



## **RISCO FINANCEIRO ASSOCIADO AO USO DO CARTÃO DE CRÉDITO PELOS ESTUDANTES NA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ (BA)**

**GT – Economia Regional e Baiana**

Emanuelle Teles Silva Santos<sup>1</sup>  
Carlos Henrique L. Borges<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Os jovens ao ingressarem na universidade são atraídos pelas instituições financeiras que lhes oferecem inúmeras vantagens para a concessão do cartão de crédito, o que permite a inclusão desse público no mercado consumidor e garante acesso a outros serviços financeiros. Por outro, o uso desmedido do cartão pode levar o estudante a uma condição de vulnerabilidade quanto ao risco de descontrole financeiro relacionado aos gastos com o cartão. Diante disso, o objetivo deste trabalho foi analisar o uso do cartão de crédito e a sua influência sobre o comportamento de compra dos estudantes do curso de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas da Universidade Estadual de Santa Cruz. Trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória, com a obtenção dos dados por meio da aplicação de 200 questionários contendo questões relacionadas ao perfil do estudante, uso do cartão de crédito, planejamento financeiro, consumo e endividamento, operacionalizadas através de indicadores que serviram para a construção do Índice de uso consciente do cartão. A partir dos resultados, foram detectados alguns hábitos por parte dos estudantes que contribuem para um maior risco financeiro no uso do cartão de crédito: o parcelamento das compras no crédito rotativo, a posse de mais de um cartão, realização de compras por impulso e a realização de mais gastos quando se utiliza o cartão. Ainda assim, no quadro geral, o índice de uso consciente do cartão mostrou que os estudantes encontraram-se classificados dentro de uma condição “satisfatória”.

Palavras-chave: Cartão de crédito; Risco financeiro; Jovens; UESC.

### **1 INTRODUÇÃO**

A criação do cartão de crédito gerou modificações nos costumes e hábitos dos consumidores, revolucionando os meios de pagamento e sendo responsável por significativa parcela das transações comerciais mundiais. No Brasil, conforme revela a Associação Brasileira de Bancos (ABBC, 2015), somente no primeiro trimestre de 2015 foram movimentados quase R\$ 246,6 bilhões nas transações com cartões, crescimento de 10,6% em 12 meses e ainda, revendo um aumento de 11% nas concessões de crédito por meio dos cartões.

<sup>1</sup> Graduada em Economia (UESC). e-mail: [emanuelle.teles@hotmail.com](mailto:emanuelle.teles@hotmail.com).

<sup>2</sup> Mestre. Professor do Departamento de Ciências Econômicas (DCEC/UESC). e-mail: [chlborges@uesc.br](mailto:chlborges@uesc.br).



Um dos atributos que o cartão de crédito oferece do ponto de vista do comerciante é a possibilidade de “produzir consumo”, pois as facilidades que o cartão proporciona para o consumidor, como o posterior pagamento da compra, causa a sensação de “dinheiro na mão”, ou seja, uma sensação fictícia de aumento na capacidade de pagamentos que, conseqüentemente, leva ao aumento do consumo (ZUFFO, 2007). Do ponto de vista dos consumidores, o cartão de crédito pode auxiliar nos gastos diários e em situações de emergência, já que possuem um limite de crédito disponível a qualquer momento e uma única data para pagamento da fatura (ROCHA, 2007).

Nesta mesma direção, a inserção dos jovens universitários no mercado de consumo apresenta-se em ritmo crescente. Este aumento foi possível devido às facilidades na concessão de crédito para os estudantes e as vantagens oferecidas pelas instituições financeiras para seus clientes, como por exemplo, a criação das contas universitárias associadas à concessão de cartão de crédito. Conseqüentemente, a facilidade do crédito e uma má administração da renda do indivíduo podem levar os estudantes universitários a um endividamento precoce (SILVA, 2014). Sendo assim, os jovens ao ingressarem em um curso superior se tornam alvo dos sistemas bancários com propostas sedutoras, benefícios e estratégias de marketing.

Segundo pesquisa realizada pela Federação do Comércio do Rio de Janeiro (Fecomércio-RJ), em parceria com o instituto de pesquisa Ipsos sobre intenção de compra, quase metade dos jovens na faixa etária de 16 a 24 anos possuem conta bancária e que a proporção de jovens que possuem compra parcelada no cartão de crédito esta aumentando com o passar dos anos. A pesquisa demonstrou também que são elevadas as proporções de jovens que parcelam as suas compras com consumos supérfluos e de curto prazo (ABDALA, 2013).

O estudo de Silva (2014) foi realizado na Universidade Estadual da Paraíba com o intuito de identificar os principais fatores que contribuem para o endividamento de jovens universitários. A pesquisa constatou que a maioria dos entrevistados possui dívidas no cartão de crédito e destes, metade apresentam dívidas em atraso por motivo de falta de planejamento.

Falciano (2012) realizou um projeto para investigar a relação entre o uso do cartão de crédito e o consumo dos jovens universitários entre 17 a 25 anos da FGV, como foco em: hábitos de compra, endividamento e noções planejamento financeiro. O projeto apresentou como resultado o relato de jovens que utilizam o cartão de crédito sem cautela e sem um controle dos gastos, às vezes realizando compras por impulso e gastando mais do que podem pagar.



Diante do contexto apresentado, formula-se o seguinte problema de pesquisa: como o uso do cartão de crédito por estudantes universitários do curso de Ciências Econômicas, Administração e Ciências Contábeis da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) influencia no comportamento de consumo e no risco de descontrole financeiro? Como objetivo principal, este trabalho pretende investigar a utilização do cartão de crédito e seus efeitos no comportamento de consumo e no risco de endividamento dos estudantes universitários dos cursos de Ciências Econômicas, Administração e Ciências Contábeis da UESC. Especificamente buscou-se: identificar os hábitos de uso do cartão de crédito e seus efeitos no consumo por parte de estudantes; identificar o nível de endividamento e inadimplência associados ao uso do cartão de crédito e, elaborar um índice de uso consciente do cartão de crédito.

A importância de analisar como o cartão de crédito influencia no comportamento de compra dos jovens universitários justifica-se na medida em que contribui com a discussão em meio a outras pesquisas acadêmicas através da demonstração da relação entre o consumo, o uso do crédito e o público jovem universitário.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO/REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

### **2.1 O cartão de crédito e o comportamento do consumidor no âmbito da Economia Comportamental**

O estudo do comportamento do consumidor tenta explicar como os indivíduos tomam decisões para gastar os seus recursos disponíveis, como dinheiro, tempo e esforço em artigos de consumo (SCHIFFMAN; KANUK, 2000 citado por CERQUEIRA; COSTA; FERREIRA, 2010). Assim, estudar o comportamento do consumidor remete às escolhas que os indivíduos fazem para utilizar o seu dinheiro, como a forma de gastar, o tempo que levam para isto, quantidade utilizada e o esforço realizado para escolher e adquirir o produto (SCHIFFMAN; KANUK, 2009 citado por SOUZA, 2012).

Existem fatores que ocasionam importantes mudanças no comportamento do consumidor e influenciam de forma significativa sua decisão de compra, como: as recentes mudanças na demografia, onde considera o envelhecimento da população, as mulheres na força de trabalho, as unidades familiares de pessoas solteiras, o declínio da classe média, o aumento da classe baixa, a diversidade étnica e a redistribuição geográfica; o avanço da



tecnologia, disponibilizando maior informação e produtos diversificados e a política governamental, representada pela política monetária, que engloba as taxas de juros e a quantidade de dinheiro que regula as instituições financeiras; a política fiscal referente às práticas comerciais do governo e a política pública, existindo movimentos para um aumento da defesa de direitos dos consumidores (IKEDA; WANG, 2004).

A Economia Comportamental ajuda a explicar o processo de escolha do consumidor ao utilizar o cartão de crédito, apresentando diferentes contribuições para a compreensão da influência do cartão de crédito sobre o consumo. O prazer do consumo imediato tem maior relevância para o consumidor do que os custos do posterior pagamento da fatura, os indivíduos estão menos dispostos a pagar em dinheiro, pois a compra separada do pagamento incentiva o consumidor a adquirir o bem. Ainda, a disponibilidade de todas as informações necessárias para o consumidor tomar a sua decisão muitas vezes torna-se irrelevante como, por exemplo, os juros do cartão de crédito que sempre são apresentados na fatura mensal do cartão, todavia, a maioria dos consumidores ainda decide pelo uso dessa modalidade, não dando importância aos altos custos de pagamento dos juros (FERNANDES; SBICCA, 2011).

Neste sentido, a Economia Comportamental apresenta duas importantes contribuições para a tomada de decisão dos indivíduos: o “comportamento míope” e a “heurística de ancoragem”. O primeiro demonstra que as escolhas feitas para o curto prazo possuem maior relevância para os consumidores, uma vez que estes possuem dificuldades para postergar o consumo, utilizam o cartão de crédito de forma mais intensa para adquirir o bem ou serviço imediato, podendo trazer como consequência alguns problemas no futuro, como altas taxas de juros e tarifas. Já o segundo, o consumidor irá se basear em um julgamento inicial para a tomada de decisão, ou seja, o consumidor utiliza como “âncora” as características ou informações recebidas de uma primeira impressão para tomar a sua decisão final (FERNANDES; SBICCA, 2011).

## **2.2 O cartão de crédito e os riscos de endividamento para os estudantes universitários**

A facilidade de crédito se mostra como um ‘vício social’, em que as pessoas associam o limite do cartão de crédito ao seu orçamento. Desse modo, se o padrão do indivíduo for gastar tudo o que ganhar, provavelmente é que um aumento do crédito disponível acarrete um aumento de despesa, aumentando o nível de endividamento (OLIVATO; SOUZA, 2007).



Existem três razões para a explicação do indivíduo gastar mais do que ganha: i) baixa renda, onde nem as despesas diárias são cobertas; ii) alta renda, onde existe um elevado desejo de gastar; iii) falta de interesse em economizar (MONTEIRO, 2014).

O estágio mais grave do endividamento é o sobreendividamento, o caso em que o devedor está completamente impossibilitado de honrar as suas dívidas. Dificuldade financeira pessoal, desemprego, falta de controle nos gastos, compra para terceiros, atraso de salário, comprometimento da renda com despesas desnecessárias, são alguns fatores que causam o sobreendividamento pessoal (CLAUDINO; NUNES; SILVA, 2009).

Em relação aos estudantes universitários, o acúmulo de dívidas no cartão de crédito está se tornando um assunto preocupante. A facilidade para a obtenção dos cartões impulsiona os jovens a adquiri-lo em maior número e a utilizar em maior grau esse serviço (VELUDO-DE-OLIVEIRA; IKEDA; SANTOS, 2004). Segundo Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor apurada pela Confederação Nacional do Comércio (CNC), em janeiro de 2014, o perfil de endividamento do consumidor apresentou níveis altos, considerando que o cartão de crédito é apontado como um dos principais tipos de dívida por 75,9% das famílias endividadas (CNC, 2014).

Os jovens são considerados agentes economicamente ativos na sociedade, exercendo o seu papel de consumidor seja pelo gasto de suas mesadas e/ou pelo gasto do rendimento obtido no mercado de trabalho. Dessa forma, por apresentarem um perfil de vulnerabilidade ao consumo, os jovens são vistos pelas instituições financeiras como o público alvo para a venda de produtos e oferta de créditos, utilizando como artifícios de atração as mídias publicitárias e as políticas de incentivo ao crédito (FRANCO, 2007). As instituições financeiras atraem os jovens universitários por meio de um intenso trabalho de marketing, instalando dentro das universidades as suas agências. Essa possibilidade permite aos estudantes a oportunidade de obter o crédito com maior facilidade, pois os mesmos não precisam apresentar comprovante de renda para abertura de contas universitárias.

Para atrair o público jovem, as instituições financeiras utilizaram produtos e serviços diferenciados e modificaram algumas características, adequando-as ao segmento universitário. A conta corrente universitária foi desenvolvida com o intuito de oferecer custos e tarifas baixas em comparação as outras modalidades de cartões. Os jovens universitários apresentam grande vulnerabilidade financeira com o risco de desenvolver comportamento de compra compulsiva, devido ao fato de, na maioria das vezes, possuírem um número elevado de cartões de crédito, ocasionando a perda de controle dos gastos e aumento do consumo excessivo (OLIVEIRA, 2009).

Pesquisas realizadas com o intuito de relacionar o comportamento de compra compulsiva e o uso do cartão de crédito pelos jovens evidenciaram que existem diversos fatores que interferem no ato da compra como, por exemplo, a procura de poder e prestígio, já que os jovens querem sempre demonstrar um status elevado para seus grupos de convivência. Um estudo realizado na cidade de São Paulo com estudantes do curso de Administração de diferentes faculdades revelou que jovens que apresentam índices para comportamento compulsivo são, na maioria das vezes, os mesmos que declaram utilizar cartão de forma mais intensa. E ainda, esses jovens compram sem levar em consideração os seus limites de orçamento ou a utilidade das aquisições (VELUDO-DE-OLIVEIRA, IKEDA E SANTOS, 2004).

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 Tipologia de pesquisa, população e amostra

A fim de alcançar os objetivos propostos, a pesquisa teve caráter descritivo e exploratório (GIL, 2008) quanto aos seus objetivos na medida em que apresenta as características socioeconômicas e o comportamento das variáveis associadas à utilização do cartão de crédito pelos estudantes de Administração, Economia e Ciências Contábeis da Universidade Estadual de Santa Cruz. Quanto aos procedimentos adotados, a pesquisa foi bibliográfica e do tipo levantamento de dados, sendo a coleta de dados realizada por meio de questionários aplicados aos estudantes supramencionados.

A população considerada na pesquisa foi constituída pelos discentes do turno matutino e noturno, de ambos os sexos, devidamente matriculados no semestre de 2015.1, totalizando 763 discentes, distribuídos das seguintes forma entre os cursos: 351 alunos em Ciências Econômicas, 292 em Administração e 120 alunos em Ciências Contábeis. A amostra considerada foi calculada levando-se em conta um limite de confiança de 90% e erro amostral de 5%, segundo a Eq. 01 abaixo:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1-p) + e^2 \cdot (N-1)} \quad (1)$$

onde,

n = amostra calculada

N = tamanho da população



Z = variável normal padronizada associada ao nível de confiança  
p e q = proporções de ocorrência dos parâmetros  
e = erro amostral

O cálculo amostral, considerando que  $q = p$  (proporção máxima - 50% = 0,5), para a população de 763 estudantes, resultou na necessidade de 200 entrevistados. A amostragem estratificada foi utilizada na pesquisa devido ao fato da população ser dividida em estratos ou subpopulações mais ou menos homogêneas. Assim, segundo a fórmula presente na equação 02, foi possível especificar a quantidade necessária de entrevistados para cada estrato:

$$\% \text{ Amostra} = \frac{\text{Amostra}}{\text{População}} \quad (2)$$

A porcentagem da amostra foi de 26,2%, sendo necessária então uma amostra de 77 estudantes do curso de Administração, 92 estudantes de Ciências Econômicas e 31 estudantes de Ciências Contábeis.

### 3.2 Tratamento e análise dos dados

Para o tratamento dos dados primários foi utilizada a análise estatístico-descritiva, com a observação dos hábitos de consumo dos estudantes e registro dos dados, de modo que foi feita uma análise a partir das informações obtidas com os resultados da coleta realizada através dos questionários. Os dados provenientes dos questionários foram tabulados em planilhas do *software SPSS*, e ainda, foi utilizado o teste qui-quadrado e com nível de significância a 5% ( $p\text{-valor} < 0,05$ ), a fim de comprovar a significância e associação entre as variáveis.

Para analisar o comportamento dos estudantes frente ao uso do dinheiro de do crédito, foi elaborado por esta pesquisa um índice denominado IUC (Índice do Uso Consciente do Cartão de crédito), construído a partir dos indicadores selecionados (Quadro 2) e operacionalizado conforme a Equação 03:

$$IUC = \frac{\sum a}{N_{max}} \quad (3)$$

onde:

IUC = Índice do uso consciente do cartão

$\sum a$  = somatório da pontuação obtida na avaliação dos indicadores

$N_{max}$  = nota máxima possível

$$N_{\max} = Q_{\text{Ind}} \times M_{\text{Esc}}$$

$Q_{\text{Ind}}$  = quantidade de indicadores

$M_{\text{Esc}}$  = nota máxima da escala

A classificação do grau do Uso Consciente do Cartão teve quatro níveis (muito satisfatório, satisfatório, moderado e insatisfatório) numa escala de 0,00 a 1,00, conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Escala de valores do grau de uso consciente do cartão de crédito

Escala/Faixa	Grau do índice de uso consciente do cartão
$0,00 \leq X \leq 0,20$	Muito Satisfatório
$0,20 < X \leq 0,40$	Satisfatório
$0,40 < X \leq 0,60$	Moderado
$0,60 < X \leq 0,80$	Insatisfatório
$0,80 < X \leq 1,00$	Muito insatisfatório

Fonte: elaboração própria.

As questões objetivas, de onde foram extraídos os indicadores de comportamento do uso do cartão, foram respondidas de acordo com uma escala de cinco pontos variando de 0 (melhor situação) a 4 (pior situação), conforme demonstrado no Quadro 2.

Quadro 2 – Indicadores, objetivos e suas respectivas escalas de valores

Indicadores	Objetivo	Respostas	Pontuação
Renda comprometida com o cartão	Identificar qual o grau de endividamento do aluno (comprometimento da renda com pagamento de prestações de dívidas)	Toda renda comprometida com dívidas	4
		De 60% a 90% da renda comprometida	3
		De 30% a 60% da renda comprometida	2
		Até 30% da renda comprometida	1
		Até 10% da renda	0
Conhecimento sobre o cartão de crédito	Identificar qual o grau de conhecimento do aluno em relação às taxas, parcelamento e anuidade.	Não tenho nenhum conhecimento	4
		Tenho pouquíssimo conhecimento	3
		Tenho pouco conhecimento	2
		Tenho razoável conhecimento	1
		Tenho pleno conhecimento	0
Controle dos gastos com o cartão	Conhecer as formas utilizadas pelo aluno, para controle de seus gastos.	Não tenho hábito de acompanhar meus gastos mensais	4
		Extrato bancário	3
		Fatura do cartão de crédito	2
		Caderno de anotações	1
		Planilha eletrônica	0
Limite do cartão	Verificar se o(s) cartão(ões) do aluno está(ão) no limite máximo	Sempre está(ão) no limite máximo	4
		Frequentemente está(ão) no limite máximo	3
		Ocasionalmente está(ão) no limite máximo	2
		Raramente está(ão) no limite máximo	1
		Nunca está(ão) no limite máximo	0
Crédito disponível de um cartão para pagar outro	Saber se o aluno utiliza o crédito de um cartão para pagar a fatura de outro cartão	Sempre	4
		Frequentemente	3
		Ocasionalmente	2
		Raramente	1
		Nunca	0

continua



Continuação

Gastos do cartão	Identificar se o aluno gasta mais quando utiliza o cartão	Sempre	4
		Frequentemente	3
		Ocasionalmente	2
		Raramente	1
		Nunca	0
Pagamento mínimo	Identificar qual a frequência que o aluno efetua o pagamento mínimo da fatura	Sempre pago o mínimo da fatura	4
		Frequentemente pago o mínimo da fatura	3
		Ocasionalmente pago o mínimo da fatura	2
		Raramente pago o mínimo da fatura	1
		Nunca pago o mínimo da fatura	0
Preço dos produtos	Conhecer o perfil do aluno quanto à preocupação com o preço dos produtos no uso do cartão	Nunca me preocupo com os preços	4
		Raramente me preocupo com os preços	3
		Ocasionalmente me preocupo com os preços	2
		Frequentemente me preocupo com os preços	1
		Sempre me preocupo com os preços	0
Pagamento do cartão	Verificar se o aluno efetua o pagamento do cartão até a data de vencimento	Nunca	4
		Raramente	3
		Ocasionalmente	2
		Frequentemente	1
		Sempre	0
Inadimplência	Identificar se o aluno encontra-se inadimplente	Sempre	4
		Frequentemente	3
		Ocasionalmente	2
		Raramente	1
		Nunca	0
Saque no cartão	Saber se utiliza saque disponível do cartão	Sempre utilizo o saque disponível	4
		Frequentemente utilizo o saque disponível	3
		Ocasionalmente utilizo o saque disponível	2
		Raramente utilizo o saque disponível	1
		Nunca utilizo o saque disponível	0
Compras por impulso	Saber se costuma fazer compras por impulso quando utiliza o cartão	Sempre faço compras por impulso	4
		Frequentemente faço compras por impulso	3
		Ocasionalmente faço compras por impulso	2
		Raramente faço compras por impulso	1
		Nunca fiz compras por impulso	0
Acompanhamento dos gastos	Identificar se o aluno se preocupa em controlar os gastos	Nunca acompanho meus gastos mensais	4
		Frequentemente acompanho meus gastos mensais	3
		Ocasionalmente acompanho meus gastos mensais	2
		Raramente acompanho meus gastos mensais	1
		Sempre acompanho meus gastos mensais	0
Parcelamento no cartão	Frequência com que o aluno parcela suas compras	Sempre parcelo	4
		Com frequência	3
		Às vezes	2
		Raramente	1
		Nunca parcelo	0
Gerenciamento do cartão	Saber se o aluno sabe fazer o gerenciamento do cartão	Nunca sei como gerenciar	4
		Raramente sei como gerenciar	3
		Ocasionalmente sei como gerenciar	2
		Frequentemente sei como gerenciar	1
		Sempre sei gerenciar	0

Fonte: elaboração própria.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A presente seção apresenta os principais resultados obtidos a partir da investigação e de acordo com os objetivos propostos. Como forma de descrever e expor a avaliação feita quanto ao comportamento dos estudantes dos cursos de Administração, Economia e Ciências contábeis em relação à utilização do cartão de crédito, o capítulo foi dividido em três tópicos: perfil socioeconômico dos estudantes, análise do comportamento dos estudantes frente ao uso do cartão de crédito e elaboração do índice de uso consciente do cartão de crédito.

### **4.1 Perfil socioeconômico dos estudantes de Administração, Economia e Ciências contábeis da UESC**

A Tabela 1 apresenta o perfil socioeconômico dos estudantes pesquisados, onde é possível observar que 15,5% estão na faixa de até 20 anos; 49,5% na faixa de 21 a 25 anos; 20,5% estão na faixa de 26 a 30 anos; 10% na faixa de 31 a 40 anos e 4,5% acima de 40 anos. Dentre os entrevistados, pode-se verificar que 55% são do sexo feminino representando a maior porcentagem e, 45% do sexo masculino. Na mesma tabela constata-se que aproximadamente 60% dos estudantes já concluíram pelo menos a metade do curso, indicando que supostamente já possuem uma base de conhecimento sobre a questão financeira, conhecimento que será útil para o uso do cartão de crédito de forma prudente e controlada. Já em relação ao estado civil, 76% dos estudantes são solteiros; 16,5% são casados; 0,5% são divorciados e 7% são noivos ou viúvos. Quanto ao curso, 39% dos estudantes estão matriculados no curso de administração. 45,5% no curso de Economia e 15,5% no curso de contábeis.

Tabela 1 – Perfil dos estudantes de Administração, Economia e Contábeis da UESC, matriculados no semestre 2015.2, em frequência e percentual

Variável/categorias	Frequência	%
<b>Faixa Etária</b>		
Até 20 anos	31	15,5%
21 a 25 anos	99	49,5%
26 a 30 anos	41	20,5%
31 a 40 anos	20	10,0%
Acima de 40 anos	9	4,5%
<b>Sexo</b>		
Masculino	90	45,0%
Feminino	110	55,0%
<b>Semestre</b>		
1º semestre	5	2,5%
2º semestre	26	13,0%
3º semestre	11	5,5%
4º semestre	37	18,5%
5º semestre	13	6,5%
6º semestre	28	14,0%
7º semestre	12	6,0%
8º semestre	44	22,0%
9º semestre	15	7,5%
10º semestre	9	4,5%
<b>Estado Civil</b>		
Solteiro (a)	152	76,0%
Casado (a)	33	16,5%
Divorciado (a)	1	0,5%
Outros	14	7,0%
<b>Curso</b>		
Administração	78	39,0%
Economia	91	45,5%
Contábeis	31	15,5%

Fonte: Resultados da pesquisa.

A Tabela 2 apresenta informações quanto à fonte de renda dos estudantes, permitindo observar que 61% dos entrevistados não possuem trabalho formal, obtendo sua renda de estágios, trabalhos informais e mesada dos pais. Estes estudantes utilizam o cartão de crédito com a sensação de independência econômica e de que possuem o total controle sobre suas finanças, entretanto, o limite gasto no cartão de crédito muitas vezes ultrapassa a sua renda, ocasionando problemas financeiros, como a inadimplência e/ou endividamento (SILVA, 2014). O percentual dos estudantes com a maior proporção de renda pessoal mensal situa-se na faixa de renda de até 01 até 03 salários mínimos que apresentou 41,5% e a menor faixa de renda foi de 07 até 10 salários mínimos e mais 10 salários mínimos representando 5% dos estudantes cada.

Tabela 2 – Distribuição da fonte de renda dos estudantes de Administração, Economia e Contábeis da UESC por curso, matriculados no semestre 2015.2, em frequência e percentual

Curso	Fonte de Renda							Total
	Não exerce atividade remunerada	Formal	Informal	Bolsas da própria Universidade	Mesada	Estágio	Outros	
Administração	7 9%	30 38%	6 8%	9 12%	6 8%	18 23%	2 3%	78 100%
Economia	13 14,29%	24 26,37%	11 12,09%	20 21,98%	9 9,89%	12 13,19%	2 2,20%	91 100,00%
Contábeis	0 0%	24 77%	3 10%	1 3%	0 0%	3 10%	0 0%	31 100%
Total	20 10%	78 39%	20 10%	30 15%	15 8%	33 17%	4 2%	200 100%

Fonte: Resultados da pesquisa.

#### 4.2 Comportamento dos estudantes frente ao uso do cartão de crédito

A Tabela 3 foi elaborada com o intuito de contribuir com a análise a partir das notas médias dos indicadores selecionados para representar o comportamento dos estudantes em relação ao uso consciente do cartão de crédito. Vale ressaltar que quanto menor for o valor médio dos indicadores, menor será o menor risco de descontrole financeiro e, desta forma, melhor a condição dos estudantes em relação à utilização do cartão. Destaca-se de forma satisfatória os indicadores “Inadimplência” (média 1,39) e “crédito disponível de um cartão para pagar outro cartão” (média 1,09). As baixas médias nessas questões evidenciam um comportamento favorável para o uso consciente do cartão de crédito e, além disso, demonstram uma pequena propensão a inadimplência e ao descontrole financeiro.

A partir dos resultados apresentados pode-se evidenciar que a questão “gasto mais quando utilizo o cartão”, apresentou a maior média para os estudantes de Administração (média 2,8846) e menor média para os estudantes de Economia (média 2,6484). Os estudantes do curso de contábeis apresentaram uma média mais elevada quando comparada aos outros cursos nas questões “Limite máximo do cartão” (2,4516) e “Renda comprometida com a fatura do cartão” (2,2258), sinalizando que estes estarão mais propensos a adquirir problemas financeiros, tornando-se endividados ou inadimplentes.

Os dados revelam, também, que as variáveis “gasto mais quando uso cartão”, “uso do limite máximo”, “compras por impulso” e “parcelamento das compras” foram aquelas que

apresentaram as maiores médias (pior situação) na avaliação geral e, assim, mostram uma situação condizente com os postulados da Economia Comportamental. Segundo Fernandes e Sbicca (2011) esse traço dos estudantes pode ser explicado pelo “comportamento míope” e “heurística de ancoragem”, onde as escolhas feitas para o curto prazo são mais importantes, havendo dificuldades para se postergar o consumo, utilizando as facilidades do cartão de crédito para adquirir o bem, sem a preocupação com as taxas e os juros das transações.

Tabela 3 – Notas médias dos indicadores de comportamento no uso do cartão de crédito dos estudantes de Administração, Economia e Contábeis da UESC, matriculados no semestre 2015.2

Indicadores	Média			
	Administração	Economia	Contábeis	Geral
Número de cartões	1,5641	1,4835	2,2258	1,6300
Conhecimento sobre o cartão	1,7051	1,6813	1,6452	1,6850
Forma de acompanhamento dos gastos	3,3718	3,3516	3,3548	3,3600
Limite máximo do cartão	2,3077	2,1538	2,4516	2,2600
Crédito disponível de um cartão para pagar outro	1,1026	1,0440	1,1935	1,0900
Gasto mais quando utilizo o cartão o cartão	2,8846	2,6484	2,8710	2,7750
Pagamento mínimo da fatura	1,5455	1,3933	1,3548	1,4467
Renda comprometida com a fatura do cartão de crédito	1,8590	1,8681	2,2258	1,9200
Inadimplência	1,5000	1,3297	1,2903	1,3900
Utiliza o saque disponível do cartão	1,4359	1,5165	1,2581	1,4450
Compras por impulso	2,3974	2,2198	2,2258	2,2900
Parcelamento das compras	2,8077	2,7033	2,7097	2,7450
Despreocupação com preços dos produtos	1,9103	2,0225	2,2581	2,0152
Pagamento com atraso	1,5769	1,4000	1,3871	1,4673
Não acompanho os gastos	1,6154	1,5618	1,3226	1,5455
Não gerencio meu cartão	1,7436	1,5824	1,3871	1,6150

Fonte: Resultados da pesquisa.

Segundo Pereira (2009), a facilidade de obtenção do crédito acarreta o aumento do consumo, uma vez que os indivíduos associam o limite de crédito ao seu orçamento, além disso, o controle do consumismo é considerado um fator decisivo para o sucesso da educação financeira e conseqüentemente para evitar o endividamento por parte da população. Conforme a Tabela 4, o cruzamento dos dados entre número de cartões de crédito e a aquisição do cartão de crédito ao ingressar na universidade mostra que os 59,5% dos estudantes que possuem apenas um cartão de crédito, 34% já possuía antes de ingressar na universidade e 25% fizeram a aquisição do cartão ao ingressar no seu curso universitário. Estes foram atraídos pelas

instituições financeiras que instalam seus *stands* na própria faculdade sem a exigência de nenhum comprovante de renda ou vínculo empregatício como contrapartida, oferecendo facilidades para a venda do seu produto através da conta universitária.

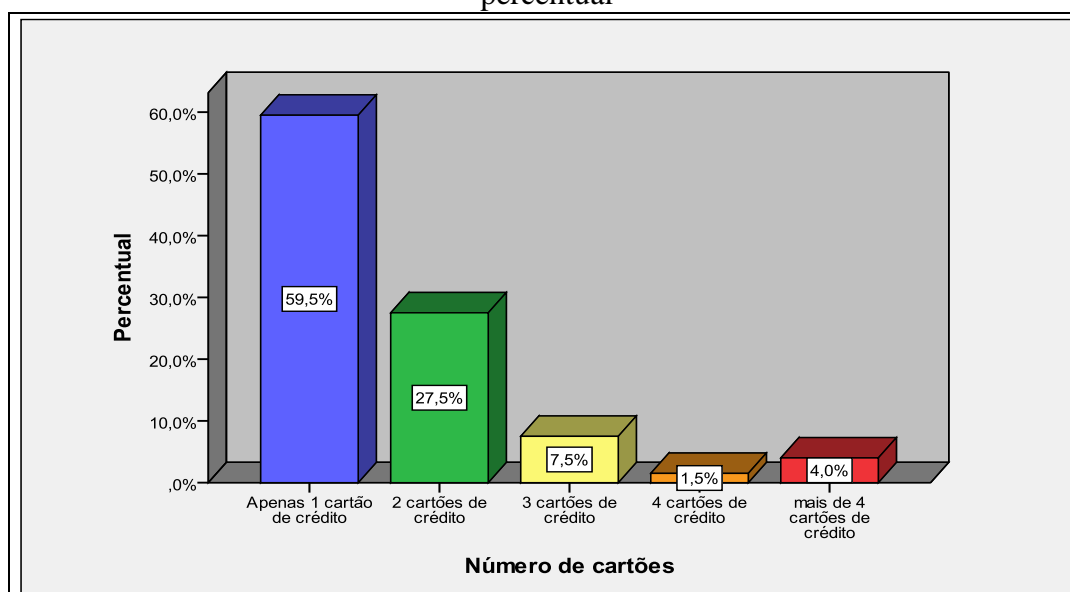
Tabela 4 - Relação do número de cartões de crédito sobre a aquisição do cartão ao ingressar na faculdade dos estudantes de Administração, Economia e Contábeis da UESC, matriculados no semestre 2015.2, em percentual

Número de cartões de crédito	Aquisição do cartão ao ingressar na faculdade		Total
	Sim	Não, já possuía antes	
Apenas 1 cartão de crédito	25,5%	34%	59,5%
2 cartões de crédito	10,5%	17%	27,5%
3 cartões de crédito	3%	4,5%	7,5%
4 cartões de crédito	0,5%	1%	1,5%
Mais de 4 cartões de crédito	0,5%	3,5%	4%
Total	40%	60%	100%

Fonte: Resultados da pesquisa.

Verifica-se de acordo com a Figura 1 que 59,5% dos estudantes possuem apenas um cartão de crédito; 27,5% dos estudantes possuem dois cartões de crédito; 7,5% possuem três cartões; 1,5% possuem quatro cartões e 4% dos estudantes possuem mais de 4 cartões. Desse modo, os estudantes que possuem mais de um cartão, que somam 40,5%, estão propícios perder o controle das suas finanças pessoais a acarretar maiores problemas financeiros, uma vez que estes podem atrelar o limite do cartão ao seu orçamento. Assim, quanto maior a quantidade de cartões, maior será a propensão do estudante em prejudicar o planejamento financeiro e consequentemente, endividar-se.

Figura 1 – Número de cartões de crédito dos estudantes dos cursos de Administração, Economia e Contábeis da UESC, matriculados no semestre 2015.2, em frequência e percentual

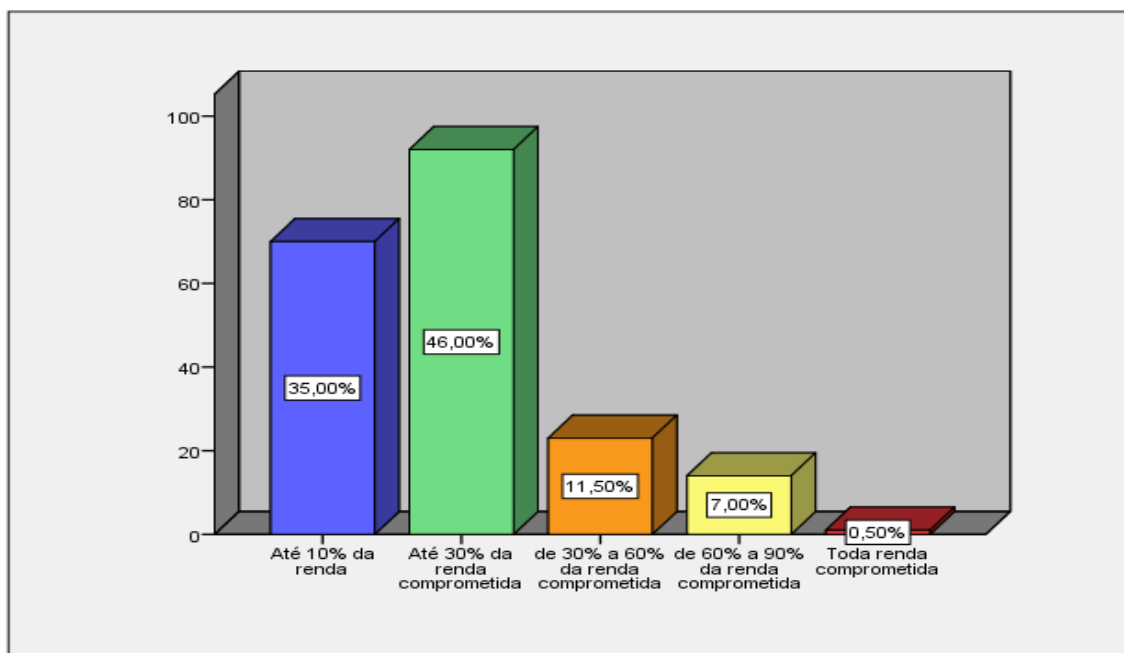


Fonte: Resultados da pesquisa.

A Figura 2 mostra o nível de endividamento avaliado a partir do indicador de endividamento, revelando que 35% dos estudantes comprometem até 10% da renda com a fatura do cartão de crédito; 46% comprometem com até 30% da renda; 11,5% comprometem de 30% a 60% da sua renda; 7% comprometem de 60% a 90% da renda e 0,5% comprometem toda a renda com a fatura do cartão de crédito.

Este resultado evidencia que 57,5% estão classificados em “pouco endividado”, 7% classificam-se em “com risco de sobreendividamento” e apenas 0,5% dos estudantes em “sobreendividado”, demonstrando um resultado satisfatório, já que a maioria dos estudantes não compromete mais de 60% da sua renda.

Figura 2 – Renda comprometida com gastos no cartão de crédito dos estudantes dos cursos de Administração, Economia e Contábeis da UESC, matriculados no semestre 2015.2, em frequência e percentual



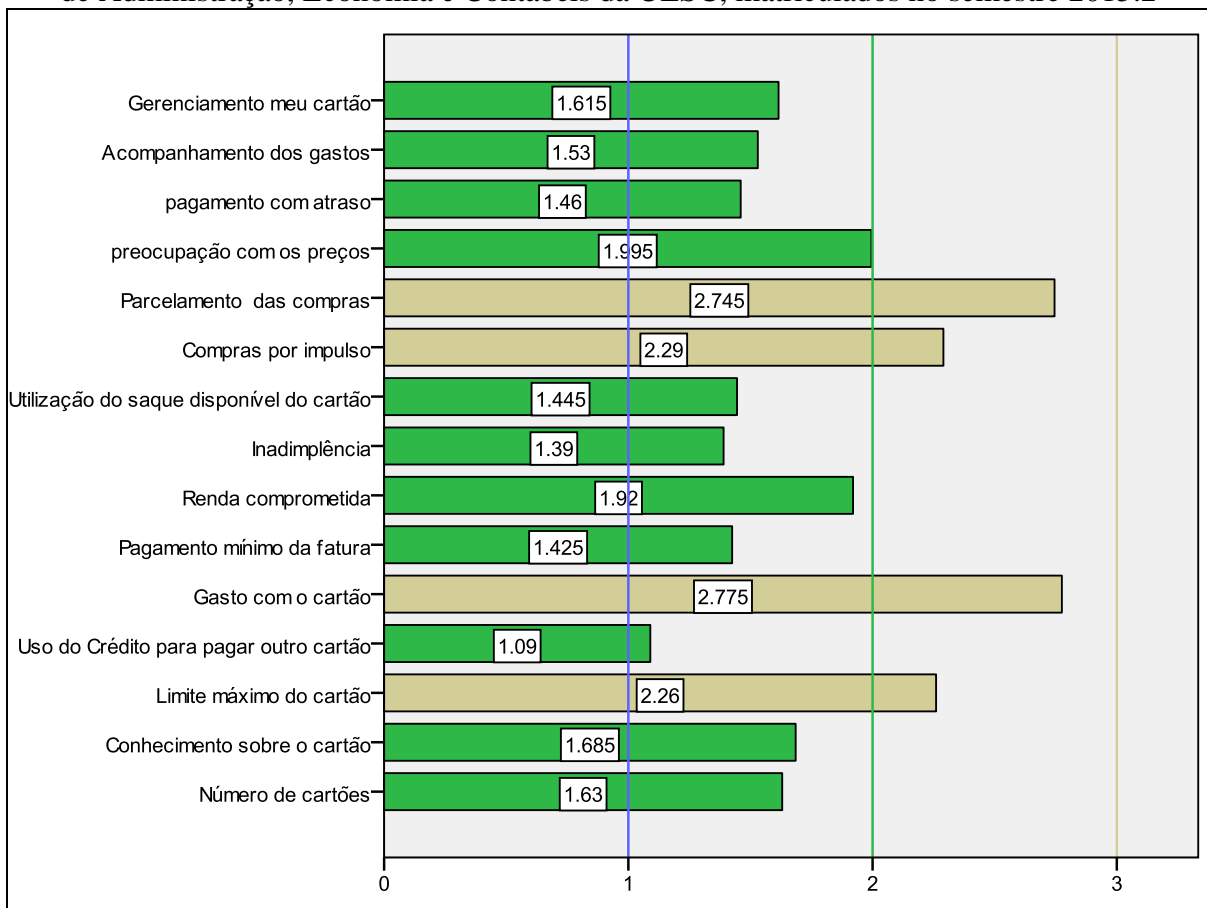
Fonte: Resultados da pesquisa.

### 4.3 Índice de Uso Consciente do Cartão de Crédito

A Figura 3 apresenta os indicadores utilizados na pesquisa e a respectiva nota final de cada indicador, calculada pela média aritmética das respostas dos entrevistados. Pode-se verificar que os indicadores que apresentaram os piores resultados foram gasto com o cartão, parcelamento das compras, compras por impulso limite máximo do cartão, 2,775; 2,745; 2,29; 2,26, respectivamente. Esses resultados demonstram as deficiências dos estudantes para o uso

consciente do cartão. Já os indicadores uso do cartão de crédito para pagar outro cartão, pagamento mínimo da fatura, utilização do saque disponível do cartão pagamento com atraso apresentaram os melhores resultados, 1,09; 1,425; 1,445; e 1,46; respectivamente.

Figura 3 – Nota final dos indicadores utilizados na pesquisa dos estudantes dos cursos de Administração, Economia e Contábeis da UESC, matriculados no semestre 2015.2



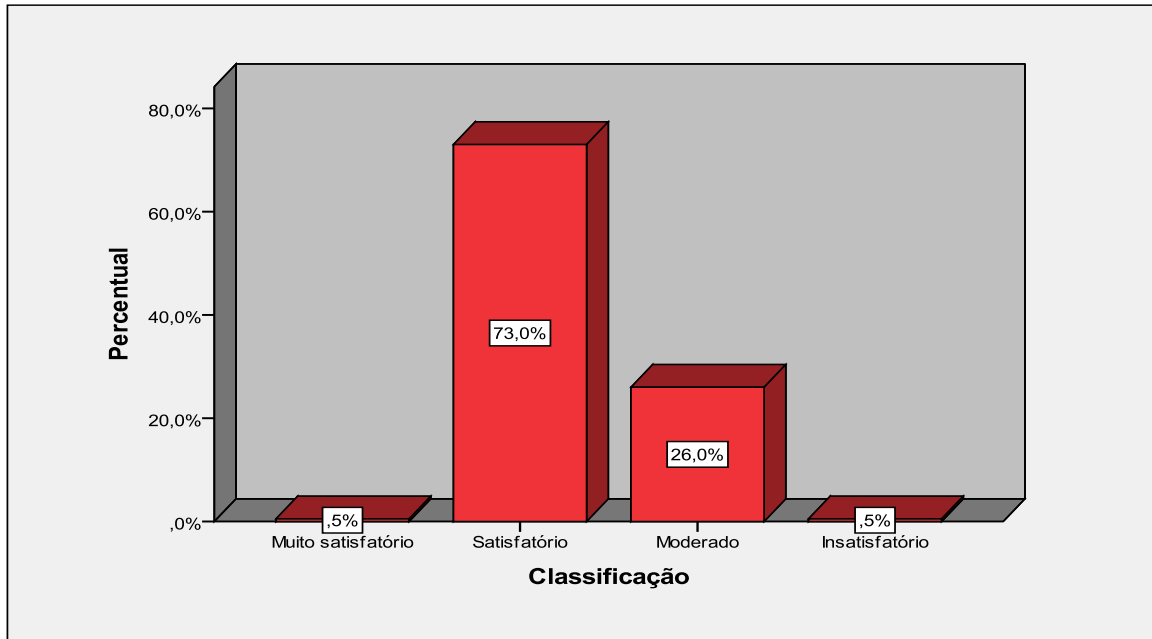
Fonte: Resultados da pesquisa.

O Índice do Uso Consciente do Cartão (IUC) foi elaborado a fim de analisar o comportamento dos estudantes da UESC frente ao uso do cartão, analisando os hábitos de consumo, o desempenho dos estudantes em relação ao planejamento financeiro, endividamento e inadimplência. Para alcançar os resultados, foram definidos 5 níveis (muito satisfatório, satisfatório, moderado, insatisfatório, muito satisfatório), numa escala de 0,00 a 1,00, conforme Quadro 2 . O resultado geral do IUC, para os cursos de Administração, Economia e Contábeis foi de 0,36. Isso significa que os alunos dos três cursos estão classificados na faixa “Satisfatório”, o que sinaliza um resultado favorável para o uso consciente do cartão, visto que estes possuem, segundo calculo índice , conhecimentos financeiros para o gerenciamento do cartão de formar correta. A Figura 4 mostra o índice



individual desses estudantes, evidenciando que 73% estão classificados no uso “Satisfatório”; o uso muito satisfatório e insatisfatório somam 10% e o uso moderado 26%.

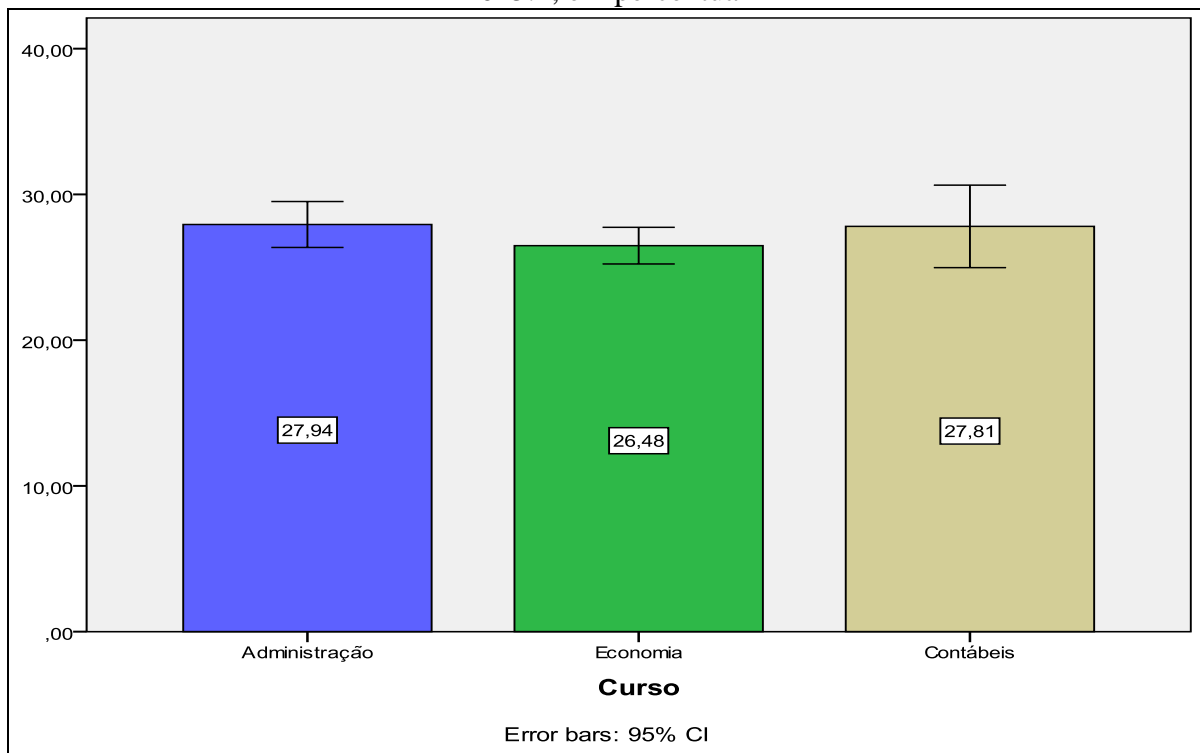
Figura 4 – Índice do Uso Consciente do Cartão dos estudantes dos cursos de Administração, Economia e Contábeis da UESC, matriculados no semestre 2015.2, em percentual



Fonte: Resultados da pesquisa.

O resultado obtido no curso de Administração, Economia e Contábeis foi de 0,28; 0,26 e 0,28, respectivamente. Portanto, todos os cursos obtiveram um resultado para a classificação “Satisfatório”. Desse modo, pode-se observar que o teste de comparação de média (teste Turkey) rejeitou a hipótese de diferença estatisticamente significativa a um nível de significância de 5% entre as médias, com um p-valor encontrado igual a 0,564 ( $p\text{-valor} > 0,05$ ). A Figura 5 mostra as comparações entre as médias alcançadas pelos indicadores selecionados distribuídas por curso através da barra de erro padrão, permitindo visualizar que não ocorre diferença estatisticamente significativa entre as médias dos três cursos.

Figura 5 – Média do Índice do Uso Consciente do Cartão dos estudantes dos cursos de Administração, Economia e Contábeis da UESC, matriculados no semestre 2015.2, em percentual



Fonte: Resultados da pesquisa.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cartão de crédito proporcionou aos jovens universitários a possibilidade de garantir maior participação no mercado de consumo, em grande parte, devido às facilidades concedidas pelos bancos comerciais e outras instituições financeiras para abertura de conta, especificamente as chamadas contas universitárias. Ao ingressarem na Universidade os jovens calouros são atraídos pelas instituições financeiras e obtêm crédito cada vez mais cedo, sem que, muitas vezes, tenham o conhecimento necessário para lidar com as questões financeiras pessoais.

É patente o risco de se utilizar desmedidamente o cartão de crédito apenas analisando os benefícios de consumir no curto prazo e esquecendo os transtornos que esse comportamento imediatista pode vir a trazer no futuro com as altíssimas taxas de juros que são cobradas. A presente pesquisa permitiu destacar alguns resultados preocupantes que podem elevar o risco de descontrole financeiro dos estudantes dos cursos de Administração, Economia e Ciências contábeis como, por exemplo, o parcelamento das compras no crédito



rotativo do cartão, a posse de mais de um cartão, realização de compras por impulso e a realização de mais gastos quando se utiliza o cartão. Quanto ao endividamento, os estudantes apresentaram uma condição aceitável tendo em vista que apenas 7,5% deles situaram-se na categoria de “risco de sobreendividamento”.

Por fim, a despeito de algumas situações que suscitam maior atenção quanto ao uso do cartão, os estudantes dos três cursos pesquisados apresentaram comportamento classificado como “satisfatório” quando se olha para o Índice de Uso Consciente do Cartão de crédito, elaborado a partir dos indicadores selecionados com o objetivo de captar e sintetizar o risco de descontrole financeiro associado ao uso do cartão de crédito.

## REFERÊNCIAS

ABBC. Associação Brasileira de Bancos. **Crescimento dos cartões desacelera**. 2015. Disponível em: < <http://www.abbc.org.br/noticiasview.asp?idNoticia=8567>>. Acesso em: 16 de ago. 2015.

ABDALA, Vitor. **Cresce numero de jovens com conta bancária e cartão de crédito, segundo pesquisa**. 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/economia/2013/07/cresce-numero-de-jovens-com-conta-bancaria-e-cartao-de-credito-segundo>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

AVDZEJUS, E. E.; SANTOS, A. C.; SANTANA, J. O. **Endividamento precoce**: Uma análise da concessão de crédito e dos fatores que influenciaram no endividamento de jovens universitários da Faculdade UNIME, no município de Lauro de Freitas/BA. 2012. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/artigos12/61416762.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

CERQUEIRA, L. S.; COSTA, F. M.; FERREIRA, H. M. P. Comportamento do consumidor: um estudo da percepção do Consumidor no segmento atacadista em um município baiano. In: Seminário em Administração, XIII, 2010, Salvador. **Anais...** Salvador: 2010. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/13semead/resultado/trabalhosPDF/63.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2014.

CLAUDINO, L. P.; NUNES, M. B.; SILVA, C. F. Finanças pessoais: um estudo de caso com servidores públicos. In: Seminário em Administração, XII, 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: 2009. Disponível em <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/12semead/resultado/trabalhosPDF/724.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2012.

CNC. Confederação Nacional do Comércio de Bens e Serviço. **Percentual de famílias com dívidas aumenta em janeiro de 2014**. 2014. Disponível em: < [http://www.cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/release\\_peic\\_janeiro\\_2014.pdf](http://www.cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/release_peic_janeiro_2014.pdf)>. Acesso em: 26 set. 2014.

FALCIANO, M. A. O papel do cartão de crédito no comportamento de compra dos jovens universitários. 2012. 73 f. Projeto (Programa Institucional de Bolsas de IC) – Fundação



Getulio Vargas, Escola de Administração de empresas de São Paulo, São Paulo, 2012.  
Disponível em:

<[http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/o\\_papel\\_do\\_cartao\\_de\\_credito\\_no\\_comportamento\\_de\\_compra\\_dos\\_jovens\\_universitarios.pdf](http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/o_papel_do_cartao_de_credito_no_comportamento_de_compra_dos_jovens_universitarios.pdf)>. Acesso em: 29 out. 2014.

FERNANDES, Luiz André; SBICCA, Adriana. Reflexões sobre o comportamento do consumidor e o cartão de crédito no Brasil. **Economia & Tecnologia**, ano 07, v. 25, p. 1-8, 2011.

FRANCO, T. C. **O jovem e o crédito: Uma Estratégia de Endividamento Precoce?**. 2007.  
Disponível em:

<[http://www.pucrio.br/pibic/relatorio\\_resumo2007/relatorios/dir/relatorio\\_thiago\\_franco.pdf](http://www.pucrio.br/pibic/relatorio_resumo2007/relatorios/dir/relatorio_thiago_franco.pdf)>  
Acesso em: 27 set. 2014.

FRANSOLOS, Fátima. **Relacionamento e atributos mais valorizados pelo cliente universitário**. 2007. 64 f. TCC (Especialização em Master Business Administration) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2014.

IKEDA, A. A.; WANG, H. Y. F. Análise do mercado de cartão de crédito brasileiro. In: VII SEMEAD - Seminários em Administração, 2004, São Paulo. **Anais...** São Paulo: 2004.

Disponível em:

<[http://www.ead.fea.usp.br/Semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/marketing/MKT09-\\_Analise\\_de\\_Mercado\\_do\\_Cartao\\_de\\_Cr%E9dito.PDF](http://www.ead.fea.usp.br/Semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/marketing/MKT09-_Analise_de_Mercado_do_Cartao_de_Cr%E9dito.PDF)>. Acesso em: 26 set. 2014.

LIMA, Romeu da Silva. **A contribuição do curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual de Santa Cruz para a promoção da Educação Financeira dos discentes**. 2013. 75f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, 2013.

MONTEIRO, M. F. M. **Planejamento financeiro e sua relação com a utilização do cartão de crédito por estudantes da Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia**. 2014. 68 f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) - Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, 2014.

OLIVATO, H.; SOUZA, P. K. B. Endividamento: um estudo preliminar dos fatores contribuintes. In: ENCONTRO CIENTÍFICO DE EDUCAÇÃO DA UNISALESIANO, I, 2007, Lins. **Anais...** Lins: 2007. Disponível em:

<<http://www.unisaesiano.edu.br/encontro2007/trabalho/aceitos/CC29390837898.pdf>>  
Acesso em: 14 out. 2014.

OLIVEIRA, Leidy Cecilia Silva de. **Comportamento de compra compulsiva e a influencia do cartão de credito**. 2009. 48f. Monografia (Graduação em Administração) – Faculdade de tecnologia e Ciências sociais aplicadas, Brasília, 2009.



ROCHA, Paulo Guilherme Abu Jamra Salgado. **O consumidor e o cartão de crédito:** valores esperado e real da fatura e intenção de reutilizar esse meio de pagamento. 2007. 105 p. Dissertação (Mestrado) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo, 2007.

SILVA, J. J. G. **Finanças pessoais:** Identificação dos fatores que influenciam no endividamento dos jovens universitários. 2014. 29f. TCC (Graduação em Administração), Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2014. Disponível em: <<http://dspace.bc.uepb.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3617/PDF%20-%20Jalinson%20Jonas%20Gomes%20da%20Silva.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 26 jun. 2014.

VELUDO-DE-OLIVEIRA, T.; IKEDA, A.; SANTOS, R. Compra compulsiva e cartão de crédito entre universitários. **RAE. Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 44, n. 3, p. 89-99, 2004.

ZUFFO, Antonio. **O Cartão na agência do Banco do Brasil Videira-SC.** 2007. 78 f. Graduação (Pós-graduação em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em:<<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/13884/000649549.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 24 ago. 2014.