



**UEPB**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**LUCAS MORAIS SILVA**

**NÍVEL DE ENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR JOVEM DA CIDADE DE  
GURJÃO-PB**

**CAMPINA GRANDE  
2019**

LUCAS MORAIS SILVA

**NÍVEL DE ENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR JOVEM DA CIDADE DE  
GURJÃO-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento do Curso Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

**Área de concentração:** Finanças.

**Orientador:** Prof. Ma. Kaline Di Pace Nunes.

**CAMPINA GRANDE  
2019**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586n Silva, Lucas Morais.  
Nível de endividamento do consumidor jovem da cidade de Gurjão - PB [manuscrito] / Lucas Morais Silva. - 2019.  
23 p. : il. colorido.  
Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2019.  
"Orientação : Profa. Ma. Kaline Di Pace Nunes, Coordenação do Curso de Administração - CCSA."  
1. Endividamento pessoal. 2. Educação financeira. 3. Consumidor jovem. 4. Planejamento financeiro. 5. Administração financeira. I. Título

21. ed. CDD 658.15

LUCAS MORAIS SILVA

NÍVEL DE ENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR JOVEM DA CIDADE DE  
GURJÃO-PB

Trabalho de Conclusão de Curso  
(Artigo) apresentado ao  
Departamento do Curso  
Administração da Universidade  
Estadual da Paraíba, como requisito  
parcial à obtenção do título de  
bacharel em Administração.

Área de concentração: Finanças.

Aprovado em: 05 / 12 / 2019.

**BANCA EXAMINADORA**

*Kaline Di Pace Nunes*

Prof. Ma. Kaline Di Pace Nunes (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

*Lucinei Cavalcanti*

Prof. Me. Lucinei Cavalcanti  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

*Sibele Thaise Viana Guimarães*

Profa. Dra. Sibele Thaise Viana Guimarães  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Aos meu pais Edivaldo e Ana pela  
dedicação, companheirismo e apoio,  
DEDICO.

“Independentemente das circunstâncias,  
devemos ser sempre humildes, recatados  
e despidos de orgulho.”

*(Dalai Lama)*

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	7
2	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	7
2.1	<b>Marketing e consumo</b> .....	7
2.2	<b>Educação financeira</b> .....	8
2.3	<b>Planejamento financeiro</b> .....	9
2.4	<b>Endividamento pessoal</b> .....	10
3	<b>METODOLOGIA</b> .....	11
4	<b>APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS</b> .....	11
4.1	<b>Perfil dos respondentes</b> .....	12
4.2	<b>Educação financeira</b> .....	14
4.3	<b>Endividamento</b> .....	18
5	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	20

## **NÍVEL DE ENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR JOVEM DA CIDADE DE GURJÃO-PB**

## **NIVEL DE ENDEUDAMIENTO DEL CONSUMIDOR JOVEN DE LA CIUDAD DE GURJÃO-PB**

Lucas Morais Silva

### **RESUMO**

A ampla oferta de serviços e produtos presentes no mercado relacionado com as estratégias de marketing que as empresas adotam, por meio de mídias sociais, tende procriar o excesso de consumo, ainda mais quando existe facilidade de crédito para o consumidor. No entanto, a ausência de conhecimento sobre educação financeira e planejamento, ocasiona o endividamento pessoal. Diante disso, este artigo tem o objetivo de identificar o nível de endividamento do consumidor jovem, entre 15-29 anos, da cidade de Gurjão-PB. Para a pesquisa, foi realizado um questionário, de caráter quantitativo, com uma amostra total de 100 entrevistados jovens, residentes no município de Gurjão-PB. O presente artigo verificou que há uma porcentagem considerável de 53%, de consumidores jovens endividados. Em vista disso, identifica-se a facilidade de obtenção ao crédito para jovens, como principal causante.

**Palavras-chave:** Endividamento. Educação Financeira. Crédito.

### **RESUMEN**

La amplia gama de servicios y productos en el mercado relacionado con las estrategias de marketing que adoptan las empresas, a través de las redes sociales, tienden a crear un consumo excesivo, aún más cuando hay crédito de consumo. Sin embargo, falta de conocimiento sobre educación financiera y planificación, causa endeudamiento personal. Delante de eso, este artículo tiene como objetivo identificar el nivel de endeudamiento de los consumidores jóvenes, entre 15 y 29 años, de la ciudad de Gurjão-PB. Para la investigación, se realizó un cuestionario, de carácter cuantitativo, con una muestra total de 100 jóvenes encuestados, residentes en el municipio de Gurjão-PB. El presente artículo encontró que hay un porcentaje considerable del 53%, de jóvenes consumidores endeudados. En vista de esto, se identifica lo incompleto de obtener crédito para los jóvenes, como la causa principal.

**Palabras clave:** Endeudamiento. Educación Financiera. Crédito.



## 1 INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia e defronte à extensa oferta de serviços e de produtos existentes no mercado, o desejo de adquiri-los torna-se inevitável entre todo o público consumidor. No entanto, o anseio pelo consumo se transformou em hábito entre os jovens, os quais não possuem o planejamento econômico necessário para tornarem-se consumidores em potencial, o que acaba por causar um verdadeiro desequilíbrio em suas finanças.

De acordo com Marques e Frade (2003): o endividamento é o déficit de um agrupamento, ou seja, o uso de capital de terceiros para fins de consumo, firmando um comprometimento em ressarcir, tal quantia, adicionado de juros, posteriormente, logo após ter domínio desse saldo.

As empresas utilizam estratégias de Marketing como forma de atrair clientes, através das mídias sociais. A finalidade é elevar os índices de consumo e assim, atender os objetivos do mercado capitalista.

Alguns jovens com endividamento encontram-se em situação de desemprego, porém, a facilidade de acesso ao crédito propicia a ilusão de possuir dinheiro, levando-os assim, a um descontrole financeiro que pode comprometer de maneira rápida parte de sua renda. Os mecanismos comerciais utilizados pelas operadoras de crédito que atrelados às altas taxas de juros levam os jovens à inadimplência precoce.

Há uma escassez em ofertas de cursos que permitam acessibilidade aos jovens, bem como discussão familiar sobre temáticas relacionadas à educação financeira e ao Planejamento Financeiro, o que sem dúvida ajudaria os consumidores jovens no que diz respeito à otimização de suas finanças e evitaria que no futuro grande parte de sua renda seja destinada para quitar dívidas.

À vista disso, procura-se responder o seguinte problema: **qual o nível de endividamento do consumidor jovem, entre 15-29 anos, da cidade de Gurjão-PB?** Assim sendo, este artigo tem o objetivo de identificar o nível de endividamento do consumidor jovem, entre 15-29 anos, da cidade de Gurjão-PB. Tal proposta se faz pertinente à atualidade haja visto o crescimento de dívidas entre a clientela juvenil, analisando as causas e as consequências advindas disto, além de alertá-la quanto a necessidade de práticas relacionadas ao planejamento e ao controle de gastos.

A estrutura proposta neste artigo inicia-se com os pontos introdutórios. Posteriormente, a fundamentação teórica tratará a respeito das ideias ligadas a educação financeira, planejamento financeiro, endividamento pessoal, marketing e consumismo, gestão de crédito. Em seguida, os aspectos metodológicos serão abordados. E por fim, é propiciada a apresentação e análise de resultados, seguidamente das considerações finais sobre os resultados da pesquisa e as referências bibliográficas.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Marketing e consumo

No Brasil, o extremismo do consumo tem persuadido no alto nível de endividamento. O incentivo ao consumo é contínuo, cujo indivíduo sofre influência

na tomada de decisão por fatores externos (sugestões de amigos, alto uso em grupo) e internos (impulso, desejo, ego, necessidade).

De acordo com Kotler e Armstrong (1998, p. 99): há dois grupos com influência direta sobre o indivíduo; os grupos primários com interação moderada e informal, como família, amigos, vizinhos e colegas de trabalho. Os grupos secundários são considerados formais, como religiosos, de trabalho.

Esta persuasão se revela, especialmente, por meio de propagandas de marketing, onde a empresa busca almejar ou induzir o cliente para compra de bens e serviços. Apenas direcionam ao número de parcelas, desconsiderando o preço do serviço ou produto como um todo, muitas vezes sem perceber estar pagando o dobro.

O simples poder de compra dos adolescentes faz deles um público consumidor muito atraente. Eles gastam mais de \$60 bilhões de dólares de seu próprio dinheiro; mais de 65% deles têm conta poupança; e cerca de 20% tem cartão de crédito (SCHIFFMAN; KANUK, 2000, p. 255).

Fatores como classe social e cultura são de grande expressão pela forma como o cliente analisa e adquire o produto ou serviço. Os consumidores de classes sociais inferiores tem um menor grau de instrução sobre preços, o que permite realizar mais compras em período de promoção ou de forma parcelada.

## **2.2 Educação financeira**

Educação financeira é ter a eficácia de administrar de modo apropriado as receitas, tomando medidas fundamentais quanto ao uso dos capitais disponíveis, tendo em vista as casualidades atuais, porém sem esquecer do futuro (LIZOTE; SIMAS; LANA, 2012).

Consiste em oferecer métodos e orientações para um comportamento adequado, no que se refere à tomada de decisões em relação a compras, o uso de cartões de créditos, financiamentos, etc. Tem o propósito de fazer com que o consumidor, tenha mais conhecimento sobre finanças, para que o mesmo torne-se mais consciente em suas escolhas, de forma a evitar o desperdício e o desequilíbrio financeiro.

A finalidade da educação financeira é almejar o equilíbrio financeiro. Portanto, é preciso acostumar-se a retardar os desejos, pela natureza do ser humano em tentar saciar suas necessidades. Dessa forma, a educação financeira fornece mecanismos para conter o imediatismo, e no caso de bem orientada, auxilia no desenvolvimento do caráter e no discernimento para gerar bons resultados no futuro.

Fazendo analogia a empresa, no que se refere a gestão financeira, a família assim tem o desígnio de usufruir estratégias distintas, que concedem abrir vias para alcançar o objetivo de manter o equilíbrio e estabilidade. Para tanto, deve-se gerenciar os gastos, eliminando o desnecessário, constituindo uma vida com menos desassossego, ou seja, não progride apenas ter o conhecimento, é útil saber aplicá-lo. Desta maneira, fica mais viável para tomar decisões e planejar o futuro familiar.

Conforme Kyosaki e Lechter (2000, p.13):

Muitos dos jovens de hoje têm cartão de crédito antes de concluir o segundo grau e, todavia, nunca tiveram aulas sobre dinheiro e a maneira de investi-lo, para não falar da compreensão do impacto dos

juros compostos sobre os cartões de crédito. Simplesmente, são analfabetos financeiros e, sem o conhecimento de como o dinheiro funciona, eles não estão preparados para enfrentar o mundo que os espera, um mundo que dá mais ênfase à despesa do que à poupança.

A falta de noção sobre educação financeira, faz com que esses jovens permaneçam cheio de dívidas, sem nenhum controle; No ambiente familiar, na qual são tratados de distintos assuntos, é inabitual abordar o tema financeiro. É preciso que os pais ofereçam instruções aos filhos, desde criança, sobre a importância de gerenciar bem o seu dinheiro, bem como consumir o necessário, com o propósito de impossibilitar dificuldades financeira futuramente. Adotando essas orientações, modificariam os costumes e, de modo consequente, reduzir o nível de endividamento

Já no que tange ao ambiente escolar, há uma escassez de interesses, por parte de governantes e educadores, em abordar conteúdos sobre a gestão financeira pessoal, principalmente, acerca da otimização do planejamento financeiro. A escola seria um mecanismo adicional, propiciando conhecimentos inerentes, introduzindo como componente curricular fixo, proporcionando ao aluno diretrizes que beneficiem a concepção de um raciocínio financeiro resistente. Porém, a ENEF - Estratégia Nacional de Educação Financeira dispõe de programas sobre educação financeira nas escolas, que é constituído por dois projetos pedagógicos, contendo uma coleção de livros destinados ao aluno e ao professor, com a finalidade de propiciar atividades educativas que possibilitem a implementação do tema no meio escolar.

Um dos meios para possuir uma boa educação financeira, é ter um planejamento, definindo metas e estratégias, afim de reduzir gastos mensais para ter reservas, para uma possível adversidade futura. Assim como uma empresa, o indivíduo fica inadimplente se não for capaz de quitar suas obrigações contratuais, caso não tenha um planejamento financeiro sólido.

### **2.3 Planejamento financeiro**

Segundo Gitman (2001) o planejamento financeiro é um fator relevante das ações, tanto nas empresas, quanto nas famílias, uma vez que ele esquematiza os roteiros para nortear, organizar e fiscalizar o desempenho, no sentido de almejar os objetivos.

Concerne ao procedimento de calcular as necessidades futuras e apontar qual as finalidades dos recursos gastos. Todavia, com planejamento e controle, é possível analisar se os modelos de financiamentos são coesos com as metas. Tanto os prazos, bem como os recursos necessários são definidos por intermédio de técnicas específicas de planejamento.

Fazendo analogia ao ambiente empresarial, observa-se o gestor financeiro familiar, habitualmente, o “cabeça” da família, na qual é incumbido por realizar as atividades cotidianas em uma empresa, tais como: tomar decisões estratégicas, tomar decisões sobre financiamentos e investimentos, analisar, planejar e controlar o financeiro; (HOJI, 2007). Com a inexistência desse mentor os jovens crescem sem orientação financeira para efetuar estratégias e planejamento, de forma eficiente.

Decisões estratégicas são tomadas por instinto ou fundamentada, com o intuito de alcançar objetivos a longo prazo. No que se refere a decisão em si, envolve incerteza e risco, porém uma boa estratégia auxilia a reduzir esse risco; No

ambiente familiar, pode ser influenciada por fatores como personalidade, imediatismo, adversidades.

A análise, planejamento e controle financeiro designa o movimento dos recursos que envolve as funções citadas acima. Planejamento e controle são pertencentes. Planejamento é essencial para a estabilização de metas, por outro lado, o controle concede adquirir informações e fazer um comparativo dos planos com os desempenhos reais.

De acordo com Halfeld (2011), o princípio que orienta o plano financeiro pessoal é básico: não gastar mais do que se ganha.

O planejamento financeiro é um processo útil para quem pretende chegar a um nível de economia constante. Para isso, deve-se ter conhecimento sobre a real conjuntura financeira para que possa idealizar gastos, usufruindo momentos de crescer sua renda. Portanto, é preciso que o planejamento esteja coerente com a prática do indivíduo. Propicia ao indivíduo adaptar seus recursos com as suas necessidades. Posto que, é preciso o engajamento de todos que estão submetido no mesmo orçamento.

## 2.4 Endividamento pessoal

Previamente, endividamento ocorre quando o indivíduo assume dívidas e inclui parte relevante de sua renda para quitá-las. Inadimplência é quando o cliente devedor não cumpre suas obrigações, de acordo com o contrato, tornando-se impossibilitado de realizar compras parceladas.

Aumenta a possibilidade de entrar em inadimplência, no momento em que o indivíduo tem um valor em dívidas superior a sua renda mensal, o que torna impossível não entrar em retardo, além de prejudicar outros compromissos básicos relacionados à sobrevivência.

Martins (2004, p.52) aponta que:

A necessidade de ostentar e a vaidade excessiva são emoções que conduzem a pessoa a fazer gastos exagerados, na hora errada, de maneira impensada e abusiva, transformando-a numa máquina de destruir dinheiro.

A facilidade de obtenção do crédito tem tornado os consumidores de classes sociais menos privilegiadas com dificuldades financeiras. Resultante das causas como excesso de consumo, desemprego, ausência de educação financeira, políticas públicas, nível de baixa renda, troca de valores, em que o ter se torna mais relevante do que o ser, baseado na ideia de aceitação da sociedade, no que diz respeito a status.

A ausência de noção sobre educação financeira, faz com que o consumidor priorize o imediatismo ao invés de um planejamento antecipado para adquirir bem e serviços.

Pinheiro (2008) ressalta que a educação financeira e o endividamento estão ligados, porque existe uma colaboração para com o sistema econômico, pois consente aos indivíduos consumir produtos e serviços financeiros de maneira apropriada, diminuindo a violação de obrigações com terceiros.

Usufruindo do comportamento do consumidor, em meio as emoções e necessidades, as empresas agem por intermédio do marketing com propagandas, atraindo e ludibriando os clientes a consumir sem refletir no financeiro para gerar a inadimplência

O conhecimento sobre educação financeira auxilia no que se refere ao controle de gastos nos dias atuais, pois teoricamente, o dinheiro é uma ferramenta básica para vivência de um indivíduo ou uma família. Porém, deve ter consciência de como fazer uso de tal dinheiro, mantendo reservas para ocorrências imprevistas.

Desta forma, para Kiyosaki e Lechter (2000), noções financeiras precisam ser preparados a começar dos primeiros anos escolares, visto que será um tema que conduzirá qualquer indivíduo no decorrer de sua vida e será um dos motivos principais para os que visam desfrutar de uma saúde financeira moderada e calma.

### 3 METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa descritiva, com o objetivo de explorar sobre o tema educação financeira e endividamento. A abordagem foi realizada através de um questionário, de caráter quantitativo. O método de aplicação foi realizado de duas maneiras: impresso, que foi distribuído diretamente pelo pesquisador; e pela plataforma digital *Online Pesquisa*, publicado por meio de redes sociais.

“A pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados (...)” (SILVA; MENEZES, 2000, p.21).

O questionário é formado por 18 questões objetivas de múltipla escolha, com o intuito de ter conhecimento sobre os fatores influentes para a análise do nível de endividamento de tais jovens.

A coleta de dados foi realizada entre os dias 1 de novembro de 2019 a 19 de novembro de 2019. Ocorreu no município de Gurjão-PB, diante de uma população estimada de jovens em 806 pessoas, segundo o último Censo IBGE (2010), com uma amostra total de 100 entrevistados jovens, residentes no município de Gurjão-PB, entre 15-29 anos. Foi levado em consideração no que se refere a jovem, a LEI Nº 12.852, DE 5 DE AGOSTO DE 2013:

Art. 1º Esta Lei 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.

§ 1º Para os efeitos desta Lei, são consideradas jovens as pessoas com idade entre 15 (quinze) e 29 (vinte e nove) anos de idade (BRASIL, 2013).

“Entre as pesquisas descritivas, salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade (...)” (GIL, 2002, p.42).

A pesquisa do presente estudo é descritiva por caracterizar os jovens consumidores, assim como a relação entre a realização de compras parceladas com sua renda mensal.

### 4 APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

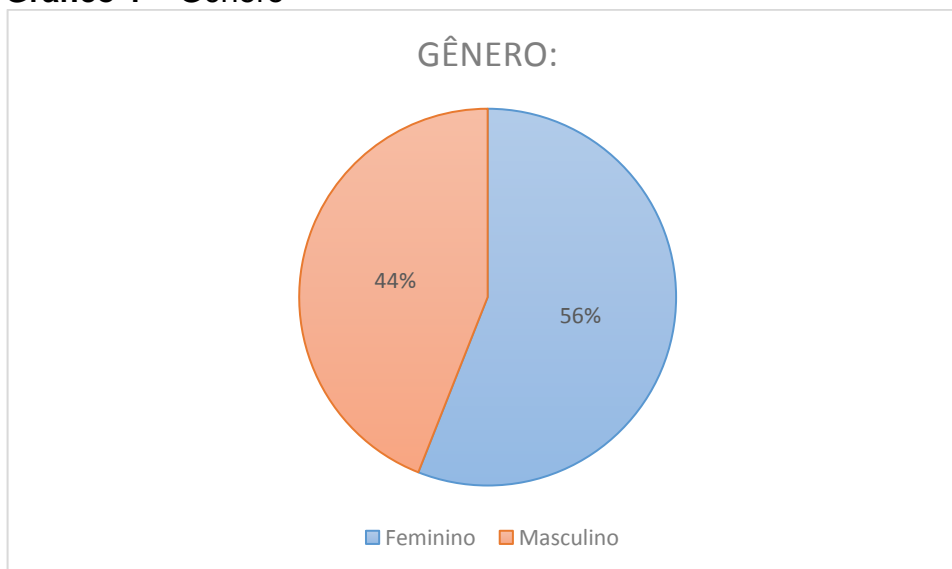
Atualmente, o município de Gurjão-PB possui uma população estimada de 3.159 habitantes, e de jovens em 806 pessoas, conforme o último Censo IBGE

(2010). “Em 2017, o salário médio mensal era de 1.4 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 10.5%” (IBGE, 2019).

Seguidamente, dispõe-se a análise do perfil dos respondentes, sua noção sobre educação financeira e endividamento, bem como a relação de algumas variáveis, para almejar o objetivo de identificar o nível de endividamento dos jovens consumidores gurjaenses.

#### 4.1 Perfil dos respondentes

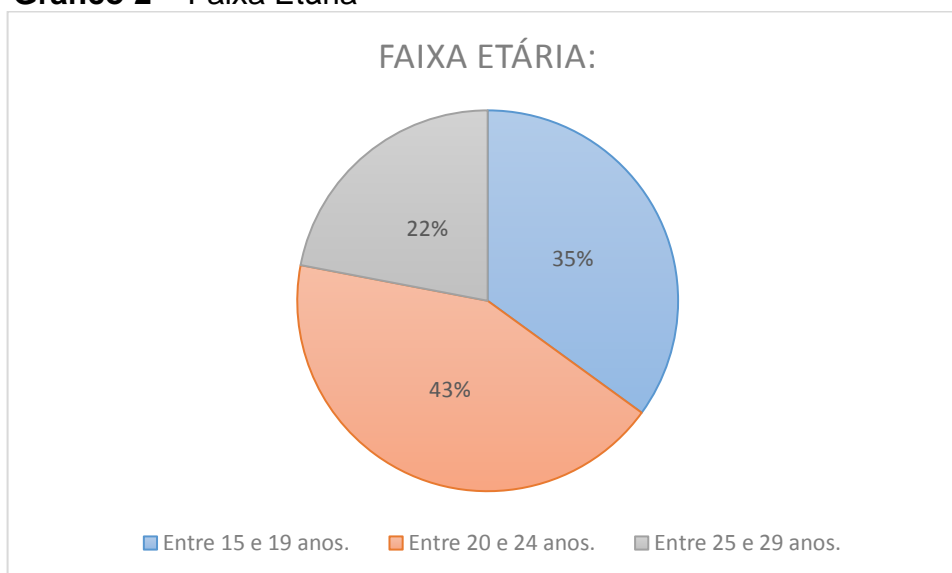
**Gráfico 1 – Gênero**



**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

De acordo com o gráfico 1, percebe-se que a maior representatividade dos respondentes são mulheres, que correspondem a 56%, enquanto os homens participantes correspondem a 44%.

**Gráfico 2 – Faixa Etária**

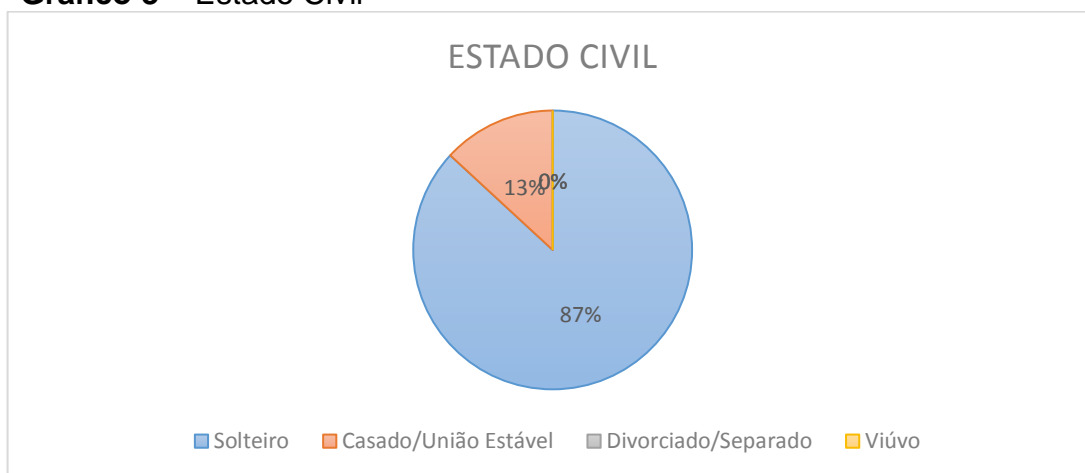


**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

Conforme o gráfico 2, verifica-se que os jovens respondentes, em sua maior representatividade, possuem entre 20 e 24 anos, correspondente a 43%. Os jovens que têm entre 15 e 19 anos, corresponde a 35% dos respondentes. E com respectivo 22%, os jovens que possuem entre 25 e 29 anos.

No Brasil, a atual Política Nacional de Juventude (PNJ), considera jovem todo cidadão ou cidadã da faixa etária entre os 15 e os 29 anos. A Política Nacional de Juventude divide essa faixa etária em 3 grupos: jovens da faixa etária de 15 a 17 anos, denominados jovens-adolescentes; jovens de 18 a 24 anos, como jovens-jovens; e jovens da faixa dos 25 a 29 anos, como jovens-adultos (SILVA, V; SILVA, R, 2011).

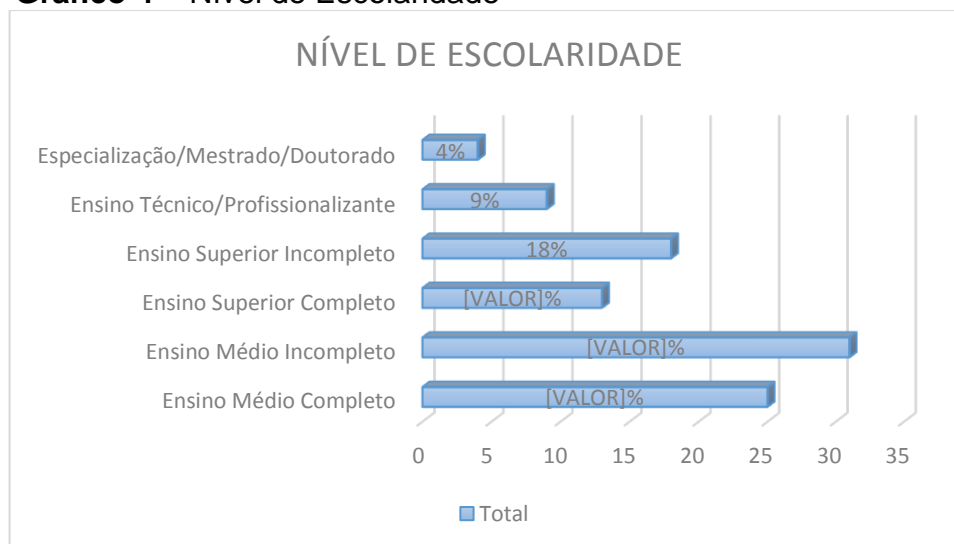
**Gráfico 3 – Estado Civil**



**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

No gráfico 3, observa-se a predominância dos respondentes que são jovens solteiros, que representa 87%; enquanto 13% são casados ou possuem união estável. Percebe-se também que não há jovem divorciado ou viúvo, em razão da idade, que se limita a 29 anos.

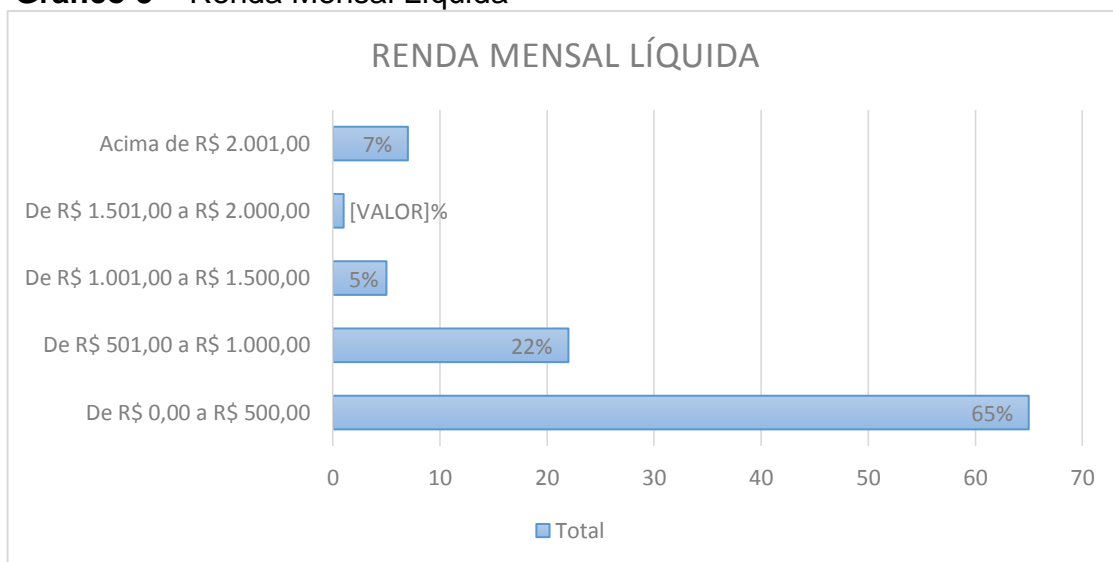
**Gráfico 4 – Nível de Escolaridade**



**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

De acordo com o gráfico 4, no que se refere ao nível de escolaridade, repara-se que 56% dos respondentes possuem apenas o ensino médio ou ainda estão cursando. O que pode levar a entender a falta de noção sobre planejamento, educação financeira. Os jovens que têm graduação representam 13%, enquanto os graduandos correspondem a 18% dos respondentes. 9% possui o ensino técnico, e 4% pós-graduação.

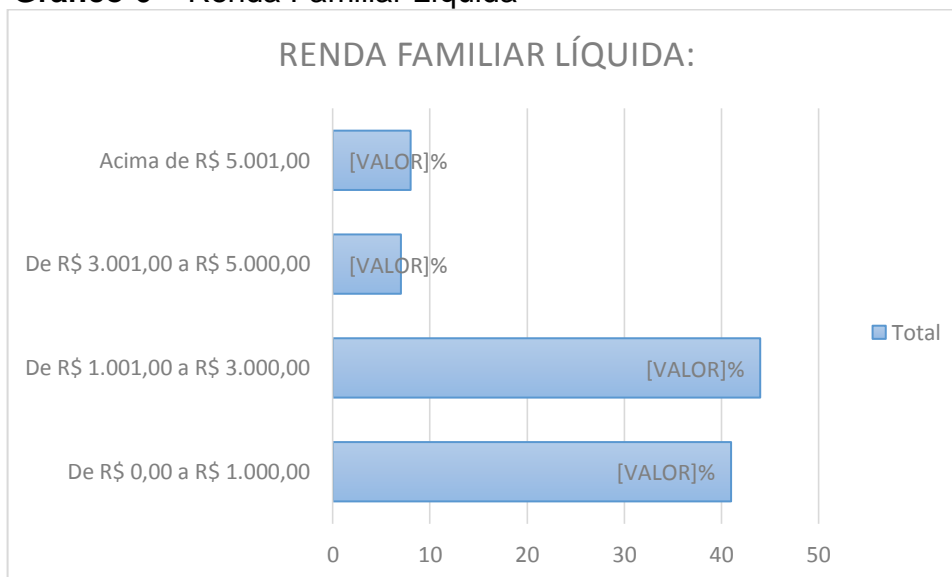
**Gráfico 5 – Renda Mensal Líquida**



**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

O gráfico 5 mostra a renda mensal líquida dos jovens, na qual 87% possuem uma renda de R\$ 0,00 a R\$ 1.000,00. Os respondentes que têm renda acima de R\$ 2.001,00 equivalem a 7%. Enquanto, 5% possui renda de R\$ 1.001,00 a R\$ 1.500,00; e apenas 1% de R\$ 1.501,00 a R\$ 2.000,00.

**Gráfico 6 – Renda Familiar Líquida**



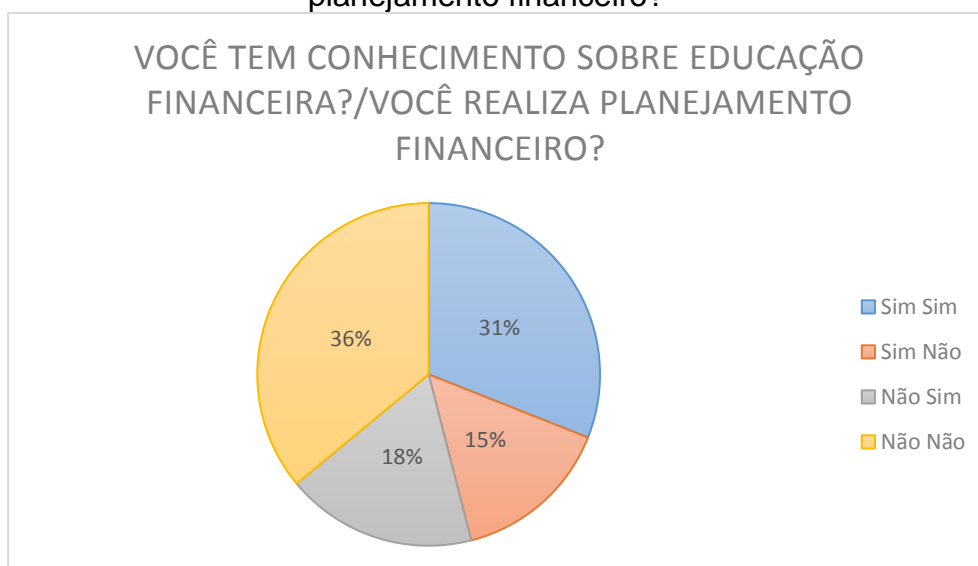
**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.



No gráfico 6, em relação a renda familiar líquida, percebe-se que há uma predominância de 85% dos jovens que possuem renda de R\$ 0,00 a R\$ 3.000,00. 8% dos respondentes tem uma renda acima de R\$ 5.001,00; ao mesmo tempo que 7% corresponde aos que possui de R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00.

## 4.2 Educação Financeira

**Gráfico 7** – Você tem conhecimento sobre educação financeira? / Você realiza planejamento financeiro?

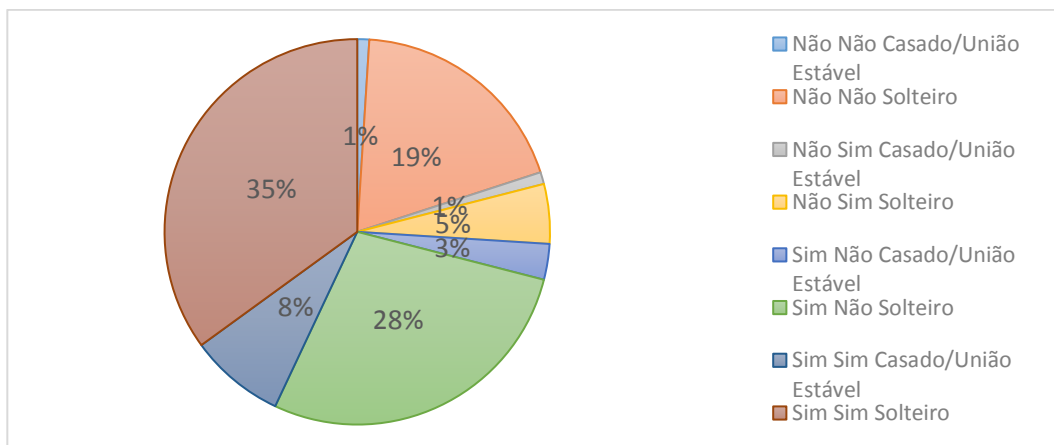


**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

No gráfico 7, é exposto uma combinação de dados com duas questões. Percebe-se que 36% os jovens não têm conhecimento em educação financeira e nem realiza planejamento financeiro. Compreende que 31% dos respondentes tem conhecimento e realiza o plano. Já 18% não tem conhecimento em tal tema, mas faz planejamento financeiro; enquanto 15 % tem noção, porém não executa o planejamento.

Segundo a revista virtual EXAME: O Brasil ocupava a 74ª posição no em termos de nível de conhecimento sobre educação financeira, em 2018. “(...) a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), da Confederação Nacional do Comércio (CNC), aponta que, em Maio deste ano, 59,1% das famílias brasileiras estavam endividadas” (EXAME, 2018).

**Gráfico 8** – Você costuma realizar um controle sobre os seus gastos mensais? / Você realiza planejamento financeiro?



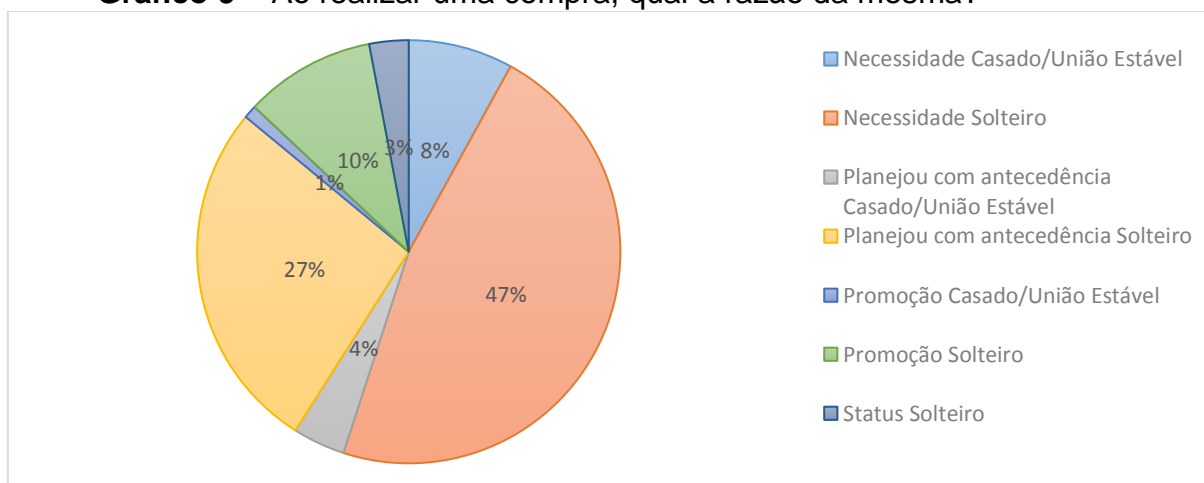
**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

Como anteriormente, o gráfico 8 há duas combinações de dados com duas questões. 31% responderam que faz o controle de gastos, mas não o planejamento; e 20 % não realiza nenhum dos dois. Enquanto, 6% não gerencia seus gastos, mas se planeja.

Observa-se que 43% dos jovens declararam fazer um gerenciamento de gastos mensais, assim como realizar o planejamento financeiro. E dentre eles, 63% são solteiros. Pode levar a entender, para explicar tal percentual, um total de gastos fixos maior para os jovens casado ou com união estável em relação aos solteiros. Executar o plano financeiro é controlar seus gastos de maneira eficiente, pagar suas dívidas, ter conhecimento do quanto é possível economizar.

Porém, segundo a CNDL/SPC Brasil (2019), 47% dos jovens da Geração Z não realizam o controle das finanças, aponta pesquisa. Na qual se integram os jovens entre 18 e 24 anos. Constata uma breve ausência de conhecimento por parte da educação financeira. O que vai além de possuir dinheiro disponível, de outro modo, é propiciar meios para um bom comportamento financeiro a longo plano, almejando o equilíbrio financeiro

**Gráfico 9 –** Ao realizar uma compra, qual a razão da mesma?



**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

Conforme o gráfico 9, 55% dos jovens respondentes ao realizar uma compra, tem como motivo a necessidade. Dentre eles, 47% são solteiros. 31% deles planeja com antecedência, sendo 27% solteiros e 4% casados. Leva-se a entender a

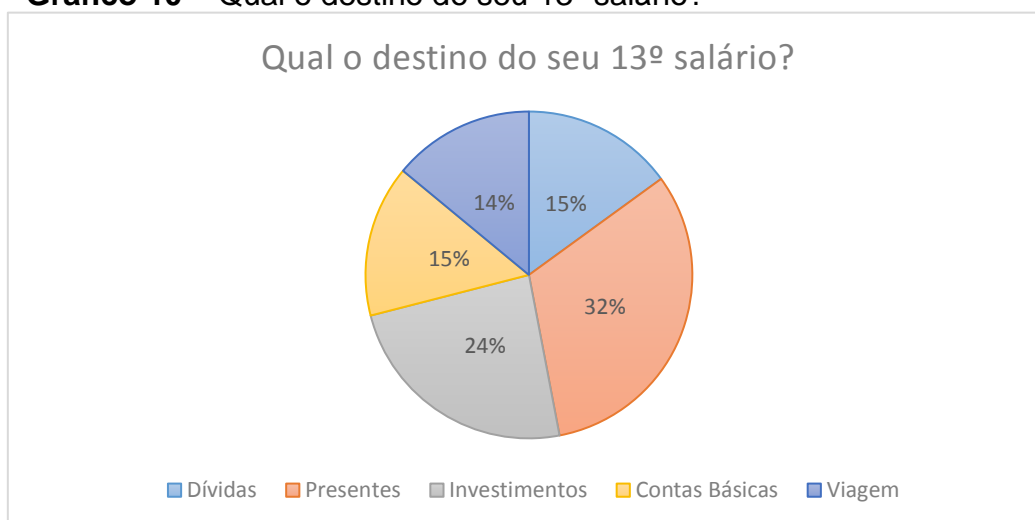
mesma situação ao gráfico 8. Enquanto, 11% usufruem de promoção e 3% fazem compra por status. Verifica que 69% responderam que não se planejam para realizar as compras.

Diante das situações distintas entre solteiros e casados em meio as complicações de dívidas, dispõe-se do 13º salário para uma possível quitação, mas é usufruído de outras maneiras. Para fundamentar tal fato, tem-se uma pesquisa realizada pela CNDL/SPC (2019), onde aponta que no Brasil, o 13º salário será mais utilizado na compra de presentes ao invés de pagamento de dívidas.

A pesquisa aponta que elevou o percentual de 23% para 32% de pessoas que vão destinar seu 13º salário na compra de presentes. Todavia, é um aliado para o consumidor brasileiro, sendo apto a pagamento ou comemorações natalinas. Para isso, é preciso distanciar-se das compras parceladas. Por outro lado, 15% dedica na quitação das dívidas.

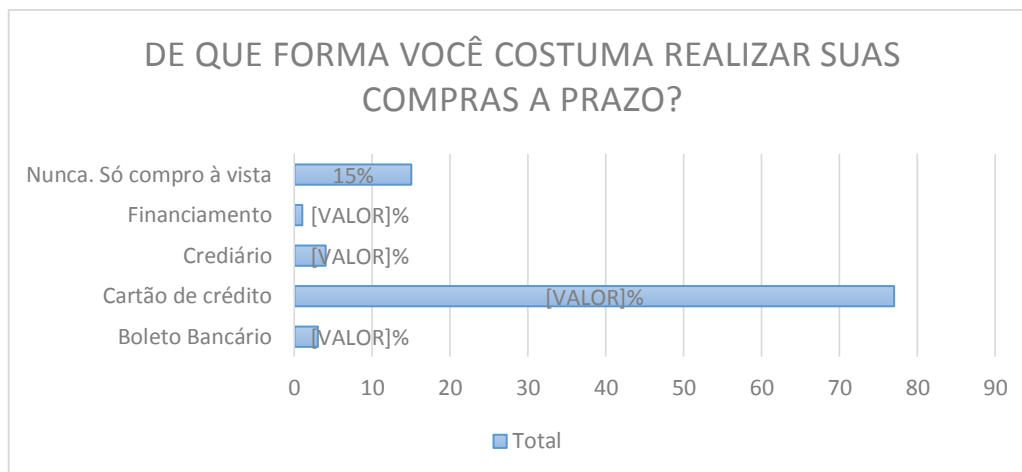
Na segunda posição, aparece a decisão de realizar investimentos em tais recursos, como uma forma de iniciar o ano seguinte equilibrado financeiramente. Seguindo, 15% vai utilizar para efetuar o pagamento de contas básicas, tais como luz, água, alimentação, o que na prática são gastos de pessoas casadas ou que possui união estável. Enquanto, 14% optou por realizar uma viagem, na ocasião de férias. Esses dados, estão representados no gráfico 10.

**Gráfico 10** – Qual o destino do seu 13º salário?



**Fonte:** CNDL/SPC Brasil, 2019.

**Gráfico 11** – De que forma você costuma realizar suas compras a prazo?



**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019

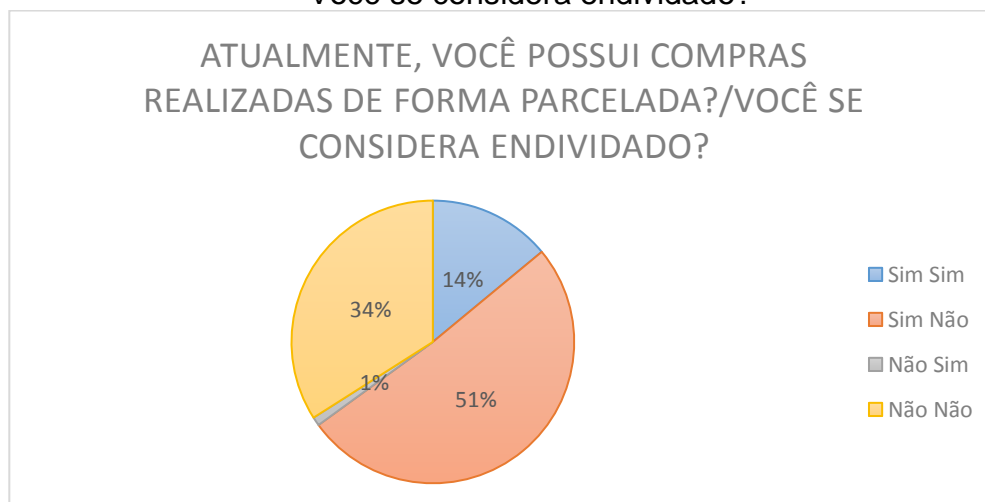
De acordo com o gráfico 11, no que se refere ao método de compras a prazo, verifica-se uma predominância de 77% do uso de cartão de crédito. Todavia, 15%, só realiza compras à vista. O crediário, boleto bancário e financiamento, possuem respectivamente 4%, 3% e 1%.

Nada menos que 12 milhões de jovens brasileiros estão endividados. Os dados são da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e apontam que 46% dos brasileiros, com idade entre 25 e 29 anos, estão inadimplentes. Entre os que têm idade entre 18 e 24 anos, a proporção é de 19% - somados, eles representam cerca de 12,5 milhões de pessoas (EDUCA MAIS BRASIL, 2019).

Constata-se que 85% dos jovens costumam realizar suas compras a prazo, o que representa um alto índice de endividamento. Para tal percentual, é preciso que haja um gerenciamento na efetuação de pagamento das parcelas, sem atraso, a evitar a inadimplência.

### 4.3 Endividamento

**Gráfico 12 – Atualmente, você possui compras realizadas de forma parcelada? / Você se considera endividado?**

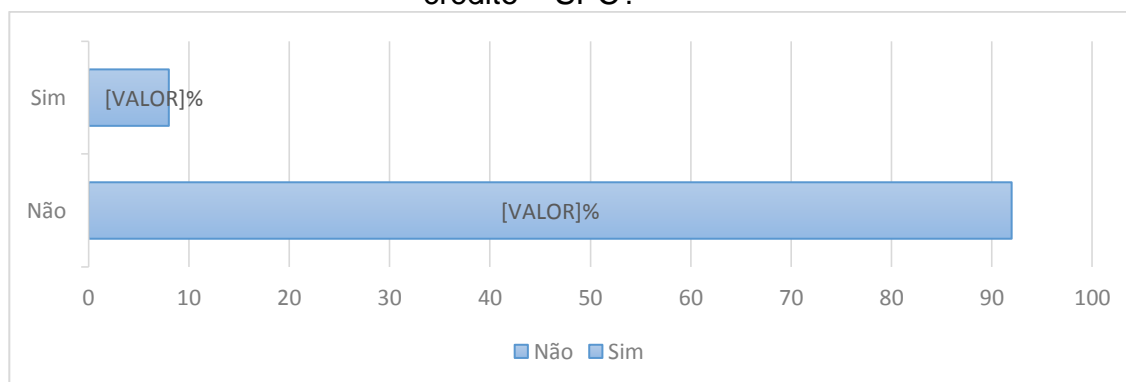


**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

No gráfico 12 há duas combinações de dados com duas questões. Repara-se que 51% dos jovens possui compras a prazo, porém não se consideram endividados. 34% não possui compras parceladas, nem se acham endividados. 14% dos respondentes realizou compras parceladas, e se julgam endividados. Enquanto, 1% não possui compras a prazo, no momento, mas se consideram endividados. Essa pesquisa evidencia, a intenção pelo consumo, sem nenhum planejamento, e que com a condição atual da economia

Para corroborar dispõe-se da seguinte pesquisa realizada pela SPC BRASIL (2015): 79% dos consumidores costumam parcelar suas compras. 6 em cada 10 entrevistados tem parcelas pendentes e levarão em média 9 meses para quitá-las. O que dificulta para essa situação atual é a condição econômica vigente no país.

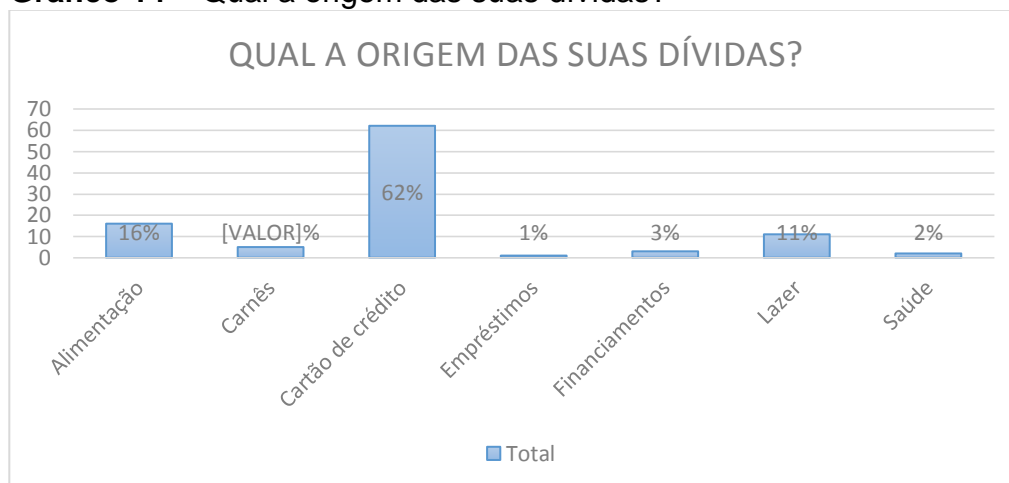
**Gráfico 13** – Você está ou esteve inscrito no órgão de serviço de proteção ao crédito – SPC?



**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

Conforme o gráfico 13, há uma predominância de 92% dos jovens que não esteve ou estão inscritos no órgão de Serviço de Proteção ao Crédito – SPC. Enquanto, os 8% já estiveram ou estão inscritos em tal órgão. Verifica-se um percentual considerável, na qual eles precisam seguir praticando o que Halfeld (2011) ratifica: o princípio que orienta o plano financeiro pessoal é básico: não gastar mais do que se ganha.

**Gráfico 14** – Qual a origem das suas dívidas?



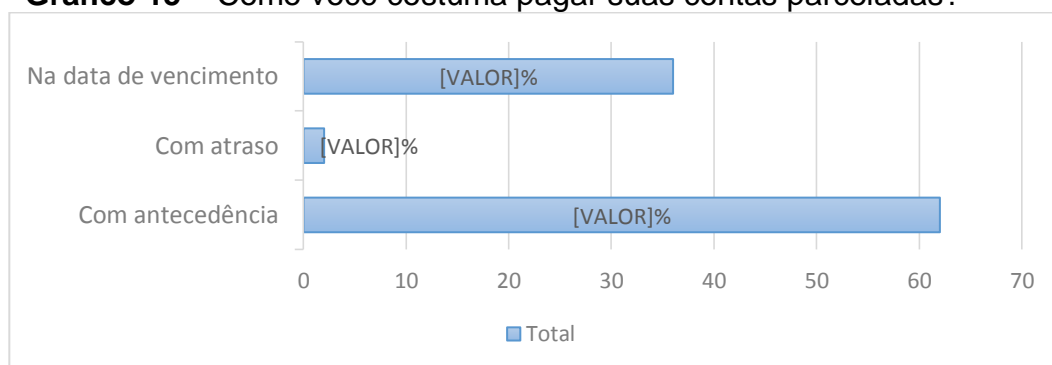
**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

Segundo o gráfico 14, nota-se que 62% dos jovens tem como origem de dívida o uso do cartão de crédito. Em seguida, 16% com a alimentação; 11% com o lazer; 5% com carnês; 3% com financiamentos; 2% com saúde e 1% com empréstimos. A pesquisa evidencia que no momento das compras, o crédito se torna um companheiro do jovem consumidor. O simples acesso ao crédito pode ser benéfico quanto maléfico, a depender do uso adequado.

Uma pesquisa feita pela CNDL/SPC Brasil (2019) mostra que empréstimo em bancos e financeiras é o maior vilão da inadimplência no Brasil. Dados da pesquisa revelam que o cartão de crédito e crediário também são os principais causantes pela negativação dos brasileiros, entre outros como financiamento de automóvel, financiamento da casa própria, empréstimos com parentes e amigos.

Isso confirma o que Kyosaki e Lechter dizem: “Muitos dos jovens de hoje têm cartão de crédito antes de concluir o segundo grau e, todavia, nunca tiveram aulas sobre dinheiro e a maneira de investi-lo, para não falar da compreensão do impacto dos juros compostos sobre os cartões de crédito” (KYOSAKI; LECHTER, 200).

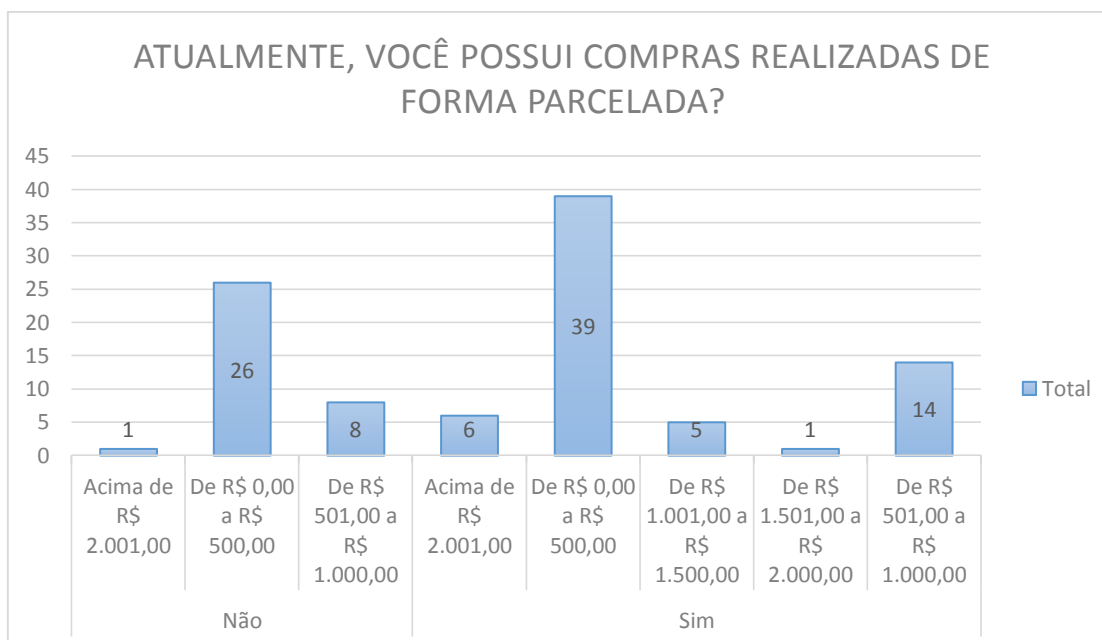
**Gráfico 15** – Como você costuma pagar suas contas parceladas?



**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

No gráfico 15, percebe-se que 62% costuma pagas suas contas parceladas com antecedência. 36% efetuam o pagamento na data do vencimento. E 2% realizam o pagamento com atraso. Nesse sentido, percebe-se o gerenciamento em meio ao período de pagamento, com o intuito de não exceder sua renda mensal, e se tornar inadimplente. Já que 98% declararam não se atrasar quanto ao período de pagamento das parcelas em suas compras

**Gráfico 16** – Atualmente, você possui compras realizadas de forma parcelada? / Renda Mensal Líquida



**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2019.

De acordo o gráfico 16, observa-se que 65% dos respondentes possui compras realizadas de forma parcelada. A renda mensal média é estimada é de R\$500,00 e R\$ 1.000,00, o que representa 53% dos jovens. Diante disso, verifica que há um nível considerado de endividamento, em virtude, da facilidade de obtenção de crédito, principalmente para adolescentes jovens.

Visto que eleva a probabilidade de se tornar inadimplente quando a dívida excede a renda mensal, é preciso que o indivíduo tenha planejamento, no que se refere ao gerenciamento de gastos fixos e variáveis, e imprevistos. Ou seja, tais dívidas podem afetar negativamente outros compromissos principais para a sobrevivência.

Isso ratifica o que Kiyosaki e Lechter dizem, que a educação financeira deve ser repassada desde os primeiros anos escolares, pois será um tema que conduzirá qualquer indivíduo no decorrer de sua vida, para que possam desfrutar de uma saúde financeira moderada e calma.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como objetivo identificar o nível de endividamento do consumidor jovem, entre 15-29 anos, do município de Gurjão-PB. Foi abordado acerca das ideias relacionadas a educação financeira, planejamento financeiro, endividamento pessoal, marketing e consumismo, gestão de crédito.

No que tange aos elementos positivos, 74% dos jovens responderam que realizam um gerenciamento de gastos mensais. Em relação ao período de pagamento das compras parceladas, 92% dos jovens responderam que não atrasam em suas parcelas; e 92% nunca foram inscritos no Serviço de Proteção ao Crédito – SPC, assim como 81% dos jovens responderam que tem condições de quitar suas dívidas, no momento.

No que se refere aos aspectos negativos, é que 51% dos jovens responderam não realizar planejamento financeiro, método para organizar e calcular as necessidades futuras, e apenas 31% realiza tal planejamento com antecedência ao realizar a compra de bens ou serviços. Os principais causantes negativos de tal

situação é o desequilíbrio financeiro e a falta de disciplina.

Nesse sentido, tem-se o cartão de crédito como mais utilizado para compras parceladas, onde 77% dos jovens responderam fazer uso do mesmo, assim como 66% deles tem o mesmo como origem de suas dívidas. Percebe-se que o cartão de crédito é um dos elementos para o endividamento dos indivíduos, por tal fato de dividir em parcelas o montante total, porém não é usufruído da maneira adequada, conseqüentemente, podendo levar a inadimplência.

Um dado importante é sobre o conhecimento sobre endividamento e inadimplência. 65% dos jovens responderam possuir compras de maneira parcelada, mas apenas 14% se consideram endividados. É preocupante, pois 51% não sabem o conceito de cada um. Endividamento ocorre quando o indivíduo possui dívidas e insere parte considerável de sua renda para saldar. Por exemplo, ao utilizar um cartão de crédito e dividir parcelas, você já pode ser considerado endividado; Inadimplência acontece quando o indivíduo tem a intenção de pagar, mas por alguma razão não consegue mais quitar suas dívidas, por exceder sua renda mensal. Por exemplo, quando o indivíduo, realiza um empréstimo para quitar suas dívidas, o que gera uma bola de neve.

Portanto, baseado nesse conceito, em referência ao nível de endividamento dos consumidores jovens do município de Gurjão, não foi utilizado fórmula ideal para calcular o índice de endividamento. Para tanto, fez-se o uso de combinação de dados sobre a renda mensal individual com os jovens que possuem compras de forma parcelada. Diante disso, percebe-se que há uma porcentagem considerável de 53% dos consumidores em endividamento.

Constata-se como principais causantes, a falta de conhecimento sobre educação financeira, possibilitando a permanecer em meio a dívidas, sem nenhum gerenciamento; a facilidade de obtenção ao crédito, onde fornece a ilusão de possuir dinheiro, gerando um descontrole financeiro que excede suas dívidas em relação a sua renda.

À vista disso, propõe-se para pesquisas futuras nesse âmbito, um estudo mais minucioso sobre as causas identificadas no presente artigo, bem como sobre a identificação de outros fatores que influenciam no endividamento de jovens consumidores.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude. **Dos direitos e das políticas públicas de juventude**: dos princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude, Brasília, DF, n. 8, 5 ago. 2013.

CNDL/SPC Brasil - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas/ Serviço de Proteção ao Crédito. **Pesquisas**. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/6271>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

EDUCA MAIS BRASIL. Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/noticias/noticias/educa-mais-brasil/2019/03/20/NWS,99493,70,1296,NOTICIAS,2190-ENDIVIDAMENTO-ENTRE-JOVENS-MILHOES-BRASILEIROS-ENTRE-ANOS-ESTAO-INADIMPLENTES.aspx>>. Acesso em: 27 nov. 2019.



EXAME – Publicado por DINO (Divulgador de notícias). Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/brasil-apresenta-baixo-conhecimento-em-educacao-financeira-comenta-especialista/>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

GIL, Antônio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira: Essencial**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

HALFELD, Mauro. **Como ganhar mais com seu dinheiro**. São Paulo: Globo, 2011.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira na prática: guia para educação financeira corporativa e gestão financeira pessoal**. São Paulo: Atlas, 2007.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico**. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/gurjao/panorama>>. Acesso em: 2 out. 2019.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 7ª edição. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1998.

KIYOSAKI, Robert T.; LECHTER Sharon L. **Pai Rico, Pai Pobre**. Tradução: Maria Monteiro. 46. Ed. Editora Elsevier, 2000, 187 p.

LIZOTE, S. A.; SIMAS, J; LANA, J. **Finanças Pessoais: um estudo envolvendo os alunos de Ciências Contábeis de uma instituição de Ensino Superior de Santa Catarina**, Santa Catarina, 2012.

MARQUES, M. L. M.; FRADE, C. **Regular o sobreendividamento**. Coimbra, 2003. Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, 2003.

MARTINS, José P. **Educação financeira ao alcance de todos**. São Paulo: Fundamento Educacional, 2004. 103 p.

PINHEIRO, R. P. **Educação financeira e previdenciária, a nova fronteira dos fundos de pensão**. São Paulo: Peixoto Neto, 2008.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie L. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: UFSC/PPGEP/LED, 2000, 118 P.

SILVA, Roselani Sodr e da; SILVA, Vini Rabassa da. **Política Nacional de Juventude: trajetória e desafios**. Salvador, 2011.

## **AGRADECIMENTOS**

Inicialmente a Deus que possibilitou que tudo isso acontecesse, durante a minha vida, não exclusivamente como universitário, mas que em todos os instantes é o maior professor que alguém deve conhecer.

Sou grato à minha família pelo apoio que sempre me deram durante toda a minha vida. Que apesar de todas as dificuldades, me ajudaram na realização do meu sonho.

Agradeço a todos os professores e mestres por me propiciar o conhecimento não apenas racional, mas a demonstração do caráter no processo de formação profissional.

À minha orientadora, Professora Kaline Di Pace, deixo um agradecimento especial por ter aceitado me orientar neste trabalho, pelo apoio e confiança.

Aos demais membros da banca, Professor Lucinei e Professora Sibebe, minha sincera gratidão por participarem.

Meus agradecimentos a Andreza, Daniele, Jaciene e Kelly, companheiras de curso, compartilhado de muitas risadas, choro, felicidade e frustrações.

Aos amigos gurjaenses, que nunca negaram um apoio durante minha trajetória acadêmica.

A todas as pessoas que direta ou indiretamente contribuíram para a realização da minha pesquisa, meu muito obrigado!