

ENDIVIDAMENTO PRECOCE: UMA ANÁLISE ENTRE OS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO DO CENTRO UNIVERSITÁRIO DE PATOS DE MINAS – UNIPAM

Amanda Carolina Guimarães Barbosa
Administradora.
amanda.guimaraes18@hotmail.com

Carlen Fonseca Gonçalves
Orientadora do trabalho. Professora do Curso de
Administração do Centro Universitário de Patos de
Minas - UNIPAM,
avieira@unipam.edu.



RESUMO

Este estudo buscou analisar a propensão ao endividamento dos estudantes do 8º período de Administração do Centro Universitário de Patos de Minas e compreender como eles administram seus gastos e orçamento. Buscou-se, também, caracterizar o perfil dos estudantes universitários, analisar os problemas que ocasionam o endividamento dos discentes e analisar o nível de endividamento dos mesmos. Iniciou-se o trabalho com uma pesquisa bibliográfica, com um levantamento sobre os principais assuntos sobre endividamento, finanças comportamentais, fatores que influenciam o consumo e o consumo relacionado ao público jovem, sendo as principais fontes de pesquisa artigos, livros, revistas e redes eletrônicas. Logo após, foi realizada uma pesquisa de campo com estes estudantes. Foi elaborado um questionário contendo 15 questões com a finalidade de traçar o perfil dos entrevistados e obter informações sobre sua renda e seus gastos. Foram aplicados 110 questionários com alunos dos períodos diurno e noturno. As análises apresentadas foram realizadas utilizando o SPSS (Statistical Package for Social Sciences) e o Microsoft Excel. Os resultados da pesquisa apontam que os estudantes, em sua maioria, se endividam pelo chamado endividamento ativo. Observou-se, também, que o maior meio de endividamento entre os estudantes é o cartão de crédito e que grande parte dos entrevistados ainda recebe ajuda dos pais para suas despesas e não costumam poupar dinheiro.

PALAVRAS-CHAVE: Endividamento. Finanças pessoais. Administração.

ABSTRACT

This study sought to analyze the propensity to debt of the 8th period students taking Business Administration of the Centro Universitário de Patos de Minas and understand how they manage their spending and budget. It was also sought to characterize the university students' profile, consider the problems that cause student debt, and analyze the level of debt. The work began with a literature search, with a survey on the main debt issues, behavioral finance, factors that influence the consumption and consumption related to the young audience, using articles, books, magazines, and electronic networks as the main research sources. Soon after, a field research with these students was done. A questionnaire with 15 questions was elaborated in order to trace the respondents' profile and get information about their income and expenses. 110 questionnaires were applied to day and nighttime period students. The analyses have been carried out using the SPSS (Statistical Package for Social Sciences) and Microsoft Excel. The survey results indicate that most of these students run into debt by the called active debt. It was observed that the greatest means of debt among these students is the credit card and that most of the respondents still get help from their parents with their expenses and tend not to save money.

KEYWORDS: Debt. Personal finance. Administration.

ENDIVIDAMENTO PRECOCE: UMA ANÁLISE ENTRE OS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO DO CENTRO UNIVERSITÁRIO DE PATOS DE MINAS – UNIPAM

1. INTRODUÇÃO

Na atual sociedade do consumo, em que os consumidores estão se deixando levar cada dia mais pela influência da mídia, eles acabam consumindo produtos e serviços que muitas vezes não são essenciais. O resultado dessas ações impulsivas geralmente é o endividamento, que pode ser apenas uma dívida ou mais de uma, em muitos casos, tornando-se um multiendividamento. Além destes, outro termo importante é o sobre-endividamento, que é quando o devedor se acha impedido de cumprir o pagamento de seus compromissos financeiros. O sobre-endividamento pode ser ativo ou passivo; ativo quando o consumidor compra além de suas possibilidades e não administra bem suas finanças pessoais; passivo quando ocorre algum fato não previsto que impede o consumidor de cumprir com seus compromissos, como a morte de algum parente, desemprego e doença.

Contudo, muitos autores concordam que, além do aspecto econômico do endividamento, existem muitos outros fatores que afetam o endividamento, como fatores comportamentais, cognitivos e emocionais. Entender esses fatores não é uma tarefa fácil. Diversas variáveis podem explicar o endividamento, inclusive variáveis psicológicas. Faz-se necessário o estudo multidisciplinar dos problemas de endividamento, pois o indivíduo é considerado um ser com racionalidade limitada, portanto, dentro das finanças comportamentais, insere-se o estudo de áreas como psicologia, sociologia e antropologia.

Diante disso, é importante destacar que o público jovem está cada vez mais inserido no mercado de consumo; eles vêm sendo bombardeados por ofertas de créditos extremamente acessíveis, muitas vezes sem nem mesmo comprovação de renda. Ademais, a maior parte dos jovens tem uma baixa alfabetização financeira e muitas vezes contam com uma renda baixa, tornando-se as principais vítimas do endividamento. O resultado desse endividamento precoce é retração financeira desses jovens, pois acaba excluindo-os do consumo, e do mesmo modo é prejudicial ao mercado, pois gera uma estagnação.

O objetivo deste trabalho foi analisar a propensão ao endividamento dos estudantes de administração do Centro Universitário de Patos de Minas e compreender como eles administram seus gastos e orçamento. Como objetivos específicos, pretendeu-se caracterizar o perfil dos

estudantes universitários, analisar os problemas que ocasionam o endividamento dos discentes e analisar o nível de endividamento dos mesmos.

2. ECONOMIA E CONSUMO

Para Troster e Mochón (2002), a economia estuda o meio que os indivíduos e a sociedade escolhem e tomam decisões através de seus recursos escassos para melhor satisfazer suas necessidades. Segundo esses autores, "a economia estuda a maneira como se administra os recursos escassos, com o objetivo de produzir bens e serviços e distribuí-los para seu consumo entre os membros da sociedade" (p. 12). Ainda, asseveram que a economia se empenha a estudar a maneira como os indivíduos economizam seus recursos e obtêm maior aproveitamento possível da sua renda.

Aprofundando o tratamento da questão, Mankiw (2009) considera que economia é o estudo de como a sociedade administra os seus recursos escassos. Ele acredita que os economistas estudam as decisões das pessoas: o quanto trabalham, o que compram, quanto poupam e como investem suas economias. Estudam também a interação das pessoas umas com as outras.

Apesar de as necessidades estarem superadas, mesmo assim elas se renovam a cada dia e exigem contínuo suprimento. Com esse constante bombardeamento de informações, propagandas e crescimento do consumo, torna-se cada dia mais fácil consumir e se endividar.

3. ENDIVIDAMENTO

Para Marques (2006), o endividamento é um fato pertinente à vida em sociedade, e se tornou ainda mais comum na atual sociedade de consumo. Os consumidores estão, em sua maioria, constantemente se endividando para consumir produtos e serviços, essenciais ou não. Consumo e crédito estão fortemente ligados e fazem parte do sistema econômico e jurídico de países desenvolvidos e de países emergentes, como o Brasil.

Importante salientar a visão do estudioso Zerrenner (2007) a respeito do sobre-endividamento, o qual nos diz



ser a situação em que o devedor se acha impossibilitado de cumprir seus compromissos financeiros, ou mesmo quando ele continua a atender os seus compromissos, porém com sérias dificuldades. O sobre-endividamento pode ser ativo ou passivo; ativo quando o próprio devedor contribui para se colocar em situação de impossibilidade de pagamento; já o passivo é resultado de circunstâncias não previstas, que afetam o devedor a cumprir seus compromissos financeiros.

Nesse mesmo sentido, a pesquisa realizada por Oliveira e Barbosa (2007) concluiu que o sobre-endividamento pode ocorrer por diversas causas, bem como apontou a existência de dois tipos de endividados, o ativo e o passivo. O endividado ativo é o que gasta além da renda e não administra suas finanças pessoais; o intitulado consumista que se endivida por consequência dos chamados empréstimos de consumo, aqueles feitos para satisfazer as necessidades de consumo imediato. O endividado passivo se dá em ocasião de um acidente, devido a causas como desemprego, morte de algum parente, doença que impeça de trabalhar, doença de um familiar, separação, financiamento para um amigo ou colega. Os consumidores de boa-fé que se encontram nessa condição de sobre-endividamento estão ameaçados de serem excluídos do mercado de consumo que os propicia condições para realização material e podem ter as relações pessoais e profissionais afetadas.

4. FATORES QUE INFLUENCIAM O CONSUMO

Segundo Ribeiro et al. (2009), entender os fatores comportamentais, cognitivos e emocionais que conduzem as decisões dos indivíduos não é uma tarefa simples, pois envolvem muita subjetividade e incerteza, porém são peças fundamentais para executar as mesmas. Diversas variáveis podem explicar o endividamento: sexo, etnia, educação, história familiar, renda, número de cartões de crédito, utilização do cartão de crédito e de títulos de dívidas, e também variáveis psicológicas, como locus de controle, autoestima e valores.

Pinto e Karnopp (2011) salientam que a teoria das finanças comportamentais insere estudos de outras áreas como a psicologia, sociologia e antropologia, esclarecendo as decisões dos indivíduos e aproximando das teorias econômicas e das finanças a prática dos mercados financeiros.

Nesse viés, Moura (2005) considera que, com o crescimento de indivíduos endividados, por diversas razões, aumentou o número de pesquisas sobre débito em di-

versas áreas. Pode-se dizer que o problema do endividamento exige um olhar multidisciplinar. A sociologia evidencia seus estudos nos fatores demográficos, como idade, gênero, família e classe social; a Economia volta-se mais para as relações econômicas; a Psicologia destaca o processo de tomada de decisão e os valores. Faz-se importante utilizar as variáveis simultaneamente, identificando a relevância de cada uma.

Outra vertente estudada pelas Finanças Comportamentais se denomina Teoria do Prospecto. De acordo com Macedo, Kolinsky e Morais (2011), os indivíduos veem menos valor nos resultados prováveis do que nos que são absolutos. Essa ação chamada de efeito certeza auxilia para aversão ao risco. Dessa forma, Ribeiro et al. (2009) destacam que essa teoria está relacionada ao consumo e ao endividamento, mencionando que as pessoas com mais aptidão ao risco têm mais propensão ao endividamento, pois, ao assumir dívidas, estão colocando em risco seu orçamento.

Para auxiliar esses problemas, Zerrenner (2007) aconselha a educação financeira, que é uma técnica que auxilia a mudar as preferências do fazedor, monitorar o comportamento, alterar incentivos e modificar regras. Através dela, pode-se ajudar no momento anterior ao endividamento pelo conhecimento de instrumentos de tomada de decisão, reconhecendo as razões que levam ao endividamento, ou até mesmo no processo em andamento do endividamento, quando os indivíduos têm a chance de escolher formas mais baratas de endividamento e de controle de suas despesas.

5.O CONSUMO RELACIONADO AO PÚBLICO JOVEM

De acordo com Rodrigues (2013), o processo de inclusão dos jovens universitários no mercado de consumo vem crescendo rapidamente, pois hoje existem produtos e serviços financeiros direcionados diretamente a eles, como contas bancárias, cartões de crédito universitários, cheque especial, financiamentos das mensalidades, entre outros, facilitando assim o interesse desses estudantes no consumo.

Já Franco (2007) assevera que a baixa qualificação dos jovens amplia a questão do desemprego. Mesmo que estejam no mercado de trabalho, contam muitas vezes com baixa remuneração, podendo ainda depender dos pais. Ainda neste contexto, os jovens são vistos desde muito cedo como potenciais consumidores de serviços bancários e alvos da oferta de crédito.

Concluindo o exposto, buscou-se o auxílio de Franco

(2007, p. 4), o qual enfatiza que "o endividamento precoce é nocivo para a relação de consumo como um todo porque contribui diretamente para a exclusão do consumidor do ciclo de produção e para a estagnação do mercado". Por fim, esse endividamento prematuro torna esses jovens suscetíveis a ficarem impossibilitados de pagar suas dívidas atuais e futuras; daí se fazem extremamente relevantes a prevenção e a solução desse fenômeno social, objetivo deste estudo.

Na elaboração do estudo em comento, realizou-se como principal fonte e de extrema relevância a pesquisa bibliográfica, analisando e desvendando as teorias contrapostas sobre a temática. Em outra parte, foi empregada como instrumento para preparação do trabalho a pesquisa de campo, que visa, de maneira prática, a demonstrar a problemática em análise.

Além do mais, é notória a importância de se explorarem os mais diversificados vieses do título em questão, e, se dotando do entendimento de Mattar (2008, p. 164), o qual afirma que "a pesquisa é, ao mesmo tempo, um processo de descoberta e de invenção. Há um elemento de criatividade, lúdico, envolvido na atividade de investigação científica".

Na pesquisa bibliográfica, foi realizado um levantamento sobre os principais assuntos sobre-endividamento, finanças comportamentais, fatores que influenciam o consumo e o consumo relacionado ao público jovem, sendo as principais fontes de pesquisa artigos, livros, revistas e redes eletrônicas.

No que tange a pesquisa de campo, importante destacar o que ensina Vergara (2014, p. 43), quando diz que a "pesquisa de campo é investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo. Pode incluir entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação participante ou não".

Pesquisa esta a qual foi feita por meio de um survey e, como instrumento de coleta de dados, optou-se pela utilização de questionário que busca identificar aspectos do perfil da população investigada (gênero, idade, estado civil) e busca levantar a renda e os gastos dos estudantes. A amostra da pesquisa é formada por estudantes do 8º período do curso de administração do Centro Universitário de Patos de Minas.

A abordagem da pesquisa foi quantitativa, que conforme definem Lakatos e Marconi (2010, p. 170), as pesquisas quantitativas "[...] consistem em investigações de pesqui-

sa empírica cuja principal finalidade é o delineamento ou análise das características de fatos ou fenômenos, a avaliação de programas ou o isolamento de variáveis principais ou chave."

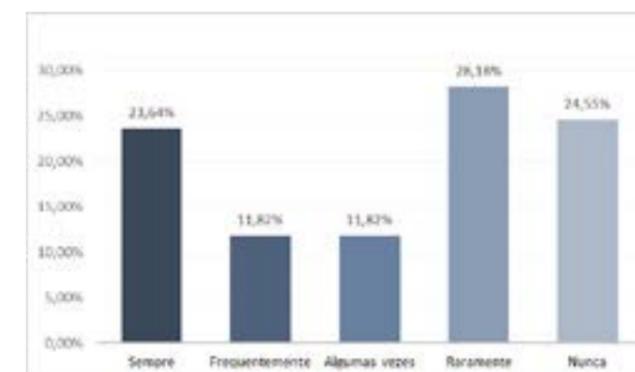
A pesquisa foi descritiva, a qual, conforme Vergara (2014, p. 42), "[...] expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza". Foi realizada através da abordagem do grupo estudado, estudantes universitários, dos quais foram analisados perfil, renda e gastos.

Foi elaborado um questionário com 15 questões com a finalidade de traçar o perfil dos estudantes e obter informações sobre sua renda e seus gastos, sendo aplicado a 110 alunos dos períodos diurno e noturno, sendo esta a amostra total de alunos. O questionário foi aplicado nas salas do Centro Universitário de Patos de Minas (UNI-PAM), entre os dias 20 e 22 de junho de 2016. As análises apresentadas foram realizadas utilizando o SPSS (Statistical Package for Social Sciences) e o Microsoft Excel.

6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Analisando os dados da pesquisa, foi possível identificar que a maioria dos estudantes é do sexo feminino, com 61,8%, sendo a idade predominante entre eles de 21 anos, com a porcentagem de 24,7%. O estado civil da maioria absoluta é solteiro, com 83,6%, e não possui filhos (87,3%). O tipo de moradia predominante entre eles é própria, com 63,6%. Observa-se também que a maior parte deles exerce trabalho remunerado, sendo 65,5%, tendo como renda mensal em sua maioria de R\$500,00 a R\$1500,00, com 56,4%.

GRÁFICO 1 - Frequência do auxílio de familiares em suas despesas



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

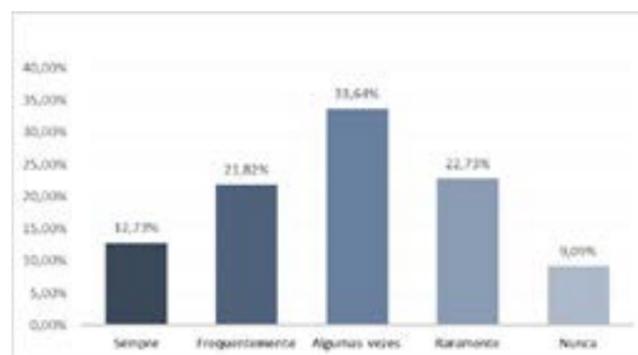
Além da renda dos estudantes, perguntou-se também se eles possuem ajuda dos pais e a frequência dessa ajuda, e eles relataram que, na maioria, raramente possuem esse auxílio, com 28,18%; nunca, com 24,55%; porém, já com 23,64%, sempre contam com ajuda dos pais. Pode-se observar a existência de dois grandes grupos entre os entrevistados, aqueles que sempre contam com alguma ajuda dos pais e outros que não recebem essa ajuda. O que fica claro quando considerada a proximidade entre os índices daqueles que raramente e nunca possuem ajuda dos pais e aos que sempre, frequentemente ou ainda algumas vezes possuem.

A educação financeira no Brasil não está entre os temas mais abordados dentro de casa; reflexo disso é que grande parte dos entrevistados quase sempre dependem de ajuda financeira de familiares. Essa constatação já foi abordada em outras pesquisas, destacando-se a elaborada por Secco (2014), quando diz que vivemos em uma sociedade que não tem o hábito de lidar adequadamente com finanças e que, em vários países, inclusive no Brasil, a educação financeira é algo que pode ser considerado para a maioria um tema novo e não é um hábito comum. Não faz parte da cultura do brasileiro desempenhar planejamentos financeiros, falar sobre dinheiro, especialmente com crianças e jovens.

Por outro lado, observa-se a segunda grande parcela de promissores a independentes financeiros que possivelmente tiveram uma melhor educação financeira. Secco (2014) ainda destaca a importância da educação financeira quando diz que saber ganhar, gastar e poupar de forma honesta é habilidades que precisa ser desenvolvida por todos, de modo a manter em equilíbrio a vida cotidiana, e deve ser um tema a ser introduzido na sociedade o quanto antes.

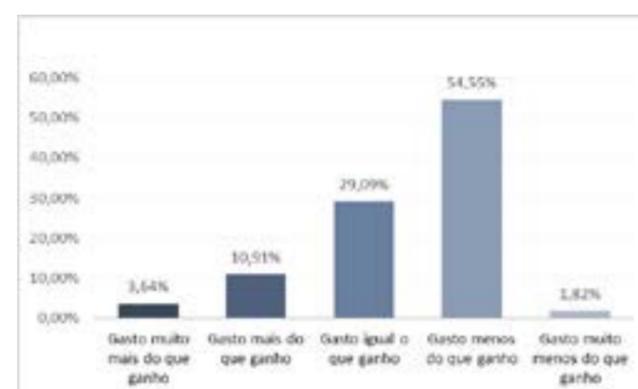
De acordo com o que foi citado, foi possível destacar a importância da educação financeira. O reflexo desta ausência de planejamento financeiro por parte dos entrevistados e, na maior parte das vezes, a constante necessidade de auxílio de familiares acaba por acarretar na dificuldade em realizar economias, como pode ser visualizado nos gráficos 2 e 3.

GRÁFICO 2 - Frequência em que consegue poupar



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

GRÁFICO 3 - Com relação aos gastos



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Diante do que foi citado acima, conforme os dados mostrados no gráfico 2, quando perguntado a estes estudantes a frequência com que conseguem poupar, a maioria respondeu que somente algumas vezes, com 33,64%; já 22,73% raramente conseguem poupar. Perguntou-se também a estes estudantes, com relação aos seus gastos, se eles gastam menos, igual ou mais do que ganham, e 54,55% destes estudantes relataram que gastam menos do que ganham, 29,09% gastam igual ao que ganham e 10,91% mais do que ganham, conforme mostra o gráfico 3.

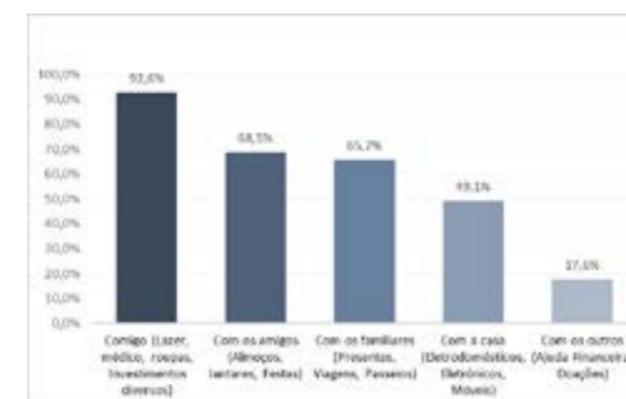
Podem-se comparar estes resultados com a Pesquisa de Educação Financeira SPC Brasil que, em síntese, mostra que o brasileiro não tem a cultura de educação financeira que o permita ter controle, um bom planejamento das suas contas pessoais e do seu orçamento. A pesquisa ainda mostrou que os entrevistados não têm uma 'cultura de poupança' e são despreparados para acontecimentos imprevistos. A pesquisa detectou que quase metade, 47% dos entrevistados, afirma que, na maioria das vezes, não consegue guardar nada do que ganha no final do mês e

algumas vezes até falta dinheiro.

Em outro sentido, podem-se relacionar os dados analisados com a falta de amadurecimento desses jovens e os gastos exacerbados como fruto de uma geração autoconfiante que corre mais riscos. Exemplificando com o que diz Zerenner (2007), a teoria das finanças comportamentais prega como fator de decisão de compra o excesso de confiança, que faz com que os indivíduos acreditem que as coisas boas têm mais chance de acontecer do que as ruins e assim se endividem mais.

Foi solicitado aos entrevistados que apontassem a forma como eles mais gastam sua renda, em uma questão de múltipla escolha, para que enumerassem os três maiores gastos, dentre as opções: com a casa (eletrodomésticos, eletrônicos, móveis), com os amigos (almoços, jantares, festas), com os familiares (presentes, viagens, passeios), com os outros (ajuda financeira, doações) e comigo (lazer, médico, roupas, investimentos diversos).

GRÁFICO 4 - Distribuição do gasto por categoria



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Analisando os dados, dentre as principais opções mencionadas, praticamente todos os entrevistados, 92,6%, responderam que gastam com eles mesmos; 68,5% responderam que gastam com eles mesmos; 65,7% com os familiares; 49,1% têm gastos com a casa; apenas 17,6% com os outros.

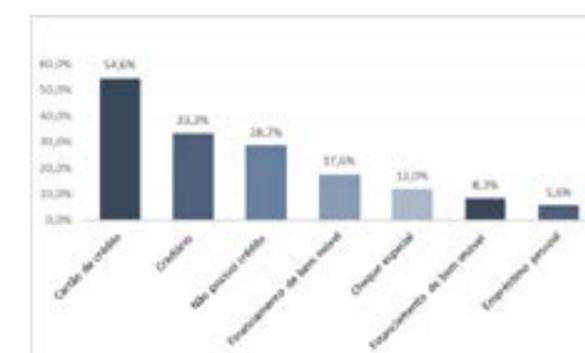
Esses dados nos mostram uma nova cultura financeira entre os jovens: há pouca preocupação com o futuro e acúmulo de patrimônio, mas sim uma grande valorização do consumo de agora, como lazer, roupas, festas, jantares, viagens com amigos e familiares etc.

Os resultados da presente pesquisa, sendo comparados com os da Pesquisa de Educação Financeira SPC (2014),

atingiram resultados extremamente parecidos, em que os dados analisados demonstram que as pessoas preferem resolver os seus anseios e desejos imediatos de consumo, sem se preocupar com o futuro. Os produtos mais procurados são os de uso cotidiano, como roupas e eletrônicos, o que demonstra também pouco objetivo de fazer um sacrifício em curto e médio prazo em função do planejamento de longo prazo. Como mostram as pesquisas feitas pelo SPC Brasil, as pessoas são mais interessadas em se mostrar atualizadas e em dia com as tendências da moda do que fazer alguns sacrifícios em função do planejamento de médio e longo prazo que possam trazer as conquistas de forma menos imediata, porém livre de dívidas.

Esse comportamento mostrado nas duas pesquisas tem grandes impactos tanto em curto prazo, com estes consumidores se endividando, quanto em longo prazo, quando seria importante que estes tivessem alguma reserva para o futuro. A seguir, segue o gráfico em que se analisaram os tipos de crédito que os entrevistados possuem em aberto.

GRÁFICO 5 - Tipos de crédito em aberto que possui



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Em relação aos tipos de crédito que os entrevistados possuem em aberto, foi aplicada uma questão múltipla e, dentre várias, opções as mais citadas foram o cartão de crédito com mais da metade dos entrevistados, 54,6%, e crediário com 33,3%.

O crediário aparece na pesquisa em grande proporção, pois ainda é uma prática muito comum em cidades pequenas como Patos de Minas, o que facilita o consumo, pois não interfere em nenhum limite de crédito em outras instituições.

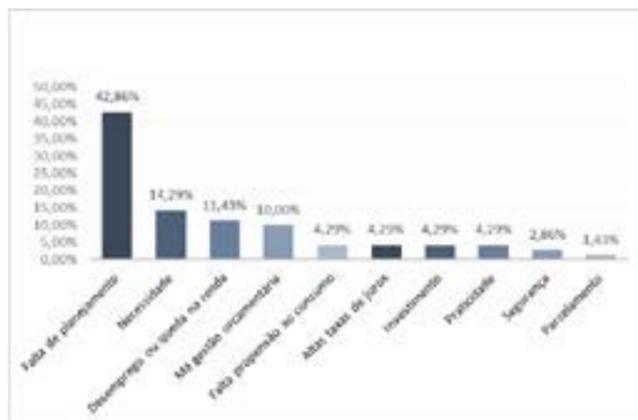
Além disso, o uso do cartão de crédito vem se expandindo cada dia mais entre grupos que há pouco tempo tiveram acesso a ele e entre o público jovem que hoje conta muita facilidade para obtê-lo. Além da facilidade, ele traz

várias vantagens para os consumidores que o utilizam, pois é um meio mais prático e seguro do que pagar com dinheiro. Por outro lado, o cartão de crédito tem algumas desvantagens, considerando que aumenta o consumo e estimula o endividamento, a exemplo do que Oliveira, Ikeda e Santos (2004) destacam, o uso do cartão de crédito estimula mais o consumo do que o dinheiro, pois a relevância que envolve comprar com o cartão pode ser vista como algo irreal ou abstrato, que o consumidor considera intangível. E quanto ao uso do cartão de crédito pelos jovens, vem se tornando preocupante pelo fácil acesso e devido a isto eles vêm usando cada vez mais este serviço e acumulando dívidas.

Carvalho et al. (2015) reforçam essa afirmativa salientando que o cartão de crédito é uma ferramenta de grande utilidade e de fácil acesso, e muitas instituições utilizam-se disto para atingir os estudantes universitários, não pedindo comprovação de renda e vinculando a abertura de contas correntes. Essa facilidade gera grande aderência pelos jovens, porém a sua inexperiência financeira pode resultar em um endividamento progressivo, desenfreado.

Pode-se concluir, então, em conformidade com esses dois autores, que o uso do cartão traz muitas vantagens aos consumidores, porém tem que se ter atenção quanto à utilização dele. No próximo gráfico, abordaram-se as razões para utilização desses créditos.

GRÁFICO 6 - Principal razão para a necessidade de utilização desses créditos



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Quando perguntado a esses estudantes quanto à principal razão para a necessidade de utilização desses créditos, quase metade dos entrevistados respondeu ser a falta de planejamento, com 42,86%, uma porcentagem bem significativa em relação às outras.

O que nos permite concluir que a maioria dos entrevistados se enquadra no endividamento ativo, que é quando o próprio indivíduo contribui para esse endividamento. Como nos explica Zerrenner (2007), o endividamento pode ser ativo ou passivo; ativo quando o próprio devedor contribui para se colocar em situação de impossibilidade de pagamento; já o passivo é resultado de circunstâncias não previstas, que impedem o devedor a cumprir seus compromissos financeiros.

Dessa mesma forma, a pesquisa realizada por Oliveira e Barbosa (2007) chegou à conclusão de que existem dois tipos de endividados, o ativo e o passivo. O endividado ativo é o que gasta além da sua renda e não administra bem suas finanças pessoais; o intitulado consumista que se endivida por consequência dos chamados empréstimos de consumo, aqueles feitos para satisfazer as necessidades de consumo imediato. O endividado passivo se dá em ocasião de um acidente, devido a causas como desemprego, morte de algum parente, doença que impede de trabalhar, doença de um familiar, separação, financiamento para um amigo ou colega.

A pesquisa em questão mostra que esse tipo de endividamento só depende do próprio indivíduo para sair dessa situação de endividamento, comparando com a pesquisa realizada por Oliveira e Barbosa (2007) no Procon Assembleia, em que a maioria absoluta, quase 64,5%, representa o grupo de endividados passivos. Nesse caso, pode-se concluir que a maior parte dos endividamentos se dá por motivos que fogem ao controle dos consumidores entrevistados.

A partir do exposto acima, pode-se inferir, então, que os estudantes pesquisados para o trabalho em questão podem sair de uma forma mais simples desse endividamento e que muitas vezes apenas com um planejamento financeiro eles conseguiriam deixar de estar com esses créditos em aberto e endividados.

A partir do exposto acima, pode-se inferir, então, que os estudantes pesquisados para o trabalho em questão podem sair de uma forma mais simples desse endividamento e que muitas vezes apenas com um planejamento financeiro eles conseguiriam deixar de estar com esses créditos em aberto e endividados.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi analisar a propensão ao endividamento dos estudantes do 8º período de Administração do Centro Universitário de Patos de Minas e compreender como eles administram seus gastos e orçamento. Os objetivos específicos foram: caracterizar o perfil dos estudantes universitários, analisar os problemas que ocasionam o endividamento dos discentes e analisar o nível de endividamento dos mesmos.

Para isso, foi realizada primeiramente uma pesquisa bibliográfica, com um levantamento sobre os principais assuntos sobre endividamento, finanças comportamentais,

fatores que influenciam o consumo e o consumo relacionado ao público jovem, sendo as principais fontes de pesquisa artigos, livros, revistas e redes eletrônicas.

Logo após, foi realizada uma pesquisa de campo com esses estudantes. Foi elaborado um questionário com 15 questões com a finalidade de traçar o perfil dos entrevistados e obter informações sobre sua renda e seus gastos, sendo aplicados 110 questionários com alunos dos períodos diurno e noturno. As análises apresentadas foram realizadas utilizando o SPSS (Statistical Package for Social Sciences) e o Microsoft Excel.

Os resultados da pesquisa permitiram identificar que esses estudantes, em sua maioria, se endividam pelo chamado endividamento ativo, que é quando o próprio devedor se coloca em situação de endividamento, gasta além da sua renda e não tem uma boa administração de suas finanças pessoais.

Observou-se também que o maior meio de endividamento entre esses estudantes é o cartão de crédito, com 54,6%. E isso pode ser explicado pelo bombardeamento de crédito que vem sendo distribuído a esses jovens e o fácil acesso a esses cartões. O cartão de crédito ainda estimula mais o consumo do que o dinheiro, como mostram muitos estudos, pois é visto como algo intangível pelos consumidores.

Grande parte dos entrevistados ainda recebe ajuda dos pais para suas despesas e não costuma poupar dinheiro. Vale lembrar então a importância da educação financeira quando diz que saber ganhar, gastar e poupar de forma honesta é uma habilidade que precisam ser desenvolvidas por todos, de modo a manter em equilíbrio a vida cotidiana.

O presente trabalho proporcionou pesquisar e entender mais sobre este tema que faz parte do cotidiano. Houve algumas limitações enfrentadas na aplicação do questionário sobre este tema, pois existe uma grande tendência entre os indivíduos de omitirem algumas informações e diminuir o nível do problema. Outra limitação que pode ser citada foi ter sido aplicada a pesquisa apenas com o 8º período, tendo assim uma amostra pequena para ser analisada. Apesar disso, a pesquisa foi uma experiência muito valiosa e o resultado bastante satisfatório.

Espera-se que este trabalho seja de utilidade para a comunidade científica e para a IES, caso precisem de parâmetros para estudo dessa natureza. Como sugestão para trabalhos futuros, podem ser feitas pesquisas com diferentes perfis de outros cursos da IES e feitos comparativos entre os cursos, permitindo, por exemplo, pesquisar

se os alunos de administração têm mais controle financeiro. Ou pesquisar também todos os períodos do curso de administração para entender se os alunos que se formam em administração se tornam mais responsáveis financeiramente do que os que estão começando o curso.

8. REFERÊNCIAS

CARVALHO, Helder Araújo; LIMA, Fábio Nobrega; MOTA, Marcio de Oliveira; FREITAS, Ana Augusta Ferreira. *Educação financeira e propensão ao endividamento entre jovens detentores do cartão de crédito universitário*, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/286455576_Educacao_Financeira_e_Propensao_ao_Endividamento_entre_Jovens_Detentores_do_Cartao_de_Credito_Universitario. Acesso em: 11 fev. 2018.

FRANCO, Thiago Caldas. *O jovem e o crédito: uma estratégia de endividamento precoce?* Departamento de Direito, 2007. Disponível em: http://www.puc-rio.br/pibic/relatorio_resumo2007/relatorios/dir/relatorio_thiago_franco.pdf. Acesso em: 12 fev. 2017.

LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MACEDO, Jurandir Sell Jr.; KOLINSKY, Régine; MORAIS, José Carlos Junça de. *Finanças comportamentais: como o desejo, o poder, o dinheiro e as pessoas influenciam nossas decisões*. São Paulo: Atlas, 2011.

MANKIWI, N. Gregory. *Introdução à economia: princípios de micro e macroeconomia*. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

MARQUES, Claudia Lima. *Aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos bancos: ADIn 2591*. São Paulo: *Revista dos Tribunais*, 2006.

MATTAR, João. *Metodologia científica na era da informática*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

MOURA, A.G. *Impacto dos diferentes níveis de materialismo na atitude ao endividamento e no nível de dívida para financiamento do consumo nas famílias de baixa renda no município de São Paulo*. Dissertação de Mestrado. Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas: São Paulo, 2005.

OLIVEIRA, Alexandre Werneck; BARBOSA, Marcelo Rodrigo. *Pesquisa sobre o perfil do consumidor endividado*. Procon assembleia, Belo Horizonte, 2007.

OLIVEIRA, Tânia Modesto Veludo de; IKEDA, Ana Akemi; SANTOS, Rubens da Costa. Mercadologia: compra compulsiva e a influência do cartão de crédito. *RAE-eletrônica*, v. 44, n. 3, jul.set. 2004. Disponível em: <http://www.rae.com.br/artigos/2164.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2009.

PINTO, Édila Madeira; KARNOPP, Nilo Valter. *Finanças comportamentais: a experiência de grupos de investidores na cidade de Pelotas (RS)*. São Paulo, 2011.

RIBEIRO, Caroline do Amaral; VIEIRA, Kelmara Mendes; SANTOS, João Heitor de Avila; TRINDADE, Larrisa de Lima; MALLMANN, Estela Isabel. *Finanças pessoais: análise dos gastos e da propensão ao endividamento em estudantes de administração*. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

RODRIGUES, Luana Sawa Yamasake. *Comportamento financeiro dos estudantes de graduação: uma comparação entre os cursos de Ciências Contábeis e Engenharia Civil da UTFPR – Câmpus Pato Branco - Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Departamento de Ciências Contábeis*, 2013.

SECCO, Renata Lima. *Importância da educação financeira na infância: uma revisão de literatura*, em Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 203, 2014. Texto completo em: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/14/educacion-financiera.html>

SPC (Serviço de Proteção ao Crédito) Brasil. *Pesquisa de Educação Financeira* (2014). Disponível em: https://meubolsofeliz.com.br/wp-content/uploads/2014/01/analise_spc_brasil_pesquisa_educacao_financiera_2014_vf1.pdf. Acesso em: 29 set. 2016.

TROSTER, Roberto Luis; MOCHÓN Francisco. *Introdução à economia*. Edição revista e atualizada. São Paulo: Makron Bookd, 2002.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em Administração*. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

ZERRENNER, S.A. *Estudo sobre as razões para o endividamento da população de baixa renda*. 2007. Dissertação (Mestre em Ciências Administrativas) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.