

CRÉDITO, ENDIVIDAMENTO E FINANÇAS NA JUVENTUDE

ÉRICO VERAS MARQUES

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

WANESSA HELLEN SANTANA DO NASCIMENTO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

KESSIA RAQUEL MATOS GARCIA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

LIANDERSON MATHEUS LEITE DE OLIVEIRA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

Agradecimento à órgão de fomento:

Universidade Federal do Ceará e o CNPQ

CRÉDITO, ENDIVIDAMENTO E FINANÇAS NA JUVENTUDE

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, estudos dedicam-se à compreensão dos aspectos presentes no uso dos instrumentos de crédito e no endividamento dos indivíduos (CRUZ NETO et al, 2017). É evidenciado o aumento do consumo relacionado à maior oferta de instrumentos de crédito. Verificou-se que o consumo, de fato, torna-se um problema gerando inadimplência e endividamento, pode-se depreender que exista nessa relação a presença de educação financeira ineficiente e de aspectos inerentes ao ser humano, estes amplamente estudados pelas finanças comportamentais (VIEIRA; KACHUBA; LOCATELLI, 2020). As finanças comportamentais buscam analisar, mediante técnicas das finanças e da psicologia, os aspectos psicológicos presentes no processo decisório dos indivíduos, uma vez que compreender a dinâmica humana é útil para que se possa evitar vieses, ao reconhecê-los nas situações cotidianas (HAGSTROM, 2019); (HAUBERT; LIMA; LIMA, 2014).

O mercado e os instrumentos financeiros tendem a se tornar ser mais complexos, exigindo melhores escolhas por parte das pessoas, que são suscetíveis ao erro (THALER; SUNSTEIN, 2019). Neste ambiente tem-se a popularização dos instrumentos de crédito, principalmente do cartão de crédito, nas diversas categorias sociais, tem ocasionado mudanças de comportamento de consumo. Tais mudanças refletem-se no número de inadimplentes (VELUDO-DE-OLIVEIRA; IKEDA; SANTOS, 2004).

Nos últimos anos, no Brasil, a Serasa Experian e o Banco Central do Brasil registram taxas crescentes de inadimplência dos consumidores, fator nocivo para os indivíduos e para a economia do país como um todo (SANTOS; NETTO, 2020).

Todavia, é possível identificar essa tendência cada vez mais cedo, estando presente no comportamento dos jovens. Conforme dados da Confederação Nacional de Dirigente Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), em 2019, 65% dos jovens de idade entre 18 e 29 anos estão inadimplentes, representando cerca de 12,5 milhões de jovens brasileiros. Salienta-se que o endividamento dos jovens não se difere muito do endividamento do restante dos brasileiros. Porém, é preocupante, pois indica a ausência de educação financeira desde a juventude, possibilitando que o problema persista (DIÁRIO DO COMÉRCIO, 2019).

Portanto, com a finalidade de compreender os motivos que levam os jovens ao endividamento precoce, torna-se necessária a investigação dos motivos dessa problemática, surgindo a questão que direciona a presente pesquisa: *De que forma os jovens têm feito uso dos instrumentos de crédito financeiro e como os aspectos comportamentais impactam no seu endividamento?*

A fim de responder a esse questionamento foi proposto o seguinte objetivo geral: Analisar a forma como os jovens têm feito uso dos instrumentos de crédito financeiro e como os aspectos comportamentais impactam no seu endividamento. Foram também propostos os seguintes objetivos específicos:

- a) identificar os instrumentos de crédito mais utilizados pelos jovens e o nível de conhecimento sobre cada um desses instrumentos;
- b) investigar se os jovens estão endividados ou se já se endividaram em algum momento;
- c) analisar como os aspectos comportamentais interferem no uso de crédito na população jovem.

O estudo em questão justifica-se pelo propósito de contribuir com a literatura que versa sobre os instrumentos de crédito, sobre o endividamento e sobre sua relação com a faixa etária jovem, além de explorar os vieses cognitivos presentes na problemática. Com as finanças comportamentais, será possível entender melhor o comportamento do indivíduo e do seu processo decisório. No âmbito social, objetiva-se gerar interesse por parte dos jovens no

que diz respeito aos conhecimentos de educação financeira e aos fenômenos comportamentais que os cercam, visto que o reconhecimento dos vieses cognitivos é imprescindível para que possam ser minimizados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O crédito, o endividamento e os jovens

Destaca-se que o crédito é um instrumento importante para impulsionar a atividade produtiva de um país. Aliado a isso, muitos países disponibilizam o crédito para os seus agentes econômicos em níveis superiores ao volume de bens e serviços produzidos pela economia (SOARES; MELO SOBRINHO, 2007).

No início dos anos 2000, muitas políticas de expansão de crédito foram desenvolvidas para a inclusão de classes de menor renda no consumo. Incentivar o consumo da população foi pensado com a finalidade de ampliar a demanda e estimular maior produção e investimento, buscando gerar mais empregos (BARONE; SADER, 2008). Entretanto o que tem ocorrido na última década, a partir de 2010 é uma que do PIB, desemprego e um processo de endividamento das famílias. Depreende-se, que expandir o crédito à população, sem que sejam providas condições ou educação financeira necessárias para que esses instrumentos de crédito possam ser geridos, provavelmente gera problemas financeiros, incluindo a inadimplência e o endividamento.

Neste contexto, de ampliação do crédito, verifica-se expansão do cartão de crédito, que pela facilidade de aquisição tornou-se um dos principais instrumentos de crédito utilizados (COSTA, 2008). Assim, o cartão de crédito aparece como a principal fonte de endividamento, agravado pelos limites disponibilizados pelas instituições financeiras que, por vezes, ultrapassa até mesmo a renda do consumidor. Desta forma o consumidor de crédito transforma-se em cliente deste produto, mantendo uma relação contínua com o mesmo (LOPES,1996)

O estudo acerca desse instrumento é relevante para analisar o comportamento de consumo dos indivíduos, uma vez que ele pode criar problemas de autocontrole em seus titulares (BERTAUT; HALIASSOS, 2005). Na pesquisa realizada pela Confederação Nacional do Comércio (2019), 78,5% das famílias do Brasil estão endividadas pelo uso excessivo do cartão de crédito, muitas vezes, devido a compras compulsivas e ausência de planejamento financeiro (CHIUSOLI *et al*; 2020).

A sociedade moderna apresenta uma forte característica, que corresponde ao consumo excessivo, onde os indivíduos relacionam a felicidade e o bem estar ao ato de adquirir bens. Com a facilidade de acesso ao crédito, através de empréstimos, financiamentos, cheques pré-datados e dívidas de cartão de crédito, o consumismo pode levar ao endividamento dos indivíduos, fazendo com que estes não consigam quitar seus compromissos financeiros nos respectivos vencimentos. (CAMARGO et al, 2015, p. 66)

Para Bauman (2010), tornar-se inadimplente, na atualidade, não é uma tarefa difícil. O autor observou, na Grã-Bretanha, que o fator que elevava os benefícios econômicos das empresas de cartão de crédito não eram os titulares que mantinham pagamentos regulares e dentro dos prazos, mas os que incorriam em encargos financeiros após o prazo, sujeitos a juros e a multas. Compreende-se, então, a existência de um ambiente que estimula o consumo e que irá se beneficiar do endividamento dos indivíduos. Dessa forma, o crédito pode ser

entendido como um negócio atrativo para quem o concede, porém, ser prejudicial para o usuário, ao gerar riscos à renda ou à subsistência (SILVA; SOUZA; FAJAN, 2015).

Quanto aos jovens, após a aprovação da Lei nº 12.852 no ano de 2013 que estabelece normas acerca do Estatuto da Juventude com o objetivo de nortear as políticas públicas voltadas para esse público, passou-se a adotar o corte etário compreendido entre 15 a 29 anos para compreender a população jovem brasileira. A faixa correspondente à juventude, pode ser caracterizada por aspectos físico-psicológicos, biológicos e comportamentais. Pais (1990), afirma ser a juventude uma fase em que os indivíduos são manipulados ou manipuláveis socialmente, visto que se trata de uma etapa da vida marcada por descobertas e instabilidades, sejam elas por impasses de natureza social ou problemas, como a inserção no mercado de trabalho.

Salienta-se, que esse público se torna mais suscetível às ofertas de crédito, que têm se tornado bastante tentadoras por parte de bancos. Mediante propostas atrativas, facilitam o acesso ao crédito, ao conceder cartões de crédito, financiamentos, empréstimos, dentre outros instrumentos. Em consonância, os jovens são vistos como “alvos” para essas instituições financeiras, que em suas campanhas midiáticas, até fazem uso de uma linguagem mais próxima da juventude, como o apelo às gírias, para chamar ainda mais atenção desse público (TEIXEIRA, 2012).

Na sociedade capitalista atual, a satisfação dos desejos é realizada imediatamente. Por consequência, os jovens estão habituados ao consumo inadvertido. (PELICIOLO, 2011). Assim, a combinação da falta de planejamento em suas decisões e da falta de educação financeira consistente pode se agravar no endividamento. Conforme-se, pode observar nos dados da Confederação Nacional de Dirigente Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), em 2019, que mostram que 65% dos jovens de idade entre 18 e 29 anos estão inadimplentes, representando cerca de 12,5 milhões de jovens brasileiros. Ademais, Pelicioli (2011), constatou em seu trabalho a despreocupação financeira quanto ao futuro advinda dessa faixa etária, que por vezes ingressam em universidades, mas não apresentam amadurecimento no âmbito econômico, constatando a presença de analfabetismo financeiro.

2.2 Educação Financeira

Segundo a pesquisa Ibope Inteligência, encomendada pelo banco C6 Bank, apenas 21%, de uma amostragem com 2000 respondentes, tiveram contato com a educação financeira durante a infância, o restante obteve contato e mais noção financeira em períodos tardios em suas vidas (FLACH, 2020). Compreende-se, a necessidade de educação financeira.

A educação financeira é um aspecto que pode ser trabalhado em busca de melhorar as condições e a saúde financeira do indivíduo. A ausência de uma boa educação financeira pode facilitar, ainda mais, as chances de o indivíduo tornar-se endividado ou inadimplente (SANTOS; NETTO, 2020). Esse conceito é entendido como uma prática social que permite aos indivíduos a participação ativa no contexto econômico em que estão inseridos. Além disso, não existe somente preocupação acerca dos objetos financeiros e seu funcionamento, mas também a respeito da tomada de decisão, no que concerne ao consumo (CAMPOS, 2013).

É importante que os cidadãos mantenham contato com a educação financeira, em vista da complexidade do mercado e dos seus instrumentos, a fim de que possam compreender os conceitos e de que suas decisões não sejam comprometidas ou prejudicadas. No entanto, inexistente a obrigatoriedade do ensino de educação financeira nas escolas brasileiras, também

não é verificada a participação constante das universidades no processo de educação financeira (SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007). A educação financeira é importante para que o jovem se firme mais próximo de um bem estar financeiro.

2.3 Finanças Comportamentais

Os principais conceitos da Teoria de Finanças Moderna propõem os indivíduos como seres de racionalidade ilimitada, em que suas decisões são pautadas na razão. (CASTRO JUNIOR, FAMÁ, 2002). Conforme o conceito da Utilidade Esperada, apresentado por Savage (1964), à medida que os agentes recebem novas informações, eles são capazes de atualizar suas crenças e decidir de forma que maximize a sua utilidade (HAUBERT; LIMA; LIMA, 2014). Porém, ao avaliar o comportamento dos agentes econômicos e do mercado, percebe-se que é difícil a ocorrência de um ambiente com total eficiência (LUCENA; SILVA, 2019).

As finanças comportamentais contradizem a Teoria Neoclássica, baseada na racionalidade dos agentes e tentam explicar os fenômenos relacionados à postura humana frente a situações de cunho financeiro (PINTO; ROSSATO, 2019). Caracterizadas como estudos investigativos, as finanças comportamentais são um campo das finanças, relativamente, novo que busca explicar as ineficiências de mercado usando teorias advindas da psicologia. Esse campo de estudos leva em consideração que os indivíduos cometem erros ou agem illogicamente ao tratar das suas próprias questões econômico-financeiras (HAGSTROM, 2019). Os estudos dessa área focam nos erros encontrados nas finanças tradicionais no que se refere aos modelos de comportamento cognitivo dos agentes (ARAUJO NETO et al, 2016). Herbert Simon propôs que a mente do ser humano não é capaz de resolver problemas conforme os padrões de um comportamento racional, utilizando o termo “racionalidade limitada” para referir-se a esse processo que sofre a influência de limites cognitivos e de ausência de informações de forma completa (JEUNG; SCHWIEREN; HERPERTZ, 2016; HUANG, 2018).

Conforme Araujo Neto et al (2016, p. 608), “É por meio de processos cognitivos que os seres humanos elaboram suas decisões, as quais implicam o uso de heurísticas, úteis para o processo decisório, mas que, como consequência, pode levar os agentes a incoerências ou a erros sistemáticos.” Em conformidade, as pesquisas realizadas acerca das finanças comportamentais têm evoluído, sendo incorporadas a esse ramo teorias advindas da psicologia, antropologia, sociologia, dentre outras (REINA et al, 2009).

Dentro do comportamento, existem as heurísticas, que são conceituadas como regras de influência, utilizadas a fim de simplificar julgamentos, em situações decisórias de incerteza (TONETTO et al, 2006). Logo, compreender a dinâmica humana é útil para que se evite os erros e vieses, além de reconhecê-los em demais pessoas e situações (HAGSTROM, 2019). O conhecimento acerca do comportamento e do processo decisório é relevante também para o mercado financeiro (LIMA, FELIPE, 2019).

A seguir, serão apresentados algumas heurísticas e vieses evidenciados pelas finanças comportamentais.

A **contabilidade mental** é uma expressão cunhada por Richard Thaler. Trata-se de operações cognitivas utilizadas pelas pessoas a fim de organizar e acompanhar suas atividades financeiras. O conceito possui três componentes: o primeiro refere-se a como os resultados são percebidos e como as decisões são tomadas; o segundo relaciona-se à destinação e à

atribuição de atividade a contas mentais específicas; o terceiro é a frequência em que as contas mentais são consultadas (THALER, 1999).

Em outras palavras, caracteriza-se por métodos que as pessoas utilizam para codificar seus resultados de cunho econômico-financeiro (HAGSTROM, 2019). Segundo Hagstrom (2019, p. 214), “Tendemos mentalmente a alocar dinheiro em ‘contas’ diferentes, e isso determina como pensamos em usá-lo”. Aprofundar-se, no estudo e na investigação da contabilidade mental é importante até para compreender melhor o processo de escolha dos indivíduos (THALER, 1999). Quanto às questões da contabilidade mental, Thaler (1999) salienta que o cartão de crédito dissocia a compra do seu pagamento, pois com o seu adiamento, ele é realizado períodos após a compra. É uma situação em que o indivíduo precisa decidir quando abrir a conta mental e isso pode dificultar a análise das compras.

Kahneman (2012), apresenta o processo decisório composto por dois sistemas, comumente reconhecidos como **Sistema 1 e Sistema 2**. O sistema 1 caracteriza-se por operar sem esforço, ao ser rápido e instantâneo. O sistema 2, é mais lento, encarregado de processar interpretações e atividades mais complexas, que exijam esforço. No entanto, por não ser reflexivo como o sistema 2, o sistema 1 está sujeito a vieses cognitivos, ou seja, erros sistemáticos. Além disso, o sistema 1 recorre ao 2 quando funciona com dificuldade, sendo este último mais específico para solucionar problemas.

A **ancoragem** é um fenômeno que, de maneira ilustrada, funciona da seguinte forma: quando as pessoas estimam um valor desconhecido, tendo em mente valores particulares, sua estimativa fica mais próxima do valor que elas consideram, servindo como uma âncora ao direcioná-las (KAHNEMAN, 2012). Thaler e Sunstein (2019) apontam a presença da ancoragem no cartão de crédito, uma vez que o montante mínimo a ser pago, constante nas faturas do cartão, pode servir como uma âncora, influenciando o pensamento de que o pagamento mínimo é o apropriado a se fazer. Além disso, ainda conforme os autores, o limite do cartão pode ser para limitar o gasto, conforme sua própria denominação, mas pode servir de âncora para estimulá-lo.

Segundo Silva (2017), a heurística do **comportamento de manada**, que representa como os investidores tendem a tomar decisões sem uma orientação planejada racionalmente, apenas influenciados por decisões de outros investidores.

O comportamento de manada ocorre em função dos ruídos e opiniões dos indivíduos quanto à situação financeira da empresa, principalmente quando a informação é de um especialista ou formador de opinião. Esse efeito pode ser maior principalmente nos investidores que tomam decisões de compra e venda de papéis sem usar dados ou análises fundamentalistas. (ARAUJO NETO; FREIRE, 2013, p. 27)

Esse fenômeno, se refere ao comportamento que leva os investidores a não considerar suas informações particulares para seguir a conduta de outros investidores (CANER 2019). Segundo Araújo Neto e Freire (2013), o efeito manada ocorre em função de influências de terceiros, em que os agentes se inclinam a realizar ações semelhantes. Assim, ocorre a homogeneização do comportamento dos indivíduos, em um determinado período e da mesma forma (LUCENA; SILVA, 2019).

Um dos assuntos mais estudados da psicologia social, a teoria **dissonância cognitiva**, é uma teoria desenvolvida por Leon Festiger, professor de psicologia social da Universidade de Stanford, a partir da década de 1950 (ANDRADE, 2019). A dissonância cognitiva é caracterizada por um estado de tensão no qual alguém possui duas ideias inconsistentes, sob o ponto de vista psicológico. Esse desconforto que é gerado pela contradição das ideias é a

própria dissonância cognitiva, que pode ser minimizada a partir de pressões e manifestações do comportamento. (FESTIGER, 1975). Conforme Andrade (2019, p. 1655), “O ser humano modifica suas ações ou atitudes e adiciona seletivamente novas informações com o propósito de tentar manter a consistência, buscando atingir a coerência entre suas cognições conflitantes.”

Por último, **o efeito de denominação** trata-se da tendência de pensar em dinheiro em termos nominais, não reais, tendo visão errônea e sensação alterada do que realmente está sendo gasto (GOMES, 2019). O viés possui significativas aplicações para a teoria econômica, apesar de implicar falta de racionalidade. A ilusão do dinheiro, como também é chamado, pode decorrer da interação das representações reais e nominais das transações, que enviesa a avaliação nominal (SHAFIR; DIAMOND; TVERSKY, 1997). Em seu estudo, Leon (2012) observou que a probabilidade de os indivíduos solicitarem um cartão de crédito dependia da forma como a economia lhes era apresentada (em dólares ou em percentuais), inferindo que o enquadramento econômico interferia na decisão dos agentes.

3 METODOLOGIA

O presente estudo, trata-se de uma pesquisa exploratória, cuja abordagem do problema caracteriza-se por ser de natureza qualitativa, a qual se embasou na análise das respostas para se chegar aos resultados e conclusões (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006).

Por meio de entrevistas, foi realizada a análise qualitativa, fazendo comparações entre as respostas obtidas. Neste processo, conforme Bardin (1977), foi realizada a análise de conteúdo das entrevistas, com a finalidade de categorizá-las, criando-se as dimensões.

O roteiro das perguntas, das entrevistas, foi elaborado relacionando-as com os pressupostos levantadas no estudo a fim de observar suas validades, em seguida, categorizados em: Instrumentos de Crédito, Conhecimentos Financeiros, Comportamento de Uso do Crédito e Comportamento Inadimplente. Partindo do referencial teórico, foram construídos pressupostos para a pesquisa que são a seguir apresentado

A partir da popularização do uso do cartão de crédito e o endividamento consequente do uso excessivo explicitados por Chiusoli et al (2020) e Costa (2008), tem-se o primeiro pressuposto:

P1: Os instrumentos mais utilizados são o cartão de crédito e o cheque especial;

Como identificado na pesquisa Ibope Inteligência (FLACH, 2020), a maioria dos indivíduos possui um contato tardio com a educação financeira. Ademais, é comum na juventude a despreocupação com conhecimentos de cunho financeiro, conforme identificado por Pelicioli (2011). Foi construído, então, o segundo pressuposto:

P2: Os jovens conhecem pouco sobre o funcionamento dos instrumentos de crédito que usam;

Baseando-se, na revisão da literatura acerca finanças comportamentais e vieses cognitivos, construiu-se o terceiro pressuposto de pesquisa, uma vez que além da racionalidade, existem outros fatores que influenciam no processo decisório dos indivíduos.

P3: Vieses cognitivos impactam no uso inadequado do crédito provocando o endividamento;

Levando em consideração as recentes notícias a respeito do endividamento dos jovens, de acordo com dados da CNDL e do SPC, em 2019, e a suscetibilidade desse público às ofertas de crédito, como foi explicitado por Teixeira (2012), elaborou-se o quarto pressuposto da pesquisa:

P4: Os jovens que fazem uso de crédito estão inadimplentes ou já estiveram em algum momento.

Em virtude de o público alvo da pesquisa ser o jovem, considerou-se o universo jovem entre a idade de 15 a 29 anos, conforme estabelecido pelo Estatuto da Juventude. Os dados foram coletados entre os meses de fevereiro e abril de 2020, mediante a realização de entrevistas pessoais, com respondentes moradores da Região Metropolitana de Fortaleza no estado do Ceará, indivíduos jovens pertencentes ao corte etário definido,

O Roteiro das entrevistas era composta por 14 questões subjetivas baseada nos pressupostos do estudo, conforme o quadro 1. Foram realizadas 36 entrevistas, ponto a partir do qual verificou-se a repetição das respostas. O tratamento dos dados se deu pela análise de conteúdo das respostas obtidas, observando e separando as que foram mais frequentes.

Com base nos pressupostos e a partir da análise de conteúdo das respostas obtidas, foram criadas quatro categorias denominadas de dimensões: Instrumentos de crédito, Conhecimentos Financeiros, Comportamento de uso do Cartão e Comportamento Inadimplente, conforme apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1: Pressupostos X Perguntas (Entrevistas)

Pressupostos	Perguntas	Dimensão
P1	Quais formas de crédito você conhece?	Instrumentos de créditos
	Quais formas de crédito você mais utiliza? Qual a quantidade dessas formas de crédito você possui?	
P2	Quais facilidades foram atrativas para você utilizar o crédito como meio de pagamento das suas compras? (Verificar se o entrevistado conhece o funcionamento do seu cartão de crédito/ cheque especial)	Conhecimentos Financeiros
	Você conhece as taxas do cartão de crédito/ cheque especial? Quais?	
	Em sua opinião, quais são as vantagens e as desvantagens de utilizar o cartão de crédito/ cheque especial?	
P3	Quais atitudes você acredita que colaboram para o mau uso das formas de crédito, e conseqüentemente para o endividamento das pessoas?	Comportamento de uso do crédito
	Com que frequência você utiliza as formas de créditos?	
	Você já fez alguma compra por impulso? Se sim, quais aspectos te influenciaram?	
	Em qual situação você acredita gastar/comprar mais: sozinho ou com um grupo de pessoas? Por quê?	
	Como você consegue identificar os custos totais ao comprar um produto parcelado, ou seja, você confere o valor da parcela ou o valor integral?	

	Antes de realizar alguma compra você avalia e planeja como isso afetará seu orçamento? Se sim, como ocorre esse planejamento?	
P4	Como você caracterizaria sua situação financeira atual? Por quê?	Comportamento inadimplente
	Já ficou em situação de endividamento? Qual foi o motivo e o que você fez/está fazendo para resolver?	
	Você já pagou o valor mínimo da fatura do seu cartão de crédito ou já virou o mês devendo no cheque especial? Com que frequência isso ocorre?	

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

As entrevistas além das 14 perguntas, também contemplava o levantamento de informações a respeito do perfil dos entrevistados, como gênero, idade, estado civil e fonte renda.

O perfil dos jovens entrevistados foi de 47,22% do sexo feminino e 52,78% do sexo masculino, sendo 35 solteiros e 1 em união estável. Com idade entre 18 e 28 anos, com idade média de 21 anos. Sendo 100% com superior incompleto ou completo.

A fim de atingir o objetivo específico a, ou seja, identificar os instrumentos de crédito mais utilizados pelos jovens e o seu nível de conhecimento sobre cada um deles, foram analisadas as perguntas relativas aos pressupostos 1 e 2, correspondentes às dimensões instrumentos de crédito e conhecimentos financeiros.

P1: Os instrumentos mais utilizados são o cartão de crédito e o cheque especial.

De acordo com a entrevista, os instrumentos que se têm conhecimento são: cartão de crédito, cheque especial, empréstimos, financiamentos, crédito consignado e crédito estudantil. Por meio das respostas obtidas, conclui-se que 100% dos entrevistados conhecem e utilizam cartão de crédito e 47,2% afirmam conhecer apenas esse instrumento de crédito. Dentre os jovens da pesquisa, 33% conhecem o cheque especial, dentre os quais 5,56% fazem uso dessa ferramenta de crédito.

O fato de os jovens (47,2%) afirmarem conhecer apenas o cartão de crédito, pode ser relacionado a ele ser a forma de crédito mais usual no mercado. Assim, observa-se o comportamento de grupo, presente nos entrevistados quanto ao uso e ao conhecimento acerca do cartão. Eles afirmam possuir entre 1 a 8 cartões, 83% tinham no máximo 2 cartões. Dessa forma, o instrumento mais utilizado entre eles é o cartão de crédito (100%) e para 16,6% também o cheque especial.

P2: Os jovens conhecem pouco sobre o funcionamento dos instrumentos de crédito que usam.

Os entrevistados citaram que as principais vantagens e motivos que os levaram a fazer uso do instrumento de crédito, cartão de crédito, são:

- Possibilidade de parcelamentos, o que confere um prazo maior de pagamento (75,00%);
- Praticidade e facilidades ao acesso em aplicativos (30,56%);

- Segurança, devido ao fato de não precisarem andar com o dinheiro (25,00%);
- Utilização dos instrumentos para o controle de suas finanças pessoais (11,11%);
- Utilização em momentos de urgência, em que não se possui o dinheiro em espécie ou na função débito (8,33%).

As porcentagens relacionam-se às frequências relativas das vantagens citadas entre os jovens, uma vez que eles citaram mais de um motivo para utilizar o crédito, o que justifica os números obtidos. A principal vantagem apontada é o fato de poder parcelar e ter um prazo maior para pagar, resposta citada por 75% deles.

Em relação as desvantagens consideradas no uso desses instrumentos, foram consideradas:

- Descontrole causado pela falta de planejamento financeiro (67,65%);
- Falsa sensação de comodidade financeira o que provoca o endividamento (23,53%);
- Valor dos juros e das taxas (23,53%);
- Impedimento de realização de compras em estabelecimentos que não aceitem o cartão de crédito (2,94%).

A respeito do descontrole financeiro, essa foi a resposta mais frequente entre os entrevistados (67,67%). Um dos relatos foi “causa um descontrole financeiro maior, a sensação de que não se está gastando dinheiro e acaba virando uma bola de neve”. A sensação descrita pelo respondente pode ser explicada pelo viés da **denominação**, caracterizado pelo julgamento errôneo da realidade e pelo fato de gastar mais ao observar o valor nominal e não o real. O uso do cartão, por si, já inibe a noção de que o dinheiro está sendo gasto, acentuando-se quanto ao parcelamento, ao realizar compras em muitas parcelas de valor baixo.

Incluem nas desvantagens dos instrumentos de crédito aspectos comportamentais próprios. O “descontrole” é um aspecto dos indivíduos, e não específico do cartão de crédito ou do cheque especial. Além disso, no descontrole financeiro, pode-se inferir a presença do Sistema 1 nas decisões, caracterizadas por serem intuitivas, sem reflexão.

Ademais, apenas 25% dos entrevistados declaram conhecer parcialmente as taxas dos instrumentos de crédito que utilizam: “Conheço algumas taxas do banco, mas não tenho muita noção. Conheço a taxa de manutenção do banco, a taxa de juros eu não sei”. Isso demonstra uma educação financeira deficitária e ausência de conhecimento sobre os instrumentos utilizados. Com isso, comprova-se que o pressuposto dois é verdadeiro, já que os jovens conhecem pouco sobre o funcionamento dos instrumentos de crédito que fazem uso.

Em busca de atingir o objetivo específico c, relacionado aos aspectos comportamentais que interferem no uso do crédito na população jovem, foram analisadas as questões referentes ao pressuposto 3 do presente estudo, conforme a dimensão de comportamento de uso do cartão.

P3: Vieses cognitivos impactam no uso inadequado do crédito provocando o endividamento.

Os entrevistados enumeraram atitudes que colaboram para o mau uso das formas de crédito, e conseqüentemente, para o endividamento das pessoas. Dentre elas: educação financeira deficitária (13,9%); descontrole nos gastos (16,7%); falta de planejamento no orçamento (13,9%); desconhecimento sobre as taxas dos instrumentos de crédito (11,1%);

compras impulsivas (11,1%); pagar apenas o valor mínimo do cartão de crédito (5%); fazer muitas compras parceladas (13,9%) e limites muito altos para os cartões (11,1%), tornando mais fácil o indivíduo gerar um gasto maior que a renda mensal, provocando o endividamento. E 61,11% dos jovens da pesquisa utilizam o cartão de crédito semanalmente, o que mostra a dependência que eles possuem do crédito.

Adiante, 88,89% falaram que já realizaram compras por impulso. Um deles relatou: “Sim, quando tem algum mês que eu não compro nada, sinto vontade de comprar algo aleatório, que dá vontade.”. Depreende-se que, além do comportamento impulsivo, há a presença do viés da dissonância cognitiva, uma vez que eles justificam as compras por impulso de modo a parecer uma oportunidade que não poderiam perder, a fim de tornar a atitude menos irracional. Dentre as justificativas, afirmam que realizam compras impulsivas de baixo valor, que estava em promoção, que o parcelamento tornou mais atrativo, que é algo raro de acontecer, dentre outras indagações.

Em relação a atitudes relatadas que mostram a influência dos aspectos comportamentais no momento da compra, 75% consideram que gastam mais com outra pessoa do que sozinhos, pois se sentem mais influenciados a gastar. Pode-se inferir, nessa situação amplamente compartilhada entre os entrevistados, que há a presença do efeito manada ou comportamento de grupo, em que os indivíduos sentem necessidade de inserir-se ao grupo e agir como os outros. Nesse caso, tendendo até a realizar mais compras e gastos.

Dos respondentes, 19,44% verificam apenas o valor integral antes da compra, 41,67% averiguam apenas o valor da parcela, ou seja, apenas o valor que pagarão por mês, sem comparar os juros, enquanto 38,89% analisam tanto o valor da parcela como o valor integral da compra. Segundo um dos entrevistados, o que é importante observar é o “Valor da parcela. Vejo em quantas parcelas posso dividir sem que haja juros”. Acerca dessa questão, é possível observar a presença da **ancoragem** no comportamento dos jovens, em especial ao valor parcelado dos produtos, tornando-se a referência ao realizar uma compra. Logo, é difícil realizar altos gastos levando em consideração apenas o valor da parcela, visto que pode diminuir a real noção do consumidor em relação aos seus gastos (viés da denominação). Também se nota que a escolha por analisar o valor parcelado é um método que os indivíduos da pesquisa utilizam para saber o quanto terão que pagar, e assim, alocar seus recursos.

Quanto a avaliar e planejar como os gastos afetarão seu orçamento futuro, 58,33% afirmaram que realizam por meio de aplicativos, planilhas do Excel, em anotações. Cerca de 25% realizam essa avaliação, porém, de forma mais abstrata, fazendo o cálculo e a análise de seus gastos “de cabeça”. Observa-se, então, a presença da contabilidade mental nos respondentes. Portanto, com as informações obtidas na análise dessa pesquisa, não se rejeita o pressuposto 3 de que os aspectos comportamentais levam a um uso inadequado do crédito provocando o endividamento.

Com a finalidade de investigar se os jovens estão endividados ou se já se endividaram e atingir o objetivo específico b desse estudo, foram analisadas as perguntas referentes ao pressuposto 4, da dimensão de comportamento inadimplente.

P4: Os jovens que fazem uso de crédito estão inadimplentes ou já estiveram em algum momento.

De acordo com as respostas direcionadas ao pressuposto 4, 58,33% dos entrevistados consideram suas situações financeiras estáveis, mesmo alguns deles estando insatisfeitos. “Ruim, porque não ganho muito”, “Muito boa, não tenho do que reclamar. Porém, quanto a

minha organização é péssima”. Além disso, 27,78% afirmaram que estão endividados ou já se endividaram; segundo alguns relatos: “Sim, não foi legal, fiquei acabada psicologicamente, nessa situação fico explosiva e cansada”; “Sim. Está sendo difícil, me endividei porque perdi o emprego. Tive que fazer um acordo com o banco para financiar minha dívida e apesar dos juros altos, creio que vou conseguir pagar e tentar diminuir mais no futuro”. Tais depoimentos deixam transparente a falta de planejamento e de preparo desses jovens.

Observou-se que 22,22% já pagaram o valor mínimo do cartão da amostra e 1 respondente (2,78%) afirmou “virar o mês” devendo o cheque especial, levando em consideração que apenas dois dos entrevistados tinha cheque especial: “Sim. Para as duas perguntas. Do cartão aconteceu uma única vez, mas do cheque especial aconteceram umas 3 vezes seguidas.” “Já paguei o valor mínimo do cartão, na época de estudante. Não tinha muita noção, não tinha dinheiro, e aí paguei o mínimo. No outro mês eu senti o baque. Foi à única vez que paguei o mínimo”.

Há a presença de âncoras no sistema do cartão de crédito, uma vez que por já não possuir muita noção acerca do instrumento, o valor mínimo do cartão torna-se apropriado, mas não o correto a se fazer, conforme constatado por Thaler e Sunstein (2019). Conclui-se então, de acordo com as entrevistas, que apenas uma pequena parcela entre os jovens já foi inadimplente.

O Quadro 2 apresenta exemplos de verbalização das assertivas, de acordo com a dimensão que se referem.

Quadro 2 - Exemplificação de verbalização de acordo com a categoria.

Dimensões	Verbalização
Instrumentos de créditos	E2: “Cartão de crédito, cheque especial, crédito consignado” E26: “A única forma de crédito que eu utilizo é o cartão, tenho 1”
Conhecimentos financeiros	E15: “A forma de pagamento, eu não ter o dinheiro no momento e poder fazer a compra. Para mim é muito atrativo parcelar uma compra que eu não tenha dinheiro no momento ou que seja mais cara.” E22: “Conheço algumas taxas do banco, mas não tenho muita noção. Conheço a taxa de manutenção do banco, a taxa de juros eu não sei.” E27: “As vantagens é que eu posso parcelar compras que provavelmente eu não faria se não tivesse ele. As desvantagens é que eu vou ficando muito dependente do cartão e das parcelas, fazer com que ele fique zerado é muito difícil porque sempre vou utilizando e utilizando.”
Comportamento de uso do crédito	E4: “O desconhecimento a respeito das taxas, apesar de eu não saber exatamente a porcentagem exata dos juros, eu sei que são muito altas. Comprar sem ter perspectivas de conseguir pagar, como em casos de desemprego.” E16: “Uso todo mês, tem sempre uma ou duas semanas por mês que eu uso o cartão de crédito.” E19: “Sim, os valores não eram muito altos, mas fiz isso. Fiz a compra por causa que o cartão de crédito estava lá, além do preço que estava mais baixo.” E29: “Com um grupo de pessoas, geralmente meus amigos, porque saio para comer, festa, cinema, acabo passando o cartão. Não tenho o costume de sair sozinho, a não ser q seja um supermercado, ou algo assim.” E35: “Valor da parcela. Vejo em quantas parcelas posso dividir sem que haja juros.” E30: “Eu nunca planejo compras no crédito, se eu for comprar e ver que eu tenho limite, eu faço a compra.”

Comportament o inadimplente	<p>E33: “A minha situação financeira está bem equilibrada, no sentido das minhas despesas estarem equivalentes as minhas receitas, isso não é bom, o correto é que sobre algo.”</p> <p>E27: “Meu endividamento foi com compras sem ser pelo cartão, mas por causa do valor do cartão de crédito, devido o valor muito alto eu pedi dinheiro emprestado para outras pessoas.”</p> <p>E32: “Eu tinha o costume de pagar (o valor mínimo), quando eu era bem nova, eu não tinha noção. Atualmente não ocorre mais, pois senti os juros, na época.”</p>
--------------------------------	--

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise realizada, pode-se concluir que os instrumentos de crédito mais utilizados pelos jovens são o cartão de crédito e o cheque especial, sendo eles os mais citados pelos entrevistados, o que confirma o pressuposto 1 da presente pesquisa. É possível depreender que eles não conhecem o funcionamento de seus instrumentos de crédito, uma vez que os respondentes não conheciam a taxas de juros mensais e as vantagens enumeradas pela maioria deles correspondia a funções simples e de conhecimento geral, como poder parcelar suas compras. Dessa maneira, não se rejeita o pressuposto 2. Além disso, como desvantagem eles citaram o descontrole ao realizar seus gastos, porém, tem-se em vista que esse aspecto diz mais respeito sobre o comportamento do próprio usuário do crédito do que um atributo do instrumento.

Os jovens utilizam seus instrumentos de crédito mensalmente, tanto para pequenas quanto para grandes compras, por vezes de maneira impulsiva e sem conhecer aspectos importantes do cartão ou do cheque especial, como taxas e tarifas cobradas. Sendo o parcelamento um dos seus maiores atrativos, sobre essa funcionalidade do cartão, observam o valor da parcela, que será o valor pago na fatura. Realizam um planejamento financeiro antes de realizar as compras a crédito, porém, nem sempre com todos os artifícios disponíveis, por vezes, avaliando apenas de cabeça ou com pequenas anotações. O comportamento dos jovens é racional, mas até certo ponto, pois há a presença da ancoragem, comportamento de grupo, viés da denominação, dissonância cognitiva e influência do sistema 1 nas respostas dos entrevistados, confirmando a presença de vieses cognitivos que impactam no mau uso dos instrumentos de crédito. Conforme Simon (1955), esses vieses limitam a racionalidade. Assim, não se pode rejeitar o pressuposto 3. Os vieses impactam no mau uso dos instrumentos de maneira que as compras e os gastos no crédito se intensificam, como foi observado pelo comportamento de grupo, pela impulsividade e falta de reflexão. Em consonância, foi bastante observado a sensação de descontrole que os entrevistados relataram ao utilizar o cartão. As âncoras presentes no próprio instrumento também mostraram influenciar a tomada de decisão dos respondentes, que poderiam até mesmo incorrer em encargos financeiros, aliado também ao desconhecimento evidenciado no pressuposto 2.

No planejamento financeiro, parte dos indivíduos da pesquisa faz uso da contabilidade mental para organizar seus gastos. Com suas vidas financeiras estáveis, sendo a amostra composta eminentemente de jovens com ensino superior completo e/ou incompleto, os entrevistados não estão endividados, embora alguns tenham relatado que já se endividaram portanto, rejeita-se parcialmente o pressuposto 4. Destaca-se, então, que os objetivos do presente estudo foram atingidos, uma vez que foi realizada a identificação sobre os instrumentos de crédito mais utilizados pelos jovens, assim como seu nível de conhecimento, a investigação a respeito do endividamento deles, e a análise dos aspectos comportamentais e vieses que interferiram no uso do crédito.

O trabalho também evidenciou que mesmo em jovens com um nível de instrução mais elevado, aspectos comportamentais influenciam no uso do crédito e impactam no processo de endividamento, ou seja, a existência de uma racionalidade limitada.

Como proposta para estudos futuros propõem-se expandir o universo da pesquisa, analisando outras categorias etárias e explorar mais detalhadamente aspectos específicos como materialismo, aspectos emocionais entre outros, e a elaboração do estudo com outros perfis.

6 REFERÊNCIAS

ANDRADE, F. S. **A dissonância cognitiva e seus reflexos na tomada da decisão judicial criminal.** Revista Brasileira de Direito Processual Penal, v. 5, n. 3, 2019.

ARAÚJO NETO, L.M.; FREIRE, F.S. **Comportamento Manada:** Estudo Aplicado Em Estudantes Do Curso De Ciências Contábeis. Revista de Informação Contábil, v. 7, n. 1, p. 23–34, 2013.

ARAÚJO NETO, L. M.; SERRANO, A. L. M.; OLIVEIRA NETO, J. C. C.; FREITAS, R. L. C.; ABREU, E. S. **Efeito Manada no Mercado de Capitais:** um Estudo com Gerentes de Bancos Públicos do Distrito Federal. RACE: Revista de Administração, Contabilidade e Economia, v. 15, n. 2, p. 601-620, 2016.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARONE, Francisco M.; SADER, Emir. **Acesso ao crédito no Brasil:** evolução e perspectiva. Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, v. 42, n. 6, p. 1.249-1.267, 2008.

BAUMAN, Z. **Vida a Crédito:** conversas com Citlali Rovirosa- Madrazo. Tradução Alexandre Wernek. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BERTAUT, C. C.; HALIASSOS, M. **Credit cards:** Facts and theories, CFS Working Paper Series 2006/19, Center for Financial Studies (CFS), 2005. Disponível em: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/25485/1/518560937.PDF>. Acesso em: 23 de jun. 2020.

BRASIL. Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE. Portal da Legislação do Planalto. Disponível em: . Acesso em 05 maio de 2020.

CAMARGO, B. F.; BRAUN, C. T.; RUBERT, I. V. G.; TRETER, J. **Contabilidade Mental e finanças comportamentais:** estudo com colaboradores de uma empresa cerealista. Revista da Universidade Vale do Rio Verde, v. 13, n. 2, p. 65-91, 2015.

CAMPOS, A. B. **Investigando como a educação financeira crítica pode contribuir para a tomada de decisões de consumo de jovens-indivíduos-consumidores (JIC'S).** 2013. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Matemática)-Instituto de Ciências Exatas, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Minas Gerais, 2013.

CANER, G. **Finanças comportamentais:** efeito manada e o comovimento dos mercados acionários globais entre 2008 e 2017. 2019. 82 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2019.

CASTRO JUNIOR, F. H. F.; FAMÁ, R. **As novas finanças e a teoria comportamental no contexto da tomada de decisão sobre investimentos**. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 9, n. 2, 2002.

CHIUSOLI, C.; ANTONIO, G.; PRETTO, L.; SILVA, M. **The consumer and the use of the credit card as a method of payment**. Original Article J Business Techn, v.14, n.2, p. 19-34, 2020.

COSTA, F. N. **Bancos e crédito no Brasil: 1945-2007**. História e Economia, revista interdisciplinar, São Paulo, v.4, n. 2, 2008.

CRUZ NETO, L. A. S.; FUENTES, V. L. P.; BARBOZA, I. Q.; SOUSA, F. G. P. **Atitude ao Endividamento e Comportamento de Gestão Financeira do Consumidor**. Reuna, v. 22, n. 1, p. 63-92, 2017.

FESTIGER, L. **Teoria da dissonância**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

FLACH, N. **Apenas 21% dos brasileiros tiveram educação financeira na infância**, 2020. Exame. Disponível em: <https://exame.com/seu-dinheiro/apenas-21-dos-brasileiros-tiveram-educacao-financeira-na-infancia/>. Acesso em: 03 de jul. de 2020.

GOMES, A. **Guia de vieses cognitivos**. Psicologia Disruptiva, 2019. Disponível em: <https://psicologiadisruptiva.com/guia-de-vieses-cognitivos/>. Acesso em 07 de jul. de 2020.

HAGSTROM, R. G. **O jeito Warren Buffett de investir: os segredos do maior investidor do mundo**. 2. ed. São Paulo: Benvirá, 2019.

HAUBERT, F. L. C.; LIMA, C. R. M.; LIMA, M. V. A. **Finanças Comportamentais: uma investigação com base na teoria do prospecto e no perfil do investidor de estudantes de cursos stricto sensu portugueses**. Revista de Ciências da Administração, v. 16, n. 38, p. 183-195, 2014.

JEUNG, H.; SCHWIEREN, C.; HERPERTZ, S. C. **Rationality and self-interest as economic-exchange strategy in borderline personality disorder: Game theory, social preferences, and interpersonal behavior**. Neuroscience & Biobehavioral Reviews, v. 71, p. 849-864, 2016.

JOVENS caem no endividamento por falta de planejamento: Pesquisa aponta que o número de jovens inadimplentes ultrapassa os 12 milhões. Estado de Minas, 19 de mar. de 2019. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/especiais/educacao/2019/03/19/internas_educacao,1039234/jovens-caem-no-endividamento-por-falta-de-planejamento.shtml#:~:text=Dados%20da%20Confedera%C3%A7%C3%A3o%20Nacional%20de,12%2C5%20milh%C3%B5es%20de%20pessoas.>. Acesso em: 4 de jul. de 2020.

KAHNEMAN, D. **Rápido e devagar duas formas de pensar**. 1. ed. São Paulo: Objetiva, 2012.

LEON, M. M. **Money Illusions: A study on payment mode and economic framing**. 2012. Dissertation (Master of Arts in Psychology)- Department of Psychology, California State University, Fullerton, 2012.

LIMA, G. F.; FELIPE, F. I. **Evidências nos estudos das finanças comportamentais e influências nas tomadas de decisões**. Revista Ensaios Pioneiros, v. 3, n. 2, 2019. LOPES, J.

R. L. Crédito ao consumidor e superendividamento- uma problemática geral. Revista de Direito do Consumidor, v. 17, p. 57-64, 1996.

LOPES, J. R. L. **Crédito ao consumidor e superendividamento-** uma problemática geral. Revista de Direito do Consumidor, v. 17, p. 57-64, 1996.

LUCENA, W. G. L.; SILVA, V. M. **Finanças Comportamentais: Análise dos Fatores do Efeito Manada em Empresas Listadas na [B]3.** Revista Catarinense da Ciência Contábil, v. 18, n. nd, 2019.

PAIS, M. J. **A construção sociológica da juventude**—alguns contributos. Análise Social, v. 25, n. 2, p. 139-165, 1990.

PELICIOLI, A. F. **A relevância da educação financeira na formação de jovens.** 2011. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências e Matemática)- Faculdade de Física, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 2011.

PESQUISA revela descontrole financeiro dos jovens brasileiros. Diário do Comércio, São Paulo, 6 de mai. de 2019. Disponível em: <
<https://dcomercio.com.br/categoria/financas/pesquisa-revela-descontrole-financeiro-dos-jovens-brasileiros>>. Acesso em: 14 de jul. de 2020.

PINTO, N. G. M; ROSSATO, V. P. **Análise da propensão ao endividamento em um contexto universitário.** Revista do CEPE, Santa Cruz do Sul, n. 49, p. 115-130, 2019.

REINA, D.; DOROW, A.; MACEDO JÚNIOR, J. S.; REINA, D. R. M.; NUNES, P. **Behavioral Finance: Um estudo sobre a correlação entre a heurística da ancoragem e a tomada de decisão sob risco em investimentos.** Revista de Informação Contábil, v. 3, n. 2, p. 83-98, dez. 2009.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa.** 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill Interamericana do Brasil Ltda., 2006

SANTOS, D. B.; NETTO, H. G. **Analfabetismo Financeiro e Histórico de Crédito do Cliente.** Revista Brasileira de Gestão de Negócios, v. 22, n. nd, p. 421-436, 2020.

SAVAGE, L. **The foundations of statistics.** New York: Wiley, 1964.

SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. A. **Paradigmas da educação financeira no Brasil.** Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, v. 41, n. 6, p. 1121-1141, 2007.

SHAFIR, E.; DIAMOND, P.; TVERSKY, A. **Money Illusion.** The Quarterly Journal of Economics, v. 112, n. 2, 1997.

SILVA, J. T. L.; SOUZA, D. A.; FAJAN, F. D. **Análise do endividamento e dos fatores que influenciam o comportamento de alunos universitários.** In: XII Simpósio em Gestão e Excelência e Tecnologia, Resende. Anais do SEGeT, 2015.

SILVA, V.M. **Finanças comportamentais: análise dos fatores do efeito manada em empresas listadas na [B] 3 - Brasil Bolsa Balcão.** 2017. Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal da Paraíba, Paraíba, 2017.

SIMON, H. A. **A Behavioral Model of Rational Choice**. *Quarterly Journal of Economics*, v. 69, n. 1, 1955.

SOARES, M. M.; MELO SOBRINHO, A. D. de. **Microfinanças: o papel do Banco Central do Brasil e a importância do cooperativismo de crédito**. Brasília: Bacen, 2007.

TEIXEIRA, E. F. **Jovem Universitário e o Crédito**. 2010. Monografia (Graduação em Ciências Sociais) – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

THALER, R. **Mental accounting matters**. *Journal of Behavioral Decision Making*, v. 12, n. 3, 1999.

THALER, R. H.; SUNSTEIN, C. R. **Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade**. 1 ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019.

TONETTO, L. M.; KALIL, L. L.; MELO, W. V.; SCHNEIDER, D. D. G.; STEIN, L. M. **O papel das heurísticas no julgamento e na tomada de decisão sob incerteza**. *Estudos de Psicologia*, v. 23, n. 2, 2006.

VELUDO-DE-OLIVEIRA T. M.; IKEDA, A. A.; SANTOS, R. C. **Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito**. *Revista de Administração de Empresas*, v. 44, n.3, p. 89-99, 2004.

VIEIRA, A. C. V.; KACHUBA, D.; LOCATELLI, L. **Sociedade de consumo, superendividamento e economia comportamental**. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 2020. Disponível em: < <https://www.eumed.net/rev/cccss/2020/03/sociedade-consumo.html> > Acesso em: 10 de mai. 2020.