

Finanças Comportamentais: Um estudo exploratório com consumidores inadimplentes residentes em Cidades do interior de Pernambuco.

Resumo

A expansão do mercado, as facilidades na obtenção dos produtos financeiros e o desenvolvimento do marketing, cria necessidades e estimula o consumo intensivo. No entanto, esse comportamento pode ocasionar o crescimento do endividamento. Diante do exposto, este artigo tem como objetivo identificar quais são os fatores que impactam no endividamento dos indivíduos residentes em cidades do interior de Pernambuco e os fazem se tornarem inadimplentes. Para a obtenção dos resultados foram aplicados questionários para o levantamento do comportamento financeiro dos respondentes. O estudo identificou que dentre os principais fatores comportamentais influenciadores do endividamento estão o elevado grau de estresse e ansiedade. Ademais, constatou-se que a dificuldade de fazer planejamento é o principal empecilho para uma boa gestão da renda da amostra analisada.

Palavras-chave: Endividamento. Inadimplência. Planejamento.

1. INTRODUÇÃO

A expansão do consumo, da disponibilidade de crédito e o comprometimento da renda da sociedade estão diretamente ligados à contração de dívidas, conforme apontado por Ribeiro e Lara (2016) o crédito que até certo período era destinado somente às empresas ou consumidores que apresentavam comprovação de renda ou propriedades, passa a ser também oferecido para frações assalariadas de médio, baixo ou sem nenhuma comprovação de rendimento, com isso há um maior endividamento da população brasileira do século XXI.

Assim, com o crescente número de endividados, há uma expansão do número de indivíduos inadimplentes, que surge em consequência das políticas de expansão do crédito e o incentivo ao consumo, além de uma preocupação econômica e social em manter o controle dos níveis de inadimplência.

Para analisar a inadimplência do ponto de vista econômico das finanças comportamentais pode-se começar avaliando a capacidade de endividamento dos indivíduos em relação a sua renda disponível. O alto comprometimento da renda é o primeiro sinal de um aumento na probabilidade de inadimplência, que é a principal consequência quando se intensifica o endividamento dos indivíduos (CLAUDINO; NUNES; SILVA, 2009). Porém, estudos recentes mostram que além de características econômico financeiras, aspectos comportamentais como ansiedade e estresse também podem ser determinantes na inadimplência das pessoas.

Partindo desse viés, surge a seguinte problemática: Quais são as características comportamentais do indivíduo inadimplente? Diante de tal questionamento, o estudo tem como objetivo geral investigar o comportamento de pessoas endividadas, que através do acúmulo de dívidas tornaram-se inadimplentes.

Para tanto, buscou-se caracterizar o perfil do inadimplente, identificando algumas variáveis como: idade, sexo, renda, percentual de renda comprometida com as dívidas, grau de estresse, insônia, ansiedade, baixa autoestima na hora das compras, entre outras e analisar a influência de fatores comportamentais na determinação do risco de inadimplência dos indivíduos. O trabalho consiste em um estudo exploratório-descritivo a fim de avaliar o impacto das características comportamentais na inadimplência.

O estudo organizou-se da seguinte forma: a presente seção introdutória que faz uma breve contextualização dos aspectos gerais do trabalho, seguida do aporte teórico com os temas finanças comportamentais, endividamento e inadimplência, e por fim fatores determinantes na propensão a inadimplência. Posteriormente discorre-se sobre o percurso metodológico adotado na pesquisa, seguido pelos resultados da pesquisa e, por fim, o último item mostra as conclusões sobre o estudo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Finanças Comportamentais

As linhas de pesquisas debatidas em finanças vêm incorporando aspectos comportamentais antes desconsiderados, passaram a incorporar conceitos de psicologia para explicar as decisões financeiras dos indivíduos, esses aspectos deram origem aos estudos de Finanças Comportamentais, que partem do pressuposto de que o indivíduo possui racionalidade limitada, agindo sob certas circunstâncias com base nas emoções (MILANEZ, 2001).

De acordo com Shefrin (2000), as finanças comportamentais correspondem a uma área do conhecimento que vem apresentando grande crescimento, preocupando-se com o estudo da influência da psicologia no comportamento dos agentes do mercado financeiro. Alguns anos depois, na definição de Camerer (2003), surge o conceito que a essência das finanças comportamentais é a convicção de que aumentando o realismo dos fundamentos psicológicos

humanos, quanto às finanças, a própria economia irá melhorar, pois se gera insights teóricos, faz-se melhores previsões dos fenômenos, e sugere-se melhores formas de lidar com ela. Apesar das diversas definições das finanças comportamentais há uma razoável concordância entre elas.

Esse novo ramo das finanças está relacionado com os processos cognitivos do indivíduo. A palavra “cognitivo” tem sua origem na palavra grega “gnosco”, que significa “conhecer” e no termo latim “cogito”, que significa “eu penso”. De acordo com Tvede (2000), a Psicologia Cognitiva se refere a todos os processos pelos quais os impulsos sensoriais são transformados, reduzidos, elaborados, armazenados, recuperados e usados. Várias explicações têm sido propostas para explicar o chamado viés de processo cognitivo, por exemplo, do ponto de vista de Halfeld e Torres (2001) o homem possui uma normalidade que implica em optar frequentemente por decisões irracionais, recebendo influências emocionais, que fazem com que ele entenda um mesmo problema de formas diferentes, dependendo da maneira como é analisado.

Por isso, a literatura econômica e psicológica tem utilizado definições para a caracterização de aspectos importantes nas Finanças Comportamentais, como é o caso da cognição, dessa forma afirmam Disney e Gathergood (2011), que as medidas cognitivas e os traços de personalidade estão ligados à tomada de decisão financeira. Apesar de ser relativamente recente as pesquisas sobre Finanças Comportamentais, sob o olhar da Psicologia Econômica, existem diversos estudos desenvolvidos a fim de entender a relação do endividamento pessoal com o perfil psicológico do indivíduo, tais como:

Quadro 1 – Fatores comportamentais que levam o indivíduo ao endividamento

Autor(es)	Ano	Fatores de endividamento do indivíduo
TOKUNAGA	1993	Ansiedade e pouca preocupação em reter o dinheiro.
BODDINGTON E KEMP	1999	Elevado grau de otimismo.
NORVILITIS	2003	Elevado grau de estresse.
VELUDO-DE-OLIVEIRA	2004	Empoderamento ao realizar as compras.
FERREIRA	2008	A busca por socialização em grupos.
HERRERA <i>et al</i>	2011	Crescimento da sensação de bem-estar.
GATHERGOOD	2012	Falta de autocontrole.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Somando o que foi abordado anteriormente com o crescimento de consumidores endividados no mercado, tornou-se um aspecto relevante estudar os fatores comportamentais que influenciam a propensão do consumidor ao endividamento.

2.2. Endividamento e Inadimplência

O consumo de bens e serviços muitas vezes implica em consequências, como o aumento no nível de endividamento pessoal. É possível observar na literatura relacionada ao endividamento que grande parte dos artigos se detém à análise dos fatores causadores do fenômeno, mas não abordam especificamente a conceituação do termo. Seguindo esse viés, Contreras *et al.* (2006) conceituam o endividamento como a existência de uma obrigação que será obliterada após o pagamento, caracterizado pelo consumo antecipado, no qual basta contrair a dívida para enquadrar-se como endividado.

Zerrenner (2007) explica que após a contração de muitas dívidas, o indivíduo passa de endividado para sobreendividado. Flores e Vieira (2014) acrescentam que as crises financeiras acentuam o surgimento de pessoas mais consumistas, inclinadas ao risco, como também à dívida. Pode-se então concluir que endividamento segundo Marques e Frade (2003) é o saldo devedor de um aglomerado, significando dizer que é a utilização de recursos de terceiros para fins de consumo, ao ter posse desse saldo se estabelece um compromisso em devolver, com data estabelecida, tal montante, normalmente acrescido de juros e correção monetária.

Devido à busca incessante para satisfazer necessidades e desejos, os consumidores vêm consumindo mais do que podem pagar, surgindo a partir daí situações de endividamento (BROWN; TAYLOR; PRICE, 2005). Dessa forma, seguindo os pensamentos de Bauman (2008), pode-se destacar que o status social, as simbologias que um produto pode ter, a associação de poder que uma marca cara faz com quem a compra, está representada pela necessidade de manter-se em um nível de aceitabilidade social e acompanhar modismos. Causando assim, a necessidade de comprar cada vez mais, de possuir os mesmos bens e serviços que a sociedade julga importante e preciso.

Nesse contexto de análise do processo de decisão de compra do consumidor, existem condições específicas que podem ocasionar compras não planejadas, as quais estão associadas a um forte desejo de consumir, acompanhado de sensações prazerosas e de baixo controle cognitivo, sendo nomeado como compras por impulso (BILLIEUX; *et al.*, 2007). Este fenômeno é caracterizado quando o consumidor necessita de um produto de forma imediata, sem poder esperar por ele e sem medir as consequências desse consumo no longo prazo. Contudo, isso pode acarretar uma perda de controle na hora da compra, resultando muitas vezes na aquisição de produtos e serviços sem necessidade (MUELLER; *et al.*, 2011).

Soma-se ao que foi relatado, o pensamento de Rook (1987), o autor constata que o impulso ganha proporções de compulsão quando se torna tão poderoso a ponto de ser irresistível levando à compra compulsiva que envolve a tendência de comprar mais do que determinam as necessidades e do que permitem os recursos. Além disso, Lejoyeux *et al.* (1996), afirmam que emoções negativas, especialmente tristeza, solidão, raiva, frustração e irritação, aumentam a propensão à compra dos compradores descontrolados, fazendo com que muitos deles não consigam ter a consciência de que são compradores compulsivos.

Entretanto Prado (2016), reconhece-se que a educação financeira é de extrema importância para a construção de uma cultura que privilegie a melhor gestão do orçamento e que se deve começar desde a infância, para a formação de consumidores conscientes. Em contrapartida Gathergood (2012), enfatiza que a falta de autocontrole, ou seja, a capacidade de controlar ou dominar suas emoções e seus desejos, explica melhor o endividamento do que a falta de educação financeira, pois enquanto a falta de educação financeira pode ser melhorada por meio da educação, os indivíduos não podem ser educados sobre como se autocontrolar.

Vignoli (2015) ressalta que é preciso ter em mente que o parcelamento, embora seja um mecanismo eficiente para comprar aquilo que se tem vontade mais rapidamente, pode comprometer parte da renda do consumidor durante vários meses. O uso indevido, portanto, equivale a uma espécie de “endividamento silencioso”; e quando a pessoa finalmente se dá conta, está em situação financeira temerária, com dívidas maiores do que sua capacidade para quitá-las, podendo certamente ficar inadimplente.

A palavra inadimplente é um verbete recente na língua portuguesa e no vocabulário do cidadão brasileiro. Não se sabe exatamente quando foi que ela começou a se tornar popular no Brasil, mas ao que parece a palavra passou a ser usada pelo consumidor depois do Plano Real (1994), quando o Brasil registrou um aumento no volume de crédito e também um crescimento da inadimplência. De acordo com Barros *et al.* (1997) esse aumento se deu através de empréstimos que segundo dados do Banco Central, mostrou crescimento de 58,7%

durante o primeiro ano de vigência do Plano Real.

A conceituação de inadimplência é fornecida por Matias (2009) como o volume das dívidas com 15 a 90 dias de atraso sobre o volume total de crédito. Dessa forma, Segundo Trento *apud* Fiorentini (1999) para lidar com a inadimplência, é preciso antes conhecê-la bem, sabendo quais os fatores que a ocasionaram. A partir daí, deve-se utilizar práticas preventivas, podendo desta forma controlá-la.

Para analisar a inadimplência do ponto de vista econômico, pode-se começar avaliando a capacidade de endividamento dos indivíduos em relação a sua renda disponível. O alto comprometimento da renda mensal do consumidor é o sinal mais evidente da probabilidade de inadimplência; ela é um estágio em que o indivíduo deixa de saldar os seus compromissos financeiros, diferentemente do endividamento, pois o indivíduo pode contrair muitas dívidas e continuar adimplente, isto é, com capacidade de honrar suas dívidas.

De acordo com o Comitê de Política Monetária (Copom; 2018), as taxas de inadimplência são um importante sinal econômico, pois seu aumento gera um corte nos gastos futuros dos indivíduos, reduz o consumo e, conseqüentemente, prejudica a economia. A inadimplência pode ser analisada como um problema social e de interesse do governo para o equilíbrio do sistema financeiro. No entanto, há uma maior sensibilidade dos endividados a choques externos da economia, ou seja, o aumento da taxa de juros, inflação e desemprego, desencadearia um provável aumento nas taxas de inadimplência.

Com o intuito de conhecer e divulgar o perfil de dívida dos brasileiros, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) desenvolve anualmente a Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC). A PEIC é apurada mensalmente pela CNC desde janeiro de 2010. Das informações coletadas, são apurados importantes indicadores: percentual de consumidores endividados, percentual de consumidores com contas em atraso, percentual de consumidores que não terão condições de pagar suas dívidas, tempo de endividamento e nível de comprometimento da renda.

2.3. Fatores determinantes na propensão a inadimplência

Seja a inadimplência ocasionada pelo alto nível de endividamento ou pela falta de renda proveniente do desemprego, em qualquer um dos casos o indivíduo inadimplente perde crédito no mercado e conseqüentemente vê seu consumo afetado. Por outro lado, o mercado com taxas de juros e *spread* bancário altos, não favorece a aquisição de crédito. Ambos os problemas impactam o consumo e a geração de receita para as instituições financeiras, empresas e mesmo para o governo através de impostos, gerando um desequilíbrio econômico, afetando inclusive o PIB (Produto Interno Bruto) dos estados brasileiros. (GUIMARÃES; VIEIRA, 2015).

As pessoas não se dão conta que o descontrole financeiro não acontece só nos grandes gastos, mas sim desde os pequenos. Os consumidores acreditam que conseguirão cumprir com as obrigações, mas a aquisição de novos produtos acaba por não entrar no orçamento futuro. O cartão de crédito pode ser um elemento impulsionador de compras que pode ter como possíveis conseqüências a geração de dívidas.

Segundo Pelau (2012), os consumidores consomem por impulso pelo fato de ter esquecido de planejar o futuro com ações de longo prazo, fazendo com que o fenômeno traga apenas recompensas de curto prazo, tratando a racionalidade dos consumidores como “esquecida” durante o momento de compra. Ou seja, com as inúmeras facilidades e ofertas que os meios de comunicação em massa e a publicidade oferecem, os consumidores criam falsas necessidades objetivadas pelo desejo de “ter” e “ser” que a sociedade capitalista impõe.

2.3.1 O mercado de crédito no Brasil

Segundo Sandroni (2009), crédito é a transação comercial em que um comprador

recebe imediatamente um bem ou serviço adquirido, mas só fará o pagamento depois de um tempo determinado. A concessão de crédito pode ser considerada a principal atividade bancária e, na maioria dos sistemas bancários, representa o principal risco a que os bancos estão expostos (CIHÁK; 2007). Diante disso, Denegri *et al* (2007) afirmam que a maior facilidade de obter crédito nos últimos anos tornou as pessoas mais tolerantes e conformadas com o endividamento, sendo esse um mecanismo habitual de acesso aos bens e serviços desejados.

Com uma maior quantidade de crédito destinada ao consumo, tenderá a aumentar o poder de compra das pessoas e assim ocasionar um impacto positivo sobre o crescimento econômico, existe uma relação direta e positiva entre crescimento e desenvolvimento econômico, e volume de oferta de crédito financeiro; entretanto a inadimplência pode ser vista como o desaquecimento econômico ou a perda e queda do PIB. Segundo Kasznar (2009), a inadimplência há de ser vigiada e acompanhada de perto, para que se evitem graus excessivos de endividamento, cujo desfecho final é a desgastante renegociação de dívidas, a retração do consumidor e do sistema de crédito e o clima de desconfiança em relação ao bom funcionamento das instituições.

O acesso ao crédito no Brasil tem aumentado nos últimos anos, a taxas de 15% a 20% ao ano e o número de cartões de crédito em circulação apresenta um grande perigo para o consumidor, haja vista os altos juros cobrados (LEITÃO; 2011). Algumas justificativas para uso do cartão de crédito incluem o benefício de não ter que carregar dinheiro consigo e o crédito facilitado para compras não previstas. Por estes motivos, o cartão de crédito se tornou uma opção de pagamento segura que pode ser usada a qualquer momento (ERASMUS; LEBANI, 2008).

Ferreira (2009) complementa afirmando que a inadimplência provoca consequências nos créditos concedidos e na viabilidade das operações financeiras e econômicas de microcrédito, pois o não pagamento por parte do tomador prejudica o fluxo de caixa das Instituições Micro Financeiras (IMF's), inviabilizando sua capacidade de realizar novos empréstimos. Segundo Alves e Soares (2006) IMF's são instituições que prestam serviços financeiros adequados e sustentáveis para a população de baixa renda, com a utilização de produtos, processos e gestão diferenciados, como por exemplo, o BNB que criou, em 1998, o programa de microcrédito produtivo e orientado urbano que é hoje o maior do tipo na América do Sul: o Crediamigo.

Dentro da perspectiva do Banco Central do Brasil (BCB), microcrédito é a concessão de empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e microempresas. Do ponto de vista do autor Funchal (2016), diante das facilidades de se obter o microcrédito, tornam-se altos os índices de devedores, dessa forma o risco de inadimplência se dá através de fatores macroeconômicos, como a inflação e o desemprego por exemplo.

O estímulo do governo para favorecer o crédito no país, com o objetivo de aumentar o consumo e o crescimento da economia, criou estratégias que favorecem a ação dos bancos, ampliando as facilidades para o indivíduo obter crédito. No entanto, existe no Brasil um histórico negativo que leva as instituições financeiras a cobrar elevadas taxas de juros. O risco jurídico-institucional, por exemplo, tem como consequência introduzir incertezas no agente financeiro quanto ao recebimento, conforme contratado, do empréstimo que havia sido contraído por seu cliente, sendo essa a maior causa de inadimplência no Brasil (IBRE, 2009).

De acordo com Kasznar (2009), as principais políticas macroeconômicas que estão nas mãos das autoridades, são a política monetária; a fiscal; a de preços; a salarial e de custos de fator; a cambial; e a comercial; combinadas, estas políticas são a força motriz que faz girar a política de rendas e a constituem. Deste modo, ao analisar-se a inadimplência sob um foco e olhar macroeconômico, cabe ao analista verificar as relações existentes entre o volume presente e futuro de crédito, em face de atrasos e calotes dados neste em termos agregados

pelos devedores e consumidores.

Para Parker (2000), dentro das variáveis macroeconômicas, a inflação, os impostos, a renda e taxas de juros, também podem auxiliar o entendimento dos determinantes do aumento nos níveis de dívida das famílias e inadimplência, tal como disposto no Quadro 2.

Quadro 2 - Variáveis macroeconômicas que afetam a inadimplência

Variável	Autores
Produto Interno Bruto	LINARDI (2008), BONFIM (2009), CASTRO (2013)
Taxa de juros	QU (2008), AVER (2008), LINARDI (2008), SOMMAR E SHAHNAZARIAN (2009), BONFIM (2009), SAGNER (2012), CASTRO (2013)
Inflação	SOMMAR E SHAHNAZARIAN (2009), SAGNER (2012)
Produção industrial	QU (2008), SOMMAR E SHAHNAZARIAN (2009) SAGNER (2012)
Taxa de câmbio	QU (2008), SAGNER (2012), CASTRO (2013)
Índice de preço de ações	QU (2008), AVER (2008), BONFIM (2009) CASTRO (2013)
Taxa de desemprego	AVER (2008), CASTRO (2013)
Renda	LINARDI (2008)
Volume de emissão de títulos públicos do governo	BONFIM (2009)
Índice de preços do mercado Imobiliário	CASTRO (2013)
Volume de concessão de crédito	SAGNER (2012), CASTRO (2013)

Fonte: Zaniboni; Montini (2014).

A oferta de crédito estimulará a demanda e o consumidor assumirá empréstimos e financiamentos, na esperança positiva de aumentar seu consumo presente; não falamos de consumo natural e necessário para a sobrevivência, mas aquele consumo desnecessário, criado pela publicidade, indicado por símbolos, pela moda e pela padronização que o capitalismo propõe. O consumo direciona a vida da sociedade, como discorre Santos (2007) ao dizer que o poder do consumo é contagiante, e sua capacidade de alienação é tão forte que sua exclusão atribui às pessoas a condição de alienados.

Segundo Kasznar (2009), algumas das variáveis microeconômicas levantadas em seu estudo e que estão ligadas a ocorrência de inadimplência, no caso das pessoas físicas e servem de indicadores antecedentes para potenciais problemas de não pagamento de créditos assumidos foram: divórcio ou separação; maternidade solteira; doença; acidentes que inabilitam; desemprego; perda de poder aquisitivo salarial com o passar do tempo; atrasos no pagamento de salários; financiamento de carro; financiamento de eletrodomésticos; tentativa

de empreendedorismo fracassado; descontrole dos gastos; ter aceitado ser fiador ou avalista; ter “emprestado” o nome; apostas (apostador viciado) em bicho, loterias, cassinos e outras; investimento em negócio próprio, acima da capacidade de sustentação.

Existem variáveis literalmente acidentais, de causa maior, como as atribuídas aos fenômenos da natureza, que nem sempre se repetem e independem da vontade humana. Outras variáveis, pela sua natureza, são associáveis a fenômenos de tomada de decisão pessoal, como o ato de tomar ou não um empréstimo, a dada taxa de juros de mercado. Portanto, em pesquisas deste gênero, após a correta filtragem, é de se esperar que surjam poucas, mas estatisticamente robustas, variáveis independentes explicativas das inadimplências.

3. METODOLOGIA

O presente estudo partiu de uma pesquisa bibliográfica a fim de construir um instrumento de coleta de dados pautado na literatura de Finanças Comportamentais para identificar os fatores comportamentais dos indivíduos inadimplentes.

A pesquisa é de caráter exploratória-descritiva, segundo Gil (2006) as pesquisas descritivas utilizam de técnicas padronizadas para a coleta de dados, e visam estudar as características de um grupo ou estabelecer relações entre variáveis. Nas pesquisas descritivas não há interferência do pesquisador, os fatos são apenas observados, registrados, analisados, classificados e interpretados (ANDRADE, 2006). A pesquisa exploratória procura conhecer as características de um fenômeno para procurar explicações das causas e conseqüências de dito fenômeno (RICHARDSON, 1989, p. 281).

Além disso, quanto ao seu desenvolvimento no tempo, a pesquisa se caracteriza como um estudo transversal, que de acordo com Hair Jr et al. (2005) são estudos descritivos em que os dados são coletados em um único ponto no tempo e sintetizados estatisticamente. Por ser feito a partir de uma amostra que representa uma população ou um subconjunto da população, esses estudos devem possuir um rigoroso cuidado com essa representatividade. Portanto, os respondentes somente foram abordados em um único momento enquanto estavam inadimplentes.

Já a técnica de pesquisa escolhida foi o coorte prospectivo. O estudo de coorte se caracteriza por estudar um grupo de indivíduos que apresenta características em comum, constituindo uma amostra que deve ser acompanhada por um certo período de tempo, acompanhando a evolução de algum fenômeno, ou seja, parte do presente para o futuro (GIL, 2006).

3.1 Instrumento de coleta de dados

A técnica utilizada para coleta de dados foi o questionário, que, segundo Gerhardt e Silveira (2009) é um instrumento constituído por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito. Essa característica lhe diferencia da entrevista. Por visar levantar dados sobre opiniões, sentimentos, crenças, expectativas, interesses e as situações vivenciadas por um indivíduo. Baseado no questionário da pesquisa de Barros et al., (2003) que trata de Educação financeira e Endividamento, o mesmo teve suas devidas modificações com as reais necessidades do presente estudo.

O questionário foi escrito, impresso, com questões objetivas, aplicados aos moradores das Cidades de Gravatá, Bezerros, Sairé e Caruaru estas situadas no agreste setentrional pernambucano, mantendo sob sigilo os dados coletados, expondo apenas informações necessárias para a conclusão da pesquisa. Após coleta por meio de questionários, os dados foram organizados e analisados por meio de métodos estatísticos, que permitem constatar as relações dos fenômenos entre si, e obter generalizações sobre a natureza, ocorrência ou significado (MARCONI; LAKATOS, 2009). Os participantes foram selecionados em

diferentes dias da semana para fins de representatividade temporal. O critério de inclusão foi estar inadimplente no período da pesquisa, já o critério para exclusão foi não estar inadimplente naquele determinado período

O questionário foi aplicado pelos pesquisadores entre outubro e dezembro de 2018 e só era preenchido após esclarecimentos, concordância em participar do estudo e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Todos os questionários foram checados no ato da entrega, para evitar perda de dados. Também obteve os dados demográficos e socioeconômicos de cada participante. As variáveis estudadas foram: idade, gênero, estado civil, escolaridade dos indivíduos, renda mensal, percentual de renda comprometida com as dívidas, produtos ou serviços que geraram as dívidas, capacidade de pagamento, grau de estresse, insônia, ansiedade, baixa autoestima na hora das compras.

A amostra foi de 354 respondentes, sendo analisados apenas 257 por comporem o escopo da pesquisa (inadimplentes). Todos os dados coletados foram organizados, tabulados e analisados estatisticamente, utilizando-se também o Google Forms, um aplicativo de administração de pesquisas incluído no pacote do escritório do Google Drive.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção apresenta os resultados provenientes do questionário aplicado, este que teve como objetivo identificar questões a respeito do perfil do inadimplente; logo após, foram abordadas questões referentes ao seu comportamento pessoal, envolvendo o planejamento financeiro e fatores comportamentais ligados as compras. Iniciou-se com duas perguntas filtro, ou seja, se o respondente não residisse em Pernambuco ou não estivesse inadimplente, o mesmo não responderia as perguntas seguintes. A conceituação de inadimplência é fornecida por Matias (2009) como o volume das dívidas com 15 a 90 dias de atraso sobre o volume total de crédito.

A seguir inicia-se a análise dos resultados coletados a partir das 257 pessoas enquadradas na amostra, a maior parte do público respondente fora do gênero feminino 56,8%; enquanto que 43,2% declararam-se pertencentes ao gênero masculino, caracterizando a mulher como mais propensa à inadimplência.

Após a definição do gênero dos pesquisados coube avaliar para definir melhor o perfil do indivíduo inadimplente: estado civil; faixa etária; ocupação; grau de instrução e faixa de renda mensal. Em relação ao estado civil dos respondentes houve uma grande predominância dos solteiros com o percentual de 51,4%. Em seguida, 33,1% são casados, 8,6% são divorciados e 7% dos respondentes declarou serem viúvos.

Com relação à faixa etária observou-se uma predominância dos respondentes entre 21 a 30 anos com um percentual de 35,4%. Logo em seguida a faixa etária de 31 a 40 anos, com um percentual de 26,5%; 17,1% de 41 a 50 anos; 8,9% de 51 a 60 anos, 8,6% acima de 60 anos e 3,5% até 20 anos. Nota-se então que a maioria dos inadimplentes dessa pesquisa se enquadra no perfil jovem.

Em relação à ocupação dos respondentes, existe uma predominância das pessoas que trabalham com carteira assinada com um percentual de 33,9%. Em seguida aparecem os que estão desempregados com 21,8%; os funcionários públicos aparecem com 14,4 %; os empresários com 12,1%; os aposentados com 10,5% e o restante declarou ser autônomos.

De acordo com o grau de instrução existe uma predominância de 26,5% do ensino médio completo, seguido pelo ensino fundamental incompleto com 24,9%. Em seguida estão os que declaram ter o ensino superior incompleto, com 19,5%, posteriormente estão os que têm ensino fundamental completo com um percentual de 9,3% e por fim aqueles que declaram ter ensino médio incompleto, ensino superior completo e especialização com 7,4%, 6,2% e 5,4% respectivamente. Com o baixo grau de instrução que foi evidenciado, pode-se concluir que esses respondentes não foram educados financeiramente.

Sobre a renda mensal dos respondentes, se observou a predominância de 54,9% com renda até R\$ 954,00. Com 35,4% estão os de renda de R\$ 955,00 a R\$ 2.862,00. Caindo para 7% e 2,3% os que recebem de R\$ 2.863,00 a R\$ 4.770,00 e os que recebem de R\$ 4.771,00 a R\$ 14.310,00 respectivamente. Apenas 1 pessoa está acima de R\$ 14.310,00.

Ao serem questionados sobre terem compras realizadas de forma parcelada 82,5% declaram que sim e 17,5% dos respondentes mesmo estando inadimplentes declararam não terem compras realizadas de forma parcelada. Como Vignoli (2015) ressalta, é preciso ter em mente que o parcelamento, embora seja um mecanismo eficiente para comprar aquilo que se tem vontade mais rapidamente, pode comprometer parte da renda do consumidor durante vários meses.

Como ressalta Claudino *et al* (2009) na introdução, o alto comprometimento da renda é o primeiro sinal de um aumento na probabilidade de inadimplência, que é a principal consequência quando se intensifica o endividamento dos indivíduos. Em relação ao quanto de sua renda mensal está comprometida com as prestações ou obrigações mensais 33,9% dos respondentes têm de R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00 comprometidos. Em seguida aparecem os que estão com acima de R\$ 1.000,00 de sua renda comprometida com um percentual de 25,7%; 23,3% têm de R\$ 301,00 a R\$ 500,00 comprometidos e por fim 17,1% com R\$ 300,00 comprometidos.

Figura 1: renda comprometida com prestações/obrigações mensais



Elaborado pelos autores

Quando perguntados qual foi o produto ou serviço que gerou a dívida atual, veremos os percentuais mais significativos no qual há uma predominância de 30,4% de dívidas geradas por vestuário e calçados; em seguida aparecem as dívidas geradas por aquisição de eletrodomésticos ou eletroeletrônicos com 25,3%, empréstimo pessoal com 11,7%, contas de concessionária com 8,2% e alimentação com um percentual de 6,6%. Com as inúmeras facilidades e ofertas que os meios de comunicação em massa e a publicidade oferecem, os consumidores criam falsas necessidades objetivadas pelo desejo de “ter” e “ser” que a sociedade capitalista impõe.

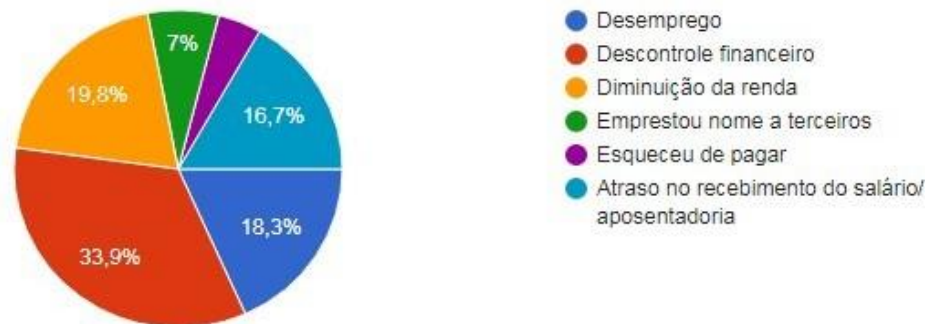
Ao serem questionados qual o valor total de suas dívidas em atraso 54,9% afirma um total de até R\$ 1.000,00; 18,7% de R\$ 1.000,01 a R\$ 2.500,00; 16,7% acima de R\$ 5.000,00 e 9,7% de R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00.

Ao serem questionados sobre a capacidade de pagar todas as contas em atraso 55,3% afirmaram serem capazes e 44,7% afirmaram não serem capazes. Como evidencia Zerrenner (2007) após a contração de muitas dívidas, o indivíduo passa de endividado para sobreendividado, dificultando assim a quitação das dívidas em atraso.

Em relação aos motivos da inadimplência obtivemos as seguintes respostas: 33,9% por causa do descontrole financeiro; 19,8% por causa da diminuição da renda; 18,3% por causa do desemprego; 16,7% devido ao atraso no recebimento do salário; 7% porque emprestou nome a terceiros e 4,3% esqueceu-se de pagar. As pessoas não se dão conta que o descontrole financeiro não acontece só nos grandes gastos, mas sim desde os pequenos. Os consumidores acreditam que conseguirão cumprir com as obrigações, mas a aquisição de novos produtos

acaba por não entrar no orçamento futuro. Segundo Kasznar (2009), o desemprego é uma das variáveis microeconômicas que estão ligadas a ocorrência de inadimplência.

Figura 2: motivo da inadimplência



Fonte: Elaborado pelos autores.

Evidencia-se que 65,8% dos respondentes não utilizam, nem já utilizaram empréstimos como cheque especial, cartão de crédito ou outros, para pagamento de prestações ou obrigações em atraso; enquanto 34,2% utilizam ou já utilizaram.

Com relação ao uso do cheque especial, cartão de crédito ou outros como forma de aumentar a sua disponibilidade de crédito 54,1% afirmaram já terem feito uso, enquanto 45,9% não. Conforme a Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (PROTESTE, 2012) o não pagamento integral da fatura dos cartões de crédito é um dos responsáveis pelo endividamento das famílias brasileiras da classe C.

Um percentual significativo dos respondentes não realiza acompanhamento dos seus gastos mensais (56,8%), enquanto 31,5% utilizam um caderno de anotações como forma de realizar o acompanhamento dos seus gastos mensais. Os percentuais restantes estão distribuídos para extrato bancário, fatura do cartão de crédito, planilha eletrônica e comprovante do cartão de débito.

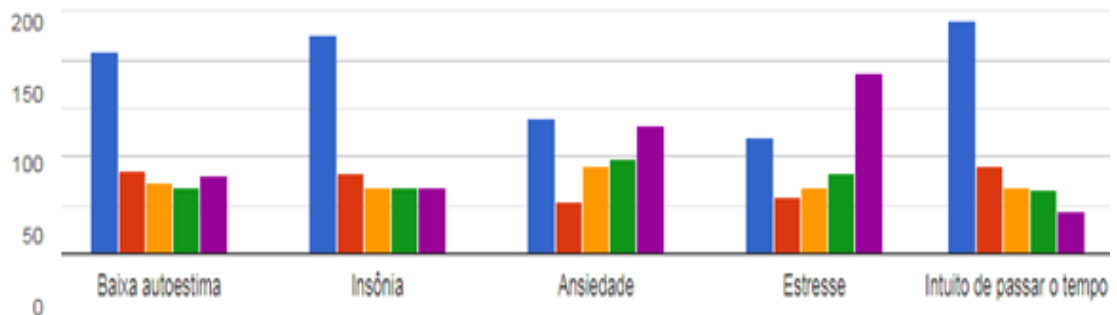
Com relação ao quanto de renda que os respondentes conseguem poupar, os percentuais mais significativos foram: 60,3% que afirmaram que não conseguem poupar; 22,2% consegue poupar até R\$ 200,00; 9,3% poupam de R\$ 201,00 a R\$ 300,00.

Ao serem questionados sobre a principal dificuldade na gestão financeira de sua renda, o percentual mais relevante foi 47,9% no qual as pessoas afirmam terem dificuldade de fazer planejamento. Em seguida aparecem como dificuldades, crise econômica e alta taxa de juros com 19,5% e 14,4% respectivamente. Prado (2016) reconhece que a educação financeira é de extrema importância para a construção de uma cultura que privilegie a melhor gestão do orçamento e que se deve começar desde a infância, para a formação de consumidores conscientes. Em relação às informações acerca das disponibilidades financeiras existentes, 43,2% dos respondentes afirmaram não ter essas informações; 37,4% tem uma estimativa do valor que dispõe, enquanto 19,5% sabe exatamente quanto dispõe.

A área de Finanças Comportamentais evidencia que o indivíduo possui racionalidade limitada, agindo sob certas circunstâncias com base nas emoções. Ao serem questionados sobre fatores relevantes na hora das compras, a emoção que mais se evidenciou foi o estresse, o que vai de encontro com o resultado da pesquisa de Norvilitis (2003), no qual o mesmo ressalta que o elevado grau de estresse é o principal fator que leva o indivíduo ao endividamento. Em seguida aparece a ansiedade também evidenciada no estudo de Tokunaga (1993) como o principal fator relevante ao endividamento. Mais de 50% dos respondentes afirmaram nunca ter baixa autoestima e nem infelicidade no momento das compras, esse fator

pode estar relacionado com otimismo, sensação de bem-estar, satisfação com a vida que foram os resultados encontrados por Boddington e Kemp (1999), Herrera *et al.* (2008).

Figura 3: aspectos relevantes na hora das compras



Fonte: Elaborado pelos autores.

Por fim em relação a forma de pagamento, o parcelamento no cartão de crédito foi a mais evidenciada, corroborando com Erasmus e Lebani (2008) que apontam dentre algumas das justificativas para uso do cartão de crédito incluem o benefício de não ter que carregar dinheiro consigo e o crédito facilitado para compras não previstas.

5. CONCLUSÃO

No percurso da realização da pesquisa, a partir de conceitos trabalhados e dos dados coletados, chega-se a determinadas considerações. É notório que o índice de endividamento e de inadimplência dos consumidores vem aumentando e que o principal motivo da inadimplência dos respondentes é o descontrole financeiro. Assim, surge a necessidade de identificar quais são os principais fatores comportamentais que causam esse descontrole e tornam os indivíduos inadimplentes.

Diante do contexto explorado, os resultados obtidos constataram uma significativa relação com o escore de risco de crédito dos agentes econômicos e a inadimplência, destacando os seguintes fatores comportamentais: a) elevado grau de estresse: maior aspecto relevante na hora das compras; b) elevado grau de ansiedade; c) manifestação do comportamento de compras compulsivas associada ao elevado risco de crédito; d) fatores relacionados ao autocontrole, em específico, aproveitar oportunidades, seja de promoção ou liquidação (caracterizando a ausência de autocontrole); e também a falta de educação financeira: indivíduos que responderam que não fazem um orçamento pessoal ou familiar para controle de suas receitas e despesas possuem um maior risco de crédito; esses fatores estão associados ao elevado uso do cartão de crédito, tido como principal forma de pagamento.

No campo social, uma contribuição válida a ser discutida remete à conscientização da população quanto aos fatores psicológicos que estejam associados ao alto risco de crédito. De maneira simples, dois dos fatores apontados pela pesquisa – a educação financeira e o autocontrole – poderiam ser naturalmente discutidos na sociedade de forma mais extensiva a fim de munir os indivíduos e famílias de noções financeiras e econômicas básicas, com a finalidade de apurar o seu processo de tomada de decisão quanto à economia.

Quanto às limitações do estudo, verificou-se que o instrumento utilizado limitou alguns questionamentos que os pesquisadores levantaram ao longo do estudo. Dessa maneira, acredita-se que o uso de outros instrumentos como entrevistas e observações acrescentariam outras informações a este estudo e poderiam pontuar outros fatores comportamentais. Além disso, sugere-se a realização de estudos dessa natureza em outras cidades e/ou estados com o intuito de ampliar a perspectiva desta pesquisa.

A finalidade principal do estudo é que sirva de base para estudos futuros e de desenho para subsidiar terapias e métodos que visem reduzir a incidência de fatores comportamentais nas decisões de compra dos consumidores.

Neste contexto do desenvolvimento das Finanças Comportamentais, outra questão relevante sobre a realização desta pesquisa está associada ao desenvolvimento do arcabouço teórico da Psicologia Econômica, tida como uma disciplina recente e ainda em processo de consolidação de seu corpo teórico, no entanto cabe ressaltar que as principais pesquisas da área quanto ao crédito e endividamento dos consumidores foram realizadas em países desenvolvidos (EUA e Europa), portanto, mostra-se relevante trazer esta discussão para o contexto nacional.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, MARIA MARGARIDA DE. Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação – 7. ed, 2. Reimpressão – São Paulo: Atlas, 2006.

BAUMAN, Z. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BARROS, C. A. R. Educação financeira e endividamento. 2009. Disponível em: <http://biblioteca.fadergs.edu.br/TCC_CarlosAugustoBarros_2009.pdf>. Acesso em: 11 Nov. 2018.

BARROS, J. R. M.; ALMEIDA JÚNIOR, M. F. Análise do ajuste do sistema financeiro no Brasil. Brasília: Ministério da Fazenda, Secretaria de Política Econômica, mai. 1997.

BARROS, MARILISA BERTI DE AZEVEDO; CÉSAR, CHESTER LUIZ GALVÃO; CARANDINA, LUANA; TORRE, GRACIELLA DALLA. Desigualdades Sociais na Prevalência de Doenças Crônicas no Brasil, PNAD-2003. 2003. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232006000400014.

BCB. Introdução ao microcrédito. 2002. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/htms/public/microcredito/microcredito.pdf>>. Acesso em: 13 Set. 2018.

BILLIEUX, J.; ROCHAT, L.; REBETEZ, M. M. L.; VAN DER LINDEN, M. Are all facets of impulsivity related to self-reported compulsive buying behavior? *Personality and Individual Differences*, v. 44, n. 6, p. 1432-1442, 2008.

BODDINGTON, L.; KEMP, S. Student debt, attitudes toward debt, impulsive buying and financial management. *New Zealand Journal of Psychology*, 28 (2), 89-93. 1999.

BROWN, S; TAYLOR, K.; e PRICE, S. (2005). Debt and distress: Evaluating the psychological cost of credit. *Journal of Economic Psychology*, 26, 642–663.

CAMERER, C.F. Behavioral economics: past, present, future. 2003.

CIHÁK, M. Introduction to applied stress testing. Washington: International Monetary Fund. Working Paper. p.74. 2007.

CLAUDINO, L. P.; NUNES, M. R.; SILVA, F. C. Finanças Pessoais: Um Estudo de Caso com Servidores Públicos. Semead. 2009.

CNC. Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic) - julho 2018. Disponível em: <http://cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/release_peic_julho_2018.pdf>. Acesso em: 14 Ago. 2018.

CONTRERAS V. L.; DE LA FUENTE T. C.; FUENTEALBA C. J.; GARCÍA C. A.; SOTO G. M. Psicología del Endeudamiento: Una Investigación Teórica. Universidad De La Frontera. 2006. Disponível em:< <https://docplayer.es/5624400-Psicologia-del-endeudamiento-una-investigacion-teorica.html>>. Acesso em 20 Set. 2018.

COPOM. Como a queda dos juros ajudou a economia até agora? 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/como-a-queda-dos-juros-ajudou-a-economia-ate- agora.shtml>>. Acesso em 18. Set. 2018.

DENEGRI CORIA, M.; MARTÍNEZ TORO, G.; ETCHEBARNE LÓPEZ, S. La comprensión del funcionamiento bancario en adolescentes chilenos: un estudio de psicología económica. Interdisciplinaria, v. 24, n. 2, p. 137-159. 2007.

DISNEY, R. GATHERGOOD, J. Financial literacy and indebtedness: new evidence for UK consumers. In: EconPapers, 2011.

ERASMUS, A.C.; LEBANI, K. Store cards: Is it a matter of convenience or is the facility used to sustain lavish consumption? International Journal of Consumer Studies, 32, 211–221. 2008.

FERREIRA, V. R. Porque o endividamento das pessoas tem crescido? 2007. Disponível em: <www.clubedosendividados.com.br>. Acesso em: 25. Ago. 2018.

FERREIRA, V. R. de M. Psicologia econômica: estudo do comportamento econômico e da tomada de decisão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FLORES, S. A. M.; VIEIRA, K. M. Propensity toward indebtedness: An analysis using behavioral factors. Journal of Behavioral and Experimental Finance, v. 3, p. 1–10, 2014.

FUNCHAL, B. O efeito do microcrédito produtivo orientado no Brasil: incentivo a inadimplência? 2016. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/base/article/viewFile/base.2016.134.03/5786>>. Acesso em: 19 Set. 2018.

GATHERGOOD, J. Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. Journal of Economic Psychology. 2012.

GERHARDT, TATIANA ENGEL; SILVEIRA, DENISE TOLFO. Métodos de Pesquisa. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação

Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Editora Atlas, 176 p. 2008.

GUIMARÃES, T.; VIEIRA, F. V. Os Determinantes do Impacto da Crise Financeira Internacional sobre a Taxa de Crescimento do PIB. Estudos Econômicos, v. 45, n. 4, 2015.

HALFELD, M. TORRES, F. F. L. Finanças Comportamentais: aplicações no contexto brasileiro. RAE – Revista de Administração de Empresas, v. 41, n. 2, p. 64-71, 2011.

HERRERA, A.; MARÍA, G.; ESTRADA, G.; CLAUDIA, A.; DENEGRÍ, C.; La alfabetización económica, hábitos de consumo, actitud hacia el endeudamiento y su relación con el Bienestar Psicológico en funcionarios públicos de la ciudad de Punta Arenas. Magallania. v. 39, n. 1, p. 83-92, 2011.

IBRE. Instituto Brasileiro de Economia. Spread bancário no Brasil: nem todas as armas foram usadas. Carta do IBRE: Abril de 2009.

KASZNAR, K. I. Marketing, políticas de crédito e inadimplência. Vender bem e evitar o mau pagador: um desafio permanente. RPCA. Rio de Janeiro. 2009.

LEITÃO, M. Brasileiros têm de estar atentos ao endividamento. O Globo. 2011 Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/miriam-leitao/post/brasileiros-tem-de-estar-atentos-ao-endividamento-417939.html>>. Acesso em: 21 Ago. 2018.

LEJOYEUX, M.; ADES, J.; TASSAIN, V.; SOLOMON, J. Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying. Journal of Psychiatric Association, v. 153, n. 12, 1996.

LAKATOS, EVA MARIA E MARINA DE ANDRADE MARCONI: Metodologia científica 5. Ed.- 2. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2008.

MARQUES, M. L. M.; FRADE, C. Regular o sobre-endividamento. Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra. 2003.

MATIAS, A. B.; Inadimplência e Insolvência no Brasil; Análise setorial; INEPAD – Instituto de Ensino e Pesquisa em Administração; em Financeiro, A revista do crédito; anos 1 a 6, nos 1 a 53. 2009.

MILANEZ, Daniel Yabe. Economia e Finanças Comportamentais: aplicações a macroeconomia. IPE/USP.2011.

MUELLER, A.; CLAES, L.; MITCHELL, J. E.; FABER, R. J.; FISCHER, J.; ZWAAN, M. Does compulsive buying differ between male and female students? Personality and Individual Differences, v. 50, n. 8, p. 1309-1312, 2011.

NORVILITIS, J. M. Factors influencing levels of credit-card debt in college students. Journal of Applied Social Psychology. v. 33, n. 5, p. 935-947, 2003.

PELĂU, C. Aspects regarding the analysis of the rationality of the buying decision of the Romanian consumer. Theoretical and Applied Economics, v. 12, n. 12, p. 99, 2012.

PRADO, A. R. M. O endividamento dos brasileiros e a falta de educação financeira. Investimentos e Notícias. 2016. Disponível em: <<http://www.investimentosenoticias.com.br/noticias/negocios/o-endividamento-dos-brasileiros-e-a-falta-de-educacao-financeira>>. Acesso em: 21 Ago. 2018.

RIBEIRO, R. F; LARA, R. O endividamento da classe trabalhadora no Brasil e o capitalismo manipulatório. 2016. Disponível em: <<http://scielo.b>

Acesso em: 15 Abr. 2020.

RICHARDSON, R. (coord.) et al. Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1989.

ROOK, D. The buying impulse. Journal of Consumer Research, v. 14, p. 189-199,

1987. SANDRONI, P. Novíssimo dicionário da economia. São Paulo: Ed. Best

Seller. p.431. 2009. SANTOS, M. O espaço do cidadão. São Paulo. Nobel. 1998.

SHEFRIN, H. M. Beyond Greed and Fear. Harvard Business School Press. 2000.

SILVA, A. B. B. Mentos consumistas: do consumismo à compulsão por compras / Ana Beatriz Barbosa Silva. – 1. ed. – São Paulo: Globo. 2014.

SPC, BRASIL. Indicadores de inadimplência do consumidor avança pelo 11º mês seguido. 2018. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/noticia/5221>>. Acesso em: 16 Set. 2018.

TOKUNAGA, H. The use and abuse of consumer credit: Application of psychological theory and research. Journal of Economic Psychology, v. 14, n. 2, p. 285-316, 1993.

TRENTO, A. J. Crédito e cobrança para micro e pequenas empresas. Guarapuava: Unicentro. 2009.

TVEDE, L. The psychology of finance. John Willey and Sons LTD. 2000.

VELUDO-DE-OLIVEIRA, T. M. Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito. Revista de Administração de Empresas – RAE, v. 44, n. 3, p.89-99, 2004.

VIGNOLI, J. O conceito de endividamento e as consequências da inadimplência. SPC BRASIL. 2016. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/analise_educacao_financeira_dividas.pdf>. Acesso em: 21 Ago. 2018.

ZANIBONI, N. C. E; MONTINI, A. A. A Inadimplência do sistema financeiro no Brasil explicada por meio de fatores macroeconômicos. EnANPAD. 2014.

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