



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL  
CAMPUS DO PANTANAL  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**



**JOÃO MARCOS DA LUZ CAPISTRANO**

**CONSUMO E ENDIVIDAMENTO DE JOVENS DA GERAÇÃO Z EM  
CORUMBÁ E LADÁRIO**

**CORUMBÁ-MS  
2022**

**BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**JOÃO MARCOS DA LUZ CAPISTRANO**

**CONSUMO E ENDIVIDAMENTO DE JOVENS DA GERAÇÃO Z EM  
CORUMBÁ E LADÁRIO**

Monografia apresentada ao curso de  
Administração da Universidade Federal de  
Mato Grosso do Sul, para obtenção do título de  
bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof<sup>ª</sup>. Dra. Caroline Gonçalves

**CORUMBÁ-MS  
2022**

**JOÃO MARCOS DA LUZ CAPISTRANO**

**CONSUMO E ENDIVIDAMENTO DE JOVENS DA GERAÇÃO Z EM  
CORUMBÁ E LADÁRIO**

Monografia do Curso em Administração, submetido à Banca Examinadora composta pelos Professores da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Graduado.

Aprovado em: 27 de janeiro de 2022.

---

Profª Dra. Caroline Gonçalves (Orientadora)

---

Prof. Dr. Fernando Thiago (Membro da Banca)

---

Profª. Dra. Joice Chiareto (Membro da Banca)

**CORUMBÁ – MS  
2022**

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho à minha amiga e irmã, Dúnia Safa (in memoriam), que ainda continua sendo minha fonte de inspiração e determinação.

Dedico também à minha avó e mãe, Sônia Iglézias, e ao meu tio e pai, Márcio Iglézias, que não mediram esforços para que eu chegasse até esta etapa da minha vida. Sem eles, este trabalho e muitos outros sonhos não se realizariam.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço aos meus amigos, por todo apoio que muito contribuíram para realização deste trabalho. Obrigado pelos conselhos e por se colocarem à disposição para me ajudar em momentos críticos.

Agradeço à minha professora Caroline Gonçalves por ter sido minha orientadora e ter desempenhado tal função com total dedicação. Obrigado pelas correções e ensinamentos que contribuíram para minha formação.

Agradeço ao meu namorado, por ter sempre me apoiado e incentivado, nunca deixando que eu desistisse. Obrigado pela paciência, pelos conselhos, pela ajuda em momentos de fraqueza e por ter sido peça chave para realização deste trabalho.

Agradeço imensamente a todos professores que passaram pela minha vida, que colaboraram com cada tijolinho na edificação de todo meu conhecimento.

Por fim, agradeço à UFMS e à Coordenação do Curso de Administração do CPAN, por todo suporte necessário que recebi ao longo dos anos.

## RESUMO

Esse estudo analisa o perfil de consumo dos jovens nascidos entre 1997 a 2003, da chamada “Geração Z”, visando identificar fatores de endividamento e inadimplência, particularmente nas cidades de Corumbá e Ladário/MS. Como objetivos específicos deste trabalho têm-se: verificar se os jovens que tem ou tiveram algum contato com educação financeira são menos endividados, analisar as causas do endividamento e inadimplência dos jovens, verificar se os jovens que são menos consumistas são menos endividados, verificar se jovens que frequentam a Universidade são menos endividados e apresentar o atual perfil de consumo desses jovens. Como metodologia para o desenvolvimento do estudo, foi utilizada a pesquisa do tipo quantitativa com objetivos descritivos. Os dados foram coletados por meio de um questionário estruturado disponibilizado de forma online, com amostra de 75 respondentes que se adequaram ao perfil. Além disso, trata-se de uma pesquisa descritiva, pois descreve características de determinada população e visa descobrir a existência de associações entre variáveis. Foi identificado neste estudo que o consumismo possui relação com o endividamento e somente menos da metade dos participantes buscaram em algum momento a orientação financeira.

**Palavras Chave:** Consumo, Inadimplência, Endividamento dos Jovens, Geração Z.

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>08</b>
<b>2.</b>	<b>REVISÃO TEÓRICA</b>	<b>11</b>
2.1	O perfil do consumidor jovem	11
2.2	O endividamento dos jovens brasileiros	12
2.3	O comércio nas cidades de Corumbá e Ladário	13
<b>3.</b>	<b>METODOLOGIA</b>	<b>15</b>
<b>4.</b>	<b>ANÁLISE DE RESULTADOS</b>	<b>16</b>
<b>5.</b>	<b>DISCUSSÃO</b>	<b>22</b>
<b>6.</b>	<b>CONCLUSÕES</b>	<b>33</b>
<b>7.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>34</b>
<b>8.</b>	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>35</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A Revolução Industrial marcou a história, causando diversas transformações no planeta, principalmente por alavancar a produção em grande escala de produtos. A massificação e padronização dos bens de consumo, aliada à globalização e a inovação tecnológica crescente, propiciaram um ambiente para que o capitalismo pudesse predominar no mundo como sistema econômico (EFING; PAIVA, 2016).

Uma das características desse sistema é a busca desfreada pelo lucro e, conseqüentemente, o acúmulo de capital (MARX, 1984). No outro lado da moeda encontra-se o consumidor que, movido por suas necessidades fisiológicas e/ou motivado por terceiros, acaba alimentando o capitalismo, consumindo cada vez mais. As necessidades dos consumidores são ilimitadas e insaciáveis e podem ser classificadas em consumo ou consumismo, de acordo com suas características. O consumo se refere ao ato de consumir produtos ou serviços para saciar as vontades e anseios intrínsecos do ser humano, como se alimentar, se vestir, praticar lazer, etc. O consumismo, em contrapartida, revela-se como um desejo produzido pelo capitalismo - desejo este que se não for saciado, provoca reações negativas no indivíduo, como a ansiedade (BARBOSA, 2008).

Sendo assim, o consumismo pode ser entendido como o ato de comprar determinado produto ou adquirir algum serviço sem necessidade, ou seja, fatores hedônicos, que segundo Babin et al. (1994) são motivações fundamentais para se compreender o comportamento de consumo. De acordo com Vieira, Kilimnik e Santos Neto (2016), é por conta do consumo sem consciência que diversas pessoas acabam se endividando, na qual a compra de produtos pode tornar-se algo crônico a partir do momento em que se compromete a renda do indivíduo.

Os termos endividamento e inadimplência ainda são considerados por diversas pessoas como sinônimos. Segundo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), quando uma pessoa pega emprestado recursos financeiros para adquirir algum bem, ele está se endividando. Esse excesso de dívidas pode levar o consumidor à situação de inadimplência, que é quando não se consegue pagar um compromisso financeiro até a data de seu vencimento. Desse ponto de vista, a inadimplência resulta do aspecto do endividamento, por essa razão elas estão interligadas e até confundidas (SILVA et al., 2020).

Os motivos para explicar o aumento de inadimplência dos jovens são a facilidade de crédito pelas instituições bancárias, o uso incorreto do cheque especial, empréstimos

e financiamentos bastante tentadores, falta de educação financeira, gastos compulsivos (consumismo), etc. Ressalta-se que mesmo em caso de desemprego, o risco de o jovem ficar inadimplente é menor, pois ainda se pode contar com o apoio dos pais. Em 2018, a maior parte das dívidas por setor credor mostrou que 44,8% das pendências dos mais jovens tem como credor os bancos. Em seguida, apareceram o comércio, com 29,9% do total de pendências; o setor de comunicações (14,7%); e de água e luz (1,8%) (SPC BRASIL, 2018).

Atualmente, os bancos digitais vêm ganhando maior popularidade entre a população mais jovem, principalmente pela facilidade de se revolver tudo na palma da mão em seu *smartphone*. Em um levantamento realizado pelo SPC Brasil, em fevereiro de 2020, foi mostrado que 45% dos consumidores utilizam os serviços de algum banco digital nos últimos 12 meses, com a finalidade de pagamento de contas (16%), verificação de saldo ou extrato (14%), saque de dinheiro (11%), realização de pagamento com cartão na função débito (11%) e transferência monetária (11%). Esses bancos estão desenvolvendo recursos para atrair mais clientes por meio de canais digitais e redes sociais, oferecendo cartões de crédito com limites expressamente altos e fácil acesso à empréstimos, permitindo assim que mais jovens se endividem.

Por jovens, entende-se aqui a faixa etária daqueles nascidos após 1990, também conhecidos como “Geração Z” (RECH; VIÊRA; ANSCHAU, 2017). Essa geração possui enorme facilidade para lidar com novas tecnologias e necessidade de conhecer e se conectar ao mundo digital.

O endividamento traz malefícios ao indivíduo. Segundo Carvalho, Sousa e Fuentes (2017), o endividamento pode trazer diversas consequências para o ser humano, sejam elas físicas ou psicológicas. Em relação aos jovens, a preocupação acaba sendo maior, visto que apresentam as emoções com maior intensidade, dentre elas, irritabilidade, impaciência, medo, nervosismo e tristeza.

O SPC Brasil e a CNDL realizaram uma pesquisa em março de 2020, mostrando que 8 em cada 10 inadimplentes sofreram grande impacto emocional negativo por conta das dívidas. A pesquisa supracitada relatou que ansiedade foi o sentimento negativo mais citado, atingindo 63% dos entrevistados; 43% apresentaram alterações no sono e 25% passaram a comprar mais do que de costume. O levantamento contou com a participação de 600 consumidores que estavam em débito há mais de 3 meses, com idade de 18 anos ou mais.

Dentre as possíveis soluções para que não haja o endividamento, pode-se citar a educação financeira. Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento

Econômico, educação financeira é o processo no qual os indivíduos desenvolvem um aprendizado acerca de conceitos e produtos financeiros, obtendo capacidade necessária para se tornarem mais conscientes das oportunidades e/ou riscos de suas decisões econômicas e, conseqüentemente, poderão fazer melhores escolhas, saber onde procurar ajuda e adotar outras ações que melhorem o seu bem-estar. (OCDE, 2005)

Por este motivo, o problema de pesquisa proposto aqui é: Como o consumismo impacta no processo de endividamento e inadimplência dos jovens de 18 a 25 anos?

O trabalho de Messias, Silva e Silva (2015) trouxe à tona o endividamento de jovens na cidade de São Paulo (SP) embalados pelo consumismo e pelo marketing. Tal estudo reforça também a importância desta mesma verificação em outras cidades do país.

Quanto aos objetivos do trabalho, o objetivo geral trata-se de verificar o endividamento de jovens de 18 a 25 anos e seu perfil de consumo. Os objetivos específicos são: (1) Verificar se os jovens que tem ou tiveram algum contato com educação financeira são menos endividados; (2) Analisar as causas do endividamento e inadimplência dos jovens; (3) Verificar se os jovens que são menos consumistas são menos endividados; (4) Verificar se jovens que frequentam a Universidade são menos endividados; e (5) Apresentar o atual perfil de consumo desses jovens.

Por fim, este trabalho se justifica pela importância de o jovem educar-se financeiramente desde seu ingresso no mercado econômico e/ou início de atividade laboral, a fim de manter-se adimplente e consciente de suas decisões sobre consumo. Do ponto de vista teórico, as relações entre consumo e economia podem fortalecer os estudos sobre mercado e endividamento em uma faixa etária que pode ser mais explorada pela literatura.

## 2. REVISÃO TEÓRICA

### a. O perfil do consumidor jovem

De acordo com Blackwell et al. (2008 *apud* VEIGA NETO et. al., 2015), o mercado jovem vem se transformando em um segmento com grande potencial para o consumo, e seus padrões comportamentais estão em constante evolução, o que tem dado a esses jovens voz ativa no processo de decisão de consumo próprio e de suas famílias, visto que as empresas precisam desenvolver suas estratégias com base em um público-alvo, sendo este formado por indivíduos que se comportam de maneira semelhante. Assim, as empresas acabam direcionando seus esforços para um segmento específico de mercado.

Implica-se neste estudo que o “jovem” da década de 2010 corresponde à “Geração Z”, cujo termo designa os nascidos após o ano de 1990. Ceretta e Froemming (2011) explicam que os indivíduos da geração Z já nasceram em contato direto com os aparelhos tecnológicos e a Internet, logo, nunca conheceram o mundo sem computador, redes sociais e *smartphones*. Sendo assim, é bastante notório que a maneira de pensar desse grupo foi influenciada desde o princípio pelo mundo complexo e veloz que a tecnologia gerou.

Os jovens adoram realizar compras, tanto no ambiente presencial quanto no ambiente virtual. Esse grupo de consumidores, geralmente, apresenta renda própria, seja por conta de mesada advinda dos pais ou por conta de trabalhos realizados em meio período (CERETTA; FROEMMING, 2011).

Os adolescentes levam para a fase adulta os hábitos de compra que adquiriam ao decorrer dos anos, e esses hábitos, além de afetar suas próprias compras, influenciam a decisão de compra da família. Nesse aspecto, a influência ocorre principalmente na decisão de compra dos produtos eletrônicos e de alta tecnologia, na medida em que apresentam habilidade e capacidade de aprendizagem em relação ao manuseio desse tipo de produto, cujas habilidades e capacidades foram desenvolvidas em razão de haverem crescido na era da digitalização (VEIGA NETO et al., 2015).

Mowen e Minor (*apud* VEIGA NETO et al., 2015) citam que ao investigar o comportamento de consumo, também é de suma importância verificar o processo de aprendizagem, por exemplo, nas compras não rotineiras, o consumidor certamente analisará os atributos fundamentais do produto e sua importância relativa no processo, bem como o seu mercado, os preços, os qualidade e utilidade, os fornecedores, etc. Nesse caso, a informação se torna um elemento essencial, já que o consumidor tenderá a estar o mais consciente possível das suas decisões para realizar a compra.

Por serem cada vez mais conscientes, interessados no que está acontecendo no mundo e tendo acesso à informações com maior facilidade e rapidez, a maior parte dos jovens consumidores não se deixam enganar por propagandas falsas e anúncios nas redes sociais, não se fidelizam facilmente à uma marca, realizam pesquisas sobre todos os aspectos (inclusive se atentam às avaliações dos produtos), são exigentes em relação à qualidade dos produtos que consomem e querem atenção das empresas para a satisfação de seus desejos (EHRENBERG, 2016).

Uma pesquisa realizada pela Confederação Nacional da Indústria em 2020 demonstrou que o percentual de brasileiros que já fez compras pela Internet praticamente dobrou entre 2013 e 2019, passando de 23% para 42%. Foi mostrado também que as faixas etárias mais jovens têm maior predominância nos hábitos de compras pela Internet: 54% dos brasileiros com idades entre 16 e 24 anos já fizeram compras pela Internet e 56% dos brasileiros entre 25 e 34 anos (CNI, 2020).

De acordo com a Sociedade Brasileira de Consumo e Varejo (BCV), em parceria com a AGP Pesquisas Estatísticas (2018), foram constatadas algumas informações importantes acerca do perfil do consumidor jovem de 16 a 22 anos, acerca dos seus hábitos de compra e consumo:

- 3/4 dos jovens afirmam fazer compras online, sendo que sites de lojas virtuais (Submarino, Americanas.com, etc.) e sites de revenda (OLX, Mercado Livre, etc.) são os mais utilizados;
- O público de novos consumidores tem hábito de comprar Roupas e Acessórios, e Eletrônicos/Eletrrodomésticos em compras online;
- O Boleto Bancário é um meio de pagamento que se destaca nesse público (40%), tendo popularidade próxima ao Cartão de Crédito (49%)
- O público jovem é muito interessado na situação econômica e política do país, avaliando o momento de forma muito negativa, e com altíssimo interesse em morar em outro país no futuro breve;
- Os principais sonhos desse público são os mesmos das outras gerações, comprar a casa própria e concluir a faculdade. Porém é notável a participação de sonhos como viagens e intercâmbio, assim como busca por estabilidade financeira, empregos e empreender.

#### **b. O endividamento dos jovens brasileiros**

Conforme os dados do Serasa Experian divulgados em maio de 2020, havia cerca de 8,6 milhões de jovens inadimplentes entre 18 e 25 anos. Ainda, na mesma pesquisa,

notou-se que haviam uma parcela de jovens superendividados, ou seja, aqueles que comprometeram mais de 50% do orçamento e não conseguem quitar as dívidas sem auxílio extra. Cerca de 7,23% dos jovens superendividados de até 25 anos eram atendidos pelo Programa de Apoio ao Superendividado do Procon.

De acordo com o Indicador de Inadimplência do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), o número de negativados com idade entre 18 e 24 anos, havia recuado 21,96% em janeiro 2018. No entanto, no ano posterior, o mesmo indicador revelou que recuo foi de 20,17%, ou seja, houve um aumento de 1,79%.

Um dado alarmante que mostra o aumento exponencial de jovens brasileiros devedores é que em janeiro de 2018 haviam cerca de 4,81 milhões de consumidores negativados com a mesma faixa etária, equivalendo a 20,14% de todos os jovens dessa faixa etária (SPC Brasil), contrapondo os 8,6 milhões de inadimplentes em 2020 (Serasa Experian). Isso mostra que houve um aumento de 3,79 milhões (cerca de 55,93%) de endividados da geração Z em apenas 2 anos.

Pesquisas do SPC Brasil em conjunto com a CNDL, mostram que em 2018 o Centro Oeste foi a região em que se observou a maior proporção de consumidores jovens com contas em atraso. Do total de devedores da região, 7,8% tinham idade entre 18 e 24 anos. Em seguida, a região Sul, com 7,6%; o Norte, com uma proporção de 7,4%; Nordeste (5,7%) e o Sudeste, com 5,0%, a menor proporção de jovens negativados entre as regiões do país no mesmo ano.

### **c. O comércio nas cidades de Corumbá e Ladário**

De acordo com o site da Prefeitura Municipal de Corumbá (2021), a região é conhecida como cidade branca, por conta do solo rico em calcário. A ocupação da região teve início em meados do século XVI quando, com a expectativa de encontrar ouro, a área do atual município foi explorada pelos portugueses, que começaram a chegar em 1524.

A cidade iniciou atividades industriais na década de 1940, com a exploração das reservas de calcário e de outros minérios e, quase no fim dos anos 1970, o turismo passou a ser explorado, revelando nova infraestrutura e viabilizando a restauração das construções históricas.

Situada na margem esquerda do Rio Paraguai e na fronteira entre Brasil, Paraguai e Bolívia, o município é considerado o primeiro polo de desenvolvimento da região. Além disso, abriga 60% do Pantanal e, por consequência, recebeu o título de Capital do

Pantanal. Também é o maior município em extensão territorial de Mato Grosso do Sul e o mais populoso centro urbano fronteiriço do Norte e Centro-Oeste do Brasil.

Corumbá é a terceira cidade mais importante do Estado em termos econômicos e em população (depois de Campo Grande e Dourados), e a primeira em cultura. Constitui o mais importante porto do Estado e um dos mais importantes portos fluviais do Brasil e do mundo. A cidade faz divisa com mais três cidades: Ladário, Puerto Suarez e Puerto Quijarro (as duas últimas na Bolívia).

Por outro lado, em conformidade com o *site* da Prefeitura Municipal de Ladário (2021), a cidade de Ladário está localizada na região oeste do estado de Mato Grosso do Sul, no coração do Pantanal Sul-mato-grossense e dispõe de riquezas naturais como ferro, manganês, calcário, areia e argila. Seu núcleo urbano é composto por 5,8 quilômetros quadrados, a 6 km do centro de Corumbá e a 12 km da fronteira com a Bolívia.

A avenida 14 de março, principal via da cidade, abriga a área comercial do município, que cresce acentuadamente, com maior variedade de serviços, restaurantes e lanchonetes, deixando-a cada ano menos dependente e atraindo consumidores das cidades vizinhas.

A economia do município se baseia na pecuária, na pesca, no turismo e no transporte de navegação, em 2010 o município passou a participar juntamente com Corumbá do CFEM (Compensação Financeira pela Exploração Mineral), reconhecido como detentor de uma parte da mina de Urucum. O turismo proporciona grandes eventos para o município que acaba sendo uma opção de oportunidade de geração de emprego direto e indireto. A maior parcela de mão de obra é economicamente ativa (32,49%), tendo remuneração média de até dois salários mínimos.

### 3. METODOLOGIA

Esta pesquisa é do tipo quantitativa. De acordo com Lozada (2018), a pesquisa do tipo quantitativa analisa e interpreta as informações por meio da estatística. A pesquisa quantitativa é utilizada quando o propósito é descrever significados diretamente a partir da análise de dados brutos e objetivos. Ela utiliza diferentes meios para coletar informações precisas, como questionários. Por meio da análise quantitativa dos dados coletados, foi possível obter resultados bastante relevantes para o propósito do estudo.

Segundo Marconi e Lakatos (2017), as vantagens da metodologia quantitativa consistem na precisão e o controle das variáveis, verificação dos resultados pela análise estatística e prevenção da inferência e da subjetividade do pesquisado.

Define-se também como pesquisa descritiva, pois, segundo Gil (2019), esse tipo de pesquisa tem como finalidade a descrição de características de determinada população (como idade, sexo, procedência, nível de escolaridade e nível de renda) e uma de suas peculiaridades mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. Ainda, segundo o autor, também são pesquisas descritivas aquelas que visam descobrir a existência de associações entre variáveis.

O universo investigado foram jovens das cidades de Corumbá e Ladário, da faixa etária de 18 a 25 anos em 2021, a denominada geração Z. Essa faixa etária vai ao encontro da mesma utilizada nas pesquisas do Serasa Experian (2020). A amostra foi representada por 75 respondentes dentro deste perfil.

Para a coleta de dados foi utilizado questionário estruturado, composto por 20 questões. Este questionário está baseado no trabalho de Messias, Silva e Silva (2015) que também abordou o consumismo e o endividamento de jovens na cidade de São Paulo. As duas primeiras perguntas foram de caráter eliminatório, ou seja, se os entrevistados não fossem moradores das cidades selecionadas e não possuísem idade enquadrada na faixa etária de 18 a 25 anos, automaticamente eram encaminhados para a finalização do questionário. Na primeira parte, as questões visaram identificar o perfil socioeconômico do indivíduo, como gênero, estado civil, escolaridade, etc. Na segunda parte, foram abordadas questões acerca dos fatores do endividamento.

Para esta pesquisa foram utilizados ainda dados secundários, com coleta de informações em jornais, artigos e livros.

#### 4. ANÁLISE DOS DADOS

Participaram da pesquisa 87 respondentes, no entanto, 75 questionários foram considerados válidos, por se adequarem às delimitações do estudo: residir na cidade de Corumbá ou Ladário e possuir idade entre 18 a 25 anos.

Conforme a Tabela 1, obteve-se o perfil socioeconômico dos participantes da pesquisa.

**Tabela 1:** Perfil Socioeconômico dos Jovens de 18 a 25 anos.

<b>Gênero</b>	<b>Porcentagem</b>
Masculino	53,30%
Feminino	46,70%
Prefiro não dizer	0,00%
TOTAL	100%
<b>Estado Civil</b>	<b>Porcentagem</b>
Solteiro(a)	89,30%
União estável	6,70%
Casado(a)	4,00%
Viúvo(a)	0,00%
TOTAL	100%
<b>Escolaridade</b>	<b>Porcentagem</b>
Ensino Superior Incompleto	62,70%
Ensino Médio	26,70%
Ensino Superior Completo	8,00%
Ensino Fundamental	1,30%
Pós-graduação	1,30%
TOTAL	100%
<b>Renda Mensal</b>	<b>Porcentagem</b>
Menos que 1 salário mínimo (menos que R\$ 1.100,00)	28,10%
1 salário mínimo (R\$ 1.100,00)	22,70%
Até 2 salários mínimos (até R\$ 2.200,00)	20,00%
Até 3 salários mínimos (até R\$ 3.300,00)	13,30%
Não possuo renda mensal	13,30%
Até 4 salários mínimos (até R\$ 4.400,00)	1,30%
Acima de 4 salários mínimos (acima de R\$ 4.400,00)	1,30%
TOTAL	100%
<b>Moradia</b>	<b>Porcentagem</b>
Com os pais	65,30%
Com o companheiro(a)	17,30%
Com os avós ou outros parentes	8,00%
Sozinho(a)	6,70%
Com os amigos(as)	2,70%
TOTAL	100%

FONTE: dados da pesquisa.

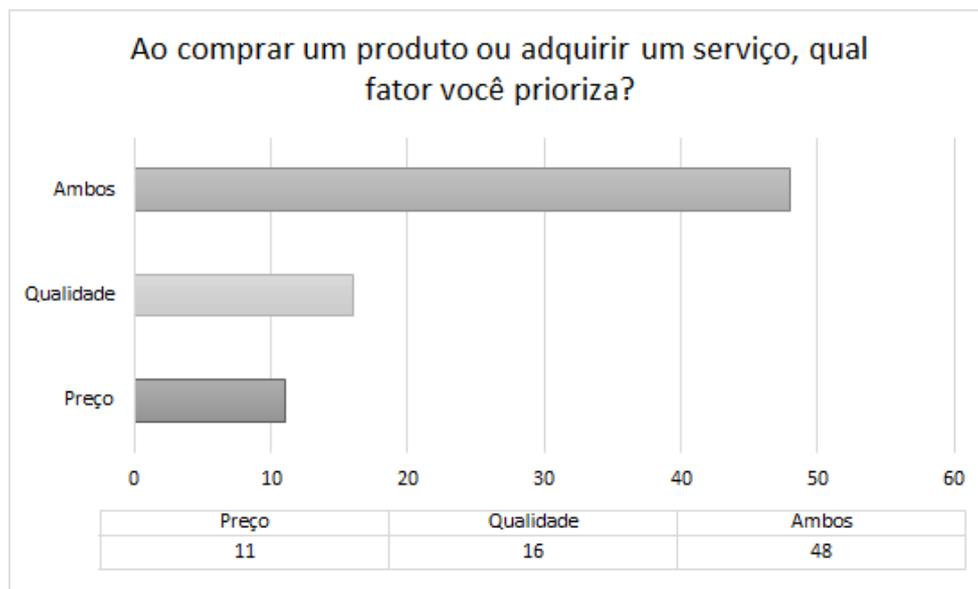
De acordo com as respostas, houve predominância do público masculino com 40 respostas (cerca de 53,3%). Do total de questionários válidos, 89,3% possuem “solteiro(a)” como estado civil, 6,7% possuem união estável e apenas 4% são casados. Quanto à escolaridade, 62,7% possuem ensino superior incompleto, 26,7% estão no ensino médio, 8% possuem ensino superior completo, 1,3% estão na pós-graduação e 1,3% ainda estão no ensino fundamental.

Quando questionados se exercem ou não atividade remunerada, 76% disseram que exercem e 24% não exercem. Dos 57 respondentes que disseram que exercem atividade remunerada, 32% disseram que fazem estágio remunerado, 22,5% possuem emprego formal – regime CLT, 19% são funcionários públicos e 15,5% possuem emprego informal; acrescenta-se também, 5,5% são empreendedores e outros 5,5% exercem atividade militar.

Em relação à renda mensal dos entrevistados, 28% informaram que recebem menos que 1 salário mínimo, 22,7% recebem 1 salário mínimo, 20% recebem até 2 salários mínimos e 13,3% recebem até 3 salários mínimos. Em disparidade, 13,3% informaram não possuir renda mensal e 2,6% recebem até 4 salários mínimos ou mais que isso.

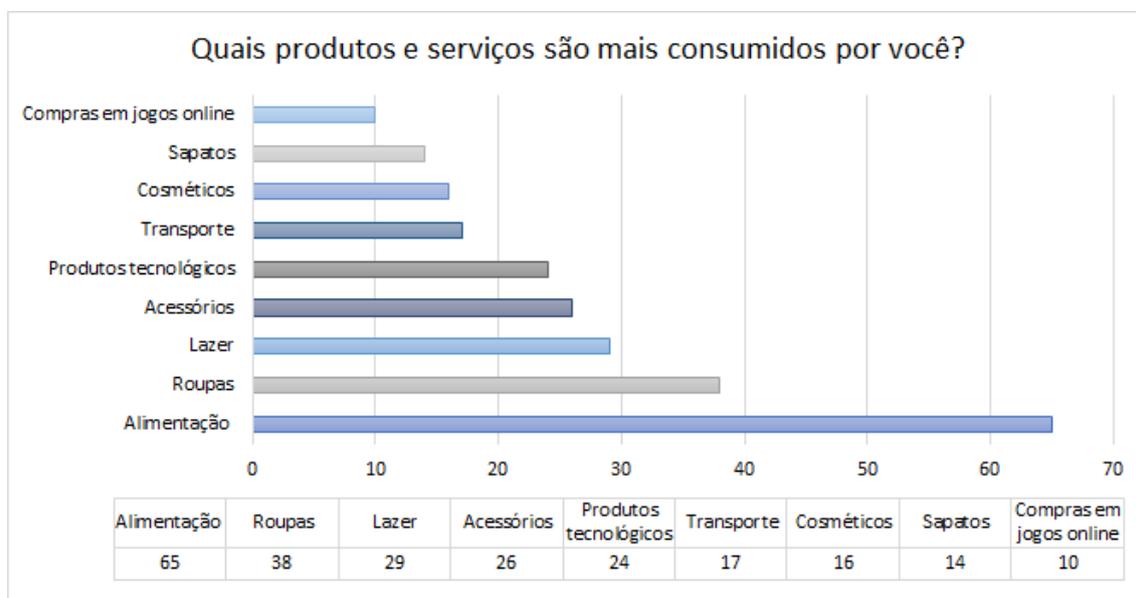
No item “situação de moradia”, 65,3% informaram que moram com os pais, essa proporção já era esperada em razão da faixa etária escolhida. Além disso, 17,3% moram com o(a) companheiro(a), 8% moram com os avós ou outros parentes, 6,7% informaram que moram sozinhos e 2,7% responderam que moram com amigos(as).

Na seção “Endividamento e seus fatores” do questionário foram realizadas perguntas para entender melhor o endividamento da Geração Z e seus fatores. No Gráfico 1 foi possível verificar a influência dos fatores qualidade e preço no processo de decisão de compra:

**GRÁFICO 1:** Influência dos fatores qualidade e preço.

FONTE: dados da pesquisa.

Em relação aos produtos e serviços mais consumidos pelos respondentes válidos, alguns obtiveram grande destaque: alimentação lidera com 60 respostas, em seguida roupas com 38 respostas e lazer com 29 respostas, conforme mostrado no Gráfico 2.

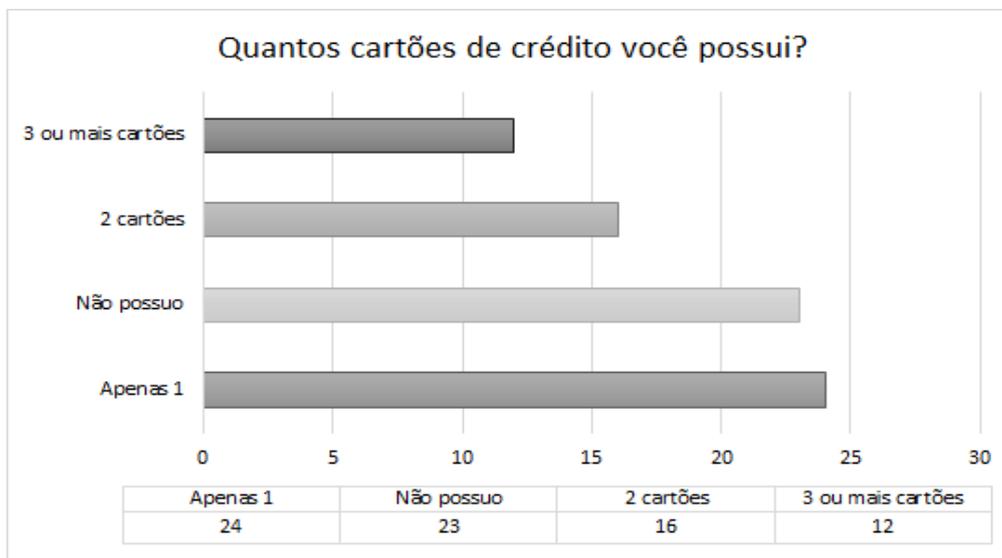
**GRÁFICO 2:** Produtos e serviços mais consumidos.

FONTE: dados da pesquisa.

Na questão em que diz se os participantes utilizam ou não cartão crédito, foi constatado que 64% utilizam. Em relação à quantidade de cartões, 32% informaram possuir apenas um único cartão, 30,7% não possuem, 21,3% possuem 2 cartões de crédito e 16% responderam que possuem 3 ou mais cartões de crédito (Gráfico 3). Além disso, sobre a titularidade dos cartões, 85,5% informaram que têm cartões próprios, 12,7%

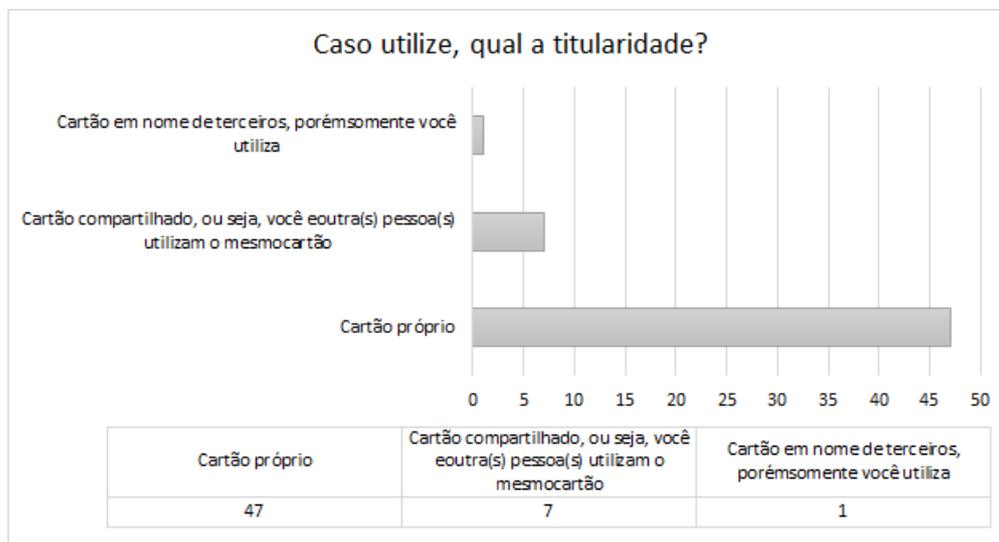
responderam que possuem cartão compartilhado, ou seja, o respondente e outra(s) pessoa(s) utilizam o mesmo cartão e 1,8% possuem cartão em nome de terceiros, porém somente respondente utiliza (Gráfico 4).

**GRÁFICO 3:** Quantidade de cartões.



FONTE: dados da pesquisa.

**GRÁFICO 4:** Titularidade dos cartões.

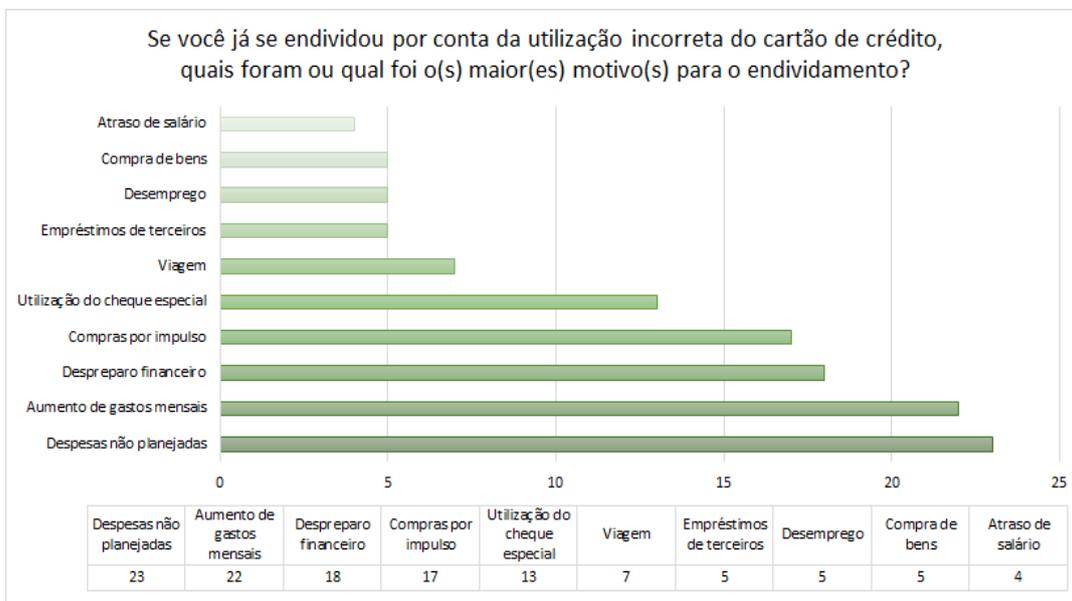


FONTE: dados da pesquisa.

Na questão subsequente, foi perguntado se o respondente já ultrapassou o limite de crédito alguma vez. Obteve-se como resultado que 57,3% não ultrapassaram e 42,7% alegaram pelo menos uma vez ultrapassarem o limite. Posteriormente, na questão em que diz se o indivíduo já se endividou por conta da utilização incorreta do cartão de crédito,

os participantes puderam informar os diversos motivos que levaram ao endividamento e, dentre eles, se destacam despesas não planejadas, aumento de gastos mensais, despreparo financeiro e compras por impulso (Gráfico 5).

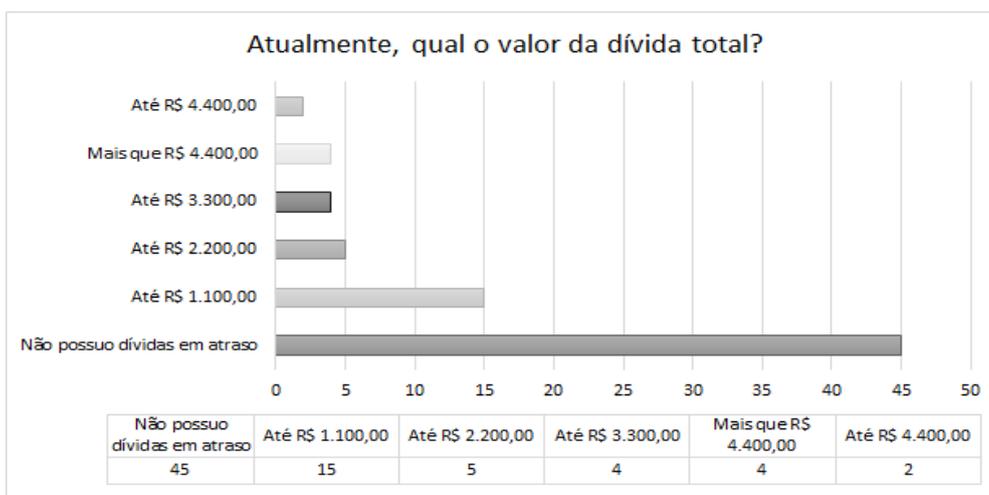
**GRÁFICO 5:** Motivos que levaram ao endividamento.



FONTE: dados da pesquisa.

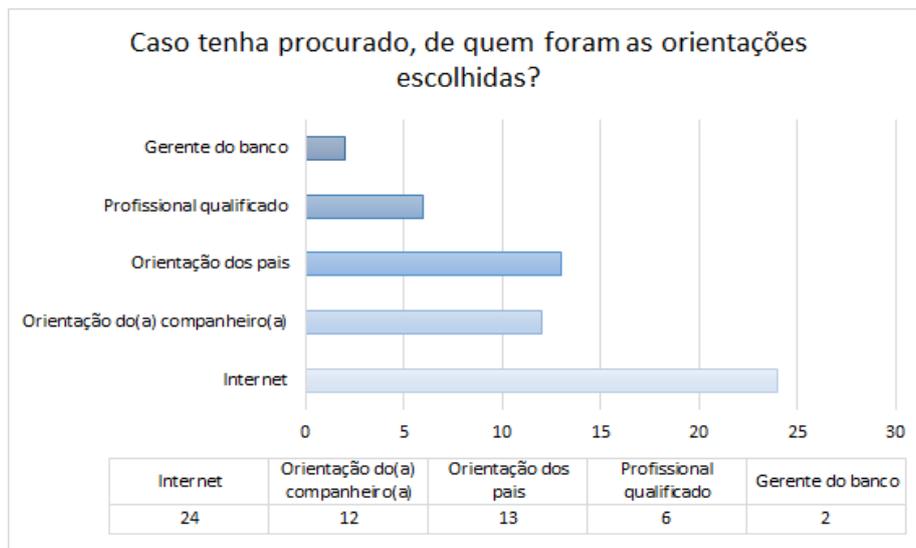
Na pergunta em que diz se os participantes possuem dívidas em atraso atualmente, foram constatadas as seguintes respostas informadas no Gráfico 6:

**GRÁFICO 6:** Valor total da dívida.



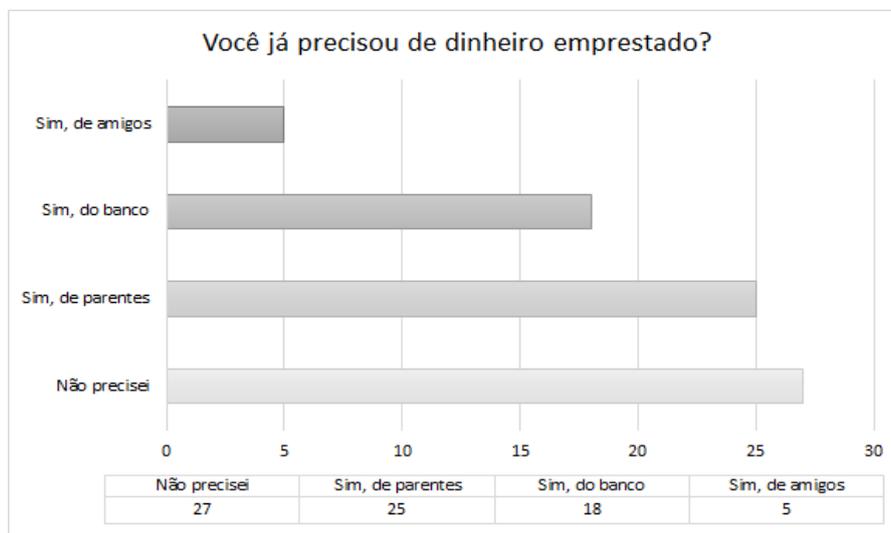
FONTE: dados da pesquisa.

Na questão posterior, foi perguntado se o participante já procurou orientação para sua organização financeira, na qual 45,3% afirmaram ter procurado. Com relação à essa questão, os respondentes puderam informar de quem foram as orientações, conforme é mostrado no Gráfico 7.

**GRÁFICO 7:** Orientação para organização financeira.

FONTE: dados da pesquisa.

Por fim, no final do questionário foi perguntado aos participantes se já precisaram de dinheiro emprestado. Nessa questão, 36% dos respondentes informaram que não precisaram, 33,3% disseram que emprestaram de parentes, 24% emprestaram de bancos e 6,7% emprestaram de amigos (Gráfico 8).

**GRÁFICO 8:** Empréstimo de dinheiro.

FONTE: dados da pesquisa.

## 5. DISCUSSÃO

Neste estudo ficou claro que a maioria dos respondentes consultados, ao efetuarem alguma compra, priorizam a qualidade e preço simultaneamente (64%). Essa informação se diferencia dos estudos de Messias, Silva e Silva (2015), no qual é mostrado que 74% dos jovens priorizaram a qualidade, deixando o preço do produto em segundo plano.

Além disso, os resultados mostraram que cerca de 57,3% do público-alvo dessa pesquisa revelaram não terem ultrapassado o limite de crédito. Em contrapartida, nos achados de Messias, Silva e Silva (2015), foi revelado que 74% dos entrevistados ultrapassaram o limite de crédito, enquanto que apenas 26% não excederam esse limite. Isso mostra que houve um decréscimo de jovens que extrapolaram o limite na presente pesquisa. Vale salientar que mesmo havendo tal decréscimo, ainda é um número bastante expressivo.

Em relação aos motivos do endividamento, pode-se constatar que despesas não planejadas, aumento de gastos mensais e despreparo financeiro foram os mais apontados pelos entrevistados. Esses motivos vão de encontro com os itens da pesquisa de Messias, Silva e Silva (2015), na qual foram relatados despreparo financeiro, desemprego e aumento de despesas como maiores fatores para o endividamento.

Tanto na presente pesquisa quanto na pesquisa de Messias, Silva e Silva (2015), no item em que se refere aos produtos e serviços mais consumidos pelos entrevistados, alimentação, roupas/acessórios e lazer foram os que obtiveram maior número de respostas.

Nota-se ainda que, por mais que 36% dos respondentes informaram que nunca precisaram de empréstimo, é um número alto todos os que precisaram de algum tipo de empréstimo, totalizando 64% dos respondentes.

Considerando-se os objetivos específicos levantadas por este estudo, têm-se as seguintes análises.

No objetivo específico em que se busca verificar se os jovens que têm ou tiveram algum contato com educação financeira são menos endividados, pôde-se realizar a averiguação por meio do cruzamento da variável “Busca de orientação financeira” com as variáveis “Valor da dívida atual”, “Endividamento por uso incorreto do cartão de crédito”, “Ultrapassa limite de crédito” e “Necessidade anterior ou atual de dinheiro emprestado”, e os resultados são os apresentados nas Tabelas 2, 3, 4 e 5.

De acordo com a Tabela 2, identifica-se que dos respondentes que não possuem dívida em atraso, 65,9% não buscam orientação para organização financeira, enquanto os que possuem, cerca de 52,9%, buscam essa orientação. O destaque para os que possuem

dívidas em até R\$1.100,00, os resultados foram próximos, 19,5% não busca orientação para organização, enquanto 20,5% busca a orientação.

**TABELA 2:** Busca de orientação para organização financeira X Valor da dívida atual.

		<b>Valor da dívida atual</b>	
<b>Busca de orientação para organização financeira</b>		<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Não (busca orientação)	<b>Até R\$ 1.100,00</b>	<b>8</b>	<b>19,50%</b>
	Até R\$ 2.200,00	3	7,30%
	Até R\$ 4.400,00	1	2,40%
	Mais que R\$ 4.400,00	2	4,90%
	<b>Não possuo dívidas em atraso</b>	<b>27</b>	<b>65,90%</b>
	Total	41	100%
Sim (busca orientação)	<b>Até R\$ 1.100,00</b>	<b>7</b>	<b>20,60%</b>
	Até R\$ 2.200,00	2	5,90%
	Até R\$ 3.300,00	4	11,80%
	Até R\$ 4.400,00	1	2,90%
	Mais que R\$ 4.400,00	2	5,90%
	<b>Não possuo dívidas em atraso</b>	<b>18</b>	<b>52,90%</b>
Total	34	100%	

FONTE: dados da pesquisa

Já na Tabela 3 evidencia-se que 64,70% dos respondentes que relataram ter endividamento por uso incorreto do cartão também buscaram orientação financeira. O que não fica evidenciado é se a busca por orientação ocorreu antes ou depois do endividamento. Tanto a orientação pode ter ocorrido depois do endividamento, como a orientação pode ter ocorrido antes, mas foi incorreta ou não demonstrou resultado positivo para o respondente.

**TABELA 3:** Busca de orientação para organização financeira X Endividamento por uso incorreto do cartão de crédito.

		<b>Endividamento por uso incorreto do cartão de crédito</b>	
<b>Busca de orientação para organização financeira</b>		<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Não (busca orientação)	Não	20	48,80%
	<b>Sim</b>	<b>21</b>	<b>51,20%</b>
	Total	41	100%
Sim (busca orientação)	Não	12	35,30%
	<b>Sim</b>	<b>22</b>	<b>64,70%</b>
	Total	34	100%

FONTE: dados da pesquisa

Pode-se verificar na Tabela 4 que a maioria dos respondentes não ultrapassa limite de crédito e não busca orientação financeira (65,90%).

**TABELA 4:** Busca de orientação para organização financeira x Ultrapassa limite de crédito.

<b>Ultrapassa limite de crédito</b>			
<b>Busca de orientação para organização financeira</b>		<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Não (busca orientação)	<b>Não</b>	<b>27</b>	<b>65,90%</b>
	Sim	14	34,10%
	Total	41	100%
Sim (busca orientação)	Não	16	47,10%
	<b>Sim</b>	<b>18</b>	<b>52,90%</b>
	Total	34	100%

FONTE: dados da pesquisa

Na Tabela 5 verifica-se que 46,30% dos respondentes não precisaram de dinheiro emprestado e não buscaram orientação para organização financeira. Apesar disso identifica-se também que dos respondentes que precisaram de dinheiro emprestado de parentes, 34,10% não buscou orientação financeira e 32,40% buscou orientação financeira. Ainda, 35,30% buscou orientação financeira e precisou de dinheiro emprestado do banco. Assim, 69,40% dos respondentes precisaram de dinheiro emprestado de parentes ou do banco e buscaram orientação financeira.

**TABELA 5:** Busca de orientação para organização financeira X Necessidade anterior ou atual de dinheiro emprestado.

<b>Necessidade anterior ou atual de dinheiro emprestado</b>			
<b>Busca de orientação para organização financeira</b>		<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Não	<b>Não precisei</b>	<b>19</b>	<b>46,30%</b>
	Sim, de amigos	2	4,90%
	<b>Sim, de parentes</b>	<b>14</b>	<b>34,10%</b>
	Sim, do banco	6	14,60%
	Total	41	100%
Sim	Não precisei	8	23,50%
	Sim, de amigos	3	8,80%
	<b>Sim, de parentes</b>	<b>11</b>	<b>32,40%</b>
	<b>Sim, do banco</b>	<b>12</b>	<b>35,30%</b>
	Total	34	100%

FONTE: dados da pesquisa

Pode-se verificar, portanto, que o endividamento e a busca por orientação financeira caminham juntos e não se opõem. O fator temporal pode ser um item de influência para uma análise aprofundada dos resultados encontrados. Não se pode inferir, por exemplo, se pessoas que sempre tiveram orientação financeira ainda assim se endividam ou se elas estão buscando apoio financeiro apenas após o endividamento. O fato é que os jovens endividados também possuem orientação financeira.

Para a verificação do objetivo específico em que se infere que “os jovens que são menos consumistas são menos endividados, fez-se necessário o cruzamento da variável “Quantidade de categorias de consumo” (que se refere à quantidade de produtos/serviços mais consumidos pelos respondentes) com as variáveis “Valor da dívida atual”, “Endividamento por uso incorreto do cartão de crédito”, “Ultrapassa limite de crédito” e “Necessidade anterior ou atual de dinheiro emprestado”. Os resultados desses cruzamentos de variáveis podem ser observados nas Tabelas 6, 7, 8 e 9.

De acordo com a Tabela 6, independentemente do número de categorias, houve predominância dos entrevistados que responderam que não havia dívidas em atraso. No entanto, daqueles que têm dívida em atraso, se destacam aqueles que possuem dívidas de até R\$ 1.100,00, ou seja, possuem dívidas relativamente menores em relação à quantidade de categorias de consumo.

TABELA 6: Quantidade de categorias de consumo X Valor da dívida atual.

Valor da dívida atual			
Quantidade de categorias de consumo		Frequência	Percentual
1,00	Até R\$ 1.100,00	5	35,70%
	<b>Não possuo dívidas em atraso</b>	<b>9</b>	<b>64,30%</b>
	Total	14	100%
2,00	Até R\$ 1.100,00	1	10%
	Até R\$ 2.200,00	1	10%
	<b>Não possuo dívidas em atraso</b>	<b>8</b>	<b>80%</b>
	Total	10	100%
3,00	Até R\$ 1.100,00	2	9,10%
	Até R\$ 2.200,00	1	4,50%
	Até R\$ 3.300,00	1	4,50%
	Mais que R\$ 4.400,00	1	4,50%
	<b>Não possuo dívidas em atraso</b>	<b>17</b>	<b>77,30%</b>
	Total	22	100%
4,00	Até R\$ 1.100,00	3	23,10%
	Até R\$ 2.200,00	1	7,70%
	Até R\$ 3.300,00	2	15,40%
	Até R\$ 4.400,00	1	7,70%
	<b>Não possuo dívidas em atraso</b>	<b>6</b>	<b>46,20%</b>
	Total	13	100%
5,00	Até R\$ 1.100,00	2	18,20%
	Até R\$ 2.200,00	1	9,10%
	Mais que R\$ 4.400,00	3	27,30%
	<b>Não possuo dívidas em atraso</b>	<b>5</b>	<b>45,50%</b>
	Total	11	100%
6,00	Até R\$ 1.100,00	2	50%
	Até R\$ 2.200,00	1	25%
	Até R\$ 4.400,00	1	25%
	Total	4	100%
8,00	Até R\$ 3.300,00	1	100%

FONTE: dados da pesquisa

Na Tabela 7 verifica-se que a resposta “Não” em relação ao endividamento por uso incorreto do cartão de crédito aparece com maior frequência, porém, na quantidade de categorias de consumo descritos nos itens “4” e “5”, a resposta “Sim” apresentou maior diferença.

**TABELA 7:** Quantidade de categorias de consumo X Endividamento por uso incorreto do cartão de crédito.

<b>Endividamento por uso incorreto do cartão de crédito</b>			
<b>Quantidade de categorias de consumo</b>		<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
1,00	Não	7	50%
	Sim	7	50%
	Total	14	100%
2,00	Não	6	60%
	Sim	4	40%
	Total	10	100%
3,00	Não	11	50%
	Sim	11	50%
	Total	22	100%
4,00	Não	3	23,10%
	<b>Sim</b>	<b>10</b>	<b>76,90%</b>
	Total	13	100%
5,00	Não	3	27,30%
	<b>Sim</b>	<b>8</b>	<b>72,70%</b>
	Total	11	100%
6,00	Não	2	50%
	Sim	2	50%
	Total	4	100%
8,00	Sim	1	100%

FONTE: dados da pesquisa

Pode-se verificar na Tabela 8 que as respostas se assemelham um pouco com a Tabela 7. Até a quantidade “3” de categorias de consumo o “Não” predomina em resposta à “Ultrapassa limite de crédito”. Já nas quantidades “4” e “5”, o “Sim” assume maior número.

**TABELA 8:** Quantidade de categorias de consumo X Ultrapassa limite de crédito.

<b>Ultrapassa limite de crédito</b>			
<b>Quantidade de categorias de consumo</b>		<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
1,00	Não	10	71,40%
	Sim	4	28,60%
	Total	14	100%
2,00	Não	6	60%
	Sim	4	40%
	Total	10	100%
3,00	Não	15	68,20%
	Sim	7	31,80%
	Total	22	100%
4,00	Não	6	46,20%
	Sim	7	53,80%
	Total	13	100%
5,00	Não	4	36,40%
	Sim	7	63,60%
	Total	11	100%
6,00	Não	2	50%
	Sim	2	50%
	Total	4	100%
8,00	Sim	1	100%

FONTE: dados da pesquisa

Na Tabela 9 pode-se identificar que a quantidade dos que não precisaram de dinheiro emprestado apresenta maior destaque. Entretanto, dos que precisaram, houve predominância dos que recorreram aos parentes para realizar o empréstimo. Ainda, ao analisar as quantidades “3”, “4” e “5”, a recorrência ao banco é bastante notória.

**TABELA 9:** Quantidade de categorias de consumo X Necessidade anterior ou atual de dinheiro emprestado.

<b>Necessidade anterior ou atual de dinheiro emprestado</b>			
<b>Quantidade de categorias de consumo</b>		<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
1,00	Não precisei	4	28,60%
	Sim, de amigos	1	7,10%
	<b>Sim, de parentes</b>	<b>8</b>	<b>57,10%</b>
	Sim, do banco	1	7,10%
	Total	14	100%
2,00	<b>Não precisei</b>	<b>8</b>	<b>80%</b>
	Sim, de parentes	1	10%
	Sim, do banco	1	10%
	Total	10	100%
	<b>Não precisei</b>	<b>7</b>	<b>31,80%</b>
3,00	Sim, de amigos	2	9,10%
	<b>Sim, de parentes</b>	<b>8</b>	<b>36,40%</b>
	Sim, do banco	5	22,70%
	Total	22	100%
	<b>Não precisei</b>	<b>5</b>	<b>38,50%</b>
4,00	Sim, de amigos	1	7,70%
	Sim, de parentes	2	15,40%
	<b>Sim, do banco</b>	<b>5</b>	<b>38,50%</b>
	Total	13	100%
	<b>Não precisei</b>	<b>1</b>	<b>9,10%</b>
5,00	Sim, de amigos	1	9,10%
	<b>Sim, de parentes</b>	<b>4</b>	<b>36,40%</b>
	<b>Sim, do banco</b>	<b>5</b>	<b>45,50%</b>
	Total	11	100%
	<b>Não precisei</b>	<b>2</b>	<b>50%</b>
6,00	Sim, de parentes	1	25%
	Sim, do banco	1	25%
	Total	4	100%
8,00	Sim, de parentes	1	100%

FONTE: dados da pesquisa

Portanto, de acordo com os resultados analisados, foi possível verificar que os jovens que consomem menos, sejam produtos ou serviços, são os que possuem menor chance de se endividarem e de recorrerem a empréstimos de terceiros para quitarem suas dívidas.

Por fim, para realizar a análise do objetivo específico que infere que “jovens que frequentam a Universidade são menos endividados”, foi necessário fazer o cruzamento da variável “Escolaridade” com as variáveis “Valor da dívida atual”, “Endividamento por

uso incorreto do cartão de crédito”, “Ultrapassa limite de crédito” e “Necessidade anterior ou atual de dinheiro emprestado”. Nas Tabelas 10, 11, 12 e 13 podem ser observados os resultados encontrados após o cruzamento de dados.

Na Tabela 10 é possível verificar que a maior quantidade de entrevistados que não possuem dívidas em atraso está cursando Ensino Superior, ou seja, apresentam Ensino Superior Incompleto (cerca de 72,3%). Em contrapartida, o percentual de respondentes que estão no Ensino Médio e não possuem dívidas em atraso é de 55% e, além disso, dos que possuem dívidas em ambas as variáveis, o valor de R\$ 1.100,00 é o que apresenta destaque.

**TABELA 10:** Escolaridade X Valor da dívida atual.

Escolaridade	Valor da dívida atual	
	Frequência	Percentual
Ensino Fundamental	Até R\$ 2.200,00	1 100%
	Total	1 100%
	<b>Até R\$ 1.100,00</b>	<b>5 25%</b>
Ensino Médio	Até R\$ 2.200,00	2 10%
	Até R\$ 3.300,00	2 10%
	<b>Não possuo dívidas em atraso</b>	<b>11 55%</b>
	Total	20 100%
	<b>Até R\$ 1.100,00</b>	<b>2 33,30%</b>
Ensino Superior Completo	Até R\$ 2.200,00	1 16,70%
	Até R\$ 3.300,00	1 16,70%
	Até R\$ 4.400,00	1 16,70%
	Mais que R\$ 4.400,00	1 16,70%
	Total	6 100%
Ensino Superior Incompleto	<b>Até R\$ 1.100,00</b>	<b>8 17%</b>
	Até R\$ 2.200,00	1 2,10%
	Até R\$ 3.300,00	1 2,10%
	Até R\$ 4.400,00	1 2,10%
	Mais que R\$ 4.400,00	2 4,30%
<b>Não possuo dívidas em atraso</b>	<b>34 72,30%</b>	
Total	47 100%	
Pós-graduação	Mais que R\$ 4.400,00	1 100%

FONTE: dados da pesquisa

Verifica-se na Tabela 11 que quem está no Ensino Médio e se endividou por uso incorreto do cartão de crédito apresenta percentual de 65%. Em paralelo, quem possui Ensino Superior Incompleto e se endividou pelo mesmo motivo, o percentual foi de 48,9%.

**TABELA 11:** Escolaridade X Endividamento por uso incorreto do cartão de crédito

<b>Endividamento por uso incorreto do cartão de crédito</b>			
<b>Escolaridade</b>		<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Ensino Fundamental	Sim	1	100%
	Total	1	100%
	Não	7	35%
Ensino Médio	<b>Sim</b>	<b>13</b>	<b>65%</b>
	Total	20	100%
	Não	1	16,70%
Ensino Superior Completo	<b>Sim</b>	<b>5</b>	<b>83,30%</b>
	Total	6	100%
	<b>Não</b>	<b>24</b>	<b>51,10%</b>
Ensino Superior Incompleto	Sim	23	48,90%
	Total	47	100%
	Pós-graduação	Sim	1

FONTE: dados da pesquisa

Pode-se observar na Tabela 12 que dos entrevistados que não ultrapassaram limite de crédito, a maior parte apresenta Ensino Superior Incompleto (68,1%). Para quem está no Ensino Médio e não ultrapassou o limite, o percentual é de 55%.

**TABELA 12:** Escolaridade X Ultrapassa limite de crédito.

<b>Ultrapassa limite de crédito</b>				
<b>Escolaridade</b>		<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>	
Ensino Fundamental	Sim	1	100%	
	Total	1	100%	
	<b>Não</b>	<b>11</b>	<b>55%</b>	
Ensino Médio	Sim	9	45%	
	Total	20	100%	
	Sim	6	100%	
Ensino Superior Completo	Total	6	100%	
	<b>Não</b>	<b>32</b>	<b>68,10%</b>	
	Sim	15	31,90%	
Ensino Superior Incompleto	Total	47	100%	
	Pós-graduação	Sim	1	100%

FONTE: dados da pesquisa

Na última Tabela, foi constatado que o percentual de quem apresenta Ensino Superior Incompleto e não necessitou de empréstimo de dinheiro para quitação de dívidas é de 46,80%, de acordo com a Tabela 13. Já quem está no Ensino Médio, a porcentagem é de 25% para a mesma variável. Ressalta-se ainda, que dos entrevistados que

necessitaram de empréstimo de dinheiro, a maioria recorreu aos parentes em ambos os casos.

**TABELA 13:** Escolaridade X Necessidade anterior ou atual de dinheiro emprestado

<b>Necessidade anterior ou atual de dinheiro emprestado</b>			
<b>Escolaridade</b>		<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Ensino Fundamental	Sim, do banco	1	100%
	Total	1	100%
	<b>Não precisei</b>	<b>5</b>	<b>25%</b>
Ensino Médio	Sim, de amigos	2	10%
	<b>Sim, de parentes</b>	<b>7</b>	<b>35%</b>
	Sim, do banco	6	30%
	Total	20	100%
Ensino Superior Completo	Sim, de amigos	1	16,70%
	<b>Sim, de parentes</b>	<b>2</b>	<b>33,30%</b>
	Sim, do banco	3	50%
	Total	6	100%
Ensino Superior Incompleto	<b>Não precisei</b>	<b>22</b>	<b>46,80%</b>
	Sim, de amigos	2	4,30%
	<b>Sim, de parentes</b>	<b>16</b>	<b>34%</b>
	Sim, do banco	7	14,90%
Total	47	100%	
Pós-graduação	Sim, do banco	1	100%

FONTE: dados da pesquisa

Diante das análises realizadas, pode-se afirmar que os jovens que frequentam a Universidade são, de fato, menos endividados.

## 6. CONCLUSÕES

Em relação ao problema de pesquisa (pergunta), foi verificado que o consumismo impacta o endividamento dos consumidores jovens. Procurou-se identificar a relação deste endividamento com a educação financeira e a escolaridade. O questionário baseado em Messias, Silva e Silva (2022) permitiu comparar os resultados entre a cidade de São Paulo (SP) e as cidades de interior de outro estado, Corumbá e Ladário (MS).

Identificou-se que somente menos da metade dos entrevistados buscaram orientação financeira. Além disso, a busca pela orientação se deu, na maior parte, pela Internet (característica dessa geração).

Pôde-se perceber que os objetivos da pesquisa foram consumados com a metodologia praticada. Foi constatado que os maiores fatores que causam endividamento são despesas não planejadas, aumento de gastos mensais e despreparo financeiro.

Curiosamente, não se chegou a efeito conclusivo se a educação financeira e planejamento são as melhores soluções (ou ferramentas) para não se endividar, já que se constatou que jovens endividados também possuíam algum contato com a educação financeira, sem ficar claro se isso aconteceu antes ou depois do endividamento.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se que uma limitação deste trabalho foi proveniente do impacto da pandemia da Covid-19 concomitante à sua realização, afetando a maneira como a pesquisa foi realizada (virtualmente) e o número de respondentes acessados.

Sugere-se que novos estudos futuros sejam realizados em períodos diferentes, possivelmente com questionários a serem respondidos presencialmente e com uma amostra maior de respondentes.

Além disso, surge a indagação sobre o impacto da pandemia também no processo de endividamento devido ao aumento de compras online, que é mais uma sugestão de pesquisa futura.

Pode-se ainda explorar a variável desta pesquisa com a identificação do fator temporal em relação ao período de endividamento e da busca por orientação via educação financeira, se antes ou após o endividamento. Sugere-se ainda que estudos possam verificar os malefícios causados nestes consumidores pelo endividamento a longo prazo.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BABIN, B. J; DARDEN, W. R; GRIFFIN, M. Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. **Journal of Consumer Research**, v. 20, n. 4, 1994, 644–656. Disponível em <https://www.jstor.org/stable/2489765>. Acesso em: 25 set. 2021.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CARVALHO, H. A.; SOUSA, F. G. P.; FUENTES, V. L. P. Representação Social do Endividamento Individual. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 11, n. 1, p. 100-115, 2017. Disponível em <http://www.spell.org.br/documentos/ver/45029/representacao-social-do-endividamento-individual->. Acesso em: 25 set. 2021.

CERETTA, Simone Beatriz; FROEMMING, Lurdes Marlene. Geração Z: compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. **RAUnP**. v. 3, n. 2, 2011. Disponível em <https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/view/70>. Acesso em: 8 nov. 2021.

COLET, Daniela Siqueira; MOZZATO, Anelise Rebelato. “Nativos digitais”: características atribuídas por gestores à Geração Z. **Revista de Gestão do Unilasalle**, Canoas, v. 8, n. 2, 2019. Disponível em <https://ebooks.unilasalle.edu.br/index.php/desenvolve/index>. Acesso em: 13 set. 2021.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. Perfil do consumidor consumo pela Internet. **Retratos da Sociedade Brasileira**, ano. 9, n. 51 (janeiro 2020) – Brasília: CNI, 2020. Disponível em: [https://static.portaldaindustria.com.br/media/filer\\_public/dc/a4/dca4e48d-8484-476e-9ae4-d96b8d6d978e/retratosdasociedadebrasileira\\_51\\_perfildoconsumidor.pdf](https://static.portaldaindustria.com.br/media/filer_public/dc/a4/dca4e48d-8484-476e-9ae4-d96b8d6d978e/retratosdasociedadebrasileira_51_perfildoconsumidor.pdf). Acesso em: 09 set. 2021.

EFING, Antônio Carlos; PAIVA, L. L. Consumo e obsolescência programada: sustentabilidade e responsabilidade do fornecedor. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**. v. 2. n. 2. p. 117 - 135, p. XX-XX, 2016. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/1356>. Acesso em: 25 set. 2021.

EHRENBERG, Karla Caldas. Bola na rede: uma análise das estratégias comunicacionais de empresas esportivas no ambiente digital conectado. 2016. [228f]. Tese (Comunicação

Social) - Universidade Metodista de São Paulo, [São Bernardo do Campo]. Disponível em: <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/1513>. Acesso em: 08 nov. 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2019.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LOZADA, Gisele. **Metodologia científica**. Porto Alegre: SAGAH, 2018.

MARX, Karl. **O capital**: crítica da economia política - Livro Primeiro. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

MESSIAS, José Flávio; SILVA, José Ultemar; SILVA, Pedro Henrique Calderoni. Marketing, crédito & consumismo: impactos sobre o endividamento precoce dos jovens brasileiros. **ENIAC Pesquisa**, Guarulhos (SP), v. 4, n. 1, p. 43-59, jan.-jun. 2015.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **Recomendação sobre os Princípios e as Boas Práticas de Educação e Conscientização Financeira**. OECD, 2005. Disponível em <https://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CORUMBÁ. **Dados Econômicos**. Disponível em: <https://www.corumba.ms.gov.br/minha-corumba/dados-economicos/>. Acesso em: 10 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CORUMBÁ. **História**. Disponível em <https://www.corumba.ms.gov.br/minha-corumba/historia/>. Acesso em: 10 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE LADÁRIO. **História**. Disponível em <https://www.ladariom.instarswe.com.br/portal/servicos/1001/historia/>. Acesso em: 10 set. 2021.

RECH, Isabella Mari; VIÊRA, Marivone Menuncin; ANSCHAU, Cleusa Teresinha. Geração Z, os nativos digitais: como as empresas estão se preparando para reter esses profissionais. **Revista Tecnológica**, v. 6, n. 1., p. 152-166, 2017. Disponível em: <https://uceff.edu.br/revista/index.php/revista/article/view/223>. Acesso em: 08 nov. 2021.

SILVA, A. C.; SOUZA, I. C.; BUENO, M. P.; ALMEIDA, A. L.; SILVA, R. H. Qualidade de Vida e Endividamento. **Revista Desafio Online**. Campo Grande, v. 8, n.2. p. 353-377, 2020.

SPC - Serviço de Proteção ao Crédito BRASIL (2018). **Número de jovens inadimplentes atinge 4,81 milhões de negativados entre 18 e 24 anos, mostra SPC Brasil**. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2018/02/Release-Inadimpl%C3%Aancia-PF--Jovens.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2021.

SPC - Serviço de Proteção ao Crédito BRASIL (2019). **Inadimplência de Pessoas Físicas**. Disponível em: [https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2020/02/An%C3%A1lise-PF\\_jan\\_2019.pdf](https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2020/02/An%C3%A1lise-PF_jan_2019.pdf). Acesso em: 31 ago. 2021.

SPC - Serviço de Proteção ao Crédito BRASIL (2020). **40% dos consumidores utilizaram cartão de crédito de alguma fintech nos últimos 12 meses, aponta pesquisa CNDL/SPC Brasil**. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/7212>. Acesso em: 31 ago. 2021.

SPC - Serviço de Proteção ao Crédito BRASIL (2020). **8 em cada 10 inadimplentes sofreram impacto emocional negativo por conta das dívidas, revela pesquisa CNDL/SPC Brasil**. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/7266>. Acesso em: 31 ago. 2021.

VEIGA NETO, A. R.; BAENA DE SOUZA, S. L.; ALMEIDA, S. T. de; CASTRO, F. N.; SILVA BRAGA JÚNIOR, S. Fatores que influenciam os consumidores da geração z na compra de produtos eletrônicos. **RACE - Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, v. 14, n. 1, p. 287–312, 2014. DOI: 10.18593/race.v14i1.4935. Disponível em: <https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/race/article/view/4935>. Acesso em: 25 nov. 2021.

VIEIRA, E. G. F.; KILIMNIK, Z. M.; SANTOS NETO, S. P.. Qualidade de Vida e Endividamento: estilos de vida associados ao descontrole financeiro e consequências na vida pessoal e profissional. **Revista REUNA**. v. 21, n. 2. p. 23-62, 2019.



Serviço Público Federal  
Ministério da Educação  
**Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul**

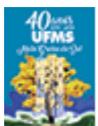


#### ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

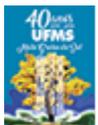
Aos vinte e sete dias do mês de janeiro de dois mil e vinte e dois, às dezoito horas e trinta minutos, em sessão pública, na sala virtual pelo Google Meet (<https://meet.google.com/frh-qecv-xte>), na presença da Banca Examinadora presidida pela Professora Caroline Gonçalves e composta pelos examinadores Professora Joice Chiareto e Professor Fernando Thiago, o discente João Marcos da Luz Capistrano apresentou o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "Consumo e endividamento de jovens da geração Z em Corumbá e Ladário", como requisito curricular indispensável à obtenção do título de Bacharel em Administração. Após reunião em sessão reservada, a Banca Examinadora deliberou e decidiu pela aprovação do trabalho, divulgando o resultado formalmente ao discente e demais presentes e eu, na qualidade de Presidente da Banca, lavrei esta ata assinada por mim e pelos demais examinadores.



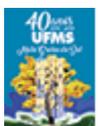
Documento assinado eletronicamente por **Fernando Thiago, Professor do Magisterio Superior**, em 27/01/2022, às 19:18, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Joice Chiareto, Professora do Magistério Superior**, em 27/01/2022, às 19:23, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Caroline Goncalves, Professora do Magistério Superior**, em 27/01/2022, às 19:39, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **João Marcos da Luz Capistrano, Usuário Externo**, em 27/01/2022, às 19:41, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufms.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3057102** e o código CRC **80CC9AC2**.

**COLEGIADO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - BACHARELADO**

Av. Rio Branco, 1270

Fone:

CEP 79304-020 - Corumbá - MS

---

**Referência:** Processo nº 23449.000665/2021-92

SEI nº 3057102



Serviço Público Federal  
Ministério da Educação  
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

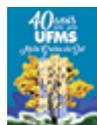


### TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

Eu, João Marcos da Luz Capistrano, discente regularmente matriculado(a) sob RGA n. 2019.0547.004-5 no Curso de Graduação em Administração, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Câmpus do Pantanal, Corumbá-MS, autorizo que a IES divulgue a obra intitulada: "Consumo e endividamento de jovens da geração Z em Corumbá e Ladário", Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, defendido e aprovado em 27/01/2022.

Autorizo a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Câmpus do Pantanal, Corumbá-MS, a disponibilizar na rede mundial de computadores (Internet) e no repositório institucional, permitindo a reprodução, por meio eletrônico dessa obra, a partir da data de defesa.

Corumbá-MS, 27 de janeiro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **João Marcos da Luz Capistrano, Usuário Externo**, em 27/01/2022, às 19:41, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufms.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3057158** e o código CRC **D9019DDA**.

### COLEGIADO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - BACHARELADO

Av. Rio Branco, 1270

Fone:

CEP 79304-020 - Corumbá - MS

Referência: Processo nº 23449.000665/2021-92

SEI nº 3057158