamento, neste sentido, segundo dados da Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP), têm papel significativo fatores como estresse, ansiedade e baixa autoestima. Além disso, a influência do marketing e da publicidade, bem como a pressão da sociedade para manter um estilo de vida aparentemente próspero, são outros fatores que podem levar ao uso indevido de cartões de crédito para compras compulsivas. Por fim, pode-se também inserir dentro dos fatores envolvidos, a falta de educação financeira da população.

É interessante notar, ainda, que com base nas estatísticas do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), apenas 20% das pessoas que gastam demais no cartão de crédito procuram ajuda ou orientação profissional para superar essa situação. Portanto, percebe-se que as pessoas, em geral, não têm muita educação financeira e não buscam muitas informações a fim de criar estratégias para evitar o alto endividamento pelo mal uso do cartão de crédito.

Assim, estudos para a busca de métodos capazes de se fornecer melhores informações que capacitem as pessoas a se prevenir o uso indevido de cartões de crédito, em especial, para compras por impulso, mostram-se relevantes, bem como, perceber se o que se ensina em cursos de negócios é uma fonte eficiente de conhecimentos que permitam a criação de estratégias contra esse alto endividamento.

Este trabalho tem como objetivo geral analisar questões gerais de como se dá o mau uso do crédito por meio de compras por impulso, buscando contribuir para um melhor entendimento sobre o assunto, sendo que além disso, tem como objetivos secundários estabelecer se os saberes aprendidos durante a realização de um curso da área de negócios: a) ajuda um melhor entendimento sobre o uso do crédito e estimulando a adoção de medidas preventivas para a situação pessoal do indivíduo; e b) se esse aprendizado o capacita a ser gerador de informações que ajudem outras pessoas a se prevenir para o uso indevido de cartões de crédito.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O contrato de uso de crédito via instrumento de cartão de crédito

Atualmente, o cartão de crédito virou um dos principais modos para os pagamentos eletrônicos no mundo, permitindo, assim, uma grande facilidade nas compras em praticamente qualquer lugar, visto o grande número de estabelecimentos que aceitam essa forma de pagamento (Costa *et al*, 2010).

Na verdade, o cartão de crédito é um contrato especial de empréstimo oferecido através de bancos, cuja natureza é de um empréstimo de dinheiro, ou seja, quando se usa o crédito disponibilizado no cartão, depois de 30 dias, o portador assume o compromisso de devolver o dinheiro emprestado, com anuidades e juros estabelecidos pela rede credenciada. Essa modalidade de contrato de empréstimo, surgiu em 1949. Contudo, naquela época o pagamento era feito em papel com certo limite de crédito a ser utilizado, sendo aceito somente em lugares específicos.

Assim, o *Franklin National Bank* foi o primeiro banco a adotar esse segmento de forma irrestrita em 1951, sendo que o modelo de pagamento por cartão de crédito logo chamou a atenção de outros bancos, os quais perceberam que implementando esse novo segmento de empréstimo, ajudariam em seus negócios já estabelecidos. Por exemplo, a aceitação do modelo foi tão boa que a empresa American Express com medo de que o cartão de crédito permutasse seus cheques de viagens e virasse seu grande concorrente, ela mesma resolveu criar o seu próprio cartão, o American Express Card, que logo seu lançamento alcançou inúmeras pessoas (Costa *et al*, 2010).

2.2. Endividamento e os seus riscos

O endividamento é o resultado de uma inadimplência do compromisso realizado com terceiros, ao assumir a responsabilidade de devolver o valor concedido para consumo próprio, com o acréscimo de juros e correção monetária na data firmada pelo credor e devedor. O endividamento também pode resultar graves situações como o sobre-endividamento, também estabelecido como falência ou insolvência, quando o devedor se encontra totalmente inapto de quitar suas dívidas (Marques; Frade, 2003).

Para formular uma das principais causas do endividamento, Domowitz e Sartain (1999), aponta que o uso de forma incorreta do cartão de crédito é uma das maiores causas de falências de pessoas físicas causadas pelas altas taxas de juros, que acumulando junto com o saldo devedor, pode resultar na maioria das vezes um saldo maior que a renda do próprio devedor.

Assim, o resultado obtido pela pesquisa Perfil e Comportamento do Endividamento Brasileiro 2022 desenvolvida pelo Instituto Opinion Box em parceria com a Serasa (2022), constatou que em setembro de 2022, 68,39% dos brasileiros seguiam na inadimplência, o principal causador seria o desemprego. A pesquisa obteve como amostra os próprios endividados registrados na base de dados do próprio Serasa.

A pesquisa apontou que 65% do endividamento dos brasileiros é dado pelo cartão de crédito especialmente usado para compra de alimentos, como o supermercado, onde os respondentes alegam que se encontram tudo caro, não conseguindo pagar a fatura estabelecida mensalmente. Dentro da pesquisa mostrou que o desconhecimento sobre os valores de juros e taxas por atraso cresce cada vez mais, em 2021, a porcentagem era de 53%, em 2022 esse valor subiu para 59%.

Ainda se destacou que, 83% dos entrevistados afirmaram ter insônia e problemas de rotina devido a sua inadimplência, seguindo assim, de problemas pessoais e familiares. Esses problemas já se apresentavam nos estudos de Nelson *et al* (2008), onde documentaram que os indivíduos que fazem o mau uso do cartão de crédito estão propensos a terem sérios problemas físicos e emocionais, como o uso excessivo de álcool, estresse, mal desempenho profissional, sobrepeso, pensamentos suicidas e depressão.

2.3 Um breve olhar sobre as compras compulsivas

Segundo Black (2001), compras compulsivas é caracterizado por impulsos, preocupações ou comportamentos excessivos ou mal controlados em relação a compras e gastos que podem levar a adversas consequências. Alega-se que o transtorno é diretamente ligado a fatores emocionais, emoções negativas, principalmente tristeza, solidão, raiva, irritação e

frustração aumenta a propensão as compras dos compradores descontrolados (Lejoyeux *et al*, 1996).

O debate teórico sobre a compra compulsiva assenta em várias teorias que ajudam a compreender os fatores que impulsionam este comportamento, sendo um fenómeno complexo que tem sido objeto de estudo em várias disciplinas, incluindo psicologia, sociologia, economia e marketing (Dittmar; Drury, 2000).

Segundo Rook (1987), a falta de autocontrole por parte do consumidor é vista como um fator determinante no comportamento de compra compulsiva, pois, geralmente, as pessoas têm dificuldade em resistir aos impulsos e satisfazer seus desejos imediatos de consumo. Outro motivo da impulsividade também estudado, é que elas ocorrem pela busca de gratificação instantânea, normalmente, para se evitar o desconforto emocional, ou seja, os consumidores usam o ato de comprar como forma de obter gratificação imediata e temporária, aliviando o estresse, a ansiedade ou o tédio, recorrer à essas medidas como forma de preencher esse vazio emocional ou encontrar um propósito em suas vidas, buscando satisfação na aquisição de bens materiais.

Ainda, se tem a influência da cultura do consumo na sociedade contemporânea nessa equação, já que é inegável que o consumismo valorizado através da publicidade, marketing e até da pressão social cria um ambiente propício ao desenvolvimento de comportamentos de compra compulsiva, levando os consumidores a adquirir bens e serviços como forma de satisfazer as suas necessidades de pertença, status ou autoafirmação, cultura de consumismo, fatores socioculturais, propagandas e ambiente comercial, estão diretamente ligado ao favorecimento de compras compulsivas (Valence *et al*, 1988).

Segundo Rook (1987), compras são relacionadas a emoções positivas, onde depois de realizar o indivíduo se sente feliz, poderoso ou superior, entretanto esse sentimento de bem estar não é o suficiente para suprir as emoções negativas, logo o sentimento de satisfação se torna um sentimento de culpa (Lejoyeux *et al*, 1996), pode-se destacar que os principais argumentos são ansiedade, depressão, frustração e baixa autoestima, segundo Desarbo e Edwards (1996), esses estados mentais podem ser avaliados tanto como motivações quanto como consequência de tal comportamento.

2.4. Educação financeira

A terminologia "Educação Financeira" muitas vezes é confundida com outros termos ou, pelo menos, está associada a eles, o que leva a uma compreensão equivocada ou sinônima com conceitos como economizar, poupar e guardar dinheiro. No entanto, é importante esclarecer que a Educação Financeira vai além dessas noções básicas, envolvendo habilidades e conhecimentos mais abrangentes relacionados à administração das finanças pessoais ao longo do ciclo de vida.

Conforme destacado por Pinheiro (2008), a Educação Financeira pode ser compreendida como a habilidade do indivíduo em fazer escolhas adequadas ao administrar suas finanças pessoais. Isso implica ter capacidade financeira para lidar com as demandas do cotidiano, enfrentar imprevistos e avaliar os impactos financeiros em âmbito pessoal e familiar. Em vez de simplesmente economizar para o uso do recurso no momento correto, a Educação Financeira envolve a capacidade de tomar decisões financeiras conscientes e informadas ao longo da vida.

Além disso, segundo Peretti (2007), a Educação Financeira é um instrumento que proporciona melhor bem-estar e qualidade de vida. Ao adquirir conhecimentos e habilidades financeiras, os indivíduos podem melhorar sua capacidade de gerenciar seus recursos de forma eficiente, alcançando uma maior tranquilidade financeira e evitando situações de endividamento excessivo.

Savoia, Saito e Santana (2007) afirmam que a Educação Financeira também pode ser entendida como um processo de transmissão de conhecimentos que permite o desenvolvimento

do indivíduo na habilidade de tomar decisões financeiras seguras e fundamentadas, visando melhorar suas finanças pessoais. Por meio desse processo educativo, os indivíduos são capacitados a adquirir uma visão crítica e responsável em relação ao consumo e às finanças, resultando em uma melhoria geral em suas práticas financeiras.

Assim, a Educação Financeira tem como princípio auxiliar na administração dos recursos financeiros e na determinação do melhor método de utilização desses recursos. Ao fornecer conhecimentos, habilidades e competências financeiras, a Educação Financeira capacita os indivíduos a tomarem decisões mais informadas, desenvolvendo um senso crítico e responsável em relação ao consumo, planejamento financeiro, investimentos e proteção contra riscos financeiros.

É de extrema importância controlar os gastos e ganhos, de acordo com Cerbasi (2014), a riqueza não é determinada através da quantidade de dinheiro que se ganha, mas a forma que se gasta, ele afirma que mesmo um indivíduo com uma renda baixa consegue um padrão de vida digno e confortável, assim como a ineficiência da gestão de recursos pode gerar diversos desconfortos para indivíduos com grandes rendas.

3. METODOLOGIA

A fim de conseguir atingir os objetivos propostos neste trabalho, desenhou-se uma pesquisa exploratória, buscando explorar o máximo de conhecimento sobre o tema e ao mesmo tempo descritiva, o que segundo Gil (2002), denota de uma pesquisa que tem como norte descrever, observar e classificar uma determinada população ou fenômeno através de um levantamento de dados utilizando-se questionários e observações sistemáticas.

Inicialmente, por meio de revisão bibliográfica, foi possível estabelecer os aportes teóricos e direcionamentos necessários para a construção da pesquisa imaginada para coleta de dados, a qual foi realizada por meio de um questionário utilizando-se de perguntas diretas para se estabelecer um padrão de separação entre os respondentes e também de perguntas baseadas em uma escala likert de 1 a 5, sendo que 1 para discordo totalmente e 5 para concordo totalmente, sendo tais questionamentos permitiram aferir conhecimentos dos respondentes sobre o uso do crédito, endividamento, aspectos relacionados ao ato de comprar compulsivamente, bem como, as questões de saberes adquiridos em cursos da área de negócios sobre a temática¹.

Desta forma, para essa etapa da pesquisa estabeleceu como amostra os estudantes de graduação da área de negócios de um centro universitário localizado no interior do estado de São Paulo, o qual tem como cursos relacionados à área de negócios, os cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas. A fim de melhor refinar a amostra, o questionário foi enviado para os alunos de primeiro ano e de último ano, cuja quantidade atual (primeiro semestre de 2023) está descrita na Tabela 1.

Tabela 1. Estudantes por curso da área de negócios em 25/05/2023

Alunos	Administração	Ciências Contábeis	Ciências Econômicas	Total
Matriculados no primeiro ano (1º períodos)	82	34	46	162
Matriculados no último ano (7º e 8º períodos)	166	72	68	306

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados informados pelos coordenadores de cada curso

É importante destacar que esta pesquisa por se tratar de dados relacionados a serem humanos teve seu projeto enviado para o Comitê de Ética para Pesquisa com Seres Humanos (CEP) antes de ser iniciado qualquer procedimento de coleta. Esta pesquisa está cadastrada sob o CAAE nº 71601123.4.0000.5385, tendo sido aprovado pelo CEP em 11/08/2023.

Para a aplicação do questionário, optou-se pela construção num formulário do Google Forms, que se inicia com o Termo Consentimento Livre e Esclarecido, sendo o instrumento de coleta disponibilizada de forma online por meio de um código QR para os estudantes terem acesso, durante as aulas da instituição, com a devida autorização dos professores presentes, bem como ainda sendo enviado o seu link enviado por e-mail e WhatsApp para os grupos de alunos relacionados na amostra definida.

Assim, a coleta se iniciou em meados do mês de agosto de 2023 e estendeu-se até setembro de 2023. Inicialmente, houve uma exclusão pré determinada de respostas com base no fato de possuir ou não cartão de crédito (os respondentes poderiam também informar a quantidade de cartões que possuem).

Assim, de um total de 62 respondentes, 4 afirmaram não possuir cartão de crédito, representando 6,5% do total, estes foram descartados, continuando a pesquisa somente com os outros 58 respondentes, afirmaram possuir pelo menos um cartão de crédito, representando um percentual de 93,5 do total. Dos 58 respondentes que afirmaram possui cartão de crédito, 9 possuem mais de dois cartões de crédito, 15 possuem dois, e 34 respondentes possuem apenas um cartão, representando um percentual de 54,8% do total.

Por fim, após a coleta dos dados, ocorreu a etapa de análise, baseada em critérios qualitativos, em especial, a análise comparativa das respostas sobre saberes que a educação de um curso da área de negócios é capaz de oferecer, evidenciando se isso ocorre ou não, com base em possíveis diferenças encontradas nas respostas de alunos de primeiro ano e de último ano.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para maior a clareza dos resultados a análise foi dividida em cinco partes. A primeira abordando o perfil dos respondentes, diante dos fatores socioeconômicos e demográficos. A segunda parte, composta pelas respostas dos estudantes que possuem cartão de crédito, analisando seus conhecimentos sobre o mau uso do mesmo, e se isso afeta diretamente a saúde financeira e pessoal. A terceira parte com foco no ato de compra com o cartão de crédito, se a compra realizada com esse cartão leva a atos, como, compras compulsivas e impulsivas, se são de acordo com os seus próprios impulsos, ou se são influenciadas de alguma maneira.

A quarta parte, foi enfatizada com a análise sobre o uso pessoal do cartão de crédito de cada respondente, como é o comportamento na hora da compra. A quinta e última parte da análise, ficou com destaque sobre educação financeira, buscando analisar se os respondentes acham importante procurar informações, dicas de como usar o cartão de crédito, e se manter um planejamento financeiro pode evitar compras compulsivas, finalizando se os mesmos, acham que o curso ao qual estão matriculados, ajudam para um melhor entendimento sobre o assunto.

4.1 Perfil dos respondentes

Antes de fazer a divisão daqueles que possuem cartão de crédito e os que não possuem, abordou-se questões gerais direcionados a todos os respondentes, como, por exemplo, em qual curso está matriculado, ano/período matriculado, gênero, idade, se possuem dependentes e se possuíam cartão de crédito, ajudando a analisar de forma geral o perfil dos estudantes, utilizando-se de uma estatística descritiva.

Após analisar o perfil dos respondentes, o curso que obteve uma maior atuação na pesquisa foi o curso de Administração com 50% de participação, outra metade ficou dividida entre Ciências Econômicas com 25,8%, e com a menor participação, Ciências Contábeis com 24,2%. Dentro do curso matriculado, foi argumentado sobre o período em que se encontravam matriculados, e com isso obteve um resultado bem próximo entre a participação dos estudantes

de primeiro ano/2º período e último ano/8º período, com o seguimento de 51,6% e 48,4% respectivamente.

Resultou em uma pequena diferença entre os respondentes do sexo feminino e masculino, representando 58,1% e 41,9% respectivamente. Contou-se também com um público mais jovem, aqueles que possuíam idade entre 18 a 25 anos representando 90,3% do total. Além disso, sobre se possuíam dependentes a grande maioria ainda não possui, representado essa opção o percentual de 90,3% respectivamente.

O último questionamento proposto em relação ao perfil dos respondentes, foi a questão se possuíam cartão de crédito, como explicado anteriormente, foram considerados apenas as respostas daqueles que possuíam cartão de crédito, apresentam um total de 58 respostas válidas com o percentual de 93,5% do total.

4.2 Mau uso do cartão de crédito

Para um melhor entendimento sobre os estudantes, foram direcionadas questões em relação ao uso de cartão de crédito e possíveis problemas com esse uso de forma não adequada, respondendo de acordo com o nível de concordância em relação a cada situação apresentada, como, se o mau uso do cartão de crédito pode levar a problemas pessoais, acúmulo de dívidas e se podem afetar a saúde financeira e pessoal.

Observando de uma forma geral, cada pergunta obteve proporções iguais de respostas, totalizando em média 80,0% de estudantes que concordam que o mau uso do cartão de crédito pode levar a problemas financeiros e pessoais e acúmulo de dívidas a longo prazo, sendo que o restante ou respondeu “indiferente” ou discordou com os termos, mas, que representou apenas um baixo percentual de discordantes, tendo em média 2,04% dos respondentes.

4.3 Ato de compra

Como o intuito da pesquisa também foi abordar sobre o tema de compulsividade no uso do cartão de crédito, nessa etapa os estudantes foram submetidos a perguntas sobre o ato de compra e de possível compulsividade nesse ato, sendo abordado questionamentos se as redes sociais ou a pressão do grupo social podem levar a comprar compulsivamente, ou até mesmo os fatores emocionais e psicológicos levam a esse ato.

Em média apenas uma parcela de 7,7% dos estudantes discordou que ocorre compulsividade no ato da compra com o cartão de crédito, mas a grande maioria das respostas foram de concordância sobre esse ato, apresentando em média 56,2% das respostas.

4.4 Uso do cartão de crédito

Neste tópico da pesquisa foi abordado a principal temática deste estudo, o uso do cartão de crédito, abordando questões particulares em que os estudantes pudessem responder de acordo com os seus próprios comportamentos diante do uso cartão de crédito.

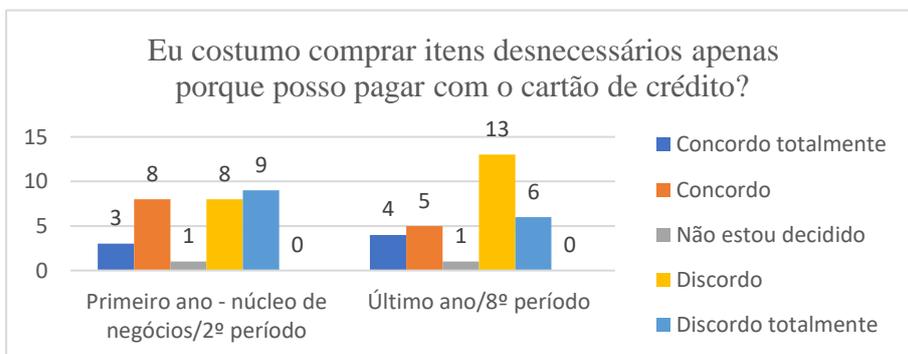


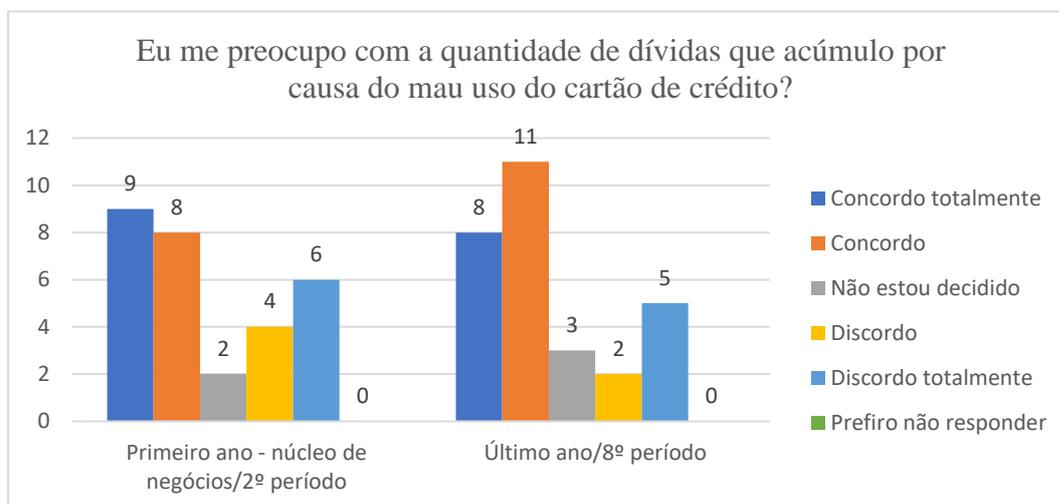
Tabela 2. Comprar itens desnecessários porque pode pagar com o cartão de crédito

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados coletados na pesquisa

Assim, pode-se como base na Tabela 2, perceber que uma grande proporção de estudantes do último ano discordou sobre o fato de comprarem itens desnecessários apenas por poderem comprar com o cartão de crédito, representando 65,5% das respostas de último ano. Já o primeiro ano ficou com as respostas um pouco dividida, com apenas 20,7% de diferença, 37,9% concordaram em comprar itens desnecessários, o restante discordou, 58,6% respectivamente.

Olhando de forma geral com apenas 6,9% de diferença entre discordância entre o primeiro ano e último ano, podemos questionar que ambos os anos são conscientes com suas compras, não apenas deixando levar pelo fato de poderem pagar com o cartão de crédito.

Quando questionados sobre a sua preocupação com a quantidade de dívidas que acumulavam com o mau uso do cartão de crédito, apresentado no Tabela 3, em média 29,3% dos

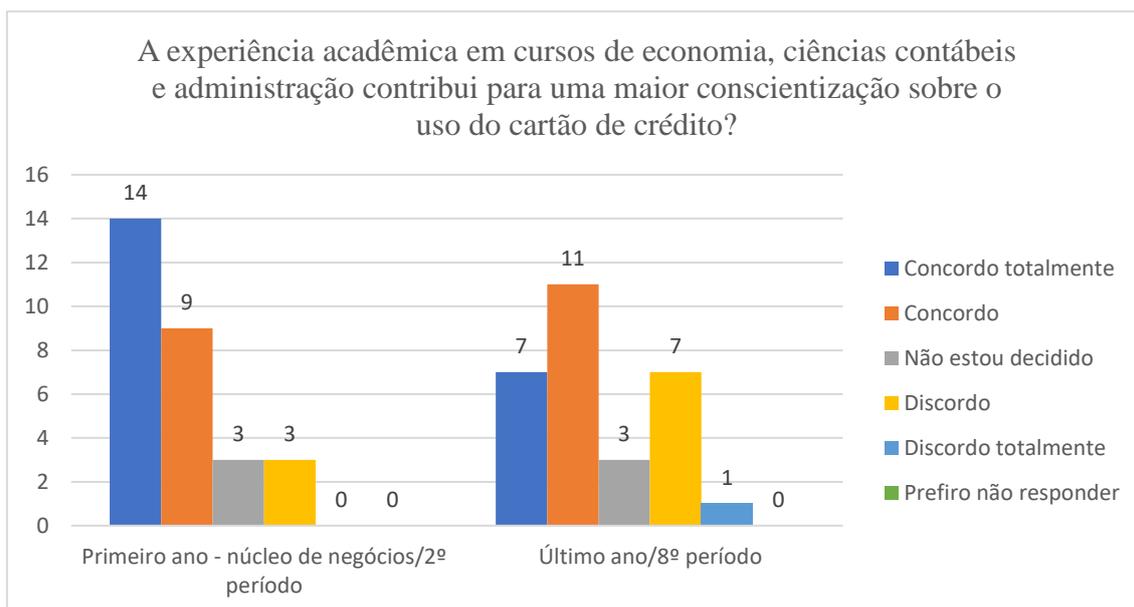


estudantes de primeiro ano concordaram em ter essa preocupação, já os estudantes de último ano 32,7% também concordaram, deixando apenas 3,4% de diferença entre os anos.

Tabela 3. Preocupação com a quantidade de dívidas por causa do mau uso do cartão de crédito

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados coletados na pesquisa

Podemos ver também que uma fração dos respondentes discordaram em ter essa



preocupação com o mau uso do cartão de crédito, representado ao todo com um percentual de 14,6% respectivamente.

4.5 Educação financeira

Na última parte da análise, o objetivo proposto é mensurar a atitude de comportamento e conhecimento financeiro adquiridos ao longo dos anos nos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas, ou seja, comparar o comportamento dos alunos de primeiro e último ano. Para isso, foram utilizadas perguntas específicas sobre como o desenvolvimento do curso pode influenciar na educação financeira pessoal, todas as perguntas do tipo *likert*, sendo “Concordo Totalmente”, “Concordo”, “Não estou decidido”, “Discordo”, “Discordo Totalmente” e “Prefiro não responder”.

Na escala proposta para as respostas, quanto maior o número de respostas em Concordo Totalmente, maior o desenvolvimento na educação financeira.

Tabela 4. Experiência acadêmica nos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas

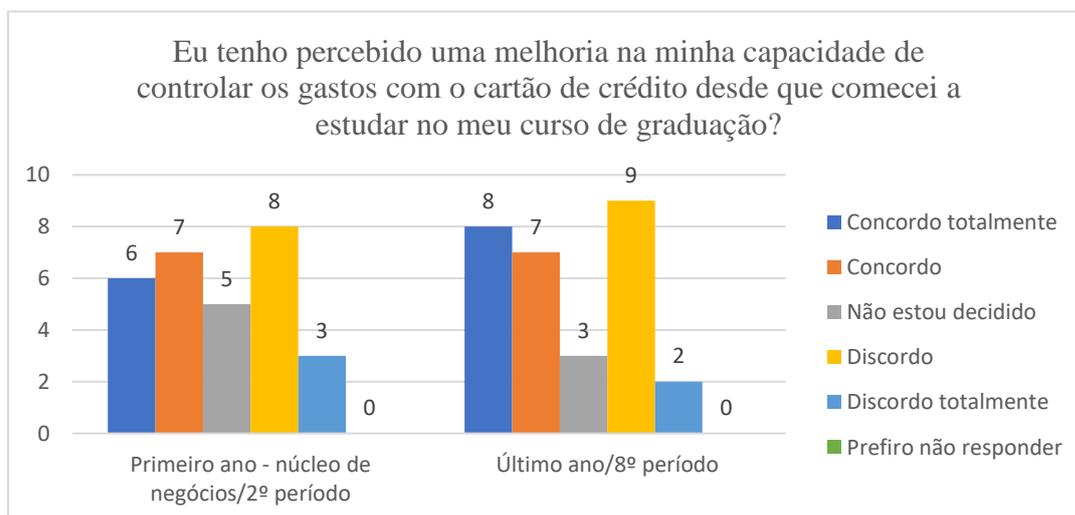
Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados coletados na pesquisa

Pode-se observar na Tabela 4, que 23 respondentes do primeiro ano concordam que o curso acadêmico colabora com a conscientização sobre uso de cartão de crédito, um percentual de 71,31% do total de respondentes de primeiro ano. Dos respondentes de último ano 18 concordaram que o curso contribui com a conscientização de uso do cartão de crédito, representando um percentual de 62,06%.

Apenas 8 respondentes discordaram sobre a conscientização, representando um percentual de 27,58%, no final representou uma diferença de 17,23% de estudantes de último ano e primeiro ano que não concordam sobre a contribuição do curso, em ambos os anos apenas 3 pessoas de cada ano não estavam decididas se o curso poderia colaborar com a conscientização no uso do cartão de crédito.

De acordo com a Tabela 5, pode-se verificar a quantidade de respondentes que acreditam ter melhorado a capacidade de controlar os gastos com cartão de crédito depois de iniciar o curso de graduação, considerando que no primeiro ano do curso os estudantes não possuem o mesmo desenvolvimento dos estudantes de último ano.

Tabela 5. Melhoria na capacidade de controlar os gastos desde o começo no curso de graduação



Fonte:

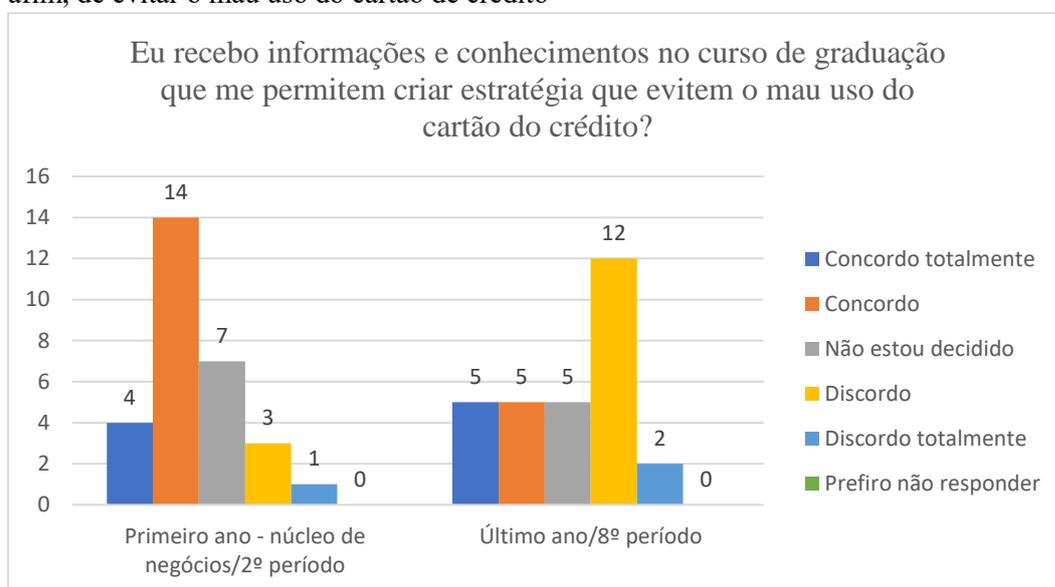
Elaborado pelos autores, com base nos dados coletados na pesquisa

A previsão era de um número maior nas respostas sobre discordar na capacidade de controlar os gastos, mas conforme a Tabela 5 é possível afirmar que 13 respondentes de primeiro ano percebeu uma melhoria na percepção de controle dos gastos, um percentual de 44,82% do total de respondentes de primeiro ano.

Já a previsão para os respondentes de último ano era de um número maior de estudantes concordando com a capacidade de melhoria de controle de gastos com cartão de crédito, só que apenas 15 respondentes afirmaram ter essa melhoria, representado um percentual de 51,72% do total de estudantes de último ano, a outra proporção de estudantes discordou totalmente em perceber melhoria na capacidade no controle de gastos desde que iniciaram o curso de graduação, totalizando 37,93% dos estudantes. Mesma quantidade de estudantes do primeiro e último ano discordam na percepção na capacidade de controlar gastos.

Na Tabela 6, há uma comparação entre a quantidade de estudantes de primeiro e último que afirmam receber conhecimento e informações no curso que permitam criar estratégias evitando mau uso de cartão de crédito.

Tabela 6. Recebimento de informações e conhecimentos no curso de graduação para criar estratégias, afim, de evitar o mau uso do cartão de crédito



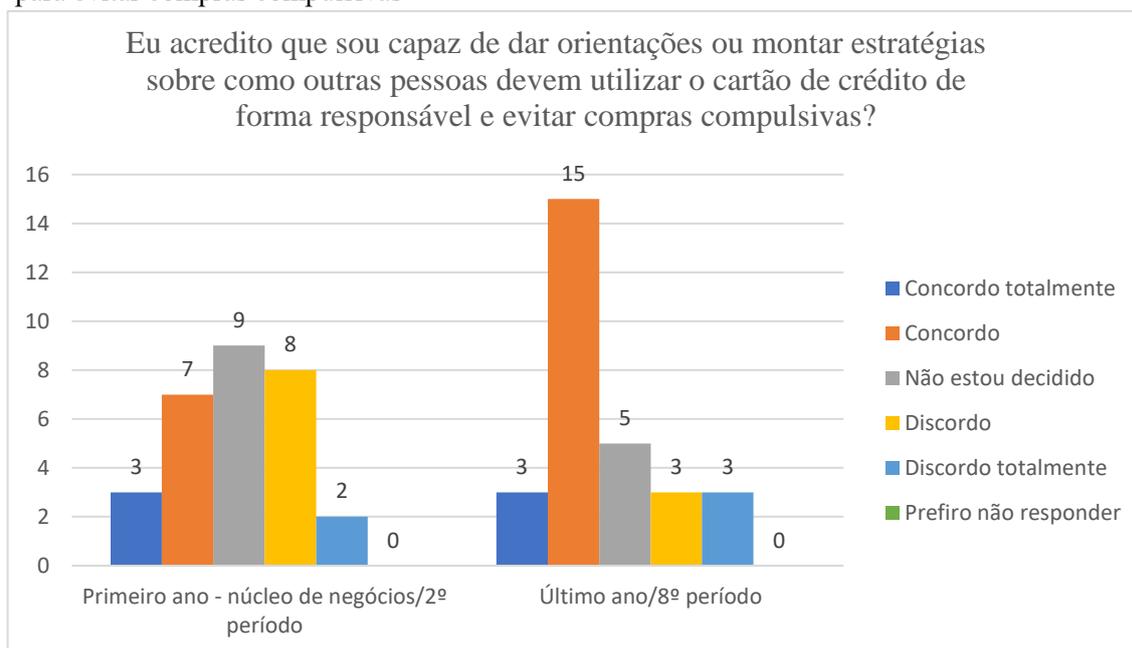
Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados coletados na pesquisa

Conforme a Tabela 6, podemos conferir que, 18 estudantes de primeiro ano afirmam receber informações que permitem evitar mau uso de cartão de crédito, um percentual de 62,06%, uma diferença de apenas 8 estudantes a mais da quantidade de estudantes de último ano que concorda em receber conhecimento necessário para evitar mau uso do cartão de crédito.

Os respondentes de último ano, 14 afirmaram não receber informações e conhecimentos no curso para criar uma estratégia afim de evitar o mau do uso de cartão de crédito, um percentual de 48,27% do total de respondentes de último ano, com uma diferença de 13,78% da quantidade que afirmaram receber informações necessárias.

Analisando a última pergunta sobre educação financeira no curso de graduação, pode-se perceber na Tabela 7 uma divergência se comparado com a pergunta anterior, pois o maior número de respondentes do primeiro ano afirmou receber informações para criar uma estratégia e evitar o mau uso de cartão de crédito, nessa questão pode-se verificar uma queda de 27,58% que concordam ser capaz de criar estratégias para outras pessoas evitarem o mau uso do cartão de crédito.

Tabela 7. Capacidade em dar orientações ou montar estratégias sobre como utilizar o cartão de crédito para evitar compras compulsivas



Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados coletados na pesquisa

Com os respondentes de último ano, pode-se observar um aumento de 27,58% em concordância sobre conseguir criar uma estratégia para terceiros evitarem o mau uso de cartão de crédito, e apenas 3 estudantes de último ano afirmaram não serem capazes de darem orientações, de modo geral observa-se no gráfico de respondentes de primeiro ano que o maior número de respostas é de estudantes que não estão decididos de serem capazes de orientar outra pessoa sobre evitar o mau uso do cartão de crédito.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo possibilitou uma interessante análise sobre o mau uso do cartão de crédito e compras compulsivas, além de uma comparação entre o conhecimento e comportamento dos estudantes de primeiro e último ano dos cursos da área de negócios, conforme os objetivos propostos.

Assim, por meio da aplicação do questionário e a construção dos gráficos detalhando as informações sobre cada respondente, foi possível analisar questões gerais de como se dá o mau uso do crédito por meio de compras por impulso, em que os estudantes concordaram que compras compulsivas podem ser influenciadas por fatores emocionais e psicológicos, dentro desses fatores pode-se encontrar também influências das redes sociais e pressão do grupo social para manter um *status* social. Ou seja, confirma-se resultados anteriores de outras pesquisas, o quanto os fatores emocionais e psicológicos podem contribuir com as compras compulsivas, ressaltando-se, a importância de trabalhos, que busca entender a relação das compras compulsivas e uso de cartão de crédito

Já relação à capacidade de mudanças com o desenvolvimento dos estudantes ao longo dos anos do curso de graduação em relação a educação financeira, observou-se uma escala positiva, já que a grande maioria apresenta uma grande preocupação com seus gastos, tendo em média 62% dos respondentes. Por outro lado, quando questionados sobre a melhoria na capacidade de controlar os gastos com o cartão de crédito desde que começaram a estudar no curso de graduação, os estudantes de último apresentaram um percentual alto quando

discordaram sobre essa questão, apresentando 37,93% dos resultados, deixando ir ao contrário de uma expectativa de que quanto mais se aprende, mais iriam evitar endividamento.

Contudo, em geral, foi possível perceber a uma mudança no entendimento dos estudantes da área de negócios sobre o assunto, mas, é visível que conforme o estudo de Mendonça e Daltoé (2018), conclui-se que é necessário mais de uma disciplina que agregue aos conhecimentos financeiros aos estudantes.

Portanto, deseja-se que este estudo seja usado futuramente, utilizando os resultados encontrados, a fim de promover e destacar a importância da alfabetização financeira, não apenas para estudantes que apresentam resultados negativos diante do assunto. Para trabalhos futuros sugere-se um maior aprofundamento na temática, buscando entender o verdadeiro motivo que levam os estudantes da área a apresentarem ainda comportamentos negativos, mesmo quando já possuem conhecimento financeiro.

6. REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PSIQUIATRIA (ABP). **Como integrar a Espiritualidade ao tratamento do Transtorno por Uso de Álcool e outras substâncias?** Rio de Janeiro, YouTube, 2023. 1 vídeo (1:04:58). Publicado pelo ABP TV. Disponível em: <https://www.abp.org.br/abptv>. Acesso em: 16 mai. 2023.

BLACK, D. Compulsive buying: a review. **Journal of Clinical Psychiatry**, v. 57z, p. 50-54, 1996. Acesso em: 11 jun. 2023.

CERBASI, Gustavo. **Casais inteligentes enriquecem juntos**. Gente, 2004.

COSTA, Fernando Nogueira da; COSTA Carlos Anibal Nogueira da, Carlos; OLIVEIRA, Giuliano Contente de. **Mercado de cartões de pagamentos no Brasil**. 2010. Acesso em: 20 abr. 2023.

COSTA, Fernando Nogueira da. **Economia Monetária e Financeira**. Uma Abordagem Pluralista. 1. ed. São Paulo: Makron, 1999. 341 p. Acesso em: 20 abr. 2023.

DITTMAR, Helga; DRURY, João. Self-image – is it in the bag? A qualitative comparison between “ordinary” and “excessive” consumers. **Journal of Economic Psychology**, ed. 2, n. 21, p. 189-199, 1 abr. 2000. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(99\)00039-2](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(99)00039-2). Acesso em: 9 jun. 2023.

DESARBO, W.; EDWARDS, E. Typologies of compulsive buying behavior: a constrained clusterwise regression approach. **Journal of Consumer Psychology**, v. 5, n. 3, p. 231-262, 1996. Acesso em: 11 jun. 2023.

DOMOWITZ, Ian; SARTAIN, Robert L. Determinants of the Consumer Bankruptcy Decision. **The Journal of Finance**, JSTOR, ed. 1, n. 54, p. 403-420, 1 fev. 1999. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/222422>. Acesso em: 9 jun. 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Acesso em: 20 abr. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (IDEC). **Em um ano, anuidade de cartão de crédito sobe até 188%**. Disponível em: <<https://idec.org.br/pesquisa-do-idec/em-um-ano-anuidade-de-cartao-de-credito-sobe-ate-188>>. Acesso em: 16 mai. 2023.

INSTITUTO OPINION BOX. **Serasa**. [S.l.]. Serasa, 2022. Disponível em: <https://www.serasa.com.br/imprensa/pesquisa-de-endividamento-2022/>. Acesso em: 10 jun. 2023.

LEJOYEUX, Michel et al. Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying. **The American journal of psychiatry**, v. 153, n. 12, p. 1524-1529, 1996.

MENDONÇA, C. V. B.; DALTOÉ, A. H. Análise e percepção das finanças pessoais pelos alunos de graduação no Centro Socioeconômico da Universidade Federal de Santa Catarina. 2018. 120 f. Dissertação (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

NELSON, Melissa C *et al.* Credit card debt, stress and key health risk behaviors among college students. **American Journal of Health Promotion**, USA, ed. 22, n. 6, p. 400-7, 1 jul. 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.4278/ajhp.22.6.400>. Acesso em: 10 jun. 2023.

PERETTI, L. C. **Educação financeira na escola e na família**. 2 ed. Dois Vizinhos, PR. Impressul, 2007. Acesso em: 12 abr. 2023.

PINHEIRO, R. P. **Educação financeira e previdenciária, a nova fronteira dos fundos de pensão**. In: Fundos de Pensão e Mercado de Capitais. São Paulo: Instituto San Tiago Dantas de Direito e Economia e Editora Peixoto Neto, 2008. Acesso em: 12 abr. 2023.

ROCK, Dennis W. The buying impulse. **Journal of Consumer Research**, Oxford, ed. 2, n. 14, p. 189-199, 1 set. 1987. Disponível em: <https://doi.org/10.1086/209105>. Acesso em: 9 jun. 2023.

SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. de A. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, RJ, v. 41, n. 6, p. 1121 a 1141, 2007. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/6620>. Acesso em: 11 abr. 2023.

VALENCE, G.; D'ASTOUS, A.; FORTIER, L. Compulsive buying: concept and measurement. **Journal of Consumer Policy**, v. 11, p. 419-433, 1988. Acesso em: 11 jun. 2023.

¹ A seguir apresentam-se as perguntas utilizadas no questionário construído para a pesquisa:

1- Qual é o seu curso:

Administração; Ciências Contábeis; Ciências Econômicas

2 – Em qual ano/período você encontra matriculado:

Primeiro ano - núcleo de negócios/2º período; Último ano/8º período

3 - Você se identifica com qual gênero:

Feminino; Masculino; Outros; Prefiro não responder

4 - Qual a sua idade:

18 a 25 anos; 25 a 30 anos; 30 a 35 anos ;35 a 40 anos; 45 ou mais;

5 – Você possui dependentes?

1 dependente; 2 dependentes; 3 dependentes; Mais de 3 dependentes; Não possuo dependentes; Prefiro não responder

6 - Você possui Cartão de crédito?

Não tenho cartão de crédito; Sim, apenas um; Sim, dois; Sim, mais que dois; Prefiro não responder

7 - Em relação ao uso de cartão de crédito e possíveis problemas com esse uso de forma não adequada, responda de acordo com o seu nível de concordância em relação a cada uma das situações apresentadas.

a) Você acredita que o mau uso do cartão de crédito pode levar a problemas financeiros?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

b) Você concorda que o mau uso do cartão de crédito pode levar ao acúmulo de dívidas a longo prazo?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

c) Você considera que o mau uso do cartão de crédito pode afetar negativamente a saúde financeira?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

d) Você concorda que o mau uso do cartão de crédito pode causar estresse e ansiedade relacionados a dívidas?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

e) Você acha que o mau uso do cartão de crédito pode impactar negativamente as relações pessoais e familiares?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

f) Você acha que o mau uso do cartão de crédito pode causar sentimento de culpa ou arrependimento?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

g) Você considera que a educação financeira é fundamental para evitar o mau uso do cartão de crédito?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

8 - Em relação ao ato de compra e de possível compulsividade nesse ato, responda de acordo com o seu nível de concordância em relação a cada uma das situações apresentadas.

a) Compras compulsivas podem ser influenciadas por fatores emocionais e psicológicos?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

b) O uso de cartão de crédito facilita que ocorra o ato de se comprar compulsivamente?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

c) As redes sociais têm influência nas compras compulsivas realizadas com cartão de crédito?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

d) A pressão do grupo social pode levar a compras compulsivas com cartão de crédito?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

e) Necessidade de manter um *status* social que seja bem-visto por outras pessoas leva ao ato de comprar compulsivamente?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

9 - Em relação ao seu uso do cartão de crédito, responda de acordo com o seu nível de concordância em relação a cada uma das situações apresentadas.

a) Eu costumo comprar itens desnecessários apenas porque posso pagar com o cartão de crédito?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

b) Eu tenho dificuldade em controlar meus gastos quando utilizo o cartão de crédito?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

c) Eu costumo fazer compras impulsivas com o meu cartão de crédito?

Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

d) Eu me sinto culpado(a) depois de fazer compras impulsivas com o meu cartão de crédito?
Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

e) Eu me preocupo com a quantidade de dívidas que acumulo por causa do mau uso do cartão de crédito?
Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

e) Eu procuro estabelecer um limite de gastos ao utilizar o cartão de crédito para evitar compras compulsivas?
Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

f) Eu acredito que é importante receber orientações sobre como utilizar o cartão de crédito de forma responsável e evitar compras compulsivas?
Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

10 - Em relação ao uso de cartão de crédito e os seus conhecimentos sobre isso, responda de acordo com o seu nível de concordância em relação a cada uma das situações apresentadas.

a) Buscar informações e dicas sobre como usar o cartão de crédito de forma consciente é capaz de evitar compras impulsivas/compulsivas?
Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

b) É importante estabelecer um planejamento financeiro pessoal para evitar compras compulsivas?
Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

c) O conhecimento sobre taxas de juros e encargos do cartão de crédito é essencial para evitar o endividamento?
Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

d) A experiência acadêmica em cursos de economia, ciências contábeis e administração contribui para uma maior conscientização sobre o uso do cartão de crédito?
Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

e) Eu tenho percebido uma melhoria na minha capacidade de controlar os gastos com o cartão de crédito desde que comecei a estudar no meu curso de graduação?
Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

f) Eu recebo informações e conhecimentos no curso de graduação que me permitem criar estratégia que evitem o mau uso do cartão do crédito?
Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder

g) Eu acredito que sou capaz de dar orientações ou montar estratégias sobre como outras pessoas devem utilizar o cartão de crédito de forma responsável e evitar compras compulsivas?
Concordo totalmente; Concordo; Não estou decidido; Discordo; Discordo totalmente; Prefiro não responder