



EDUCAÇÃO FINANCEIRA, ACESSO AO CRÉDITO E O ENDIVIDAMENTO DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS DA FACULDADE DE CIÊNCIAS GERENCIAIS DE MANHUAÇU (MG)

**Mariana Félix Ferreira¹, Antonny Matheus Moura Silva², Daiana Mara de Oliveira³,
Magno Gonçalves Dutra⁴, José Carlos de Souza⁵, Lílian Beatriz Ferreira Longo⁶,
Reginaldo Adriano de Souza⁷**

¹ Graduando em Administração, Facig, marianafacig@gmail.com

² Graduando em Ciências Contábeis, Facig, antonny@planocont.com.br

³ Graduando em Administração, Facig, daianaolidm@gmail.com

⁴ Graduando em Administração, Facig, magnogoncalvesdutra@gmail.com

⁵ Mestre em Administração, Facig, jcarlos.cel@uol.com.br

⁶ Especialista em Administração, Facig, lilianfacig@hotmail.com

⁷ Mestre em Administração, Facig, reginaldoberbert@hotmail.com

Resumo- Esta pesquisa teve como objetivo descrever o perfil financeiro dos estudantes do curso de Administração da Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu - FACIG, e ainda verificar o conhecimento dos mesmos em relação ao conhecimento sobre educação financeira, acesso ao crédito e endividamento. Para isso, foi realizado um estudo de caso com caráter descritivo, pesquisa participante e uma abordagem quantitativa. Como instrumento de coleta de dados, utilizou-se o questionário, aplicado a uma amostra probabilística por acessibilidade. Os resultados apontaram que os estudantes pesquisados, possuem conhecimento sobre educação financeira, não perceberam uma maior facilidade de acesso ao crédito após ingressar na faculdade e a maioria não se encontra endividada, embora tenham contas a vencer. Observa-se deste modo que os estudantes planejam suas compras, mas possuem dívidas e estas são em maior parte com o cartão de crédito.

Palavras-chave: Estudantes, crédito, Educação financeira, endividamento.

Área do Conhecimento: Administração Financeira

INTRODUÇÃO

O consumo e as facilidades de crédito são temas em destaque nos últimos anos. No Brasil, como consequência do aumento de consumo há um alto número de inadimplência no país, cerca de 56,4 milhões de brasileiros estão nessa situação segundo o Serasa (2015). Grande parte desta inadimplência encontra-se entre o público jovem e as dívidas com cartão de crédito e bancos se mostram mais evidentes, apesar de não ser uma população totalmente ativa economicamente (SPC, 2014).

Diante deste cenário, este estudo tem como objetivo descrever o perfil financeiro dos estudantes do curso de Administração da Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu - FACIG, e ainda verificar o conhecimento dos mesmos em relação ao conhecimento sobre educação financeira, acesso ao crédito e endividamento.

De acordo com Fernandes e Candido (2014), o jovem brasileiro não tem uma base educacional financeira e as escolas não oferecem nenhum tipo de ensinamento aprofundado, ressaltando a

necessidade de um conhecimento adequado diante de um mercado de opções financeiras impulsionado após a criação do plano real. Os autores alertam também para a série de gastos com juros e taxas desnecessárias.

Além de problemas para o indivíduo, a inadimplência gera vários transtornos para as empresas. Desta forma, entender se a facilidade de acesso ao crédito tem influenciado o endividamento dos jovens universitários também se faz relevante para este estudo, já que o estilo de vida de cada um é o que influencia suas decisões financeiras (KOTLER; KELLER, 2006).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O endividamento da população brasileira atinge taxas expressivas. Em 2011, este número chegava aos 715,19 bilhões de reais. Já os dados mais recentes indicam que em março de 2015 o endividamento das famílias brasileiras estava em 59,6%. Destas, 17,9% não conseguiriam pagar as dívidas, que em sua maioria, estão associadas ao uso do cartão de crédito, representando 73,4% (CNC, 2011).

Para Grohmann *et.al* (2013), os jovens são consumistas natos e sentem prazer ao realizarem as compras. Diante disso, para satisfazerem estas necessidades, já que não correspondem à maior parcela economicamente ativa no país (IBGE, 2015), iniciam um processo de endividamento.

Ribeiro *et.al* (2009), alerta que os problemas do endividamento não afetam somente as pessoas e seus familiares, mas influem também na economia, visto que a incapacidade de pagamento dos compromissos financeiros interfere nos volumes de créditos e por consequência o crescimento econômico.

Outro fator que auxilia no endividamento é a facilidade de acesso ao crédito. De acordo com Teixeira (2010), ao ingressarem no ensino superior, os jovens passam a ser alvo das instituições financeiras que oferecem uma série de benefícios para este público de interesse, como cartão de crédito, cheque universitário, financiamento de veículos e descontos em serviços e tarifas com preços diferenciados. Além disso, os estudantes universitários estão em um momento de suas vidas onde têm a responsabilidade de crescer e devem tomar decisões que irão definir os aspectos financeiros da sua vida e ter consequências para seu futuro bem-estar e segurança. (SILVA; NAKAMURA; MORAES, 2012).

As propagandas que são veiculadas através das redes sociais e *sites* que em geral atingem um público que é composto por um grande número de jovens, também influenciam a compra sem necessidade utilitária e em consequência, o endividamento (SILVA, ROAZZI; SOUZA, 2011). As propagandas também reforçam uma semelhança no consumo de jovens e adolescentes, uma vez que há uma influência global da mídia para este público (CERETTA; FROEMMING, 2011).

O endividamento está associado também à influência dos grupos aos quais estes jovens pertencem, uma vez que os mesmos buscam manter o *status*, ou seja, a necessidade de satisfazer os desejos de consumo dentro dos grupos pertencentes independente da classe econômica em que estão inseridos (BERTONCELLO; CRESCITELLI, 2009). Kotler e Keller (2006), afirmam que o grupo em que a pessoa pertence, idade, ocupação, personalidade, seu estilo de vida, é o que influencia nas suas decisões financeiras.

Para Vieira, Flores e Campara (2014), os aspectos da cultura e demografia são determinantes para decidir a forma de administrar os recursos financeiros, além de fator como estado civil, religião e grau de escolaridade, como pode ser observado no Quadro 1:

Aspectos/ Variáveis	Relação Esperada	Referências
Escolaridade	Quanto menor o grau de escolaridade do indivíduo maior é sua tendência de assumir dívidas	Ponchio, 2006. Gathergood, 2012. Keese, 2012.
Idade	Pessoas mais velhas apresentam menor probabilidade de assumir dívidas. Os chefes de família com idade superior a 45 anos são mais propensos a encargos maiores, ou seja, dívidas maiores.	Sevim; Temisel; Soyilir, 2012. Worthy; Jonkman; Bilinn-Pike, 2010. Keese, 2010.
Religião	Indivíduos sem religião apresentam atitudes positivas em relação ao débito.	Davies; Lea, 1995.
Estado Civil	Os indivíduos solteiros são os que apresentam maiores níveis de sobre-endividamento.	Silva; Nakamura; Moraes, 2012.
Renda	O endividamento é superior em famílias com menor nível de renda	Zerrener, 2007; Bricker ; Kennickell, 2012; Allwood <i>et al.</i> , 2010.
Ocupação	Indivíduos empregados apresentam maior probabilidade de endividar-se.	Keese, 2012. Chien; Davaney, 2001. Bael; Hong, 2004.

Quadro 1: Fatores que influenciam o endividamento (*)

(*) Quadro elaborado por Flores e Campara (2014).

A educação financeira de acordo com Fernandes e Candido (2014), é um dos fatores que podem reverter os casos de aumento do endividamento. Entretanto, os autores observam que ao analisar a grade escolar da educação básica há uma ausência de matérias direcionadas à educação financeira.

A necessidade da Educação Financeira para os jovens Brasileiros

Para Pinheiro (2008), a educação financeira é a habilidade que cada indivíduo tem de fazer as escolhas certas ao administrar seus recursos financeiros durante a sua vida. Além disso, quando devidamente instruídos tornam-se aptos para lidar com as mais imprevisíveis, questões financeiras do dia a dia, além de solucionar situações adversas em sua vida e na de seus familiares. De acordo com pesquisas do Indicador de educação financeira do Serasa, IndEF (2014), a educação financeira e o grau de escolaridade são diretamente proporcionais. Desta forma, entende-se que o indivíduo que está cursando ensino superior tenha maior instrução sobre finanças em comparação a estudantes ingressantes no ensino médio e ainda que

usuários de serviços bancários, como cartão de crédito, conta corrente tendem a ter um maior índice de educação financeira. O fator idade também influencia no nível de conhecimento financeiro de um indivíduo, quanto maior a faixa etária maior o nível de conhecimento sobre o assunto.

Entretanto, nota-se que atualmente, a maioria dos jovens tem acesso ao cartão de crédito antes de concluir o ensino médio e, apesar disso, nunca tiveram aulas sobre dinheiro e a maneira de investi-lo, e nem compreendem o impacto das taxas de juros composto sobre as dívidas com o cartão (KIYOSOKI & LECHTER, 2000). Franco (2007), afirma que as instituições financeiras têm facilitado o acesso para o público jovem ter o tão sonhado cartão de crédito e/ou cheque especial, que os possibilita uma maior facilidade de crédito para compras sem nenhuma restrição.

De acordo com o INEP (2014), a população de jovens que ingressaram na universidade em 2013, foi de 76%. Para estes jovens, a facilidade de crédito, encontra-se no acesso à conta universitária, que além de cheques e empréstimos, fornece também o cartão de crédito.

Diante disso, Lucci *et al* (2014), ressaltam que em um mundo onde há inúmeros e diversos produtos financeiros como cheque especial, cartão de crédito, financiamentos e *leasing*¹, crédito direto ao consumidor, poupança e fundos de investimentos, cada vez mais cedo as pessoas estão tendo contato com algum tipo destes produtos. O que alarma, entretanto, de acordo com os autores, é o pouco, ou nenhum conhecimento sobre como utilizá-los corretamente. Entre as consequências estão a desorganização das contas domésticas e inclusão do nome em sistemas como SPC/ SERASA², além do sobrecarregamento sistemas públicos.

Nota-se, entretanto, que a falta de educação financeira nas escolas faz com que haja um despreparo ainda maior dos jovens que ao deixarem o ensino médio ingressam no mercado de trabalho e, ou, no ensino superior e passam a ser alvo das instituições financeiras. Antes mesmo de terem um emprego que garanta sua renda mensal, os jovens têm acesso a inúmeras formas de crédito o que colabora para aumento do

número de inadimplência. Isto se deve ao fato de que a maioria ainda mora com seus pais, pois preferem estudar primeiro para depois trabalhar (FRANCO, 2007).

Este fator, justifica os argumentos de Avard *et al* (2005), quando dizem que o ensino de nível médio não provê conhecimentos sobre finanças, sugerindo que as universidades pudessem suprir esta necessidade incluindo como parte integrante e obrigatória do programa geral de educação, um curso de finanças pessoais para todos os alunos.

Outra questão relevante seria o crescente ingresso dos jovens no ensino superior. A maioria dos ingressantes em instituições privadas opta, ou tem a opção, de fazer um financiamento do curso. Um exemplo de financiamento é o Fundo de Financiamento Estudantil (FIES) que é um programa mantido pelo Ministério da Educação. Quando há a necessidade de optar por um financiamento, o jovem estudante já ingressa na universidade com dívidas que serão pagas somente após a conclusão da faculdade (TEIXEIRA, 2010).

No Brasil as autoridades não desempenham a função de educar a sociedade de forma eficiente para a tomada de decisões no campo financeiro. Algumas organizações privadas como a bolsa de valores de São Paulo, BOVESPA, desenvolvem práticas para atenuar esse vazio e orientar os clientes e usuários dos seus produtos. Mas, essas ações essenciais são poucas na busca em mudar atual situação da população (SAVOIA, SAITO, SANTANA, 2007).

Conforme a Organização para a cooperação e desenvolvimento econômico, OCDE³ (2005), existe um grande incentivo pela elaboração de projetos sobre a educação financeira que está ativa não somente em países que compõe a OCDE, mas em outros países também. Para a execução desses projetos foram criados alguns princípios e recomendações para a prática da educação, a saber:

1. Necessidade da promoção de uma educação financeira de forma justa para desenvolver as competências financeiras das pessoas e não deve ser de interesse particular.
2. Serem adequados à realidade de cada país e deve abordar assuntos como, as características de um planejamento financeiro, endividamento, conceitos de matemática, economia, orientações sobre aposentadoria, com o intuito de auxiliar os indivíduos na hora de buscar os seus interesses ou direitos.
3. A educação financeira deve ser vista pelas autoridades de um país como uma forma

¹ É um contrato denominado na legislação brasileira como "arrendamento mercantil". As partes desse contrato são denominadas "arrendador" e "arrendatário", conforme sejam, de um lado, um banco ou sociedade de arrendamento mercantil e, de outro, o cliente.

² Serviço de Proteção ao Crédito

³ Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico

para o crescimento e estabilidade econômica.

4. Deve-se estimular o envolvimento das instituições financeiras em ações de educação financeira de forma que seja uma atividade integrante das práticas de relacionamento com o cliente, a fim de levá-lo a entender quais os impactos suas decisões podem gerar no âmbito financeiro.
5. O processo de educação financeira deve ser contínuo buscando acompanhar os avanços dos mercados e entender as informações que se fazem cada vez mais complexas.
6. Campanhas que estimulem a compreensão das pessoas em relação à necessidade de buscarem conhecimentos financeiros, riscos envolvidos nas decisões financeiras, devem ser veiculadas pela mídia.
7. Introdução da educação financeira nas grades curriculares da educação básica, tornando os indivíduos mais capacitados em relação a assuntos financeiros.
8. As informações disponibilizadas pelas instituições financeiras devem ser lidas e compreendidas pelos clientes e é responsabilidade destas certificar e incentivar isso.
9. O foco dos programas de educação financeira deve ter aspectos importantes do planejamento financeiro pessoal como aposentadoria, poupança, endividamento, contratação de produtos financeiros.
10. A finalidade destes programas é a construção de competências financeiras e deve se adequar a cada grupo específico sendo elaborado de forma personalizada.

A mesma organização relata que a única forma de um indivíduo aumentar suas habilidades financeiras é através do acesso a informações relacionadas aos assuntos financeiros (OCDE, 2005).

METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada com os jovens estudantes do curso de Administração da Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu. A faculdade foi fundada no ano de 2000 e inicialmente possuía somente o curso de Administração que teve sua primeira turma em 2002. O curso de Administração traz um conhecimento muito amplo aos alunos sobre as diversas áreas da gestão e segundo Silva (2007), os estudantes de administração provavelmente serão os futuros dirigentes de empresas e liderar

peçoas, gerir recursos e tempo, procurar melhores opções para o investimento de seus lucros. Logo, pesquisar sobre endividamento com os discentes do curso teve um valor maior do que se fosse realizada a pesquisa em outros cursos da faculdade.

Para este estudo, optou-se quanto aos fins, pela pesquisa descritiva que é caracterizada por Bertucci (2009, p. 50), como aquela que “busca estabelecer relações entre as variáveis analisadas e levantar hipóteses ou possibilidades para explicar estas relações”. Já Vergara (1998, p. 45) afirma que esta “expõe características de uma determinada população ou determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlação entre as variáveis e definir sua natureza”. Gil (2008), ressalta que a pesquisa descritiva procura estudar características de um determinado grupo.

Desta forma, buscou-se com este tipo de pesquisa, descrever o perfil dos estudantes de Administração da FACIG, a fim de verificar o posicionamento dos mesmos em relação a educação financeira, acesso ao crédito e endividamento.

Para a coleta de dados, foi realizada uma abordagem quantitativa, com emprego de estudo de caso, pesquisa de campo e aplicação de questionário.

Para Marconi e Lakatos (2009), no método quantitativo os pesquisadores têm amplas amostras de informações numéricas, mas há também a evidência da observação e valorização dos fenômenos. Quanto aos meios classificou-se esta pesquisa como estudo de caso que é caracterizado por um estudo de uma ou poucas unidades (VERGARA, 1998). De acordo com Yin (2005, p. 32) o estudo de caso é “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

Como meio de investigação foi utilizada uma pesquisa de campo que envolveu também uma pesquisa participante. A pesquisa de campo é caracterizada pela investigação empírica no local onde ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-los (VERGARA, 1998). Já a pesquisa participante é caracterizada pelo envolvimento do pesquisador no processo de pesquisa. Neste sentido, como os autores deste estudo, também fazem parte da amostra, buscou-se amparo nos argumentos de Vergara (1998), que relata que neste tipo de pesquisa, o pesquisador se torna parte inserida no problema ao qual esta se investigando e isso diminui as barreiras entre pesquisador/ pesquisado.

Como Instrumento de coleta de dados foi utilizado o questionário que tem a vantagem de poder ser aplicado a uma grande quantidade de

pessoas ao mesmo tempo, além de preservar a imagem do entrevistado (RUIZ, 2002).

A população a ser pesquisada se constituiu dos estudantes do curso de Administração da FACIG que é composto por 134 alunos. Para o cálculo da margem de erro e da amostra a ser pesquisada, este estudo amparou-se na fórmula indicada por Milone (2004, p.228), onde: N = Tamanho população; n = Tamanho da amostra; n_0 = 1ª aproximação do tamanho da amostra. Utilizou-se a taxa possível de erro de 10%, conforme cálculo abaixo:

$$n_0 = 1 \div e^2 = 1 \div 0,01 = 100$$

$$n = (134 \times 10) \div (134 + 100)$$

$$n = (134 \times 100) \div (134 + 100)$$

$$n = 13400/234$$

$$n = 57,26 \simeq 58$$

Desta forma, a amostra foi do tipo probabilística por acessibilidade, sendo constituída de 58 estudantes.

ANALISE DOS DADOS

A pesquisa foi realizada entre os dias 18 a 24 de junho de 2015. No dia 18 fez-se um pré-teste com 26 pessoas para verificar a efetividade das perguntas do questionário a ser aplicado.

A maior parte dos pesquisados exercem algum tipo de atividade remunerada, tem idade entre 18 a 23 anos, com 50% de pessoas do sexo feminino. A maioria é solteira e não possui filhos, ainda moram com os pais e possuem renda mensal entre R\$ 789,00 a R\$ 1576,00.

Ao se perguntar qual a frase mais adequada ao consumo dos pesquisados, percebe-se que 43% afirmam gastar igual sua renda mensal, 26% guardam um pouco do salário, 19% gastam menos do que ganham mensalmente e 12% gastam mais do que ganham, conforme demonstra o gráfico 1.

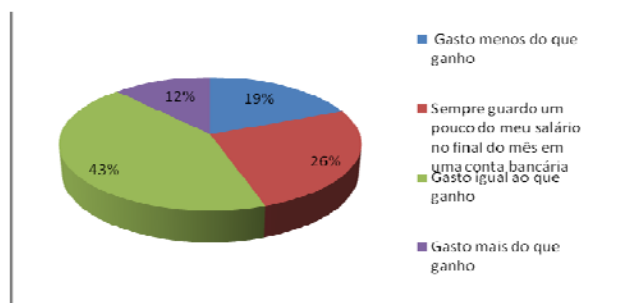


Gráfico 1: Gastos dos pesquisados em relação à renda.

Fonte: Dados da Pesquisa

Ao apresentar inúmeras formas de como se gastar dinheiro atualmente, identificou-se conforme o gráfico 2, as seguintes respostas: 20% das pessoas gastam com vestuário, 18% com alimentação, 17% com lazer, 15% com ensino,

10% com saúde, 9% com medicamentos, 9% com artigos de tecnologia e 2% têm outros gastos além dos que foram listados.

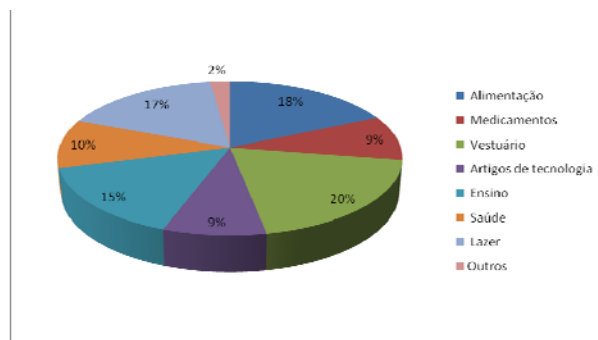


Gráfico 2: Relação dos principais objetos de gastos.

Fonte: Dados da Pesquisa

Na tentativa de descobrir o que os estudantes pensam ao efetuarem de fato uma compra, apresentou-se algumas alternativas, ilustradas pelo gráfico 4, das quais obteve-se os seguintes resultados: das pessoas pesquisadas 58% dizem que ao realizar uma compra pensam em satisfazer alguma necessidade, 40% em aproveitarem uma oportunidade e 2% em outras opções que não estão listadas, nenhum dos pesquisados realiza compras por *status* ou atender um apelo de marketing.

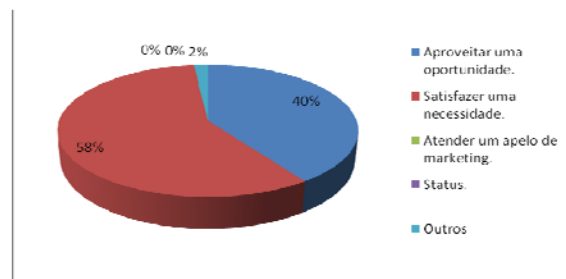


Gráfico 3: Motivos para realizar compra

Fonte: Dados da Pesquisa

Ao serem questionados sobre suas compras 49% dos estudantes alegaram comprar porque têm necessidades, 30% porque o produto está em promoção, 12% planejaram com antecedência, 3% têm o crédito pré-aprovado, 3% por estar o produto em liquidação e 3% optaram por outros, conforme gráfico a seguir.

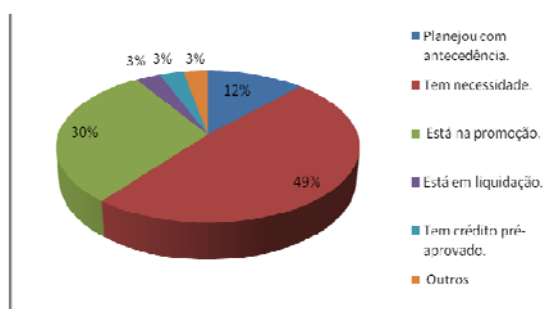


Gráfico 4: Planejamento das compras.
Fonte: Dados da Pesquisa

Quando questionados sobre a forma que utilizam para efetuar suas compras (GRAF. 5) 55% dos pesquisados afirmaram realizar compras com cartão de crédito, 26% relataram efetuar somente compras a vista, 8% disseram no crediário, 5% com cheque pré-datado.

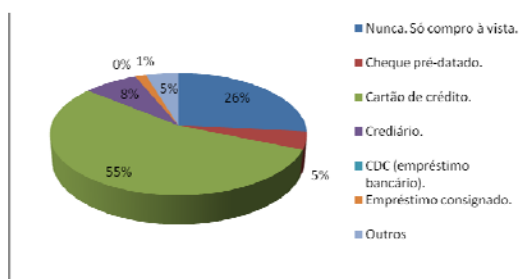


Gráfico 5: Formas de realizar suas compras
Fonte: Dados da Pesquisa

Buscando entender a percepção dos pesquisados sobre a observação das taxas de juros incidentes sobre suas compras a prazo, foi perguntado se ao realizarem compras a prazo eles observam este ponto. Diante disso, 74% responderam que sempre analisam as taxas de juros antes de efetuarem a compra, deixando de comprar caso essas taxas se apresentarem altas, 12% afirmaram olhar somente o valor final do produto, 7% observam, porém acabam realizando a compra mesmo se os juros forem muito altos e 7% dizem não analisarem. Os dados podem ser comprovados pelo gráfico 7.

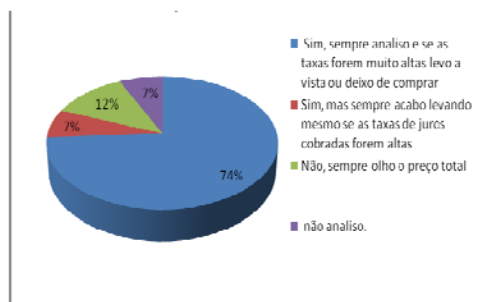


Gráfico 6: Compras a prazo, juros
Fonte: Dados da Pesquisa

Com o intuito de saber o percentual de endividamento com o financiamento estudantil, percebeu-se que 88% da amostra não possui nenhum financiamento, 4% têm 50%, 4% têm 75% de financiamento, 2% possuem 25% e 2% responderam ter 100% de financiamento (GRÁF. 7).

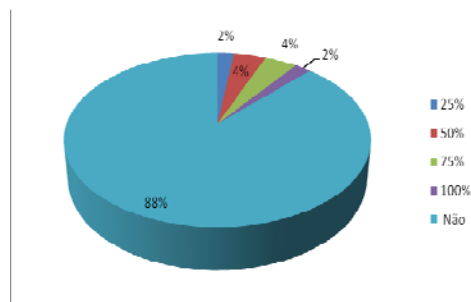


Gráfico 7: Utilização de financiamento estudantil
Fonte: Dados da Pesquisa

A fim de saber quantos dos pesquisados já fizeram algum curso sobre educação financeira obteve-se os seguintes resultados: 55% responderam que já fizeram algum curso relacionado à educação financeira e 45% ainda não participaram de nenhum curso.

Com relação à utilização de conta bancária por parte dos pesquisados, procurou-se descobrir se os universitários utilizam de fato alguma conta. Em caso positivo, buscou-se conhecer quais as contas mais utilizadas. Neste sentido 38% da amostra alegaram utilizar conta poupança, 34% conta corrente, 13% conta salário, 9% conta universitária, 4% conta conjunta e 2% utilizam outros tipos de conta, conforme gráfico 8.

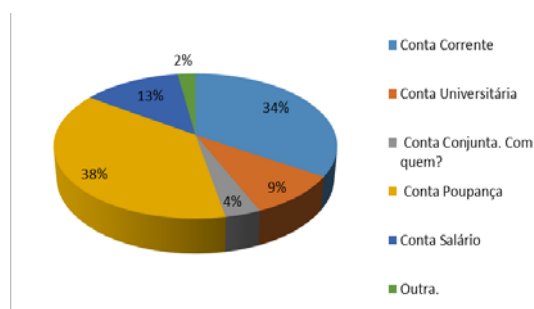


Gráfico 8: Tipos de conta bancária
Fonte: Dados da Pesquisa

O gráfico 9 aborda a questão da facilidade de crédito associada ao ingresso na universidade. Desta forma, 51% responderam que não obtiveram maior acesso ao crédito em virtude do ingresso na faculdade, 27% responderam que sim, mas que já possuíam conta bancária e cartão de crédito, 22% responderam que sim, pois após o ingresso no ensino superior abriram uma conta bancária e tiveram acesso a um cartão de crédito.

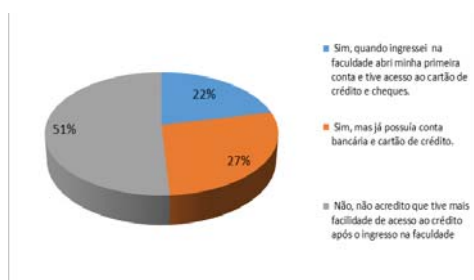


Gráfico 9: Acesso ao crédito
Fonte: Dados da Pesquisa

Através do gráfico 10, pode-se observar os resultados dos questionamentos sobre a utilização de alguns produtos financeiros como cartão de crédito, débito, crédito pessoal, cheques e carnês de lojas, entre outros.

Pode-se identificar que 46 pessoas afirmaram utilizar com muita frequência a opção de crédito consignado, 11 tem uma utilização mediana e 1 utiliza pouco.

Os cartões de crédito de lojas são os que mais são usados, 49 pessoas responderam que fazem uso frequente deste tipo de produto financeiro. 3 usam pouco, 2 usam com uma frequência média e 4 não responderam a questão.

O uso dos carnês de lojas também se mostrou bem alto, sendo que 44 componentes da amostra afirmaram usar com uma frequência alta, 7 faz uso média, 2 usam pouco e 2 nunca fizeram uso.

Os crediários também são usados pelo público pesquisado, 42 pessoas têm uma utilização alta, 3 usam moderadamente este serviço, 4 usam pouco e 2 nunca fazem uso.

40 pessoas usam o crédito pessoal frequentemente, 5 têm um uso médio, 6 usam pouco e 2 nunca usam.

O uso do cartão de débito também foi questionado, pode-se observar que dos pesquisados 27 pessoas têm um uso frequente deste produto, 10 fazem um uso moderado, 11 usam pouco e 6 nunca usam.

O cartão de crédito, sem ser aqueles concedidos por lojas, são usados frequentemente por 20 pessoas, 12 têm uma utilização média, 11 usam pouco e 12 nunca usam os cartões de crédito.

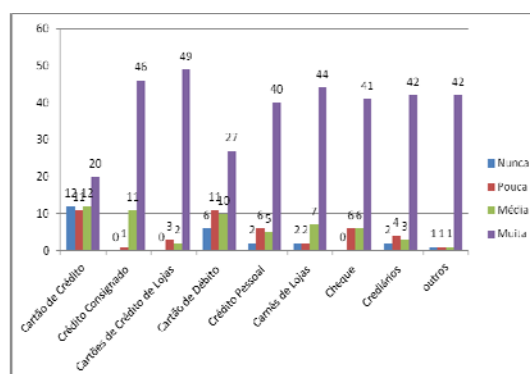


Gráfico 10: Frequência de utilização de produtos financeiros
Fonte: Dados da Pesquisa

Quando questionados se os universitários do curso de Administração da Faculdade de Ciências Gerenciais possuem algum tipo de dívida atualmente 62% responderam que sim.

Na tentativa de verificar quais os tipos de dívidas os pesquisados possuem atualmente, percebeu-se que 44% deles possuem dívidas com cartão de crédito, 17% crédito pessoal, 10% carnê de loja, 7% financiamento estudantil e cheques, 5% crédito consignado, 3% financiamento de carros e 2% com o cartão de débito (GRÁF. 11).

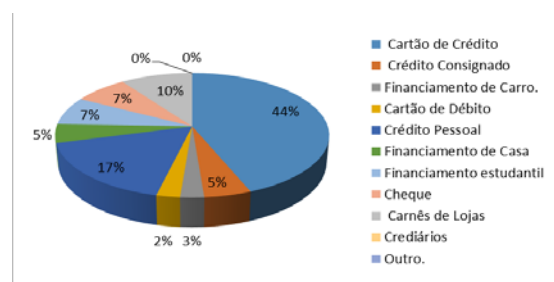


Gráfico 11: Tipos de endividamento dos pesquisados
Fonte: Dados da Pesquisa

Com o intuito de verificar se o pagamento dessas dívidas está em atraso, verificou-se que 79% dos universitários responderam que não, logo uma pequena parcela, os 21% restantes, estão inadimplentes.

Sobre os motivos que levam os universitários a não conseguirem pagar suas dívidas antes do vencimento, obteve-se as seguintes respostas como justificativa: 47% relacionam o atraso do pagamento a falta de planejamento, 23% por ausência de desconto a vista, 12% desemprego ou queda na renda, 6% má gestão do dinheiro, 6% alta taxas de juros, 6% acesso ao crédito.

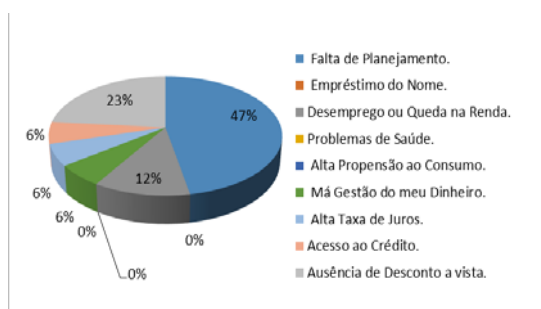


Gráfico 12: Motivos dos endividamentos
Fonte: Dados da Pesquisa

Entende-se que o público jovem estudante da Faculdade encontra-se em uma situação favorável ao endividamento, onde 62% dos pesquisados afirmaram ter algum tipo de dívida, o uso do cartão de crédito tem sido o maior fator para este endividamento.

Entre a amostra pesquisada, o cartão de crédito é o mais utilizado para compras e as maiores porcentagens dos endividamentos estão relacionadas ao seu uso. Analise-se também que a maior parte dos gastos é com vestuário.

Os pesquisados não reservam uma parte do salário, pois alegaram que sempre gastam igual ao que ganham. Os estudantes em sua maioria não têm nenhum tipo de financiamento estudantil. Um resultado interessante é que apesar de terem dívidas elas não estão em atraso. Verificou-se também que a conta bancária mais utilizada é a conta poupança e as compras mais realizadas são para satisfazer uma necessidade.

O público pesquisado se apresentou consciente quanto à educação financeira. A maioria dos estudantes alegou analisar as taxas de juros que são cobradas ao realizarem compras a prazo. Além disso, já fizeram algum curso e utilizaram algum aplicativo de gestão financeira.

Por fim, apesar de Teixeira (2010), dizer que ao ingressarem no ensino superior, os jovens passam a ser alvo das instituições financeiras que oferecem uma série de benefícios para este público de interesse, a maioria dos pesquisados não percebeu a facilidade de acesso ao crédito quando ingressaram na faculdade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos objetivos propostos, seguem as conclusões encontradas após a análise dos dados. Como a proposta inicial era conhecer o nível de educação financeira dos estudantes pesquisados, pode-se observar que os mesmos têm algum conhecimento sobre o assunto, pois 55% da amostra já fizeram algum curso relacionado à educação financeira, o que reforça os resultados da pesquisa do IndEF que ressalta a relação da escolaridade com o nível de educação

financeira, sendo que quanto maior o grau de instrução, maiores os conhecimentos sobre o assunto. Os estudantes também afirmaram analisar as taxas cobradas sobre os pagamentos a prazo, o que corrobora com a informação sobre os conhecimentos relacionados às finanças.

Outra proposta para o estudo era verificar se a facilidade de acesso ao crédito ao estudante universitário auxilia no processo do endividamento. A partir desta proposta, constatou-se que os estudantes pesquisados não perceberam uma facilidade maior de acesso ao crédito após o ingresso na faculdade. Este dado aponta uma distorção em relação aos argumentos de Teixeira (2010), que afirma haver um oferecimento de maiores facilidades de crédito pelas instituições financeiras aos jovens quando ingressar no ensino superior.

Ainda buscou-se analisar se o processo de compra destes estudantes é feito de forma utilitária ou apenas para manter-se atualizados no meio onde vivem, partindo do conceito proposto por Kotler e Keller (2006), de que o estilo de vida de cada um é o que influencia suas decisões financeiras, ou seja, os grupos que frequentam, idade, ocupação, personalidade. Como respostas as perguntas relacionadas a este tópico, os resultados mostram que os estudantes realizam suas compras para atender uma necessidade, além disso, os gastos com vestuário apresentaram maior porcentagem estabelecida na pesquisa. As compras a prazo foram apontadas pela maioria dos estudantes com a forma que realizam as suas compras, sendo o meio mais utilizado, o cartão de crédito. Descobriu-se também que todos utilizam algum tipo de conta bancária.

Neste contexto, conclui-se, portanto, que os pesquisados em sua maioria apresentam-se endividados e as dívidas com cartão de crédito são as que mais representam o endividamento deste público. Entretanto, apesar de estarem endividados, as dívidas não estão em atraso e os estudantes em sua maioria também alegam não possuírem financiamento estudantil, comprovando a importância da educação financeira para o controle pessoal das finanças.

Quando aplicado os questionários verificou-se certas limitações, pois alguns pesquisados tiveram algumas restrições na hora de responder os questionários, onde se fez necessário a aplicação de pré-teste, onde possibilitou a verificação das modificações a serem feitas no questionário a ser aplicado.

A partir dos dados coletados e da análise elaborado verifica-se que de fato se faz necessário uma atenção maior ao endividamento do público jovem, com implementação e incentivos por parte das autoridades responsáveis pela educação na busca pela implementação da educação financeira

nas grades escolares da educação básica, a fim de formar cidadãos mais conscientes e preparados para tomarem decisões que não venham comprometer sua integridade financeira, sabendo a forma correta de utilizar o seu dinheiro e controlar o seu orçamento. Além disso, sugere-se um aprofundamento maior sobre o tema em relação aos jovens universitários.

REFERÊNCIAS

ANNUAL report 2005, **Organization for economic cooperation and development, 2005**. Disponível em: <<http://www.oecd.org/about/34711139.pdf>> Acesso em: 29. abr. 2015.

AVARD, Stephen et al. The financial knowledge of College Freshmen. **College Student Journal**, Jun 2005. Disponível em: <<http://eric.ed.gov/?id=EJ714065>> Acesso em: 09. maio. 2015.

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: <http://www.revistapmkt.com.br/pt-br/volumesanteriores.aspx?udt_863_param_detail=113> Acesso em: 02. maio. 2015.

BERTUCCI, J.L.de O. **Metodologia básica para elaboração de trabalhos de conclusão de cursos**. São Paulo: Atlas, 2009.

CERETTA, S. B.; FROEMMING, L. M. Geração Z: Compreendendo os Hábitos de Consumo da Geração Emergente, A Revista Eletrônica do Mestrado em Administração da Universidade Potiguar- RAUnP, n.2, v. 3, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/view/70>> Acesso em: 14. maio. 2015.

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.puc-rio.br/pibic/relatorio_resumo2007/relatorios/dir/relatorio_thiago_franco.pdf> Acesso em: 05. jun. 2015.

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

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia científica**. 5. ed. 3. reimp. São Paulo: Atlas, 2009.

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/revistas-ims/index.php/REGS/article/view/4868>> Acesso em: 30. abr. 2015.

GROHMANN, M. Z.; BATTISTELLA, L. F.; RANDONS, D. L. O consume 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://revistabrasileiramarkeeting.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/viewFile/2292/pdf_80> Acesso em: 23. maio. 2015.

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-inadimplencia-cresce-entre-os-idosos-mas-diminui-entre-os-mais-jovens-aponta-spc-brasil>> Acesso em: 15. abr. 2015.

INADIMPLENCIA. SERASA, 2015. Disponível em: <<http://noticias.serasaexperian.com.br/pesquisa-da-serasa-aponta-que-para-73-dos-consumidores-a-situacao-economica-piorou-em-2015-inadimplentes-ja-somam-564-milhoes/>> Acesso em: 18. ago. 2015.

INDICADOR de Educação Financeira. SERASA, IBOPE, 2014. Disponível em: <<http://serasaconsumidor.com.br/indef/>> Acesso em 05. maio. 2015.

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing**, 12 e.d, São Paulo: Pearson, 2006.

KIYOSOKI, R.; LECHTER, S.L. **Pai rico, pai pobre**. O que os ricos ensinam a seus filhos sobre dinheiro. 57 ed, Campus Ensine, 2000, p. 197.

LUCCI, C. R.; ZERRENNER, S. A.; VERRONE, M. A. G.; SANTOS, S. C. dos. A influência da

educação financeira nas decisões de consumo e investimento dos indivíduos, **XVII SemeAd Seminários em Administração, FEA – USP**, Out. 2014. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/semead/9semead/resultado_semead/trabalhospdf/266.pdf> Acesso em: 09. maio. 2015.

MILONE, G. **Estatística Geral e Aplicada**. São Paulo: Thompson, 2004.

Ministério da Educação, INEP. **Resumo Técnico Censo da Educação Superior de 2012**. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/web/centso-da-educacao-superior/resumos-tecnicos>> Acessado em: 15. abr. 2015.

POPULAÇÃO economicamente ativa – PEA. IBGE, 2015. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/defaulttab_hist.shtm> Acesso em: 16. maio. 2015.

PESQUISA nacional endividamento e inadimplência do consumidor. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo - CNC. Mar. 2015. Disponível em: <<http://www.cnc.org.br/central-do-conhecimento/pesquisas/economia/pesquisa-nacional-de-endividamento-e-inadimplencia-do-c-4>> Acesso em: 28. abr. 2015.

PINHEIRO, R. P. **Educação financeira e previdenciária, a nova fronteira dos fundos de pensão**. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.previdencia.gov.br/arquivos/office/3_090420-113416-244.pdf> Acesso em: 03. maio. 2015.

RIBEIRO, C. do A.; VIEIRA, M. K.; SANTOS, J. H. de A.; TRINDADE, L. de L.; MALLMANN, E. I. **Finanças Pessoais: Análise dos Gastos e da Propensão Ao Endividamento em Estudantes de Administração, XII SEMEAD Empreendedorismo e inovação, FEA-USP**. Ago. 2009. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/semead/12semead/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=385> Acesso em: 20. maio. 2015.

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

SILVA, J. M. **Formação Socialmente Responsável: um Estudo sobre o Papel da Instituição de Ensino Superior na Construção de Cidadãos Comprometidos com a sociedade**. 2007. Tese (Doutorado em Administração) - Programa de pós-graduação em Administração da Faculdade de Administração, Contabilidade e Economia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <<file:///C:/Users/TERMINAL/Downloads/364-1339-2-PB.pdf>> Acesso em: 25. maio. 2015.

SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. de A. Paradigmas da educação financeira no Brasil, **Rev. Adm. Pública**. v.4, n.6, Rio de Janeiro, Nov./Dec. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-76122007000600006&script=sci_arttext> Acesso em: 09. maio. 2015

SILVA, M. A; ROAZZI, A. ; SOUZA, B. C. de. A influência da propaganda no processo de decisão de compra do adolescente brasileiro. **Periódicos eletrônicos em psicologia**. v. 5, n. 1, Juiz de Fora, 2011. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1982-12472011000100003&script=sci_arttext> Acessado em: 15. abr. 2015.

SILVA, W. M. da; 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_base.php?revista=2> Acesso em 23. ago. 2015.

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. 2015.

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

VIEIRA, K.M; FLORES, S. A. M.; CAMPARA, J. P. Propensão ao Endividamento no Município de Santa Maria (RS): verificando diferenças em variáveis demográficas e culturais. **Teoria e Prática em Administração**, v. 4 n. 2, 2014, p. 180-205. Disponível em: <<http://www.ccsa.ufpb.br/tpa/>> Acesso em: 30. abr. 2015.

Yin, R .K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.