

## **ELE CABE NO BOLSO, MAS SUA FATURA NÃO: UMA ANÁLISE DO USO DO CARTÃO DE CRÉDITO E SEUS IMPACTOS NA VIDA FINANCEIRA DA GERAÇÃO Z**

**STHEFANY JULIA MARQUES DE OLIVEIRA<sup>1</sup>; CAMILA TERESA MARTUCHELI<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Graduada em Administração pelo Centro Universitário UNIFACIG.

<sup>2</sup> Doutora em Administração pela UFMG, Professora do Centro Universitário UNIFACIG. E-mail: camila.martucheli@gmail.com

### **RESUMO**

O crescimento dos mercados faz com que novas formas de crédito sejam requeridas. O cartão de crédito facilita uma compra quando as pessoas não dispõem de recursos imediatos para seu pagamento, no entanto, grande parte das pessoas não têm o conhecimento necessário para utilizar os novos formatos de pagamentos, o que pode levá-las a um possível endividamento acarretando preocupações e perda de qualidade de vida. Por conta disso, o objetivo desta pesquisa é entender qual o impacto das variáveis relacionadas ao uso do cartão de crédito no bem estar em relação ao sentimento sobre a vida financeira da geração Z na cidade de Manhuaçu. A metodologia utilizada é de caráter quantitativo, os dados foram colhidos por meio de um questionário fechado e a técnica de análise de dados foi a descritiva. A amostra foi separada em dois grupos: geração Y e geração Z, como forma de comparação entre os respondentes da amostra. Os resultados indicaram que a geração Z, mesmo não possuindo grande número de dívida por conta de gastos no cartão e em outras operações financeiras, ainda assim é afetada pela perda da qualidade de vida por conta de sentimentos como o estresse, a tristeza e o desânimo, em comparação com a geração Y.

**Palavras-chave:** Cartão de crédito; Geração Z; Endividamento; Educação Financeira.

## **IT FITS IN YOUR POCKET, BUT YOUR BILL DOES NOT: AN ANALYSIS OF CREDIT CARD USE AND ITS IMPACTS ON THE FINANCIAL LIFE OF GENERATION Z**

### **ABSTRACT**

The growth of the markets makes new forms of credit required. Amidst the pandemic climate, many Brazilians have lost some level of purchasing power due to the closing of organizations, rising inflation, and the consequent increases in consumer goods. This has caused many to look for options to help them have some extra time to pay the bills, and because of the social distance, many have migrated to online shopping, using alternative payment methods to cash, such as the credit card. The credit card facilitates a purchase when people do not have immediate resources for its payment, but many do not have the necessary knowledge to use the new payment formats, which can lead them to possible indebtedness, causing worries and loss of quality of life. Because of this, the objective of this research is to verify what possible impacts the use of credit cards has on people's lives and whether the teaching of financial education influences the indebtedness and quality of life of Z generation individuals. The methodology used is quantitative, the data was collected by means of a closed questionnaire, and the data analysis technique was descriptive. The sample was separated into two groups: generation Y and generation Z, as a way of comparison among the sample respondents. The results indicated that generation Z, even though they do not have a large amount of debt due to spending on credit cards and other financial transactions, is still affected by the loss of quality of life due to feelings such as stress, sadness, and discouragement, in comparison to generation Y.

**Keywords:** Credit card; Generation Z; Indebtedness; Financial Education.

---

## 1 INTRODUÇÃO

O crescimento do mercado brasileiro e das organizações que os compõem, junto à aceitabilidade e à grande disponibilidade dos créditos, vem estimulando o desenvolvimento econômico e favorecendo o cotidiano dos indivíduos (SILVA, 2011). Isso tem levado o governo brasileiro a expandir a oferta de crédito, bem como as formas de pagamento existentes e, por consequência, possibilitando a participação das classes menos favorecidas no mercado, aumentando assim os níveis do consumismo (CLAUDINO; NUNES; SILVA, 2009). De acordo com o Banco Central, no ano de 2019, havia 132 milhões de cartões de débito e 123 milhões de cartões de crédito ativos no país, o que compreende um aumento, respectivamente, de 14% e 18% em relação ao ano de 2018 (OLIVEIRA, 2020), representando mais de 50% da população brasileira. A concessão de crédito, além de contribuir para o aumento das transações comerciais, é um dos principais fatores para a elevação do índice de emprego (GRANJEIRO; SANTOS, 2016).

Aliado aos benefícios adquiridos, deve-se focar no uso indevido do crédito, que expande a porcentagem de endividamento das famílias e, principalmente, da geração Z (pessoas nascidas entre a metade dos anos 1990 até 2010), que se mostra mais propensa a acumular dívidas em cartões de crédito do que a geração anterior, conforme a pesquisa feita pela agência de crédito TransUnion (MEIRELES, 2020). O presente estudo é relevante, uma vez que a chegada dos bancos digitais no Brasil contribui ativamente para que os jovens aumentem seu acesso aos produtos de crédito que antes eram restritos. Segundo essa mesma pesquisa, dentre os jovens que possuem cartão de crédito, 34% portam um cartão digital com abertura via internet o que corrobora para a facilidade da obtenção do mesmo (MEIRELES, 2020).

Estudos realizados anteriormente indicam que dentre os principais fatores relacionados ao acúmulo de dívidas não pagas e o propenso endividamento estão: o pagamento do valor mínimo das faturas do cartão, os juros por atraso de pagamento e o uso do cartão de crédito para pagar outra dívida existente (GRANJEIRO; SANTOS, 2016). De acordo com Lizote e Verdinelli (2014), os indivíduos que estão endividados e que não possuem capital para honrar com seus deveres podem começar a manifestar dificuldades em suas relações interpessoais no âmbito profissional e familiar. Dessa maneira, o presente estudo leva em consideração a influência das teorias comportamentais financeiras como, por exemplo, a proposta por Thaler e Sustein (2008). Esses autores dividem os humanos em dois lados: os Econs, também chamados de Homens Econômicos, que são pessoas que possuem a racionalidade perfeita que, no âmbito econômico, tomam ações consistentes/firmes, são egoístas e têm atitudes que buscam maximizar a sua satisfação; e os Humans (humanos), que nem sempre possuem ações

---

constantes, podendo agir de maneira altruísta, guiados por suas emoções, ficando sujeitos a vieses cognitivos e se utilizando de heurísticas para resolver seus problemas.

Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo geral entender qual o impacto das variáveis relacionadas ao uso do cartão de crédito no bem estar em relação ao sentimento sobre a vida financeira da geração Z na cidade de Manhuaçu. Os objetivos específicos são: (i) analisar se o uso indevido do cartão de crédito pode interferir na qualidade de vida das pessoas da geração Z, (ii) entender se há diferenças nos impactos na vida financeira e pessoal da geração Z em comparação com a geração Y e (iii) analisar se o nível de instrução acadêmica corrobora para o endividamento precoce. Diante do que foi exposto, este estudo busca responder o seguinte problema de pesquisa: “De que forma o uso do cartão de crédito pode impactar na vida financeira da geração Z?”.

A pesquisa foi dividida em cinco seções. A primeira constitui-se esta introdução. Em seguida, a segunda seção traz a revisão da literatura sobre o assunto discorrido. Na terceira seção, guia-se a metodologia aplicada a este estudo. A penúltima seção contempla os resultados da análise dos dados encontrados, seguida da quinta e última seção que pretexto as considerações finais e as contribuições deste estudo.

## **2 REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1 As particularidades da geração Z**

A geração Z é compreendida por pessoas nascidas a partir da segunda metade da década de noventa (1995 até o início da 2010), em uma realidade repleta de invenções tecnológicas, com hábitos e rotinas totalmente diferentes das gerações que a precederam (BASSIOUNI; HACKLEY, 2014; WILLIAMS; PAGE, 2011; MCCRINDLE, 2014). Os participantes da Geração Z, além de terem nascido em um ambiente repleto de tecnologia, se sentem bastante seguros e confortáveis com o uso da mesma (TANG, 2019), enxergando a tecnologia como algo primordial, quando comparamos com as gerações anteriores (HERNÁNDEZ et al., 2019).

Já a geração Y inclui os nascidos nos anos 80 até o início dos anos 90. Esses indivíduos saíram da casa dos pais mais tarde do que a geração anterior (X), observaram os seus pais sofrerem com os movimentos de formalização do trabalho e a desvalorização da mão de obra, especialmente no que se refere aos contextos da recessão econômica das décadas de 1980 e 1990; a globalização que aumentou a competitividade; os processos de terceirização e precarização do trabalho; o avanço da tecnologia com a automação e reestruturação industrial; bem como as mudanças na legislação trabalhista (LOUGHLIN e BARLING, 2001). Veloso,

---

Dutra e Nataka (2008) dizem que a geração Y é mais confiante em relação ao seu crescimento profissional, sempre buscando maior sinergia entre a vida pessoal e o seu trabalho, tendo um comprometimento maior em relação à organização em que trabalha, diferentemente da geração Z.

De acordo com um estudo realizado pela IBM em 2017 (Internacional Business Machines) em uma parceria com a NFR (National Retail Federation), a população que compõe a geração Z chegaria à marca de 2,6 bilhões de pessoas até o ano de 2020, somando assim um poder de compra de cerca de 220 bilhões de reais. De acordo com o IBGE (2019), do total de consumidores existentes no país, cerca de 35 milhões são pertencentes à geração Z, o que representa um quinto da população brasileira. São pessoas criativas e inovadoras, altamente qualificadas, sendo a primeira geração dentre as existentes a nascerem em um mundo digital (PRIPORAS, STYLOS E FOTIADIS, 2017). Possuem a mente aberta, são mais inteligentes, entusiasmados, empreendedores, ávidos por conhecimento (FLIPPIN, 2017). Priporas et al. (2017) dizem quais são as tendências que representam os consumidores dessa geração, sendo elas: o desejo de se sentir seguro, o de fugir da sua realidade e o alto interesse pelas novas tecnologias.

A geração Z cresceu em uma cultura onde os pais são superprotetores (SCHROTH, 2019), por terem vivenciado um período de recessão econômica em sua juventude. Segundo Fratricová e Kirchmayer (2018), esses jovens vivenciaram os pais passando por tempos difíceis, tendo assim uma visão mais racional da vida, buscando significado em suas ações e no seu trabalho (SCHROTH, 2019). Não só essa geração difere das anteriores como se tornou um desafio para a área de marketing, sobretudo as alterações no comportamento de consumo e nas formas de agir (SCHLOSSBERG, 2016). De acordo com McCrindle (2014), mesmo que essa geração tenha nascido e vivido em uma época que possui o consumo mais consciente, ainda assim se encontra como uma geração compostas por pessoas que consomem mais que as gerações anteriores.

Por trazerem grandes desafios para a gestão organizacional, a geração Z representa a maior modificação entre as gerações existentes (LIDIJA et al. 2017), sendo de extrema relevância a captação e manutenção dessas pessoas dentro das organizações, sobretudo no que diz respeito à vantagem competitiva a ser criada (DWIVEDULA; SINGH; AZARAN, 2019). Segundo Iorgulescu (2016), os jovens buscam ambientes onde possam desenvolver um estilo de vida saudável, onde possam ter uma atitude positiva e um ambiente que proporciona o autodesenvolvimento. Ceretta e Froemming (2011) apresentam as características mais corriqueiras dos elementos da geração Z, que são a sinergia no ambiente profissional e na vida

---

peçoal, bem como o desejo de se sentir livre, sem estar preso a contratos. A geração Z, cada vez mais, deseja ter uma participação mais ativa nos seus hábitos de consumo, um fato importante de ser levado em conta pelas marcas.

Segundo McCrindle (2014), essa geração representa cerca de 12% de toda a força de trabalho mundial que se encontrava disponível até o ano de 2020. Por conta do envelhecimento maciço, a geração Z está entrando mais cedo no mercado de trabalho e a tendência é que tenha que trabalhar por mais tempo para custear o seu período de aposentadoria.

## **2.2 O mercado de cartão de crédito brasileiro e o endividamento precoce dos jovens**

De acordo com o Serasa (2015), em nosso país, por conta do aumento do consumo entre a população, existe um elevado número de inadimplência, atingindo cerca de 56 milhões de brasileiros no ano de 2015. Em uma pesquisa recente com dados atualizados, esse número aumentou em quase 20%. De acordo com o Serasa (2021), 12% dos 62 milhões de brasileiros que são inadimplentes na atualidade, contabilizados até março de 2021, são de jovens de até 25 anos, população que compõe a geração Z.

A maior parte dessa inadimplência se concentra em dívidas com cartão de crédito e em bancos, apesar de essa população ainda não ser totalmente economicamente ativa (SPC, 2014). Esse formato de pagamento veio para mudar os hábitos, facilitando a vida de muitos que o possuem, ganhando rápido espaço na vida da sociedade. O cartão de crédito tem os maiores índices de inadimplência relacionadas aos pagamentos das faturas, mesmo com as instituições financeiras tendo o cuidado de se afiliar somente a “bons pagadores” (WANG, 2004).

Para Grohmann et.al (2013), os jovens de hoje são consumistas por natureza, sentindo prazer em gastar e, para suprir esse desejo, iniciam o processo de endividamento, por não corresponderem a maior parte da população economicamente ativa no país e não terem uma renda fixa comprovada (IBGE, 2015). De acordo com Franco (2007), as instituições financeiras têm facilitado o acesso ao cartão de crédito e/ou cheque especial e até empréstimos ao público mais jovem, o que possibilita crédito irrestrito para as compras.

De acordo com Souto (2021), em um estudo feito pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a porcentagem de brasileiros endividados chegou à marca de 66,5% em janeiro de 2021, representando uma variação de 0,2% com relação ao mês anterior e 1,2% com o mesmo período de 2020, sendo o cartão de crédito a principal modalidade pontuada, citada por mais de 80,5% das famílias que participou desta pesquisa da CNC, tornando-se o maior número registrado desde o ano de 2010. De acordo com Messias et al (2015), esses dados referentes ao aumento do endividamento refletem a facilidade

---

do acesso aos bens de consumo, o que aumenta a qualidade de vida das famílias, mas reforça o apelo de consumir por consumir, sem ser o produto ou serviço necessariamente importante.

Esse endividamento precoce está associado diretamente à influência que os grupos aos quais esses jovens pertencem exercem sobre os mesmos. Segundo Keller e Kotler (2012, p. 166), “os grupos constituem uma importante fonte de informações e ajudam a definir normas de comportamento”. A posição de uma pessoa em cada grupo pode ser definida em termos de papéis e status. O papel engloba as atividades que se espera que a pessoa realize; cada papel que exerce implicará em um status a ser percebido pelas pessoas. Os jovens buscam manter cada vez mais o status dentro do grupo inserido independentemente da classe econômica que pertencem (BERTONCELLO; CRESCITELLI, 2009).

Teixeira (2010) diz que os jovens, ao ingressarem no ensino superior, se tornam público alvo das instituições financeiras, que oferecem benefícios específicos para este público, indo de um simples desconto e tarifas diferenciadas até cartão de crédito e financiamento de veículos. Além disso, os jovens universitários estão em um momento de grande responsabilidade, tendo que tomar decisões acerca de sua vida financeira, que pode vir a trazer consequências que afetará o seu bem estar social e segurança no futuro (SILVA; NAKAMURA; MORAES, 2012).

De acordo com Fernandes e Candido (2014), a educação financeira é um dos fatores que podem vir a reverter o aumento do endividamento. Entretanto, ao analisar a grade escolar da educação básica, há ausência de matérias voltadas a esse ensinamento por instituições de todo o país.

### **2.3 A caracterização da educação financeira**

No Brasil até o final dos anos 90, a educação financeira era concentrada somente em assuntos voltadas para dicas de investimento, onde era ensinado como aumentar recursos comprando títulos de dívidas e ações no mercado financeiro, sendo as dicas direcionadas somente àquelas pessoas que já possuíam capital (ARAÚJO; CALIFE, 2011). De acordo com Fernandes e Candido (2014), as escolas não oferecem nenhum tipo de educação aprofundada em assuntos voltados para a educação financeira, sendo uma área educacional pouco desenvolvida entre os jovens adolescentes e adultos.

De acordo com Teixeira (2018), a educação financeira utilizada como forma de estimular um consumo mais consciente nos jovens adultos, adolescentes e nas crianças deve estar inserida na grade escolar de todas as instituições educacionais. Ao ensinar dentro da escola, além de instruir os alunos sobre como consumir de forma mais consciente, dá a oportunidade de eles entenderem como fazer o uso correto do dinheiro. Isso faz com que atinjam a tríplice do



---

bem estar econômico, financeiro e social e, dessa forma, ter uma melhor condição de vida. Borges (2013) diz que, no Brasil, o ensino da educação financeira não se encontra na grade curricular das escolas e nem das universidades, não tendo disciplinas que ensinem sobre orçamento pessoal e planejamento pessoal. De acordo com Araújo e Souza (2012), “a educação financeira inclina as pessoas a utilizar o crédito com mais seriedade, efetuando os pagamentos dos compromissos em dia, reduzindo a taxa de inadimplência e o spread bancário”.

A Educação Financeira possibilita entender como fatos que ocorrem na Economia interna e externa interferem no dia a dia das pessoas, e a partir deste entendimento viabiliza a tomada de decisão no que diz respeito a assuntos ligados ao consumo, poupança ou utilização de crédito pessoal (BRITO et al. 2012 p. 2).

Dessa forma, de acordo com Silva (2004), é possível ver que as pessoas que não tiveram acesso ao ensino que as estimulem a pensar sobre como administrar o dinheiro de forma correta, acabam por gastar sem levar em conta os impactos que isso trará em seu orçamento financeiro. D’Aquino (2008) afirma que os pais devem participar ativamente da educação financeira dos filhos, ensinando-os de maneira simples, com pequenas ações no dia a dia. Ainda de acordo com o autor, a educação financeira tem como objetivo principal criar e possibilitar uma compatibilidade saudável e responsável entre os jovens adultos e o dinheiro, sendo um relacionamento que deve começar preferencialmente na infância.

De acordo com o Banco Central do Brasil (2013, p. 72), “pessoas educadas financeiramente planejam melhor suas compras e cumprem seus compromissos financeiros”, levando em conta a responsabilidade com seus compromissos como prazos de pagamentos, negociações realizadas, entre outros.

Araújo e Souza (2012) afirmam que a educação financeira é relevante por conta dos deveres enquanto cidadão para com a sociedade, pois as pessoas que são educadas financeiramente honram seus compromissos e se planejam a longo prazo. Dessa forma, melhorar a educação financeira proporciona à sociedade diferentes formas de aproveitar as oportunidades de investimentos que aparecem, como forma de maximizar a renda, reduzindo os custos e riscos. Mesmo sendo citada como uma das possíveis soluções para erradicar o endividamento precoce da população, a educação financeira ainda possui limitações por conta de alguns fatores psicológicos e culturais, como, por exemplo, a falta de interesse no aprendizado correto, a autoavaliação superestimada acerca dos próprios conhecimentos, a impulsividade inerente ao humano, dentre outros pontos.

---

## **2.4. Teorias comportamentais e sua influência na tomada de decisões financeiras**

As teorias sobre finanças comportamentais surgiram no final da década de 1970 no meio acadêmico, inicialmente com as publicações de Kahneman e Tverski (1979), que descreviam o comportamento e o processo de tomada de decisão em situações de risco. Os autores, por meio de uma entrevista semiestruturada, aplicaram a um grupo de pessoas diversos problemas onde as mesmas foram levadas a tomarem decisões baseadas no ganho ou perda e no risco envolvido. O estudo realizado pelos autores contribuiu para o surgimento de conceitos importantes como, por exemplo, a aversão à perda, que diz que as pessoas sentem mais dor por conta do que perdeu, do que prazer ao ter ganhado algo equivalente.

De acordo com Halfeld e Torres (2001), a ideia de que o homem (*homo economicus*) é um ser racional na tomada de decisão, sendo capaz de analisar todas as informações e considerar todos os cenários possíveis para achar a solução de um problema, é uma das teorias mais fortes no mundo das finanças. Essa teoria gerou diversas discussões no meio acadêmico, entre psicólogos e psicanalistas, que concluíram que a racionalidade não é a linha principal que define o pensamento humano. Assim, surgiram as teorias de finanças comportamentais, que buscam explicar o comportamento do homem.

Ainda segundo os autores, com as finanças comportamentais foi definido um novo estilo de homem que não é em sua totalidade racional, sendo um homem normal que, por vezes, age de maneira racional, sendo influenciado diretamente por suas emoções e pelos erros cognitivos, definição que é confirmada pela teoria *Econs e Humans*, abordada por Thaler e Sunstein (2008). Outros pressupostos importantes que afetam diretamente na tomada de decisão financeira são: a Contabilidade Mental e a Falta de Autocontrole, proposta por Thaler e Sustein.

Segundo a Forbes (2017), as pessoas tendem a simplificar suas decisões financeiras. Com base no conceito de contabilidade mental de Thaler (1985), elas organizam seus gastos em "contas" mentais separadas, avaliando cada uma isoladamente, sem considerar o impacto geral em suas finanças. Mesmo que a origem do dinheiro seja a mesma, como o salário, esses "fundos" não são intercambiáveis entre as contas. Isso pode influenciar os gastos mensais, já que uma conta, como a "conta para jantares", pode ter sobra de recursos, mas esses valores não podem ser utilizados em outra conta, como a de "manutenção da casa".

Junto à contabilidade mental, há o pressuposto da falta de autocontrole descrita por Thaler e Sunstein (2008) como os problemas que existem em nosso modelo planejador-realizador, onde ocorre uma tensão interna entre o nosso planejamento de longo prazo e as decisões/ações de curto prazo. Essa tensão faz com que possamos sucumbir à tentação de curto



---

prazo, como, por exemplo, ter um estilo de vida mais saudável, e utilizar o serviço de fastfood em um momento oportuno, falhando ao planejamento inicial.

Diante disso, os jovens pertencentes à geração Z são mais propensos ao consumismo, por utilizarem seu tempo para estudar, trabalhar, entretenimento e lazer, não se preocupando em fazer uma poupança, para posteriormente adquirir bens como casa, carro, móveis e entre outros, em longo prazo (MINELLA et al. 2017). De acordo com Minella et al. (2017), os jovens necessitam achar meios para administrar os seus gastos, sendo a educação financeira um desses meios, pois melhora as condições e qualidade de vida e prepara os jovens para situações de contingência. Segundo Araújo e Souza (2012), uma gestão financeira ineficiente pode acarretar a destruição familiar, perda de desenvolvimento produtivo na função exercida e aumento de acidentes de trabalho, reduzindo assim a saúde física e mental.

Diante do exposto, elabora-se a hipótese desta pesquisa:

**H1:** O endividamento pode gerar sentimentos que acarretam perdas na qualidade de vida dos jovens da geração Z.

### 3 METODOLOGIA

Este estudo tem caráter descritivo, sendo caracterizado por Bertucci (2009, p. 50) como uma pesquisa que “busca estabelecer relações entre as variáveis analisadas e levantar hipóteses ou possibilidades para explicar estas relações”. Esse conceito é aprofundado por Cooper e Schindler (2014), que definem como sendo episódios diretamente correlacionados, entre a procura para esclarecer a relação existente entre as variáveis e uma população do estudo ou pesquisa, sendo capaz de relacionar as variáveis e definir a sua natureza (VERGARA, 1998).

Dentro dessa perspectiva, a natureza das variáveis estudadas nesta pesquisa e na análise dos dados se qualifica como quantitativa, que é descrita por Appolinário (2007, p. 155), como a “modalidade de pesquisa na qual variáveis predeterminadas são mensuradas e expressas numericamente. Os resultados também são analisados com o uso preponderante de métodos quantitativos”. O método quantitativo disponibiliza aos pesquisadores evidências do que foi observado, valorizando os eventos por meio de uma vasta amostra de informações numéricas (MARCONI; LAKATOS, 2009), explorando uma problemática como meio de atingir uma familiaridade com o assunto estudado (HAIR et al., 2009), sendo baseada principalmente por meio de uma coleta de dados e informações que são mensuráveis, induzindo o raciocínio dedutivo, a utilização da lógica e a observação dos dados numéricos em procedimentos estatísticos (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

O instrumento utilizado para a coleta de dados desta pesquisa foi um questionário fechado, composto por seis questões socioeconômicas, vinte questões de múltipla escolha em diversos temas conceituados na tabela de construtos e uma questão aberta de conhecimentos matemáticos. De acordo com Ruiz (2002), o questionário fechado, além de preservar a identidade dos entrevistados possibilita a aplicação a uma ampla amostra de pessoas ao mesmo tempo, as perguntas presentes nos questionários foram inspiradas nos estudos dos autores Teixeira (2015) e Acordi (2019), o questionário foi fabricado através da ferramenta gratuita disponibilizada no Google formulários.

A amostra captada de respondentes para pesquisa alcançou o número de 45 envios, sendo uma amostra por conveniência, pois são pessoas que pertencem à cidade de Manhuaçu e região que se encontram no círculo social pertencente às pesquisadoras. Inicialmente foi realizado um pré-teste buscando verificar possíveis falhas que pudessem causar ruídos na codificação por parte dos participantes.

A análise de dados foi a estatística descritiva que, segundo Reis (1996, p.15), “consiste na recolha, análise e interpretação de dados numéricos através da criação de instrumentos adequados: quadros, gráficos e indicadores numéricos”, e foi realizada por meio de estudo correlacional entre os construtos apresentados no quadro 1.

**QUADRO 1** – Análise do questionário

Nº	Questões	Objetivos	Construtos	Autores
1	3 primeiras perguntas que não possuem numeração	Conhecer o perfil da amostra selecionada.	Socioeconômico	Acordi (2019)
2	6ª pergunta sem numeração e questões de número 3, 6, 7 e 8.	Verificar se a amostra da pesquisa possui conhecimentos de Educação financeira.	Educação Financeira	Teixeira (2015)
3	Perguntas de número 1 e 2.	Verificar a Renda dos participantes.	Renda Mensal	Acordi (2019)
4	Perguntas de número 4, 17, 18 e 5.	Verificar se a amostra possui planejamento mensal dos gastos.	Planejamento Mensal	Acordi (2019)
5	Perguntas de número 9, 10, 11, 12, 13 e 14.	Verificar se a amostra possui cartão de crédito, como é a utilização e se conhecem possíveis taxas.	Uso do Cartão de Crédito	Acordi (2019)

6	Perguntas de número 15 e 16.	Verificar se a amostra possui algum tipo de pendência financeira.	Endividamento	Acordi (2019)
7	Perguntas de número 19 e 20.	Verificar se a qualidade de vida é pela vida financeira.	Qualidade de Vida	Acordi (2019)
8	Pergunta de número 21	Verificar os conhecimentos matemáticos.	Conhecimentos matemáticos	Teixeira (2015)

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Para entender os impactos das variáveis que levam ao bem estar em relação ao sentimento sobre a vida financeira, foi realizada uma regressão múltipla de acordo com o modelo da equação 1.

$$SENT = \beta_0 + \beta_1 G + \beta_2 I + \beta_3 ESC + \beta_4 EF + \beta_5 R + \beta_6 MF + \beta_7 P + \beta_8 PESQ + \beta_9 MF - EF + \beta_{10} PAÍSES + \beta_{11} CD + \beta_{12} TXJUROS + \beta_{13} USO + \beta_{14} TXMIN + \beta_{15} DIV + \beta_{16} ACERTOS$$

As variáveis independentes e a variável dependente estão apresentadas no quadro 2.

**QUADRO 2** – Variáveis independentes e dependentes

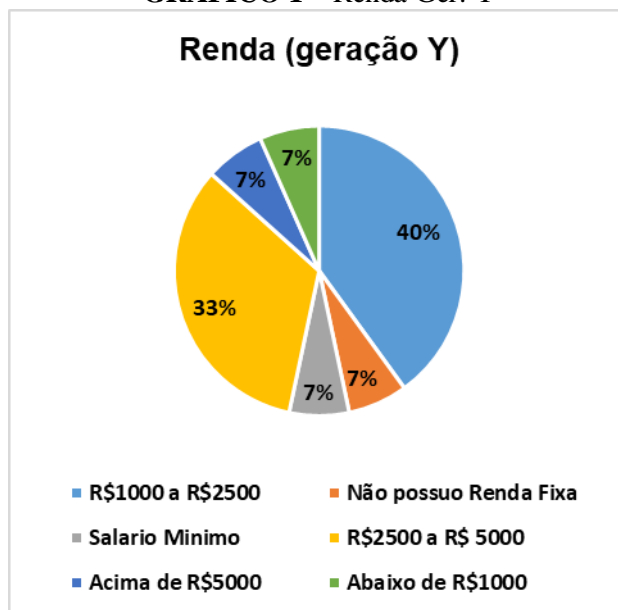
Variáveis independentes	
Gênero	G
Idade	I
Escolaridade	ESC
Estudou a matéria de Educação Financeira	EF
Renda mensal	R
Estudou matemática financeira?	MF
Usa planilhas?	P
Pesquisa sobre Educação Financeira?	PESQ
Matemática Financeira e Educação Financeira são mesma coisa?	MF-EF
Sabia que países desenvolvidos, a Educação Financeira é obrigatória?	PAÍSES
Possui CD?	CD
Sabe a taxa de juros?	TXJUROS
Uso cartão: 1 (não uso) 4 (pra tudo)	USO
Conhece taxa pagamento mínimo? 1(sim)	TXMIN
Dívida com CD e outras? 1(não)	DIV
Acertos Q. Mat.	ACERTOS
Variável dependente	
O que sente quando pensa nos gastos 1(ruim - bem)	SENT

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

#### 4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

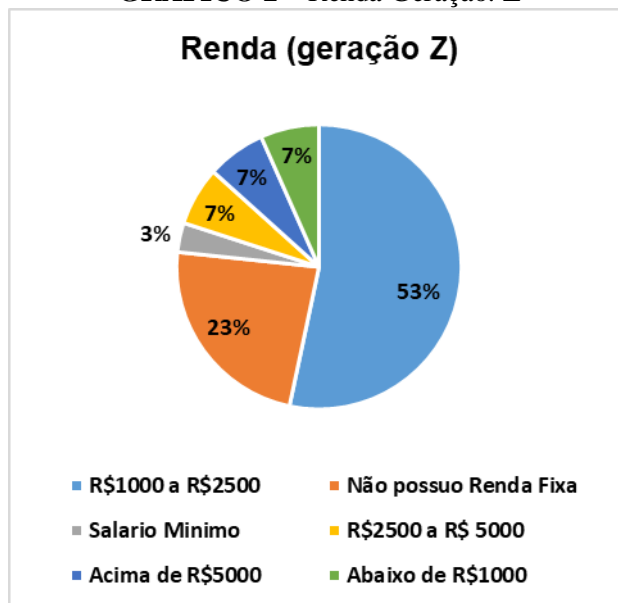
Para a formulação dos dados a serem mostrados, a amostra contou com 45 pessoas diferentes, com vivências, gostos e atitudes distintas, que responderam ao questionário disparado pelas redes sociais, formulado através Google Forms. A pesquisa é composta por construtos pré-definidos, os quais serão percorridos.

**GRÁFICO 1 – Renda Ger. Y**



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

**GRÁFICO 2 – Renda Geração. Z**



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

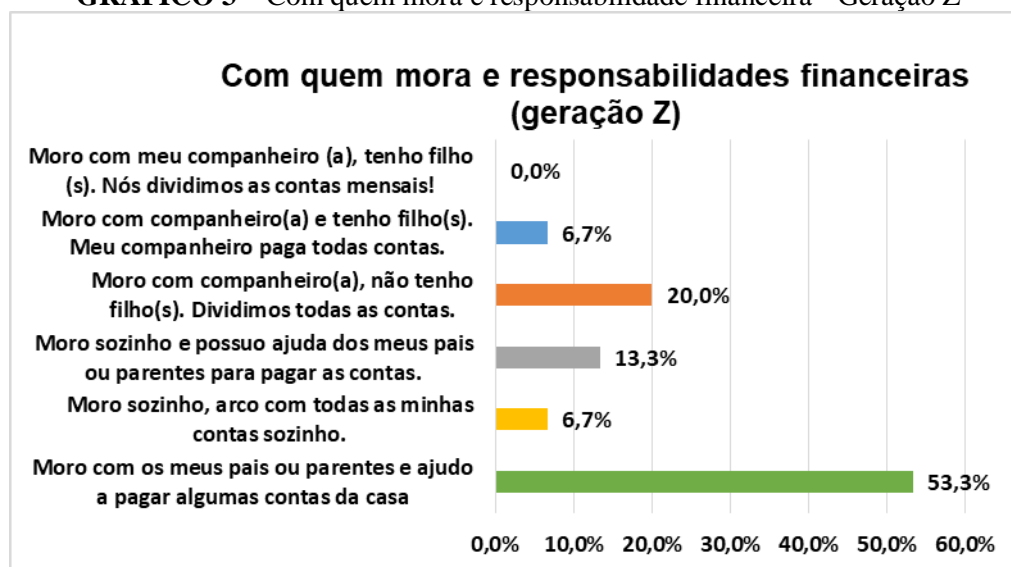
A pesquisa contou com participantes da Geração Z, bem como da Geração Y, como meio de comparação entre as gerações. Os respondentes têm as seguintes características

socioeconômicas: 33,3% (15) dos respondentes são pessoas pertencentes a geração Y, sendo a maior parte representada por mulheres em uma porcentagem de 53,3% (8) e o restante 46,7% (7) do sexo masculino, os respondentes possuem idade entre 27 e 40 anos. A geração Z representa 66,7% (30) dos respondentes da pesquisa, sendo a maior parte composta por pessoas do sexo feminino tendo uma porcentagem de 73,3% (22) e 26,7% (8) do sexo masculino, com idades entre 15 e 25 anos.

Quanto à variável escolaridade, na geração Y, obteve-se resultados diversos, sendo: 6,7% (1) dos respondentes com ensino fundamental incompleto/ completo; 40,0% (6) dos respondentes com ensino médio incompleto/ completo; 46,7% (7) dos respondentes com ensino superior incompleto/completo e 6,7% (1) dos respondentes com especialização. Na geração Z, obteve-se resultados diferentes, sendo 36,7% (11) dos respondentes com ensino médio incompleto/completo e 63,3% (19) dos respondentes com ensino superior incompleto/completo.

Quanto ao estado civil, na geração Z, 16,7% (5) são casados/união estável e 83,3 % (25) são solteiros; já na geração Y, 73,3% (11) são casados/união estável e 26,7% (4) são solteiros. Pode-se observar que a maior parte da geração Y (73,3%) é casada ou possui união estável, contrastando com a Geração Z, em que 83,3% são solteiros. No quesito Renda bruta, obteve-se resultados diferenciados nas duas gerações, como mostra os gráficos 1 e 2.

**GRÁFICO 3 – Com quem mora e responsabilidade financeira - Geração Z**

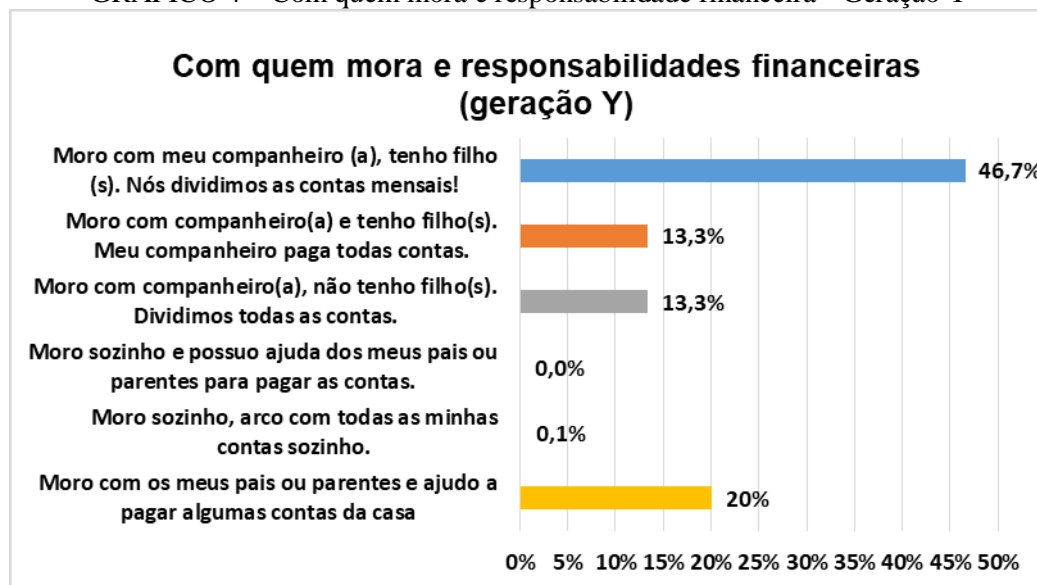


Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Pode-se observar que na Geração Z tem-se a maior porcentagem de respondentes, 53,0%, recebendo a quantia de R\$ 1.000,00 a R\$ 2.500,00, tendo uma parte de 23,0% que não possui renda fixa mensal. Enquanto na Geração Y, obteve-se duas porcentagens mais amplas, sendo 40,0%, com renda de R\$ 1.000,00 a R\$ 2.500,00 e 33,0% com renda de R\$ 2.500,00 a

R\$ 5.000,00, possuindo assim um poder aquisitivo maior que a amostra da Geração Z, o que pode contribuir para as responsabilidades financeiras que possuem e seus hábitos. Os gráficos 3 e 4 mostra esses resultados e informações adicionais.

GRÁFICO 4 – Com quem mora e responsabilidade financeira - Geração Y



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Pode-se observar que 53,3% dos respondentes da amostra da Geração Z moram com pais ou parentes, ajudando a pagar as contas mensalmente, tendo uma porcentagem de 6,7 % aqueles que moram sozinho e arcam com todas as despesas de maneira independente. Observa-se também que se obteve a porcentagem nula (0%) de respondentes que moram com o companheiro e possuem filhos, o que transfere à geração Z uma tranquilidade maior em relação a geração Y, nesta amostra.

Tem-se um contraste ao observar o gráfico da Geração Y, onde 46,7% dos respondentes moram com o companheiro e possuem filhos, dividindo as contas mensais. Pode-se observar também que se obteve a porcentagem nula (0%) de respondentes que moram sozinhos e possuem ajuda dos pais ou parentes.

#### 4.1. Educação Financeira

De acordo com Cantelli (2009), a educação financeira pode ser considerada uma alfabetização econômica, que facilita o acesso das pessoas a recursos/ferramentas que são usadas e auxiliam o entendimento de episódios que modificam direta ou indiretamente a vida financeira. Sendo assim, a educação facilita a tomada de decisões pessoais e sociais, quando relacionadas à superabundância dos problemas econômicos do cotidiano. Tolotti (2007) também diz que, ao aumentar o conhecimento pessoal na área financeira em conjunto com a

capacidade crítica diante dos gastos, serão mais expansivas as chances de se romper com a cultura do endividamento presente no país.

Assim sendo, na tabela 1, observa-se uma porcentagem de 73,3%, tanto da geração Z quanto da geração Y, sobre o estudo de educação financeira na faculdade. Em relação ao acesso à disciplina de educação financeira em algum momento da vida acadêmica com relação à disciplina de matemática financeira, as duas gerações tiveram contato com a matéria ou similares, sendo a porcentagem de 63,30% para a geração Z e 53,3% para a geração Y.

**TABELA 1** – Análise das perguntas do construto Educação Financeira

Questões para avaliar construto de Educação Financeira?	% Geração Z		% Geração Y	
	Não	Sim	Não	Sim
Estudou Educação financeira na Escola /Faculdade?	73,30 %	26,70%	73,30 %	26,70%
Tiveram acesso a disciplinas de matemática financeira na Escola/Faculdade?	36,70 %	63,30%	46,70 %	53,30%
Consideram matemática financeira e educação financeira semelhantes?	26,70 %	66,70%	33,30 %	60,00%
Consideram importante o ensino da educação financeira de forma obrigatória na escola	0,00%	100,00 %	0,00%	100,00 %
Sabia que o ensino da Educação Financeira é obrigatório em países desenvolvidos?	53,3%	46,7%	53,3%	46,7%

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Pode-se observar que as duas gerações consideram que educação financeira e matemática Financeira são semelhantes, possuindo características que se complementam; e pouca parte dos respondentes consideram palavras distintas com objetivos distintos. As duas gerações consideram que o ensino da educação financeira deveria ser obrigatório nas escolas e tinham consciência de que o ensino é obrigatório em países desenvolvidos.

De acordo com Silva e Powell (2013), a educação financeira é composta por um conjunto de informações através do qual os indivíduos são inseridos no universo do dinheiro e encorajados a entender sobre economia e finanças, por meio de uma aprendizagem que os torne capaz de julgar, analisar, tomar decisões e ter posicionamentos mais críticos a respeito das esferas da vida pessoal, familiar e social.

Sendo a educação financeira responsável por auxiliar com informações a tomada de decisões mais lógicas, trata mais da emoção. Já a matemática financeira é conceituada como sendo a habilidade que os indivíduos têm de formularem, aplicarem e interpretarem a matemática nos diversos contextos da vida. Isso requer racionar matematicamente usando os conceitos aprendidos, processos e ferramentas para descrever, explicar e prever eventos, o que



contribui para que as pessoas entendam o papel que a matemática possui no mundo, auxiliando os cidadãos para que façam julgamentos respaldados (OCDE, 2005).

Observa-se que a matemática financeira, está mais ligada às fórmulas que auxiliam na execução de um processo de um evento. Com isso pode-se ver que a maior parte dos respondentes não sabe o real conceito de ambas as palavras, mesmo que considere importante o ensino da educação financeira como obrigatório nas escolas e tenha tido acesso à matemática financeira ou disciplinas similares. Ambas as palavras são interligadas, mas possuem objetivos distintos.

## 4.2. Planejamento Financeiro

Para Tolotti (2007), a educação financeira não trata apenas de uma formalidade teórica e sim das formas como cada indivíduo utiliza o seu próprio conhecimento financeiro. Assim, realizar um planejamento é de suma importância e um dos caminhos é utilizar de meios para tornar essa atividade mais tranquila, como por exemplo, através do orçamento financeiro, que é um instrumento poderoso para saber de onde vem e para onde vai o seu dinheiro.

**TABELA 2** – Análise das questões de Planejamento Financeiro

Tabela das Questões para avaliar construto de Planejamento Financeiro					
Uso de recursos tecnológicos para planejar os gastos mensais	Frequentemente	Algumas Vezes	Raramente	Nunca usei	
% Geração Z	40,00%	20,00%	16,70%	23,30%	
% Geração Y	26,70%	40,00%	13,30%	20,00%	
Conseguem poupar algum valor de mensalmente?	Poupo de 20% a 40%	Utilizo minha renda total	Quando recebe extra	Poupa o salário todo	Nada, não possuo Renda Fixa
% Geração Z	30,00%	23,30%	30,00%	3,30%	13,30%
% Geração Y	20,00%	40,00%	26,70%	13,30%	0,00%
Procura conhecer temas relacionado a educação financeira?	Frequentemente procuro	Algumas vezes	Raramente procuro	Nunca procurei	
% Geração Z	16,7%	53,3%	26,75	3,3%	
% Geração Y	26,7%	40,0%	6,7%	20,0%	
Como planeja os gastos mensais?	Não planejo	Contas Fixas em primeiro	Gasto enquanto tenho limite	Define prioridades	Contas separadas
					Não planeja/não possuo renda fixa

---

% Geração Z	10,00%	26,70%	0,00%	40,00%	6,70%	16,70%
% Geração Y	6,70%	20,00%	0,00%	73,30%	0,00%	6,70%

---

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Pode-se observar que a geração Z utiliza mais ferramentas tecnológicas do que a geração Y, tendo uma porcentagem de 40,0% contra 26,7% para uso frequente. A geração (Z) é considerada extremamente ativa no ambiente digital, por conta de ter nascido em meio a descobertas tecnológicas e por ter um fácil e grande acesso à quantidade de informações em um curto espaço de tempo, além de compartilhar suas experiências, bem como acontecimentos do seu cotidiano em plataformas *online*, o que difere essa geração das anteriores (SCHNEIDER, 2015).

[...] tecla num chat ao mesmo tempo em que troca e-mails, navega em sites, assiste televisão [com o controle remoto à mão], ouve música num walkman ou num aparelho de som e comenta o que assiste e ouve no chat em que tecla, troca de canais a todo instante em busca de novas imagens, de novos sons, dos mais diferentes lugares e com os mais diferentes personagens [...] (GARBIN, 2003, p. 127).

Com relação a poupar dinheiro, a pesquisa na geração Z ficou bem dividida, em duas porcentagens que ficaram empatadas, em 30,0%. Pode-se entender que algumas pessoas sempre conseguem guardar dinheiro e enquanto outras só o guardam quando recebem uma renda extra, ou seja, uma receita que não esperavam. A geração Y guarda bem menos dinheiro que a geração Z, utilizando em maior número a renda mensal de maneira totalizada. As duas gerações se atualizam de “vez em quando” a respeito de assuntos relacionados à educação financeira, não ficando sempre ‘por dentro’ do assunto. Observa-se que as duas gerações, para planejarem seus gastos, “definem prioridades” ao se gastar, além de escolherem pagar as contas fixas primeiramente.

Na pergunta referente aos planejamentos dos gastos, a pesquisa obteve respostas variadas para as duas gerações, sendo “definir prioridades” com uma porcentagem de 73,30% na geração Y, contra 40,0% na geração Z. A geração Z, obteve uma porcentagem 10,0% na alternativa de “não planejar” os gastos mensais contra 6,7% da geração Y.

#### 4.3. Uso do Cartão de Crédito

De acordo com informações divulgadas em 2021 pela Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (ABECS), empresa que representa o setor de meios eletrônicos de pagamento, as compras realizadas por cartão de crédito, débito e pré-pagos aumentaram 52% no segundo trimestre de 2021 em relação ao mesmo período do ano anterior, 2020, sendo o cartão de crédito o responsável pelo maior valor transacionado no segundo

semestre deste mesmo ano, registrando R\$ 371,3 bilhões (DIARIO DO COMERCIO, 2021). Isso mostra que, cada vez mais, as pessoas estão aderindo a novos métodos de pagamento, tanto pela facilidade, quanto pela praticidade em se pagar com um simples toque.

**TABELA 3** – Análise das questões de uso do cartão de crédito

Questões para avaliar construto de Uso do Cartão de Crédito				
Possui cartão de Crédito?	Sim, 1 unidade	Sim, mais de 2 unidades	Não possuo	Uso de Terceiros
% Geração Z	43,3%	40,0%	3,3%	13,3%
% Geração Y	46,7%	26,7%	13,3%	13,3%

Conhecem o valor da taxa básico de juros cobrado em casos de faturas pagas em atraso?	Sim, sei a %	Não tenho conhecimento das %
% Geração Z	50,0%	50,0%
% Geração Y	66,7%	33,3%

Sabem qual a taxa que é cobrada na próxima fatura ao realizar o pagamento mínimo?	Sim, tenho conhecimento	Não tenho conhecimento
% Geração Z	33,30%	66,7%
% Geração Y	53,30%	46,7%

Conhece os benefícios e as desvantagens do uso do cartão de crédito?	Mais as vantagens do que as desvantagens	As vantagens e deveres	Não possuo muitos conhecimentos	Não tenho cartão não busco conhecer
% Geração Z	33,3%	40,0%	26,7%	0,0%
% Geração Y	20,0%	66,7%	6,7%	6,7%

Utiliza o cartão de crédito para compras mensais ou esporádicas?	Compras fixas e variáveis mensalmente	Somente para compras supérfluas	Para todos tipos de compras	Não tenho cartão
% Geração Z	20,0%	40,0%	33,3%	6,7%
% Geração Y	13,3%	46,7%	26,7%	13,3%

Conhece o valor da taxa cobrada ao se realizar o pagamento mínimo?	Sim, sei como calcular	Não tenho conhecimento dos juros	Não sabia que existia a cobrança	Sei que existe um valor, mas não sei a %
% Geração Z	20,0%	33,3%	10,0%	36,7%
% Geração Y	26,7%	13,0%	0,0%	60,0%

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Pode-se observar que a maior parte dos respondentes das duas gerações possuem de 1 a 2 unidades de cartão de crédito, tendo ainda alguns que utilizam cartão de terceiros para comprar. Está cada vez mais fácil de se conseguir ter acesso a um cartão de crédito, pode-se ver

---

isso através das inúmeras instituições financeiras totalmente online que vêm surgindo e que oferecem cartões até mesmo a pessoas negativadas.

Com relação ao conhecimento da taxa paga ao se atrasar uma fatura, é possível ver que a geração Z ficou com a opinião dividida em 50% para os que conheciam e os outros 50,0% para quem não conhecia, o que demonstra um contraste, pois a geração Y nessa mesma pergunta apresenta uma porcentagem de 66,7% a conhecedores dessa taxa de pagamento em atraso contra 33,3% que não são conhecedores. Ao se observar a pergunta com relação ao conhecimento da taxa ao se efetuar o pagamento mínimo, mais uma vez pode-se ver o mesmo resultado, ao notar que a geração Y tem mais conhecimento sobre essa taxa com uma porcentagem de 53,30% contra 33,3% da geração Z. Com relação a conhecer as vantagens e desvantagens, percebe-se que as respostas ficaram bem divididas, mas consegue-se observar que em relação a conhecer os deveres e direitos do cartão de crédito, a geração Y ficou com uma porcentagem de 66,7% contra 40,0% da geração Z, o que demonstra que a geração Y está mais aprofundada com relação aos detalhes do cartão.

Com relação às compras que são realizadas, é possível ver que na geração Z, 40,0% compram coisas supérfluas e 33,3% efetuam todos os tipos de compra, o que se repete na geração Y em porcentagens de 46,7% e 26,7%, respectivamente. Isso mostra que a geração Y utiliza o cartão crédito como uma opção facilitadora na hora de pagar e que utilizam outros meios de pagamentos para outros deveres mensais. Com relação aos conhecimentos acerca da taxa de pagamento mínimo, é possível observar que as duas gerações possuem conhecimento de que existe uma taxa/valor a ser cobrado, mas não sabem a real porcentagem na hora de realizar os cálculos, sendo que a geração Y representa uma porcentagem de 60,0% contra 36,7% da geração Z.

Com isso pode-se concluir que a geração Y leva vantagem em relação aos conhecimentos das taxas e uso do cartão de crédito sobre a geração posterior, mesmo esta buscando mais conhecimentos acerca de temas de educação financeira e tendo mais facilidade com recursos tecnológicos, como mostrado na tabela 2.

#### **4.4. Endividamento**

Uma pesquisa do SPC Brasil, empresa de tecnológica que processa e armazena todas as operações de crédito realizadas pelas empresas no país, mostra que 47% dos indivíduos da geração Z não faz controle dos seus gastos (AGÊNCIA BRASIL, 2019). Em novembro de 2019, o número de brasileiros que possuíam alguma dívida cresceu pelo 11º mês seguido, atingindo a 74,6% das famílias de acordo com Confederação Nacional do Comércio (CNC).

**TABELA 4 – Análise das questões de Endividamento**

Questões para avaliar construto de Endividamento						
Possui contas em atraso com instituições financeiras?	Em atraso no cartão	Financiamento de carro e imóveis	Pago tudo no final do mês	Credenciário de loja	Consignado/Estudantil	Não tenho dívidas/nem Renda fixa
% Geração Z	3,3%	10,0%	73,3%	3,3%	0,0%	10,0%
% Geração Y	20,0%	0,0%	66,7%	0,0%	6,7%	6,7%

Qual a situação geral de suas dívidas em relação a sua renda?	Não tenho dívidas	Renda é menor	Renda é maior	Dívidas controladas
% Geração Z	30,0%	23,3%	30,0%	16,7%
% Geração Y	33,3%	13,3%	20,0%	33,3%

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Observa-se que a maior parte dos participantes das duas gerações da amostra não possuem dívidas, tendo uma porcentagem de 73,3% para a geração Z e 66,7% para a geração Y, que pagam tudo no final do mês, o que contrasta com a pesquisa sobre o aumento do índice de endividamento das famílias brasileiras, mostrado no início desta seção. Vale salientar que a geração Y, possui uma porcentagem de 20,0% que possuem dívidas em cartão de crédito, enquanto a geração Z possui uma porcentagem de 3,3%. Pode-se observar também que em relação à renda, as duas gerações não apresentam tantas dívidas, quando observado se a renda é menor que a dívida a geração Y, obteve uma porcentagem de 13,3 % contra 23,3% na geração Z, tendo uma diferença de 10,0% em relação a um com o outro.

Quando verificado se a renda é maior que a dívida a geração Z obteve a porcentagem de 30,0% contra 20,0%, tendo uma diferença de 10,0% entre as gerações. A geração Z, obteve as porcentagens de 30,0% para “não tenho dívidas” e 16,7%, para “dívidas controladas” já na geração Y, pode-se observar que a porcentagem de 33,3%, se repete em “não tenho dívidas” e “dívidas controladas”. Pode-se concluir que, em uma análise geral, a situação das dívidas da geração Y em relação à renda se encontra mais controlada do que a da geração Z.

#### 4.5. Qualidade de Vida

De acordo com Carvalho, Sousa e Fuentes (2017), o endividamento pode acarretar consequências emocionais para o indivíduo. A pessoa que possui dívidas vive em uma situação de permanente sufoco, sendo cercado por instituições credoras, gerando sintomas emocionais como o nervosismo, irritabilidade, impaciência, medo e apreensão, o que é confirmado em um levantamento realizado pela Acordo Certo, empresa que faz a conexão de pessoas endividadas com empresas que são parceiras (2021). Segundo pesquisa da Acordo Certo, cerca de 80% dos consumidores sofrem ou já passaram por alterações emocionais devido, principalmente, às

preocupações relacionadas às dívidas. Dentro da pesquisa, os entrevistados citaram os principais sintomas que sofrem como, por exemplo: insônia (76% dos entrevistados); crise de ansiedade (74%); baixa produtividade (66%); e discussões no lar (62%). Problemas esses que afetam tanto a vida pessoal quanto a vida profissional (ESTADO DE MINAS, 2021).

**TABELA 5** – Análise das questões de Qualidade de Vida

Questões para avaliar construto de Qualidade de Vida				
Como avalia a sua vida financeira?	Muito ruim, estou preocupado (a)	Muito boa, consigo controlar	Ruim e não me preocupo	Nem ruim, nem boa.
% Geração Z	13,3%	33,3%	0,0%	53,3%
% Geração Y	26,7%	13,3%	0,0%	60,0%

Sente algo quando pensa em seus gastos no cartão de crédito?	Fico estressado (a)	Fico apreensivo (a)	Não fico estressado (a) nem apreensivo (a)	Fico triste e desanimado (a)
% Geração Z	3,3%	13,3%	40,0%	43,3%
% Geração Y	26,7%	0,0	53,3%	20,0%

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Quando os participantes avaliaram a sua vida financeira, é possível ver que a maior quantidade dos respondentes das duas gerações não considera a sua vida financeira nem boa, nem ruim. Eles se preocupam como os gastos que possuem para o mês posterior, mas muitos não conseguem poupar dinheiro para o mês seguinte, considerando que a vida financeira poderia estar melhor, consegue-se observar também que a geração Z consegue se controlar mais que a geração Y, com uma porcentagem de 33,3% contra 13,33%. A geração Y ainda em uma porcentagem de 26,7% considera a sua vida financeira ruim e se preocupa em sair dessa situação contra a porcentagem de 13,3% na geração Z.

Quando perguntado quais são os sentimentos quando pensam nos gastos do cartão de crédito, é possível ver que a geração Y não fica estressada nem apreensiva, com uma porcentagem de 53,3%, mas ao mesmo tempo fica dividida com duas porcentagens de 26,7%, em fico estressado, e 20,0%, em triste e desanimado, o que gera uma correlação ao ser observado junto à avaliação da vida financeira feita pelos mesmos.

A geração Z, nessa mesma pergunta obteve as porcentagens de 43,30%, em fico triste desanimado, e 40,0%, em não fico estressado nem apreensivo. É possível ver também que 13,3% ficam apreensivos com os gastos. Percebe-se que a geração Z tem mais sentimentos ruins em relação aos gastos do que a geração Y, considerando que muitos gostariam de ter uma vida financeira melhor do que a que possuem no momento.

#### 4.6. Conhecimentos Matemáticos

De acordo com Silva e Santos (2016), estudar matemática financeira é de extrema importância para a vida, pois concede às pessoas conceitos que são fundamentais para realizar diversas operações relacionadas ao uso do dinheiro, contribuindo para o exercício da cidadania, possibilitando pensamentos mais críticos, reflexivos e conscientes, permitindo o desenvolvimento de habilidades que serão utilizadas em diversas situações. Segundo Dante (2000):

Mais do que nunca precisamos de pessoas ativas e participantes, que deverão tomar decisões rápidas e, tanto quanto possível, precisas. Assim, é necessário formar cidadãos matematicamente alfabetizados, que saibam como resolver, de modo inteligente, seus problemas de comércio, economia, administração, engenharia, medicina, previsão do tempo e outros da vida diária (2000, p. 39).

**TABELA 6** – Análise das questões de Conhecimento Matemático.

Questões para avaliar construto de Conhecimentos Matemáticos		
Uma pessoa precisa de R\$1000,00 para pagar uma despesa imprevista. Para pagar essa despesa, fez um empréstimo com seu irmão, que lhe cobrará 15,0% de juros por mês que essa pessoa demora a pagar, sendo o valor dos juros cobrado sobre os R\$1000,00 iniciais.		
Qual o valor cobrado a cada mês que a pessoa demora a devolver?	R\$ 150,00	Outro valor
% Geração Z	83,0%	17,0%
% Geração Y	93,0%	7,0%
Qual o valor total a ser pago no final de três meses para o pagamento da dívida?	R\$ 1450,00	Outro valor
% Geração Z	67,0%	33,0%
% Geração Y	73,0%	27,0%

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

As duas contas realizadas eram de juros simples, sendo calculado em cima do valor do montante inicial, no caso do exercício R\$1.000,00. Na geração Z, 17,0% erraram as duas perguntas, enquanto na geração Y, 7,0% erraram as duas respostas. Pode-se observar que a geração Y possui mais acertos nas duas questões, mesmo a geração Z tendo tido mais acesso a conteúdo de matemática financeira na vida acadêmica. Destaca-se que possuir esse tipo de conhecimento ajuda a melhorar a tomada de decisões financeiras quando se possuem números e taxas.



## 4.7 Regressão Múltipla

Para entender os impactos das variáveis que levam ao bem estar em relação ao sentimento sobre a vida financeira, foi realizada uma regressão múltipla de acordo com o modelo da equação 1, cujos resultados são apresentados na tabela 7.

**TABELA 7 – Resultados da Regressão Múltipla**

	<i>Coeficientes</i>	<i>Erro padrão</i>	<i>Stat t</i>	<i>valor-P</i>
Interseção	3,240273796	1,696753131	1,909691	0,066467
Gênero	0,476025927	0,350416338	1,358458	0,185163
<b>**Idade**</b>	<b>0,048046795</b>	<b>0,024322233</b>	<b>1,975427</b>	<b>0,058152</b>
Escolaridade	0,284003934	0,296128054	0,959058	0,345738
Estudou a matéria de Educação Financeira	0,297093271	0,392500525	0,756925	0,455418
Renda mensal	-0,022534424	0,109606629	-0,20559	0,838596
Estudou matemática financeira?	-0,14577446	0,215764934	-0,67562	0,504826
Usa planilhas?	0,099034777	0,174523023	0,56746	0,574924
Pesquisa sobre Educação Financeira?	-0,412142341	0,24966644	-1,65077	0,109959
Matemática Financeira e Educação Financeira são mesma coisa?	0,338736869	0,319618467	1,059816	0,298285
<b>**Sabia que países desenvolvidos, a Educação Financeira é obrigatória? **</b>	<b>-0,604508122</b>	<b>0,340267071</b>	<b>-1,77657</b>	<b>0,086507</b>
Possui CD?	-0,281652429	0,189395512	-1,48711	0,148161
<b>**Sabe a taxa de juros? **</b>	<b>0,879439832</b>	<b>0,442447998</b>	<b>1,987668</b>	<b>0,056708</b>
Uso cartão: 1 (não uso) 4 (pra tudo)	-0,176955612	0,156860446	-1,12811	0,268848
<b>**Conhece a taxa de pagamento mínimo? 1(sim)**</b>	<b>0,503836411</b>	<b>0,262359313</b>	<b>1,920406</b>	<b>0,065045</b>
<b>**Dívida com CD e outras? 1(não)**</b>	<b>-1,133408023</b>	<b>0,28124984</b>	<b>-4,0299</b>	<b>0,000388</b>
<b>**Acertos Questões Matemática**</b>	<b>-0,491457798</b>	<b>0,249184</b>	<b>-1,97227</b>	<b>0,058529</b>
<i>Estatística de regressão</i>				
R múltiplo	0,717035853			
<b>R-Quadrado</b>	<b>0,514140415</b>			
R-quadrado ajustado	0,236506366			
Erro padrão	0,865801324			
Observações	45			

Oq sente qd pensa nos gastos 1(ruim - bem) – Variável Dependente

Nota: \*\*Variáveis que possuem significância.

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

De acordo com a tabela 7, o modelo explica 51,41% ( $R^2$ ) o impacto que as variáveis independentes exercem sobre a dependente, quando relacionado à pesquisa sobre qualidade de vida. As variáveis que foram significantes para a regressão estão em negrito e com o sinal de \*\* no início. As demais variáveis que não possuem sinal não se mostraram significantes. Para obtermos mais entendimento da significância, temos que observar a coluna de coeficientes

---

verificando se é diretamente relacionado (positivo) ou inversamente relacionado (negativo). Ainda se observa se o p-valor é menor que 0,10 para ser considerado significativo. Como pode ser observado na tabela 7, o p-valor foi significativo para as variáveis:

“Idade”

Pode-se entender que quanto maior a idade, melhor é o sentimento em relação a vida financeira, o que significa que a geração Y tende a ter uma melhor aceitação e sentimentos mais positivos do que a geração Z, o que também foi encontrado nas ponderações da seção de qualidade de vida.

“Sabia que países desenvolvidos, a Educação Financeira é obrigatória?”

As pessoas que mais se sentem bem em relação à vida financeira têm menos conhecimento sobre a disciplina de Educação financeira obrigatória em países desenvolvidos. As duas gerações obtiveram a mesma porcentagem, 53,3% que sabiam que era obrigatório, contra 46,7% que não sabiam. Por conta de as duas gerações terem a mesma porcentagem considera-se que as duas gerações se sentem bem.

“Sabe a taxa de juros?”

Pode-se entender que quanto mais se sabe sobre a taxa de juros cobrada pelas instituições financeiras, melhor a pessoas se sentirá em relação a sua vida financeira. O que também é ponderado na seção de Uso do Cartão de Crédito, o que significa que a geração Y tendo a se sentir melhor com a sua vida financeira visto que conhece mais sobre as taxas cobradas.

“Conhece a Taxa de Pagamento Mínimo. 1(sim)”

Entende-se que quanto mais se sabe sobre a taxa de pagamento mínimo cobrada pelas instituições, melhor é o sentimento em relação a sua vida financeira. O que também é ponderado na seção de Uso de Cartão de Crédito, significando que a geração Y se sente melhor em relação à vida financeira, pois tem um conhecimento maior da taxa de juros por pagamento mínimo em relação a geração Z.

“Dívida com CD e outras? 1(não)”

Entende-se que quanto menos dívida possui, melhor se sente em relação à sua vida financeira. Nas ponderações da seção de endividamento, é possível ver que em relação à renda,

---

a geração Y obteve melhores resultados, mas a geração Z possui menos dívidas que a geração Y, ou seja, a geração Z se sente melhor em relação à vida financeira, pois possuem menos dívidas que a geração Y.

#### “Acertos Questões Matemática”

Entende-se que quanto menos acertos tiveram, melhor é o sentimento em relação a sua vida financeira. Com base nos resultados obtidos na seção de conhecimentos matemáticos, é possível ver que a geração Y teve um melhor aproveitamento nas respostas, tendo um maior índice de acertos do que erros se comparado a geração Z. Na análise por regressão, obtivemos que quanto menor os acertos, melhores os sentimentos de bem estar, o que significa que a geração Z se sente melhor com a sua vida financeira em relação a geração Y.

## 5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de entender qual o impacto das variáveis relacionadas ao uso do cartão de crédito no bem estar em relação ao sentimento sobre a vida financeira da geração Z na cidade de Manhuaçu. Também buscou compreender se o uso indevido do cartão de crédito pode interferir na qualidade de vida das pessoas da geração Z, há diferenças nos impactos na vida financeira e pessoal da geração Z em comparação com a geração Y; e se o nível de instrução acadêmica corrobora para o endividamento precoce.

O objetivo foi cumprido visto que, de acordo com os dados obtidos na análise geral, a Hipótese H1 foi confirmada, ou seja, o endividamento pode gerar sentimentos que acarretam perdas na qualidade de vida dos jovens da geração Z.

A análise sugere que o sentimento em relação à vida financeira melhora com a idade, sendo a geração Y mais confiante e positiva em comparação à geração Z, especialmente devido ao maior conhecimento sobre taxas de juros e de pagamento mínimo cobradas por instituições financeiras. Esses fatores contribuem para um melhor manejo do uso de crédito e maior percepção de controle financeiro entre os integrantes da geração Y. Além disso, ambas as gerações apresentam a mesma conscientização (53,3%) sobre a obrigatoriedade da Educação Financeira em países desenvolvidos, o que reforça a paridade entre elas nesse aspecto.

Por outro lado, outros fatores indicam um panorama distinto. A geração Z, apesar de menos informada sobre aspectos financeiros, sente-se melhor em relação à vida financeira, possivelmente devido a um nível menor de endividamento em comparação à geração Y. Surpreendentemente, a análise mostra que indivíduos com menor desempenho em conhecimentos matemáticos também relatam maior bem-estar financeiro, o que se reflete nos

---

resultados da geração Z. Assim, enquanto a geração Y demonstra maior conhecimento e controle financeiro, a geração Z parece experimentar maior satisfação com sua condição financeira, apesar de possuir menos experiência e compreensão sobre finanças.

Quando relacionados os construtos de Educação Financeira com planejamento financeiro, observa-se que ambas as gerações tiveram acesso à matéria de matemática financeira e a similares e ambas não tiveram acesso à educação financeira na escola visto que ainda não é uma disciplina obrigatória na grade escolar, com essa informação é possível ver a geração Z com mais acesso à informação e à tecnologia, tendo, assim, mais facilidade para utilizar ferramentas digitais. É possível concluir que a falta do ensino da Educação Financeira contribui para a possibilidade de um endividamento, pois, mesmo tendo boa parte da amostra sem dívidas, ocorreu uma porcentagem que tinha dívidas em cartão de crédito e também em empréstimo estudantil. Apesar de a maior parte dos respondentes ter dito que não possui dívidas, acredita-se que ocorreu imparcialidade sobre as respostas por conta de algum receio por parte dos respondentes em relação à intimidade, mesmo com a pesquisa sendo 100% segura e sem possibilidade de identificar os respondentes por suas respostas.

Com base na análise de resultados, quando correlacionados os construtos de Educação Financeira, Planejamento Financeiro e Conhecimentos Matemáticos, é possível verificar que o ensino da educação financeira nas escolas e o uso de ferramentas que estão disponíveis, além de auxiliar nas tomadas de decisões financeiras, melhora o pensamento crítico frente aos gastos e planejamento a longo prazo, transforma as pessoas em cidadãos melhores, auxiliando para que possam exercer a cidadania, como afirmam Silva e Santos (2016).

Quando relacionados os construtos de Uso do cartão de crédito com o endividamento, é possível ver que a geração Y possui bem mais conhecimento sobre as taxas do cartão de crédito, o que deixa a mesma com uma certa vantagem sobre a geração Z, no quesito bem estar, visto que, na regressão, quem possui mais conhecimento a respeito das taxas tem um melhor sentimento em relação à vida financeira. Quando relacionados os construtos de Endividamento com Qualidade de Vida, pode-se observar que grande parte das duas gerações não possui dívidas expressivas, principalmente a geração Z, que mesmo não possuindo tantas dívidas e conseguindo poupar em alguns momentos ainda sente mais tristeza, desânimo e estresse ao pensarem em uma possibilidade de endividamento.

Diante do que foi exposto, espera-se com este estudo que os impactos que a geração Z sofre na perda da qualidade de vida pela falta de conhecimento e também do ensino, venha ajudar as pessoas a se conscientizarem da importância que o estudo financeiro, aliado ao planejamento de seus gastos, seja de forma pessoal ou profissional, tem na tomada de decisão

---

financeira, na forma como nos posicionamos, sentimentos e que nos acarretam em meio a um cenário de possível endividamento.

As limitações deste estudo foram a quantidade da amostra das gerações, o que nos proporcionou somente uma visão limitada das gerações Y e Z, bem como o tempo de pesquisa e captação de respostas, através do questionário estruturado, que acabou por diminuir o tempo de recebimento de resposta e a imparcialidade que pode ocorrer nas respostas sem chance de obtermos um nível de confiança mensurável. Para futuras pesquisas, recomenda-se a aplicação de mais testes matemáticos, com comparações entre mais gerações e a geração Y mais aprofundada, além estudos voltados para a educação financeira na vida das pessoas e para o aprofundado sobre a qualidade de vida, relacionada à qualidade financeira; além da aplicação do questionário para uma amostra maior e a verificação dos vieses que afetam a tomada de decisões relacionada aos gastos.

## REFERÊNCIAS

ANTUNES, Rafael Rodrigues. **A importância do acompanhamento psicológico nas atividades de campo para o cadete do 1ª ano do curso básico da AMAN**. Curso de Ciências Militares, Aman, Resende, 2017.

ARAÚJO, F. de A. L; SOUZA, M, A. P. **Educação Financeira para um Brasil Sustentável Evidências da necessidade de atuação do Banco Central do Brasil em educação financeira para o cumprimento de sua missão**. 2012. Disponível em: <<https://ideas.repec.org/p/bcb/wpaper/280.html>>.

ARAÚJO, F. C; CALIFE, F. E. **A história não contada da Educação Financeira no Brasil**. ROQUE, JRR Otimização na recuperação de ativos financeiros, p. 1-11, 2014. Disponível em :< <https://www.boavistaservicos.com.br/wp-content/uploads/2014/08/A-hist%C3%B3ria-n%C3%A3o-contada-da-educa%C3%A7%C3%A3o-financeira-no-Brasil.pdf>>. Acessado em 22/11/2021.

BACEN- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Caderno de Educação Financeira – Gestão de Finanças Pessoais**. Brasília: BCB,72p, 2013.

BASSIOUNI, D. H.; HACKLEY, C. *Generation Z children's adaptation to digital consumer culture: A critical literature review*. *Journal of Customer Behaviour*, v. 3, n. 2, p. 113-133, 2014. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/265390475\\_'Generation\\_Z'\\_children's\\_adaptation\\_to\\_digital\\_consumer\\_culture\\_A\\_critical\\_literature\\_review](https://www.researchgate.net/publication/265390475_'Generation_Z'_children's_adaptation_to_digital_consumer_culture_A_critical_literature_review)>.

Bernardo Lima. **Estado de Minas (2021).80% dos brasileiros já tiveram alterações de humos preocupados com a dívida**. Disponível em: <[https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2021/11/13/internas\\_economia,1322572/80-dos-brasileiros-ja-tiveram-alteracoes-de-humor-preocupados-com-dividas.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2021/11/13/internas_economia,1322572/80-dos-brasileiros-ja-tiveram-alteracoes-de-humor-preocupados-com-dividas.shtml)>.

---

BORGES, P. R. S; **A influência da educação financeira pessoal nas decisões econômicas dos indivíduos**, Universidade Estadual do Paraná, Apucarana, 2013. Disponível em:< [http://www.fecilcam.br/nupem/anais\\_viii\\_epct/PDF/TRABALHOS-COMPLETO/Anais-CSA/ECONOMICAS/04-Pborgestrabalhocompleto.pdf](http://www.fecilcam.br/nupem/anais_viii_epct/PDF/TRABALHOS-COMPLETO/Anais-CSA/ECONOMICAS/04-Pborgestrabalhocompleto.pdf)>.

BERTONCELLO, S.T.; CRESCITELLI, E. **O Comportamento do Jovem Consumidor Mediante as Diversas Alternativas da Mídia**. Revista PMKT, v.3, São Paulo, set., 2009, p 8-19. Disponível em: < <https://repositorio.usp.br/item/001784689> >Acesso em: 02. maio. 2021.

BERTUCCI, J.L.de O. **Metodologia básica para elaboração de trabalhos de conclusão de cursos**. São Paulo: Atlas, 2009. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/279514535\\_Metodologia\\_Basica\\_para\\_Elaboracao\\_d\\_e\\_Trabalhos\\_de\\_Conclusao\\_de\\_Curso\\_TCC](https://www.researchgate.net/publication/279514535_Metodologia_Basica_para_Elaboracao_d_e_Trabalhos_de_Conclusao_de_Curso_TCC).

BRITO, L. da S; BAPTISTA, J. A; SILVA, S. R da; HENRIQUE, M. R. **A importância da educação financeira nos contextos acadêmico e profissional: um levantamento de dados com alunos universitários**. IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. 2012. Disponível em < <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/49616595.pdf>>.

CARVALHO. H. A; SOUZA, F.G.P; FUENTES.V.L.P. **Representação Social do endividamento Individual**. Revista pensamento contemporâneo em administração. V11, pp 110-115. Niterói, 2017. Disponível em: < <http://www.spell.org.br/documentos/ver/45029/representacao-social-do-endividamento-ind>>.

CERETTA, S. B.; FROEMMING, L. M. **Geração Z: Compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente**. RAUnP - Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Potiguar, v. 3, n. 2, art. 2, p. 15-24, 2011. Disponível em:< <https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/view/70>>.

CERVO, A. L; BERVIAN, P.A. **Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983. Disponível em:< <http://www.ijsn.es.gov.br/bibliotecaonline/Record/5728>>.

CLAUDINO, L. P.; NUNES, M. B.; SILVA, F. C. **Finanças Pessoais: um estudo de caso com servidores públicos**. In: XII SEMEAD – Seminários em Administração. São Paulo, 2009. Disponível em: < <http://sistema.semead.com.br/12semead/resultado/trabalhosPDF/724.pdf>>. Acesso em: 13 jun. 2021.

CHOU, E. Y.; BIDHAN L. P.; GALINSKY, A. D. **Economic insecurity Increases Physical Pain**. *Psychological Science*, vol. 27 (4), p -443-454; 2016. Disponível em:< <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0956797615625640>>.

D'AQUINO, C. **Educação Financeira: como educar seus filhos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

Daniela Frabasile, **Época. Entenda a teoria que deu a Richard Thaler o Nobel de Economia**. 2017. Disponível em: < <https://epocanegocios.globo.com/Economia/noticia/2017/10/entenda-teoria-que-deu-richard-thaler-o-nobel-de-economia.html>>. Acesso em: 25, set, 2021.



---

DANTE, L. R. **Didática da Resolução De Problemas De Matemática**. 12ª edição. São Paulo. Ática, 2000.

Diário do Comércio, (2021). **Compras no cartão cresceram 52%**. Disponível em: <<https://diariodocomercio.com.br/economia/compras-no-cartao-cresceram-52-no-brasil/>>. Acesso em: 24/11/2021

Dimas Soldi, Agência do Brasil. (2019). **Apenas 25% dos jovens de 18 a 30 anos fazem controle financeiro**. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-10/apenas-25-dos-jovens-de-18-30-anos-fazem-controle-financeiro>> Acesso em 24/11/2021

DWIVEDULA, R.; SINGH, P.; AZARAN, M. *Gen Z: Where are we now, and future pathways*. *Journal of Human Resource Management*, vol. 22, no. 2017, p. 28–40, 2019.

**Endividamento afeta 12% dos jovens de até 25 anos no Brasil, diz Serasa**. Jovem Pan, 2021. Disponível em : <<https://jovempan.com.br/programas/jornal-da-manha/endividamento-afeta-12-dos-jovens-de-ate-25-anos-no-brasil-diz-serasa.html>> Acesso em : 19. Setembro.2021.

FRANCO, T. C. **O jovem e o crédito: uma estratégia de endividamento precoce?** XV Seminário de Iniciação Científica da PUC- Rio, ago. 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: 05. jun. 2021.

FERNANDES, A. H. de S.; CANDIDO, J. G. **Educação financeira e nível do endividamento: relato de pesquisa entre os estudantes de uma instituição de ensino da cidade de São Paulo**, *Rev. Elet. Gestão e Serviços*. v.5, n.2, jul./dez. 2014. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistasims/index.php/REGS/article/view/4868>> Acesso em: 30. abr. 2021.

FLIPPIN, C. S. *Generation Z in the Workplace: New Book Offers a Practical Guide for Managing a New Era of Young Workers*. Disponível em: <https://candacesteelflippin.com/generation-z-in-the-workplace/>.2017.

GARBIN, E. M. **Cultur@s juvenis, identid@des e Internet: questões atuais**. *Revista Brasileira de Educação*, Rio de Janeiro, n. 23, p. 119-135, mai./ago. 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/gSfFcSpCcssjML8Wj9xq5dgj/?lang=pt> Acesso em: 25 set. 2021.

GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e SEAD/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRANJEIRO, C. F; SANTOS, F. DE A. **Estudo sobre a inadimplência de pessoas físicas no Brasil: o uso do cartão de crédito**. *Revista Liceu on-line*, 2016.

GROHMANN, M. Z.; BATTISTELLA, L. F.; RANDONS, D. L. **O consumo de status e sua relação com o materialismo: análise de antecedentes**. *Remark – Revista brasileira de marketing*, v. 11, n.3, 2012, p. 03 – 26. Disponível em:



---

<[http://revistabrasileiramarketing.org/ojs2.2.4/index.php/remark/article/viewFile/2292/pdf\\_80](http://revistabrasileiramarketing.org/ojs2.2.4/index.php/remark/article/viewFile/2292/pdf_80)> Acesso em: 23. maio. 2021.

HALFELD, M; TORRES, F de F. L. **Finanças comportamentais: a aplicações no contexto brasileiro**. Revista de administração de empresas, v. 41, n. 2, p. 64-71, 2001.

HAIR, J. R; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HERNÁNDEZ, M. I. S.; LÓPEZ, O. R. G.; MATEOS, M. B.; JIMÉNEZ, J. L. T. **Work-life Balance in great companies and pending issues for engaging new generations at work**. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, vol. 16, no. 24, p. 1–18, 2019.

KAHNEMAN, D; TVERSKI, A. **Prospect Theory: an analysis of decision under risk**. *Econometrica*, v. 47, n. 2, p. 263-291, Mar. 1979.

Kate Vitasek, Forbes-EUA. **Richard Thaler And The 'Human Factor' In Economics**. 2017. Disponível em: < <https://www.forbes.com/sites/katevitasek/2017/10/10/richard-thaler-and-the-human-factor-in-economics/?sh=6e9b113e1b56>> Acesso em: 25, set, 2021.

KELLER, K. L.; KOTLER, P. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: *Pearson Education* do Brasil, 2012.

IBGE. **Projeções da População Brasileira**. Disponível em: [//www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao](http://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao). Acesso em: 23 de junho de 2021.

IBM. **Despite Living a Digital Life, 98 Percent of Generation Z Still Shop In-Store**, 12 jan. 2017. Disponível em: <<https://www.03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/51397.wss>>. Acesso em: 02 jun. 2021.

**INADIMPLÊNCIA cresce entre os idosos, mas diminui entre os mais jovens, aponta SPC Brasil**. SPC Brasil, 2014. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/noticia/579> Inadimplenciapocresceentreosidososmasdiminuientreosmaisjovensapontaspccbrasil> Acesso em: 15. abr. 2021.

**INADIMPLENCIA. SERASA**, 2015. Disponível em: <<http://noticias.serasaexperian.com.br/pesquisadaserasaapontaquepara73dosconsumidoresituacaoeconomicapiorouem2015inadimplentesjasomam564milhoes/>> Acesso em: 18. ago. 2021.

IORGULESCU, M.C. **Generation Z and its perception of work**. *Cross-Cultural Management Journal*, vol. XVIII, no. 1, p. 47–54, 2016.

João José Oliveira, UOU São Paulo. **BC: número de cartões de crédito e de débito cresce e atinge 255 milhões. 2020**. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/09/01/bc-numero-de-cartoes-de-credito-e-de-debito-cresce-e-atinge-255-milhoes.htm>. Acesso em: 06/06/2021.

---

KOOIJ, D. T.; DE LANGE, A. H.; JANSEN, P. G.; KANFER, R.; DIKKERS, J. S. *Age and work-related motives: Results of a meta-analysis. Journal of Organizational Behavior*, v. 32, n. 2, p. 197-225, 2011.

Leandro Meireles, Consumidor Moderno. **Geração Z consome mais e tem mais dívida no cartão de crédito que os Millennials. 2020.** Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2020/02/17/geracao-z-consome-mais-millennials/>. Acesso em: 12/06/2021

LIDIJA, P. I.; KIRIL, P.; ILIEV, A. J.; SHOPOVA, M. M. *Establishing balance between professional and private life of generation Z. Research in Physical Education, Sport and Health*, vol. 6, no. 1, p. 3–9, 2017.

Ligia Souto, Radio Agencia Nacional RJ. **Mais de 66% das famílias estão endividadadas com cartão de crédito, 2021.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencianacional/economia/audio/2021-02/mais-de-66-das-familias-estao-endividadadas-com-cartao-de-credito>. Acesso em: 11/06/2021.

LIZOTE. S. A; VERDINELLI. M. A. **Educação Financeira: um Estudo das Associações entre o Conhecimento sobre Finanças Pessoais e as Características dos Estudantes Universitários do Curso de Ciências Contábeis.** XIV CONGRESSO DA USP controladoria e contabilidade. São Paulo, 2014.

LOUGHLIN, C.; BARLING, J. *Young worker's work values, attitudes, and behaviours. Journal of Occupational and Organizational Psychology*, v. 74, p. 543-558, 2001.

MCCRINDLE, M. *The ABC of XYZ: understanding the global generations.* Sydney: McCrindle Research Pty Ltd., 2014.

MESSIAS, J. F; DA SILVA, José U; SILVA, P. H. C. **Marketing, Crédito & Consumismo: Impactos sobre o endividamento precoce dos jovens Brasileiros.** Revista Eniac Pesquisa, v. 4, n. 1, p. 43-59, 2015.

OCDE (2005). *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness.* Disponível em <http://www.oecd.org/finance/financial-education/46193218.pdf>  
Pedroso, Júlio (2008). Literacia, condição de cidadania. In AAVV, Literacia em Português. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 113-117.

OZKAN, M.; SOLMAZ, B. *The Changing Face of the Employees – Generation Z and Their Perceptions of Work (A Study Applied to University Students).* *Procedia Economics and Finance*, vol. 26, no. 15, p. 476–483, 2015.

PERRONE, C. M; ENGELMAN. S; SANTOS. A. S; SOBROSA. G. M. R. **A percepção das organizações pela Geração Y.** Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria, v. 6, n. 3, p. 546-560, 2013.

PRIPORAS, C.V; STYLOS, N; ANESTIS, F. *Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. Computers in Human Behavior*, v. 77, p. 374-381, 2017.

---

RUIZ, J. A. **Metodologia científica**: Guia Para eficiência nos estudos. 5 e.d. São Paulo: Atlas, 2002.

SCHLOSSBERG, M. *Teen Generation Z is being called “millennials on steroids”, and that could be terrifying for retailers*. *Business Insider UK*, 11 fev. 2016. Disponível em: <<http://uk.businessinsider.com/millennials-vs-gen-z-2016-2>>. Acesso em: 02 jun. 2021.

SCHNEIDER, J. *How to market to the iGeneration*. *Harvard Business Review*, 06 mai. 2015. Disponível em: Acesso em: 26 ago. 2018.

SCHROTH, H. *Are you ready for gen Z in the workplace?* *California Management Review*, vol. 61, no. 3, p. 5–18, 2019.

SILVA, E.D. **Gestão em Finanças Pessoais: uma metodologia para se adquirir educação e saúde financeira**. Rio de Janeiro: Quatymark, 2004.

SILVA, P. R. **Psicologia do risco de crédito: análise da contribuição de variáveis psicológicas em modelos de credit scoring**. 2011. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

SILVA, W. M.; NAKAMURA, W.T.; MORAES, D.C. *Credit card risk behavior on college campuses: evidence from Brazil*. *Brazilian administration review*. v. 9, n. 3, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <[http://anpad.org.br/periodicos/content/frame\\_bas e.php revista=2](http://anpad.org.br/periodicos/content/frame_bas e.php revista=2)> Acesso em 23. ago. 2021.

SOUZA, F. T. G. **Os efeitos do estresse financeiro no ambiente de trabalho brasileiro**. 55 f. Curso de Economia e Finanças, (mpfe) - Escola de Economia de São Paulo, São Paulo, 2017.

TANG, F. *A critical review of research on the work-related attitudes of Generation Z in China*. *Social Psychology and Society*, vol. 10, no. 2, p. 19–28, 2019.

TEIXEIRA, E. F. **Jovem universitário e o Crédito**. *Conversas e controvérsia*, v.1, n.1, p. 57-78, 2010. Disponível em :<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/conversasecontroversias/article/view/6871>> Acesso em: 06. abr. 2021.

TEIXEIRA; L. A. A.; XAVIER, K. O. de A.; **Educação Financeira como um método de aprendizagem do uso do dinheiro para alunos do ensino médio de escola públicas**. UFF/CHS, 2018.

THALER, R. H.; SUNSTEIN, C. R. *Nudge – O Empurrão para a Escolha Certa: Aprimore Suas Decisões Sobre Saúde, Riqueza e Felicidade*. Tradução: Marcello Lino, Editora: Campus Elsevier, Edição: 1. (2008).

THALER, R. “*Mental Accounting and Consumer Choice*”, *Marketing Science*, vol. 4(3), pages 199-214. 1985.

TOLOTTI. M. **As armadilhas do consumo: acabe com o endividamento**. Rio de Janeiro. Elsevier, 4<sup>a</sup>, p120. 2007.

---

VELOSO, E. F. R; DUTRA, J. S.; NAKATA, L. E. **Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e baby boomers.** In: XXXII ENCONTRO DA ANPAD, set. 2008, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, set. 2008. p. 1-16.

VERGARA, S. C. **Relatório de pesquisa em administração.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

WANG, H. YF; IKEDA, A. A. **Análise do mercado de cartão de crédito brasileiro.** São Paulo–FEA/USP, 2004.

WILLIAMS, K; PAGE, R. **Marketing to the Generations.** Journal of Behavioral Studies in Business, v. 3, p. 37-52, 2011.

---

## APÊNDICE

### QUESTIONARIO: Uso do cartão de crédito na geração Z

Gênero:

- ☐ Masculino.    ☐ Feminino    ☐ prefiro não dizer

Idade: \_\_\_\_\_ anos (completos)

Estado Civil:

- ☐ Solteiro.    ☐ Casado (a)/ União estável.    ☐ Divorciado (a) /separado (a).    ☐ Viúvo (a).

Nível de Escolaridade:

- ☐ Ensino Fundamental Incompleto/ Completo.    ☐ Ensino Médio Incompleto/ Completo.  
☐ Ensino Superior Incompleto/ Completo.    ☐ Especializações (Pós graduação).

Com quem você reside e quais as suas responsabilidades financeiras?

- ☐ Moro com os meus pais ou parentes e ajudo a pagar algumas contas da casa.  
☐ Moro sozinho, arco com todas as minhas contas sozinho.  
☐ Moro sozinho e possuo ajuda dos meus pais ou parentes para pagar as contas.  
☐ Moro com companheiro(a), não tenho filho(s). Dividimos todas as contas  
☐ Moro com companheiro(a) e tenho filho(s). Meu companheiro paga todas contas.  
☐ Moro com companheiro(a) e tenho filho(s), tenho filho(s). Nos dividimos as contas mensais.

1ª) Atualmente está empregado ou possui renda fixa todo mês?

- [ ] Sim, estou empregado e possuo renda fixa mensal e pagos minhas contas.  
[ ] Sim, estou empregado, mas não possuo renda fixa mensal (salário varia de acordo com o mês).  
[ ] Não estou empregado, mas possuo renda fixa mensal (pensão, alugueis, bolsas de estudos).  
[ ] Não estou empregado e não possuo renda fixa mensal (possui ajuda dos familiares (pais) para os gastos mensais.

2ª) Qual a sua renda bruta mensal?

- [ ] Acima de R\$5000,00.  
[ ] De R\$2500,00 ate R\$ 5000,00.  
[ ] De R\$1000,00 ate R\$2500,00.  
[ ] Abaixo de R\$1000,00.

[ ] Recebo salário minimo

[ ] Não possuo renda.

3ª) Teve acesso a disciplina de Matemática Financeira na Escola/Faculdade?

- [ ] Sim, tive a materia de matematica financeira ao estudar.  
[ ] Não tive materia de matematica financeira em nenhum momento.

---

☐ Tive contato com conteúdos similares em uma outra disciplina no decorrer da vida acadêmica.

4ª) Você costuma utilizar recursos tecnológicos (planilhas eletrônicas, emuladores no celular/computador, calculadoras financeiras, etc.) para planejar os seus gastos mensais.

☐ Frequentemente uso esses recursos para conseguir ter uma visão melhor dos gastos.

☐ Algumas vezes utilizo essas ferramentas para ajudar no planejamento mensal

☐ Raramente utilizo essas ferramentas.

☐ Nunca usei essas ferramentas, não costumo controlar o que entra e sai mensalmente.

5ª) Você procura conhecer/pesquisar temas relacionado a educação financeira para melhorar o controle sobre a sua renda?

☐ Frequentemente procuro pesquisar as melhores maneiras para planejar meus gastos mensais.

☐ Algumas vezes procuro, mas não fico sempre por dentro do tema.

☐ Raramente pesquiso, não faço planejamento sobre a minha renda.

☐ Nunca procurei nada a respeito do tema e nem tive interesse.

6ª) Você acredita que a Matemática Financeira e a Educação Financeira são:

☐ A mesma coisa, não possui diferenças importantes, são utilizadas para o mesmo fim.

☐ Quase a mesma coisa, possuindo características que se complementam uma trata de formulas para calcular os juros e a outra ensina como se deve gastar.

☐ Muito diferentes, não possuem características semelhantes enquanto uma trata mais das emoções e ajuda a administração dos seus recursos a outra é o conhecimento técnico de formulas.

7ª) Você considera importante que o ensino da disciplina de Educação financeira seja obrigatório nas escolas?

☐ Sim, considero de extrema importância que seja ensinado as crianças/adolescentes sobre planejamento financeiro, para que assim venham a ser adultos ensinados.

☐ Não, considero importante que seja ensinado as crianças/adolescente pois as mesmas muitas vezes não possuem independência financeira

8ª) Você sabia que o ensino da Educação Financeira é ensinado às crianças e adolescentes em países desenvolvidos da Europa e América do Norte como por exemplo: Japão e Estados Unidos?

☐ Sim, tinha consciência deste ensino obrigatório nas escolas dos países mais desenvolvidos.

☐ Não, sabia que esses países tinham esses ensinamentos como obrigatório nas escolas.

9ª) Você possui algum Cartão de crédito ativo (que é utilizado mensalmente)?

☐ Sim, tenho 1 unidade ativa de cartão de crédito.

☐ Sim, tenho mais de 2 cartões ativos usados mensalmente.

☐ Não possuo cartões de crédito.

---

10ª) Você sabe o valor da taxa básica de juros cobrados no cartão de crédito em casos de atrasos de pagamentos da fatura?

☐ Sim, sei a porcentagem das taxas que são cobradas pelas instituições financeiras.

☐ Não tenho conhecimento das porcentagens da taxa de juros que são cobradas.

11ª) Você sabe quais são as tarifas que podem ser cobradas pelos cartões de crédito?

☐ Sim, tenho conhecimento das tarifas que podem ser cobradas pelas instituições financeiras.

☐ Não tenho conhecimento de quais tarifas que são cobradas pelas instituições.

12ª) Você utiliza o cartão de crédito para as suas compras mensais ou somente para compras esporádicas (que acontecem de vez em quando)?

☐ Utilizo o cartão para as compras fixas e variáveis mensais não parcelando nenhuma compra.

☐ Utilizo o cartão de crédito somente para comprar coisas supérfluas (exemplos: roupas, maquiagem, vídeo games, livros, cosméticos, sapatos).

☐ Utilizo o cartão de crédito para tudo, pagar contas de casa, fazer compras mensais e também as compras supérfluas mensais, utilizando o sistema de parcelamento.

☐ Não tenho cartão de crédito, então não o utilizo para minhas compras mensais.

13ª) Você qual o valor da taxa de juros que são cobradas ao se realizar o pagamento mínimo das faturas?

☐ Sim, sei como calcular o juros que vai ser pago na próxima fatura

☐ Não tenho conhecimento dos juros que serão cobradas

☐ Não sabia que existia a cobrança de juros na próxima fatura por conta do pagamento mínimo.

☐ Sei que existe um valor de juros a ser cobrado no pagamento mínimo, mas não sei calcular a porcentagem

14ª) Você conhece todos os benefícios e desvantagens do uso do cartão de crédito?

☐ Conheço mais as vantagens do que as desvantagens ao usar o cartão de crédito.

☐ Entendo quais são as vantagens que eu tenho e também conheço os deveres (desvantagens) quando uso o cartão de crédito e procuro sempre me atualizar com a instituição financeira do cartão.

☐ Não possuo muito conhecimentos das vantagens e nem das desvantagens, somente utilizo o cartão pagando as faturas as vezes no pagamento mínimo e de vez em quando pago o valor total.

15ª) Você possui contas em atrasos com instituições financeiras?

☐ Sim, contas em atraso no cartão de crédito (parcelamento grandes, pagamentos de faturas mínimas, atrasos de pagamentos com juros).

☐ Sim, contas em atraso com financiamentos de carro e móveis.

☐ Não possuo dívidas, pago todas as contas no final do mês.

☐ Sim, possuo contas em atraso no crediário de lojas de roupas e sapatos.

☐ Sim, possuo contas em atraso do empréstimo/empréstimo estudantil.

☐ Não possuo dívidas, pois não tenho renda fixa mensal.

16ª) Qual a situação geral somando todas as suas dívidas/pendências em relação a sua renda.



- 
- ☐ Não tenho dívidas
  - ☐ Minha renda é menor do que as dívidas que possuo.
  - ☐ A minha renda é maior que as minhas dívidas.
  - ☐ As minhas dívidas estão controladas, consigo pagá-las a qualquer momento mas as parcelo

17ª) Quanto você consegue poupar mensalmente?

- ☐ Consigo poupar 20% até 40% do valor do salário todo mês.
- ☐ Não consigo poupar nada, utilizo minha renda em sua totalidade todo mês
- ☐ Só poupo quando recebo um dinheiro extra no final do mês.
- ☐ Poupo meu salário inteiro, recebo custeio financeiro dos meus pais.
- ☐ Não poupo nada, pois não possuo renda fixa mensal.

18ª) Como você planeja seus gastos mensais?

- ☐ Não planejo, gasto até o salário acabar.
- ☐ Pagos as contas fixas primeiro e depois gasto o restante enquanto tiver dinheiro, anotando algumas contas essenciais em uma planilha/agenda.
- ☐ Gasto enquanto tenho limite no cartão de crédito
- ☐ Defino prioridades para gastar, como contas fixas e depois as variáveis, anoto todos os gastos mensais em uma planilha ou um caderno.
- ☐ Separo os gastos em contas separadas, como por exemplo: “Valor para fast food”, “Valor para comprar bebidas”.
- ☐ Não planejo pois não possuo renda mensal para planejar os gastos (recebo ajuda dos meus pais).

19ª) Como você avalia sua vida financeira? Você está preocupado com sua vida financeira?

- ☐ Muito ruim, e estou preocupado, procuro tentar sair dessa situação.
- ☐ Muito boa, consigo controlar meus gastos mas fico preocupada com o que vou gastar.
- ☐ Ruim e não me preocupo muito com os gastos
- ☐ Nem ruim nem boa, me preocupo com os gastos que tenho mas não consigo poupar para o mês seguinte, poderia ser melhor.

20ª) Você sente algo quando pensa em seus gastos mensais no cartão de crédito?

- ☐ Fico estressado ao pensar nas minhas contas e trabalho pensando em como vou pagá-las, acabando por me prejudicar em algumas atividades que poderiam ter melhores resultados.
- ☐ Ao pensar nas minhas contas fico um pouco apreensivo e acabo consumindo mais bebidas alcoólicas para desestressar e como mais comida de fast food.
- ☐ Não costumo ficar estressado nem apreensivo com meus gastos, controlo tudo que gasto e sempre sobra dinheiro no final do mês para guardar e investir
- ☐ Fico triste e desanimado, pois não sobra dinheiro para quase nada depois que pago minhas contas e já tenho que pensar nas contas dos próximos meses.

21ª) Uma pessoa precisa de R\$ 1.000,00 para pagar uma despesa imprevista. Para pagar essa despesa, fez um empréstimo com seu irmão, que lhe cobrará 15% de juros por mês que essa

---

pessoa demora para lhe pagar, sendo o valor dos juros sendo cobrado sobre os R\$1.000,00 iniciais. Responda:

- a) Qual o valor cobrado a cada mês que a pessoa demora para devolver o dinheiro ao irmão?
- b) Qual o valor total a ser pago no final de três meses para pagamento da dívida com o irmão?