

# A Relação da Educação Financeira e do Otimismo no uso de Cartões de Crédito

## The relationship of financial education and optimism in the use of credit cards

Poliana DINIZ 1; Pablo ROGERS 2; Flavio BARBOZA 3; Wesley MENDES-DA-SILVA 4

Recibido: 28/04/16 • Aprobado: 30/05/2016

### Conteúdo

1. Introdução
  2. Revisão da Literatura
  3. Metodologia
  4. Resultados
  5. Considerações Finais
- Referências

#### RESUMO:

A ampla disponibilidade de cartões de crédito requer preocupação sobre como as pessoas podem usá-los diante de potenciais consequências negativas devido ao abuso de crédito e a sua má gestão. Diante disso, este trabalho analisa a influência da educação financeira e do otimismo no número de cartões dos indivíduos usando um modelo logit ordenado para verificar tal relação. Foram analisadas as respostas de 559 respondentes e evidenciado que pessoas de maior conhecimento financeiro tendem significativamente a possuir menos cartões de crédito, com resultado análogo para os otimistas.

**Palavras-chave:** Educação Financeira, Otimismo, Cartões de Crédito

#### ABSTRACT:

The wide availability of credit cards requires concern about how people can use this credit instrument facing potential negative consequences due to misuse and mismanagement of credit. Thus, this paper analyzes the influence of financial education and optimism in the number of cards of individuals through an ordered logit model to confirm this relationship. We analyzed the responses of 559 individuals and shown that people with higher financial literacy tend to have significantly less credit cards, with similar results for the optimists.

**Keywords:** financial education, optimism, credit cards

---

# 1. Introdução

O crédito vem assumindo um papel importante na expansão da economia, afinal o crédito ao consumidor estimula a produção em massa e a distribuição de bens de elevado valor, como automóveis, casas, equipamentos domésticos, barcos e uma incontável série de outras comodidades (Lima, Perera, Kimura, & Silva, 2009). Junto com esta expansão, surge o cartão de crédito: meio eletrônico que possibilita o pagamento à vista ou parcelado de produtos e serviços. Em particular, o cartão de crédito é um instrumento de uso comum em todas as camadas sociais, permitindo que diferentes grupos o utilizem (Lavinsky *et al.*, 2013). Isso tem causado um consumo elevado e desordenado, o que leva a problemas futuros nem sempre considerados pelos indivíduos.

Após o Plano Real e com a estabilização da economia brasileira o acesso ao crédito e o número de cartões de crédito aumentou consideravelmente. De acordo com Araújo e Souza (2012) o crédito em relação ao PIB no Brasil segue uma tendência crescente, o que contribui para o desenvolvimento econômico, pelo incremento da produção (cartões empresariais) e expansão do consumo. Devido a esta expansão, os bancos vêm procurando emprestar cada vez mais aos consumidores. Neste mercado, os cartões de crédito têm crescido exponencialmente, pois ele é, ao mesmo tempo, uma ferramenta de pagamento e uma conveniente fonte de crédito (Kim & DeVaney, 2001; Norvilitis & Mendes-da-Silva, 2013). De acordo com Wang e Ikeda (2004) no período de 1997 a 2000 foi constatado um crescimento de 66% no volume de operações com cartão de crédito, e uma queda de 10,5% nas transações com cheques bancários. De acordo com a Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços [ABECS] (2013) no mês de maio de 2013 a carteira de crédito para pessoas físicas no Brasil chegou a 713,6 milhões de reais, sendo que deste valor, 126,4 milhões de reais correspondiam ao uso de cartões de créditos em circulação; e também esclarece que 76,1% da população possuem meios eletrônicos de pagamentos, o que totaliza 704 milhões de cartões em circulação, seja cartão de débito, crédito ou de loja, sendo que destes, 179 milhões de unidades são referentes a cartões de crédito (Vieira, Oliveira & Kunkel, 2016).

Tamanha é a expansão de cartões de crédito, que estudiosos da área de crédito e psicólogos econômicos têm procurado entender o que motiva a aquisição e utilização do cartão de crédito. A possibilidade de parcelamento dos pagamentos eleva o estado de bem-estar dos indivíduos, pois suaviza os desembolsos necessários à compra de bens de consumo semiduráveis, que por terem em média um valor mais alto, não poderiam ser adquiridos com o pagamento do montante todo à vista (Limeira & Menezes, 2009).

O excesso de facilidades tem causado um descontrole no uso do cartão. Segundo a ABECS (2013), 73% da população destaca a possibilidade de perder o controle no uso do cartão de crédito, uma vez que ele dá um poder de compra sem ter a disponibilidade real de recursos. Segundo Hayhoe *et al.* (1999) há cada vez mais evidências que o uso dos cartões de crédito contribui para o endividamento das famílias e não raro, os cartões são apontados como os vilões.

Pelo viés de uso descontrolado, o crédito e os cartões de crédito tem recebido ampla atenção nos últimos anos, como destacado nos estudos de Hayhoe *et al.* (1999) e Norvilitis *et al.* (2006), por exemplo. Complementar a isso, as decisões financeiras dos consumidores e seus conhecimentos sobre finanças em geral têm atraído um interesse crescente nos últimos anos por uma série de motivos em discussão na literatura (Disney & Gathergood, 2013; Shen *et al.* 2014; Campbell & Cocco, 2015; Agarwal *et al.*, 2015; entre outros).

No cenário brasileiro, autores, grupos de pesquisa e organizações não governamentais têm dado importância ao tema, analisando, também, os estudantes universitários (Norvilitis & Mendes-Da-Silva, 2013; e Kunkel *et al.*, 2015).

Tais pesquisas buscam analisar o uso de cartões de crédito por estudantes universitários e os perfis de tais estudantes. Dentre vários aspectos analisados, estes estudos têm sido realizados também para determinar diferenças nos hábitos de consumo desta população (Hayhoe, Leach, Turner, Bruin, & Lawrence, 2000), para analisar seus fatores de personalidade (Norvilitis *et al.*, 2006), as atitudes sobre dinheiro (Hayhoe *et al.*, 1999; Norvilitis *et al.*, 2006), o conhecimento financeiro (Norvilitis *et al.*, 2006), os fatores que influenciam os seus níveis de dívida de cartão de crédito e atitudes sobre crédito e cartões de crédito (Hayhoe *et al.*, 2000; Xiao, Noring, & Anderson, 1995). Tais estudos privilegiaram amostras de estudantes universitários, os quais têm sido bombardeados com ofertas de crédito, já que, além da oferta diária de crédito, muitas universidades permitem a ação de *marketing* de instituições financeiras no *campus*, sendo que destas, poucas apoiam programas de educação financeira, programas estes que possibilitam aos indivíduos o conhecimento para um adequado planejamento e controle financeiro. De maneira geral, as pesquisas têm sido realizadas para verificar, seja estudantes universitários ou não, o perfil dos usuários de cartão de crédito, os aspectos do comportamento do consumidor (Hon & Bellotti, 2016) e o uso do cartão como regulador do estilo de vida dos consumidores endividados (Limeira & Menezes, 2009).

O estudo do uso do cartão de crédito tem ganhado notoriedade devido à sua importância e impactos causados na vida dos indivíduos. Manning (1999) descobriu que as dívidas de cartões de crédito acumuladas na faculdade pode levar anos para serem quitadas tendo consequências psicológicas negativas, incluindo o aumento do estresse e redução do bem-estar financeiro. Este autor descobriu ainda que a dívida relacionada com o cartão de crédito do estudante é maior do que se pensava e que cerca de 70% dos alunos de graduação possuem pelo menos um cartão. Segundo Nakamura *et al.* (2011) existem indícios significativos de que estudantes possuidores de mais de três cartões de crédito tendem a ser mais propensos a manter saldos devedores mais elevados. Além disso, com o aumento dos custos das aulas, muitos alunos utilizam do cartão de crédito para ajudar a financiar as despesas da faculdade. Assim, as dívidas de cartão em conjunto com empréstimos estudantis contribuem para uma dívida considerável após a formatura (Manning, 1999).

Os custos financeiros não são os únicos enfrentados pelos indivíduos, ao utilizarem o cartão. Manning (1999) evidenciou que entre os custos impostos aos estudantes pelas dívidas com cartão de crédito pode-se citar: constrangimento e tensões familiares, diminuição do tempo de estudo, já que devem aumentar o tempo no trabalho remunerado para quitar as dívidas, e problemas psicológicos graves. Nakamura *et al.* (2011) observaram que o abuso da utilização do cartão de crédito pode exercer efeito nocivo ao bem-estar dos cidadãos e um maior número de cartões de crédito utilizados pode aumentar significativamente a probabilidade do desenvolvimento de comportamentos arriscados na utilização desse instrumento financeiro, além de afetar o estilo de vida dos usuários.

É possível afirmar que tal comportamento no uso do crédito pode incitar uma impulsividade no consumo, pois para Durkin *et al.* (2014), os consumidores fazem uso distorcido dos cartões de crédito, fazendo dívidas a ser pagas no futuro devido a necessidade insaciável pelo consumo por impulso, sustentado pela falta de controle de suas atitudes. Com isso, segundo Roberts e Jones (2001) o comportamento compulsivo dos indivíduos nas suas compras, adquirindo bens e serviços de baixa utilidade tende a aumentar para quem tem maiores quantidades de cartões de crédito. Desta forma, supõe-se que quanto maior o número de cartões, mais propenso ao aumento de dívidas deve estar o indivíduo.

Diante do exposto, tem-se como objetivo identificar a influência da educação financeira e otimismo no número de cartões de crédito. Este estudo se justifica em decorrência das evidências de problemas financeiros e psicológicos decorrentes de usuários que possuem uma quantidade elevada de cartões, já que as pessoas podem gastar mais do que ganham, dada a maior facilidade de crédito. Além disso, "o fato do cartão de crédito eliminar ou atenuar a necessidade de se ter dinheiro para comprar algo pode levar a uma aceleração no desenvolvimento do vício do consumo" (D'Astous, 1990, p. 25). Por fim, a maioria das pessoas mais próximas à compulsividade são os que usam o cartão com maior frequência e tem mais cartões que os não compulsivos (Oliveira *et al.*, 2004; O'Guinn & Faber, 1989; Black, 2001).

Dado todas as evidências levantadas, este tema também é de interesse do governo, do comércio e do setor financeiro (Hon & Bellotti, 2016), visto que o crescimento do montante de dívidas acumuladas por consumidores pode ter um custo social elevado, além da inadimplência ser um dos fatores que contribuem para o *spread* bancário (Araújo e Souza, 2012), gerando um maior custo do crédito para a sociedade.

---

## 2. Revisão da Literatura

### 2.1. Educação Financeira

Para Araújo e Souza (2012) a educação financeira tende a levar as pessoas a usar o crédito com mais consciência, pagando em dia seus compromissos, podendo fazer com que a inadimplência e o *spread* bancário reduzam. Afinal, de acordo com Lusardi e Tufano (2009) as taxas e multas do cartão de crédito são 50% maiores que a média para quem não tem conhecimento financeiro. Por meio da educação financeira é possível conscientizar as pessoas de como distribuir seus rendimentos entre consumo e poupança e de como uma boa gestão de suas finanças pessoais pode contribuir para uma melhor qualidade de vida (Agarwal, 2015).

A educação financeira permite ao cidadão aumentar o conhecimento sobre as alternativas de crédito existente verificando qual é a mais adequada as suas circunstâncias e a melhor compreensão dos conceitos financeiros, como o funcionamento dos juros compostos e sua relação intertemporal, facilita o entendimento de descontos em compras à vista e da relação entre risco e retorno. Neste sentido, a educação financeira reduz a assimetria de informação, aumenta a transparência, a competitividade e a eficiência de mercados (Araújo & Souza, 2012).

Fatores como a ampliação do crédito disponível e a inclusão de pessoas no sistema financeiro contribuem para a crescente preocupação sobre a educação financeira. Além dos efeitos na qualidade de vida dos indivíduos acredita-se que a educação financeira tem importantes implicações macroeconômicas (Joo, 2003). Por meio dela, os indivíduos acessam as ferramentas a serem usadas para o entendimento e a interpretação dos eventos que os possam afetar direta ou indiretamente, sobre as decisões pessoais e sociais a serem tomadas ante a multiplicidade de problemas econômicos do cotidiano.

De acordo com Araújo e Souza (2012) a crescente importância da educação financeira se deve, entre outros fatores, a grande opção de produtos e serviços financeiros de empréstimo e investimento disponíveis. Corroborando isso, Beal e Delpachtra (2003) comentam que o cidadão educado financeiramente deve possuir uma atitude voltada para a gestão eficiente e responsável dos recursos financeiros. Da mesma forma, Disney & Gathergood (2013) encontraram evidências de que pessoas com maior nível de conhecimento financeiro tendem a ter comportamento financeiro mais consciente.

Richter e Prawitz (2010) procuraram determinar se a educação financeira sobre crédito e cartões de crédito é útil na mudança de atitudes em relação a cartões de crédito. Analisaram também se tais atitudes são diferentes em relação àqueles que têm um saldo devedor de cartão e aqueles que pagam suas faturas completas na data de vencimento. Os resultados indicaram que a intenção de obter cartões de crédito adicionais e de usar seus cartões com mais frequência independente de conhecimentos em educação financeira. Além disso, aqueles que pagaram suas faturas totalmente na data de vencimento eram menos temerosos com relação ao uso e mais propensos a perceber a utilidade dos cartões. Em contrapartida, Hayhoe *et al.* (1999) afirmam que a educação financeira seria a melhor solução para os problemas ocasionados pelas dívidas, ou seja, quanto mais educado financeiramente, mais consciente será o indivíduo no consumo.

Joo (2003) evidenciou que atitudes em relação ao crédito podem ser explicadas por características demográficas, socioeconômicas, fatores psicológicos e fatores de experiências passadas. Em seu estudo, buscou analisar o comportamento de uso e de atitudes em relação ao crédito, por meio do cartão de crédito, analisando uma amostra de 242 estudantes de graduação e pós-graduação. O estudo mostrou que os estudantes são muito envolvidos com cartões de crédito e que possuem um baixo nível de conhecimento sobre crédito, estando à beira de uma crise financeira.

Hayhoe *et al.* (1999) colocam que os estudantes de hoje crescem em uma era de fácil acesso ao crédito e isso indica que eles sejam mais propensos a ver o crédito como uma atitude favorável. Xiao *et al.* (1995) descobriram que as atitudes favoráveis com os cartões de crédito eram mais propensas para pessoas do sexo masculino e que eles usam cartões com mais frequência. Já para Hayhoe *et al.* (1999) quem possui quatro ou mais cartões são predominantemente do sexo feminino, tem curso de finanças pessoais, preparam uma lista ao comprar e pensam mais sobre as consequências do uso do crédito, indícios estes de conhecimentos em educação financeira.

No cenário brasileiro, alguns pesquisadores têm buscado entender este tema. Nakamura *et al.* (2011) buscaram verificar a existência de associações entre perfil de estudantes universitários e comportamentos considerados de riscos no uso de cartões de crédito. A amostra da pesquisa foi de 769 estudantes universitários da cidade de São Paulo. Os resultados encontrados mostraram que um maior conhecimento em educação financeira influencia inversamente a propensão a assumir riscos no uso do cartão de crédito.

Kunkel *et al.* (2015) investigaram a influência de fatores comportamentais sobre o risco de má gestão no cartão de crédito de estudantes universitários. O estudo abordou 1831 estudantes universitários do interior do Rio Grande do Sul que utilizavam cartões de crédito. Foi evidenciado que os estudantes se mostraram responsáveis e conscientes na gestão do crédito. A principal conclusão do artigo é quanto melhor o comportamento financeiro em relação a crédito, melhor será a gestão do crédito.

Contudo, para Kunkel *et al.* (2015) somente a educação financeira não é suficiente para a tomada de decisão relativa a assuntos financeiros, pois existem fatores emocionais que afetam o comportamento das pessoas em relação às finanças pessoais, como a ansiedade e o otimismo, por exemplo.

## **2.2. Otimismo**

O otimismo é considerado uma atitude psicológica de orientação de vida (Mewse, Lea, & Wrapson, 2010) e é definido em termos das expectativas que as pessoas possuem sobre os eventos que ocorrerão no futuro em suas vidas. Beal e Delpachtra (2003) evidenciaram que a orientação otimista para o presente ou para o futuro, interfere claramente na situação de

preferência do tipo de endividamento, para a interpretação da relação com o dinheiro, assim como na forma de pagamento. Desse modo, eles concluíram que indivíduos com forte orientação para o presente optam por contrair mais empréstimos, já indivíduos com orientação para o futuro preferem uma alternativa de redução no prazo de pagamento.

Mewse *et al.* (2010) identificaram que devedores possuem um senso reduzido de otimismo, em relação aos não devedores, ou seja, uma análise feita a partir do ponto de vista da dívida já contraída. Kim e DeVaney (2001) estudaram os fatores preditores dos saldos de cartões de crédito, evidenciando que problemas de dívidas com cartões de crédito estão relacionados com a crença otimista de que no futuro o ganho do indivíduo será maior, e que o problema de dívida gerado no presente, poderá ser resolvido em curto prazo.

Boddington e Kemp (1999) constataram que o grau de otimismo pode influenciar o nível de endividamento. Os estudantes, ao longo dos anos na academia, aumentaram seus níveis de dívida, assim como a sua tolerância para dívida. O estudo mostrou que a dívida do estudante não poderia ser atribuída à imprudência financeira, mas a uma postura altamente otimista. Por fim, Wang e Ikeda (2004) ressaltam, também, que o clima econômico afeta o otimismo do consumidor em relação ao futuro da economia, o que encoraja ou inibe os gastos.

Norvilitis e Mendes-da-Silva (2013) exploraram preditores da dívida de cartão de crédito nos países desenvolvidos entre os estudantes universitários, mas não se sabia se este cenário seria o mesmo nos países emergentes, como o Brasil. Para analisar isso, seu estudo reuniu uma amostra de estudantes brasileiros e norte-americanos, a fim de evidenciar se a teoria do comportamento planejado seria um preditor para a aquisição de cartões de crédito, bem como do bem-estar financeiro. Em comparação com a amostra brasileira, a amostra norte-americana foi mais financeiramente autoconfiante, relataram melhor bem-estar financeiro e são mais propensos a acreditar que os cartões de crédito sejam prejudiciais. Embora a dívida em relação à renda tenha sido similar entre as amostras, no Brasil os estudantes possuem mais cartões que os estudantes norte-americanos. Não houve preditores significativos no Brasil.

---

### 3. Metodologia

Os dados da pesquisa foram baseados em uma coleta realizada no decorrer de 2010 por meio de 1000 questionários, composto de 195 questões, das quais resultaram variáveis demográficas, situacionais, comportamentais e psicológicas. Após a aplicação de filtros e adequação da base de dado ao presente estudo foram utilizadas as respostas de 559 respondentes.

Assim como no estudo de Hayhoe *et al.* (1999) para a análise foram incluídas variáveis demográficas: gênero, escolaridade, empregabilidade, renda e idade. A variável gênero foi incluída para analisar se homens e mulheres possuem a mesma quantidade de cartões, ou seja, se o sexo influencia no número de cartões. A variável escolaridade e idade foram incluídas para verificar se, mesmo em idades diferentes, o nível educacional afeta da mesma forma a amostra. As variáveis empregabilidade e renda foram incluídas a fim de saber se o indivíduo está usando crédito porque trabalha, ou se ele possui outra fonte de renda capaz de sustentá-los (Hayhoe *et al.*, 1999).

Foram utilizadas quatro perguntas que dizem respeito às práticas financeiras que os indivíduos podem ou não ter, a fim de construir a variável de educação financeira. Tais perguntas foram respondidas com sim e não. Para mensuração desta variável, cada pergunta recebeu um código (EF1, EF2,...), conforme Tabela 1, e as suas respostas foram transformadas em *dummy*, ou seja, Sim = 1 e Não = 0. Para transformação destes escores individuais na variável Educação Financeira foi utilizada a seguinte fórmula:

Educação Financeira = EF1 + EF2 + EF3 + EF4. Dessa forma, a variável criada pode variar de 0 a 4, sendo

que, quanto maior a sua pontuação, maior é o conhecimento do indivíduo em educação financeira e melhores são as suas habilidades em finanças pessoais. Ressalta-se que, para o cálculo da variável educação financeira, a EF2 foi invertida de forma a se obter uma maior pontuação, quanto ao nível de conhecimentos em educação financeira. Assim, é proposta a primeira hipótese do estudo:

Tabela 1  
*Questionário das Variáveis de Educação Financeira*

Cód.	Afirmção/Pegunta	Sim	Não
EF1	Você já fez algum curso de finanças pessoais?	1	0
EF2	Você já pediu dinheiro emprestado para parentes ou amigos?	1	0
EF3	Antes de sair às compras você prepara uma lista	1	0
EF4	Você possui um orçamento pessoal, no qual procura lista todas suas despesas e receitas?	1	0

**Nota.** Fonte: Hayhoe, C. R., Leach, L., & Turner, P. R. (1999). Discriminating the number of credit card held by college student using credit and Money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 20, 643-656.

**H1:** Controlando as variáveis demográficas, a educação financeira influencia no número de cartões de crédito dos indivíduos.

Além destas variáveis, conforme Tabela 2, optou-se por adicionar a variável otimismo a fim de verificar se a expectativa em relação ao futuro influencia o número de cartões que o mesmo possui, evidenciando assim, o que foi debatido por Kunkel *et al.* (2015).

Para analisar a variável psicológica otimismo foram utilizadas perguntas relacionadas ao Teste de Orientação de Vida (TOV) validado no Brasil por Bandeira, Bekou, Lott, Teixeira e Rocha (2002). O TOV mensura a maneira como as pessoas percebem sua própria vida, seja de uma forma mais ou menos otimista (Bandeira *et al.*, 2002).

Na amostra, foram utilizadas dez questões que avaliariam esta condição psicológica dos entrevistados, sendo que destas, três são questões positivas (O1, O4 e O10), quatro são neutras (O2, O5, O6 e O8) e três são negativas (O3, O7 e O9), alocadas de forma aleatória a fim de evitar que as respostas fossem tendenciosas e enviesadas. As questões foram avaliadas com uma escala tipo *Likert* de 5 pontos, com gradações de 0 a 4, sendo 0 = discordo totalmente e 4 = concordo totalmente.

Assim, para construção da variável otimismo foi utilizada a seguinte fórmula:

$Otimismo = O1 + O3 + O4 + O7 + O9 + O10$ , pois somente foram somadas ao escore final as questões positivas e negativas, considerando que as questões neutras não visam avaliar o construto de orientação de vida. Para as questões negativas seus escores tiveram que ser invertidos de modo que todos os valores próximos a 4 indiquem um maior grau de expectativa otimista em relação à vida. Dessa forma, é proposta a segunda hipótese deste estudo:

**H2:** Controlando as variáveis demográficas, o otimismo influencia no número de cartões de crédito dos indivíduos.

Tabela 2  
*Questionário das Variáveis de Otimismo*

Cód.	Afirmção	Discordo	Concordo

		Discordo Totalmente		Nem discordo nem concordo		Concordo Totalmente
<b>O1</b>	Nos momentos de incerteza, geralmente eu espero que aconteça o melhor.	0	1	2	3	4
<b>O2</b>	É fácil para eu relaxar.	0	1	2	3	4
<b>O3</b>	Se alguma coisa ruim pode acontecer comigo, vai acontecer.	0	1	2	3	4
<b>O4</b>	Eu sou sempre otimista com relação ao meu futuro.	0	1	2	3	4
<b>O5</b>	Eu gosto muito da companhia de meus amigos e amigas.	0	1	2	3	4
<b>O6</b>	É importante que eu mantenha-me sempre em atividade.	0	1	2	3	4
<b>O7</b>	Quase nunca eu espero que as coisas funcionem como eu desejaria.	0	1	2	3	4
<b>O8</b>	Eu não me zango facilmente.	0	1	2	3	4
<b>O9</b>	Raramente eu espero que coisas boas aconteçam comigo.	0	1	2	3	4
<b>O10</b>	De maneira geral, eu espero que aconteçam mais coisas boas do que coisas ruins.	0	1	2	3	4

**Nota.** Fonte: Bandeira, M., Bekou, V., Lott, K. S., Teixeira, M. A., & Rocha, S. S. (2002). Validação transcultural do Teste de Orientação da Vida (TOV-R). *Estudos de Psicologia*, 7 (2), 251-258.

Incluiu-se também uma variável de interação, a qual identifica a relação conjunta entre a educação financeira e o otimismo, supondo que esta combinação influencie no número de cartões de crédito dos indivíduos. Assim, é proposta a terceira hipótese do modelo:

**H3:** Controlando as variáveis demográficas, indivíduos com melhor educação financeira e mais otimistas possuem maior número de cartões de crédito.

Para analisar a influência das variáveis no número de cartões de crédito, de forma a testar as hipóteses do artigo, considerando a natureza qualitativa das variáveis, foi utilizado modelo *logit* ordenado. De forma abrangente, o modelo *logit* é usado quando as variáveis independentes são categóricas ou quantitativas. Porém, caso a variável dependente possua uma ordenação entre as suas categorias, o mais adequado é o uso de modelo logístico para respostas ordinais (Agresti, 2012), ou seja, o modelo *logit* ordenado.

Neste estudo, a variável de resposta  $Y$ , o número de cartões que os indivíduos possuem ( $Y$ =Cartão), possui três ordenações e foi codificada da seguinte forma: o indivíduo pode não ter cartões (Cartão=0), pode ter um cartão (Cartão=1), dois ou mais cartões (Cartão=2). As variáveis independentes  $X$  consideradas na pesquisa foram: sexo, renda, escolaridade, idade, ocupação, educação financeira, otimismo e educação financeira  $\times$  otimismo, conforme modelo proposto por Hayhoe *et al.* (1999).

---

## 4. Resultados

Em relação ao gênero, 43,3% são do sexo feminino e 56,7% são do sexo masculino. A idade dos respondentes variou de 18 a 80 anos, com uma média de 34 anos. Dos respondentes da amostra quanto à condição de escolaridade, 11,6% declararam possuir até o ensino fundamental completo, 42,4% estão no nível de ensino médio e 46%, estão no nível de ensino superior, independente se completo ou não, em todos os níveis. Em relação à renda, 14,8% dos respondentes declararam receber até 400 reais mensais, 71,2% possuem renda até 2 mil reais, 8,8% possuem renda até 3 mil reais, 5,2% acima de 3 mil reais. O ponto médio da renda ficou em torno de 855 reais.

Quanto à ocupação dos entrevistados, 9,5% declararam estar desempregados, 4,3% serem aposentados, 5,7% se consideraram do lar e 80,5% possuem uma ocupação, seja empregado, autônomo, profissional liberal, funcionário público ou empresário. Por sua vez, em relação a variável cartão, 40,3% declararam não possuir cartão de crédito, 43,7% declararam possuir apenas um cartão, 16% possuem dois ou mais cartões. Em contrapartida ao cenário americano, 19,5% afirmaram não ter cartão de crédito, 46,5% afirmaram ter de um a três cartões e 34% ter quatro ou mais cartões (Norvilitis & Mendes-Da-Silva, 2013).

Analisando o número de cartões dos respondentes da amostra, é possível evidenciar que em todas as categorias, não possuir cartão de crédito, possuir um cartão, ou possuir dois ou mais cartões, o sexo masculino é o que predomina, com participação de 55,1%, 57% e 60%, respectivamente, contrariando um dos achados de Hayhoe *et al.* (1999), os quais identificaram que na categoria de quatro ou mais cartões, predominava o sexo feminino. Além da análise do gênero, outros traços foram identificados nas categorias da amostra estudada.

Como traços mais relevantes foram analisados a recorrência de renda e escolaridade mais presente, em cada categoria. É possível afirmar que a categoria que afirmou não possuir cartão de crédito, 65,8% possuem renda mensal até 1 mil reais e 37,3% possuem o ensino médio completo. Em relação à categoria que afirmou possuir apenas um cartão de crédito, 66,8% possuem renda de 400 a 1,6 mil reais e 86,9% possuem, no mínimo, ensino médio completo. Por fim, quanto à categoria que afirmou possuir dois cartões ou mais, a concentração de renda está de 600 a 1 mil reais, com 22,2%, e acima de 2 mil reais, com 30% dos respondentes, sendo que 42,2% dos que afirmaram se enquadrar nesta categoria possuem ensino superior. Sendo assim, foi evidenciado que, ao aumentar a renda e escolaridade, o número de cartões também aumentou, porém, não de forma proporcional.

De forma a verificar se o modelo *logit* ordinal é adequado para a análise, utilizou-se o teste de regressões paralelas. Esta técnica diz que a proporcionalidade de chances entre as categorias de resposta são paralelas, pois segue uma distribuição de Qui-quadrado. Portanto, a hipótese nula deste teste afirma que os coeficientes estimados são iguais entre as categorias. Caso o modelo seja adequado para análise, espera-se não rejeitar a  $H_0$ . Após execução do teste, a hipótese nula não foi rejeitada ( $\chi^2=27,75$ ,  $p\text{-valor}=0,3194$ ), o que mostrou que o modelo é adequado para análise, prosseguindo-se então, para a análise da significância do modelo. O nível adotado de significância para as análises foi de 10%.

Nota-se que, individualmente, algumas categorias das variáveis renda, escolaridade e ocupação, assim como, educação financeira e otimismo foram estatisticamente significantes (Tabela 3). As demais variáveis não se mostraram significativas. O ajuste global do modelo pode ser verificado através do teste da razão de verossimilhanças ( $\chi^2=98.62$ ,  $p\text{-valor}=0.000$ ). É possível afirmar que o modelo é significativo para análise, ou seja, se ajusta adequadamente aos dados, da mesma forma que no estudo de Hayhoe *et al.* (1999). Portanto, segue-se para a análise das elasticidades, por meio da análise dos efeitos marginais, as variáveis significativas, conforme Tabela 4.

Tabela 3  
Modelo logit ordenado

Variável Dependente	Cartão	Coefficiente $\beta$	Erro Padrão	Z	P >  z	
Variáveis Independentes	Homem	0.191	0.169	1.13	0.259	
	Renda	Entre R\$400 e R\$600	0.250	0.363	0.69	0.491
		Entre R\$600 e R\$1.000	0.558	0.359	1.55	0.120
		Entre R\$1.000 e R\$1.200	-0.077	0.395	-0.19	0.846
		Entre R\$1.200 e R\$1.600	0.779	0.395	1.97	0.049
		Entre R\$1.600 e R\$2.000	1.020	0.440	2.32	0.021
		Entre R\$2.000 e R\$3.000	1.167	0.419	2.78	0.005
		Mais de R\$3.000	1.576	0.507	3.11	0.002
		Escolaridade	Fundamental Completo	0.429	0.561	0.76
	Ensino Médio Incompleto		0.816	0.484	1.68	0.092
	Ensino Médio Completo		1.020	0.415	2.46	0.014
	Superior Incompleto		1.553	0.440	3.53	0.000
	Superior Completo		1.633	0.440	3.71	0.000
		Idade	0.014	0.009	1.49	0.136

	Aposentado	-0.867	0.652	-1.33	0.184
	Empregado com Carteira	0.300	0.464	0.65	0.518
Ocupação	Empregado sem Carteira	-0.482	0.530	-0.91	0.364
	Autônomo	-0.007	0.487	-0.01	0.989
	Profissional Liberal	0.503	0.594	0.85	0.397
	Funcionário Público	0.038	0.553	0.07	0.946
	Empresário	1.315	0.703	1.87	0.061
	Desempregado	-0.076	0.486	-0.16	0.875
	Educação Financeira	-0.758	0.444	-1.71	0.088
	Otimismo	-0.133	0.067	-1.99	0.046
	Educação Financeira x Otimismo	0.039	0.025	1.53	0.127
	<i>Ponto de Corte Categoria 1</i>	-0.609	1.272		
	<i>Ponto de Corte Categoria 2</i>	1.730	1.274		
LR chi2 (25) = 98.62 Prob > chi2 = 0.000 Pseudo R2 = 0.086					

Fonte: Elaborada pelos autores.

Tabela 4  
*Efeitos marginais no ponto médio das variáveis independentes significativas ao nível de 10%*

Cartão=0	dy/dx	Erro Padrão	Z	P >  z	
Entre R\$1.200 e R\$1.600	-0.167	0.074	-2.25	0.025	0.102
Entre R\$1.600 e R\$2.000	-0.208	0.073	-2.86	0.004	0.075
Entre R\$2.000 e R\$3.000	-0.233	0.066	-3.55	0.000	0.088
Mais de R\$3.000	-0.283	0.060	-4.74	0.000	0.052
Ensino Médio Incompleto	-0.173	0.089	-1.95	0.051	0.082
Ensino Médio Completo	-0.228	0.086	-2.65	0.008	0.342
Superior Incompleto	-0.309	0.069	-4.46	0.000	0.204

Superior Completo	-0.332	0.073	-4.57	0.000	0.256
Empresário	-0.246	0.091	-2.69	0.007	0.023
Educação Financeira	0.180	0.105	1.71	0.087	2.476
Otimismo	0.032	0.016	2.00	0.046	17.231
<b>Cartão=1</b>	<b>dy/dx</b>	<b>Erro Padrão</b>	<b>Z</b>	<b>P &gt;  z </b>	
Entre R\$600 e R\$1.000	0.055	0.028	1.99	0.046	0.233
Entre R\$1.200 e R\$1.600	0.056	0.014	4.13	0.000	0.102
Entre R\$1.600 e R\$2.000	0.050	0.020	2.52	0.012	0.075
Entre R\$2.000 e R\$3.000	0.047	0.026	1.81	0.070	0.088
Ensino Médio Incompleto	0.054	0.013	4.28	0.000	0.082
Ensino Médio Completo	0.096	0.030	3.22	0.001	0.342
Superior Incompleto	0.065	0.028	2.33	0.020	0.204
Superior Completo	0.084	0.025	3.40	0.001	0.256
Educação Financeira	-0.093	0.055	-1.68	0.093	2.476
Otimismo	-0.016	0.008	-1.94	0.052	17.231
<b>Cartão=2</b>	<b>dy/dx</b>	<b>Erro Padrão</b>	<b>Z</b>	<b>P &gt;  z </b>	
Entre R\$1.600 e R\$2.000	0.158	0.086	1.84	0.066	0.075
Entre R\$2.000 e R\$3.000	0.186	0.085	2.18	0.029	0.088
Mais de R\$3.000	0.281	0.118	2.38	0.017	0.052
Ensino Médio Completo	0.133	0.061	2.18	0.029	0.342
Superior Incompleto	0.244	0.087	2.81	0.005	0.204
Superior Completo	0.248	0.083	3.01	0.003	0.256
Aposentado	-0.074	0.040	-1.85	0.065	0.043
Educação Financeira	-0.087	0.051	-1.70	0.090	2.476
Otimismo	-0.015	0.008	-1.97	0.048	17.231

**Nota.** Fonte: Elaborada pelos autores.

Analisando as variáveis demográficas, somente renda, escolaridade e uma categoria da ocupação foram significativas. É possível afirmar que a cada aumento em uma unidade de

renda, a probabilidade do indivíduo não possuir cartão diminui de 16,7 a 28,3% dependendo da faixa de renda que o indivíduo se encontrar. Depois de conquistado um cartão a cada aumento na faixa de renda, pode influenciar o aumento de 4,7 a 5,5% das chances de possuir mais de um cartão de crédito, dependendo da faixa de renda que o indivíduo se encontrar. Por fim, caso o indivíduo já possua dois cartões, a cada aumento de renda, pode influenciar o aumento do número de cartões de 15,8 a 28,1%, conforme a faixa de renda do indivíduo.

Da mesma forma, a aumento em uma faixa da variável escolaridade, caso o indivíduo não possua cartão de crédito, diminui de 17,3 a 33,2% a probabilidade de não possuir um cartão, dependendo do nível de instrução do indivíduo. Depois de conquistado o primeiro cartão, o aumento da escolaridade influencia de 5,4 a 8,4% as chances do indivíduo de possuir mais de um cartão. Dessa forma, caso o indivíduo possua dois ou mais cartões de crédito, as chances de aumentar a quantidade de cartões variam de 13,3% a 24,8%.

Por fim, analisando a variável ocupação, é possível afirmar que o fato do indivíduo ser empresário tende a diminuir em 24,6% a probabilidade dele não possuir um cartão de crédito, porém tal tipo de ocupação não é capaz de influenciá-lo a aumentar o número de cartões de crédito. Em contrapartida, a condição de aposentado é capaz de diminuir em 7,4% as chances de o indivíduo possuir dois ou mais cartões de crédito.

Esta análise demográfica corresponde ao esperado, uma vez que o indivíduo aumentando a sua escolaridade tende a ter um melhor emprego e maior renda. No estudo de Hayhoe *et al.* (1999) as variáveis demográficas idade e sexo foram significativas, mostrando que estudantes mais velhos tendem a ter um número maior de cartões de crédito, ou seja, quanto mais experientes, maior a quantidade de cartões.

Ao analisar as variáveis comportamentais e psicológicas, educação financeira e otimismo, evidenciou-se na amostra estudada, que o índice médio de educação financeira é de 2,47, numa escala de 0 a 4. Já para otimismo, o índice médio foi de 17,23 numa escala de 0 a 24. Dessa forma é possível afirmar que os indivíduos pesquisados possuem um conhecimento médio em educação financeira e pode ser considerada com um nível de otimismo médio-alto. Analisando as hipóteses propostas para o estudo, é possível aceitar H1, a qual propõe que controlando as variáveis demográficas, a educação financeira influencia no número de cartões de crédito, pois há indícios ( $p\text{-valor}=0.088$ ,  $\beta=-0.758$ ) que a educação financeira tem influência negativa sobre o número de cartões. Isso pode ser comprovado quando analisado a Tabela 4, pois quando o indivíduo não possui cartões de crédito, o aumento no índice de conhecimentos em educação financeira aumenta em 18% as chances deste indivíduo não adquirir um cartão. À medida que o indivíduo já possui cartões, o aumento deste tipo de conhecimento tende a diminuir de 8,7 a 9,3% as chances de a quantidade de cartões aumentar.

Isso pode estar relacionado ao autocontrole, que é segundo Durkin *et al.* (2014) a habilidade do indivíduo em monitorar seu comportamento, de forma a ajudar a superar as tentações. Dentre os mecanismos de autocontrole, está o de controle intrínseco, ou seja, ações e pensamentos que asseguram um comportamento controlado por parte do indivíduo, como fazer uma lista de necessidades, evitando assim, a compra por impulso. Tal atitude é uma prática de educação financeira, corroborando os achados deste estudo. Além disso, outra explicação para essa relação inversa entre o número de cartões e a educação financeira pode ter como base os achados de Beal e Delpachtra (2003) que afirmam que o cidadão educado financeiramente deveria possuir uma atitude voltada para a gestão eficiente e responsável dos recursos financeiros. Este resultado também apoia as evidências Disney & Gathergood (2013) de que conhecimento financeiro contribui para comportamento financeiro mais consciente. Desta forma, este indivíduo educado pode ter a noção de que o aumento do número de cartões não lhe trará benefícios adicionais e opte por ter uma quantidade mínima necessária. Portanto,

o conhecimento de educação financeira influencia o comportamento dos indivíduos de forma a apresentar menor comportamento arriscado (Nakamura *et al.*, 2011), uma vez que o comportamento compulsivo dos indivíduos tende a aumentar para quem tem maiores quantidades de cartões de crédito (Roberts & Jones, 2001).

O resultado encontrado para a primeira hipótese é contrário a um dos resultados de Hayhoe *et al.* (1999) os quais encontraram que estudantes com quatro ou mais cartões tendem a ter conhecimentos em educação financeira, ou seja, preparam listas antes das compras, são menos propensos a pegar empréstimos com familiares e amigos e possuem cursos de educação financeira pessoal. Uma possível razão para esta divergência é que, conforme afirmado pelos autores, tais estudantes tendem a agir de forma mais reativa do que proativa.

A H2 deve ser aceita, a qual propõe que controlando as variáveis demográficas, o otimismo influencia no número de cartões de crédito, pois há indícios ( $p$ -valor=0.046,  $\beta$ =-0.133) que o otimismo também exerce influência negativa sobre o número de cartões dos indivíduos. Corroborando isso, ao analisar a Tabela 4 é possível evidenciar que quando o indivíduo não possui cartão de crédito, o aumento no índice de otimismo tende a aumentar em 3,2% as chances de o indivíduo não possuir cartão. Caso o indivíduo já possua cartões, a cada aumento no índice de otimismo tende a diminuir de 1,5 a 1,6% as chances do mesmo aumentar a quantidade de cartões. Este resultado incrementa estudos anteriores (Kim & DeVaney, 2001; Boddington & Kemp, 1999; Norvilitis & Mendes-Da-Silva, 2013) considerando que nenhum deles buscou evidenciar a relação do otimismo com o número de cartões dos indivíduos e reforça os achados de Kunkel *et al.* (2015) o qual mostrou que o indivíduo otimista tende a diminuir o seu nível de endividamento, equiparadamente, o número de cartões de crédito, afinal, eles podem ser considerados como possibilidades de contração de dívidas.

Por fim, a H3 deve ser rejeitada, a qual propõe que controlando as variáveis demográficas, a educação financeira e o otimismo influenciam, conjuntamente, no número de cartões de crédito dos indivíduos. Esta hipótese mostra que quando o indivíduo possui educação financeira e otimismo, ao mesmo tempo, tal condição não é significativa, estatisticamente ( $p$ -valor=0.127,  $\beta$ =0.039), para influenciar a quantidade de cartões de crédito dos indivíduos, mas considerando os resultados já apresentados, quando o indivíduo possui, isoladamente, apenas uma das condições apresentadas, educação financeira ou otimismo, tais variáveis são capazes de influenciar no número de cartões dos indivíduos.

---

## 5. Considerações Finais

O presente estudo teve por objetivo replicar o estudo de Hayhoe *et al.* (1999) a fim de verificar a influência da educação financeira e do otimismo no número de cartões de crédito, contudo, a amostra não foi restrita a um grupo de estudantes universitários, sendo utilizada uma amostra mais ampla. Sendo assim, a partir do objetivo proposto, foi evidenciado que 40,3% dos respondentes declararam não possuir cartão de crédito, 43,7% declararam possuir apenas um cartão, 16% possuem dois ou mais cartões. Em contrapartida ao estudo de Hayhoe *et al.* (1999), 19,5% afirmaram não ter cartão de crédito, 46,5% afirmaram ter de um a três cartões e 34% ter quatro ou mais cartões. Este resultado pode estar relacionado com menores condições financeiras da amostra nacional, contudo não se tem informações para realizar a comparação.

A partir das hipóteses propostas foi possível evidenciar que, estatisticamente, a educação financeira e o otimismo têm influência negativa no número de cartões de crédito dos indivíduos. Em relação a educação financeira, este resultado foi contrário ao estudo de Hayhoe *et al.* (1999), pois a educação financeira se mostrou significativa positivamente ao número de cartões. Essa relação positiva evidenciada pode ser devido a uma postura mais

reativa do que proativa dos estudantes universitários da amostra, em relação a educação financeira (Hayhoe *et al.*, 1999). No que tange ao otimismo, confirmou-se o que é evidenciado por Kunkel *et al.* (2015), afinal, consumidores buscam controlar o seu comportamento, de forma a superar a ansiedade, a fim de evitar a compra por impulso. Por fim, a variável de interação educação financeira e otimismo não foi capaz de influenciar, de forma conjunta, no número de cartões de crédito dos indivíduos.

Algumas categorias das variáveis renda, escolaridade e ocupação foram significativas, ou seja, são capazes de influenciar positivamente o número de cartões de crédito dos indivíduos. Portanto, indivíduos que aumentam a sua escolaridade tendem a ter um melhor emprego e, conseqüentemente, aumento na renda. Em contrapartida, as variáveis demográficas sexo, idade não foram significativas sobre o número de cartões dos indivíduos, conforme resultados encontrados por Hayhoe *et al.* (1999). Esse resultado encontrado foi parcialmente diferente do resultado do artigo replicado uma vez que algumas das variáveis neste estudo foram diferentes. Isso pode ser devido ao público mais amplo deste estudo, bem como a inserção da variável otimismo.

A principal contribuição deste estudo foi mostrar que, ao inserir uma variável de cunho psicológico, otimismo, a educação financeira influencia o número de cartões de crédito dos indivíduos no cenário brasileiro, conforme estudos internacionais (e.g., Roberts & Jones, 2001). Além disso, há evidências de que a postura da amostra brasileira, em relação aos estudantes universitários do estudo replicado, é mais proativa do que reativa, sendo esta característica uma possível explicação para a relação negativa apresentada no cenário brasileiro. Sugere-se para novas pesquisas, a inclusão de mais variáveis tais como: quantidade de pessoas na família, localidade, atitudes afetivas, compulsividade, entre outras.

---

## Referências

- Agarwal, S., Chomsisengphet, S., Liu, C., & Souleles, N. S. (2015). Do consumers choose the right credit contracts?. *Review of Corporate Finance Studies*, 4(2), 239-257.
- Agresti, A. (2012). *Categorical Data Analysis* (3rd Edition). New York: John Wiley & Sons.
- Araújo, F. A. L., & Souza, M. A. P. (2012). Educação financeira para um Brasil sustentável evidências da necessidade de atuação do Banco Central do Brasil em educação financeira para o cumprimento de sua missão. *Working paper*.
- Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços [ABECS]. (2013). Mercado de meios eletrônicos de pagamento. Disponível em <<http://www.abecs.org.br/indicadores-pesquisas>>. Acessado em Outubro de 2013.
- Bandeira, M., Bekou, V., Lott, K. S., Teixeira, M. A., & Rocha, S. S. (2002). Validação transcultural do Teste de Orientação da Vida (TOV-R). *Estudos de Psicologia*, 7 (2), 251-258.
- Beal, D. J., & Delpachitra, S. B. (2003). Financial literacy among Australian university students. *Economic Papers: A journal of applied economics and policy*, 22(1), 65-78.
- Boddington, L., & Kemp, (1999). S. Student debt, attitudes toward debt, impulsive buying and financial management. *New Zealand Journal of Psychology*, 28 (2), 89-93.
- Campbell, J. Y., & Cocco, J. F. (2015). A model of mortgage default. *The Journal of Finance*, 70(4), 1495-1554.
- D'Astous, A. (1990). An inquire into the compulsive side of "normal" consumers. *Journal of Consumer Policy*, 13, 15-31.
- Disney, R., & Gathergood, J. (2013). Financial literacy and consumer credit portfolios. *Journal of Banking & Finance*, 37(7), 2246-2254.

- Durkin, T. A., Elliehausen, G., & Zywicki, T. J. (2014). An Assessment of Behavioral Law and Economics Contentions and What We Know Empirically About Credit Card Use by Consumers. *Supreme Court Economic Review*, 22(1), 1-54.
- Hayhoe, C. R., Leach, L., & Turner, P. R. (1999). Discriminating the number of credit card held by college student using credit and Money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 20, 643-656.
- Hayhoe, C. R., Leach, L. J., Turner, P. R., Bruin, M. J., & Lawrence, F. C. (2000). Differences in spending habits and credit use of college students. *Journal of Consumer Affairs*, 34 (1), 113-133.
- Hon, P. S., & Bellotti, T. (2016). Models and forecasts of credit card balance. *European Journal of Operational Research*, 249(2), 498-505.
- Joo, S. (2003). Credit card attitudes and behaviors of college students. *College Student Journal*, 1-11.
- Kim, H.; DeVaney, S. A. (2001). The determinants of outstanding balances among credit card revolvers. *Financial Counseling and Planning*, 12 (1), 67-79.
- Kunkel, F. I. R., Vieira, K. M., & Potrich, A. C. G. (2015). Causes and consequences of debt in credit card: a multifactor analysis. *Revista de Administração, São Paulo*, 50(2), 169-182.
- Lavinsky, A., Andrade, G. M., Vieira, K. C. O., Brunelle, L. M., da Silva, P. T., & Donzelli, O. (2013). Ascensão das Classes C e D no Mercado Consumidor Brasileiro. *Fórum de Administração*, 5(1).
- Lima, F. G., Perera, L. C. J., Kimura, H., & Silva, A. C., Filho. (2009). Aplicação de redes neurais na análise e na concessão de crédito ao consumidor. *Revista de Administração, São Paulo*, 44 (1), 34-45.
- Limeira, J. E. V., & Menezes, T. A. (2009). *Crédito pessoal e desigualdade regional: perfil dos usuários de cartão de crédito no Brasil e seus impactos para a redução da desigualdade entre as regiões*. Trabalho apresentado no VII ENABER – Encontro Nacional da Associação Brasileira de Estudos Regionais, São Paulo-SP, Brasil, 7.
- Lusardi, A., & Tufano, P. (2009). Teach workers about the perils of debt. *Harvard Business Review*, 1, 24.
- Manning, R. D. (1999). Credit cards on campus: Costs and consequences of student debt. Consumer Federation of America.
- Mewse, A. J., Lea, S. E. G., & Wrapson, W. (2010). First step out of debt: attitudes and social identity as predictors of contact by debtors with creditors. *Journal of Economic Psychology*, 31, 1021-1034.
- Nakamura, W. T., Mendes-Da-Silva, W., & Moraes, D. C. (2011). *Determinantes de comportamento de risco no uso de cartões de crédito por estudantes universitários*. Trabalho apresentado no XXXV EnANPAD – Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 35.
- Norvilitis, J. M., & Mendes-Da-Silva, W. (2013). Attitudes toward credit and finances among college students in Brazil and the United States. *Working Paper*.
- Norvilitis, J. M., Osberg, T. M., Young, P., Merwin, M. M., Roehling, P. V., & Kamas, M. M. (2006). Personality Factors, Money Attitudes, Financial Knowledge, and Credit-Card Debt in College Students. *Journal of Applied Social Psychology*, 36 (6), 1395-1413.
- Richter, J., & Prawitz, A. D. (2010). Attitudes of college students toward credit cards: a comparison of credit card user types. *Proceedings of the Eastern Family Economics and Resource Management Association*, 15.

- Roberts, J. A., & Jones, E. (2001). Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. *The Journal of Consumer Affairs*, 35 (2), 213-240.
- Shen, S., Sam, A. G., & Jones, E. (2014). Credit Card Indebtedness and Psychological Well-Being Over Time: Empirical Evidence from a Household Survey. *Journal of Consumer Affairs*, 48(3), 431-456.
- Vieira, K. M., Oliveira, M. O. R., & Kunkel, F. I. R. (2016). The Credit Card Use and Debt: Is there a trade-off between compulsive buying and ill-being perception?. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*.
- Xiao, J. J., Noring, F. E., & Anderson, J. G. (1995). College students' attitudes towards credit cards. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 19, 155-174.
- Wang, H. Y. F., & Ikeda, A. A. (2004). *Análise do mercado de cartão de crédito brasileiro*. Trabalho apresentado no VII SEMEAD – Seminários em Administração, São Paulo, SP, Brasil, 7.

- 
1. Professora de Marketing e Estratégia, Instituto Federal do Triângulo Mineiro, Campus Uberlândia, Uberlândia, Minas Gerais, 38411-104, Brasil
  2. Professor de Finanças, Universidade Federal de Uberlândia, Faculdade de Gestão e Negócios, Campus Santa Mônica, Uberlândia, Minas Gerais, 38408-100, Brasil
  3. Professor de Finanças, Universidade Federal de Uberlândia, Faculdade de Gestão e Negócios, Campus Santa Mônica, Uberlândia, Minas Gerais, 38408-100, Brasil. email: flmbarboza@ufu.br
  4. Professor da Fundação Getúlio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo, São Paulo, 01332-000, Brasil
- 

**Revista Espacios. ISSN 0798 1015**

**Vol. 37 (Nº 26) Año 2016**

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](#)]