

LUIZ ANTÔNIO MATTOS DO CARMO

ANÁLISE DO ENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR JUIZ-FORANO

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

VIÇOSA
MINAS GERAIS – BRASIL
2012

**Ficha catalográfica preparada pela Seção de Catalogação e
Classificação da Biblioteca Central da UFV**

T

C287a
2012

Carmo, Luiz Antônio Mattos do, 1985-
Análise do endividamento do consumidor juiz-forano / Luiz
Antônio Mattos do Carmo. – Viçosa, MG, 2012.
viii, 80f. ; 29cm.

Inclui anexo.

Inclui apêndices.

Orientador: Neuza Maria da Silva

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Viçosa.

Referências bibliográficas: f. 67-71

1. Consumidores - Juiz de Fora. 2. Dívidas pessoais.
3. Compras. 4. Inadimplência (Finanças). I. Universidade
Federal de Viçosa. Departamento de Economia Doméstica.
Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica.
II. Título.

CDD 22. ed. 332.024

LUIZ ANTÔNIO MATTOS DO CARMO

ANÁLISE DO ENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR JUIZ-FORANO

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

Aprovada: 13 de dezembro de 2012.

Maristela Siolari da Silva

Marco Aurélio Marques Ferreira
(Coorientador)

Neuza Maria da Silva
(Orientadora)

*A Anna Maria Magalhães do Carmo,
professora.*

*A Marilene de Mattos Salles,
mestre e economista.*

AGRADECIMENTOS

A bênção a meus pais, Luiz Otávio e Márcia Maria, de quem sou imagem, semelhança e dissonância. A bênção à Lúcia, uma segunda mãe. A bênção a meus avós, José, Wanda, General e Igmar, professores de vidas e vidas. A bênção a meus bisavôs, Manoel do Carmo, diligente professor técnico, e Salvador de Moura Fontes, o Nhô Turiba, professor das artes e do sertão. A bênção a meus tios e primos, ramos do mesmo tronco, seivas da mesma seiva, em quem me espelho e com quem conto.

A bênção aos irmãos que a vida me trouxe, extensão de minh'alma e porto seguro, Adolfo Freitas, Augusto Araújo, Theo Valadares, Elis Ramos, Júlia Fernandes, Juliana Stanzani e Mariana Pena.

A bênção aos amigos Arimaire Alvernáz, Breno Wilson Medeiros, Bruno da Costa, Fernando Sarmento, Flávia Januzzi, Henrique Queiroz, João Marcelo Bentes, Luís Augusto Mendes, Luiz Cláudio Dilly, Manu Magalhães, Marcela Medeiros, Marco André Esch, Marina Guimarães, Martín Cagide, Melanie Moreira, Raphael Souza, Regina Andrade, Sidnei Pimentel e a todos os demais cujo espaço não me deixa nominar. A bênção especial ao Fabrício Valente, por quem tenho imensa gratidão e por ter sido a força motivadora a me trazer até aqui.

A bênção a todos meus professores, especialmente à Rojestone Pereira, Ana Paula, Lígia, Vilma, Heloísa, Jader Janer, Regina, Messias, Rosângela, Geraldo Magela, Áurea Delgado, Luanda, Verônica Portes, Adriana Rosa e Luciana Facchini.

A bênção aos meus colegas de trabalho com quem aprendi muito mais do que o executar de uma tarefa: Adriana Faria, Albert Cornides, Flávia Alhadas, Jackson Moreira, Liora Gonik, Mara Pinheiro, Márcia Lanna, Miguel Ângelo de Sales, Pablo Stephan e muitos outros, que com pequenos gestos foram grandes ao ensinar.

A bênção aos mestres que me guiaram por este caminho, a todo o corpo docente do Departamento de Economia Doméstica, ao Marco Aurélio Marques Ferreira, ao Alexandre Zanini, à Maria Isabel Alvim e ao Ricardo Mendonça.

A bênção à Aloísia, à Lena, à Fifi e aos outros servidores da UFV, sem os quais nada poderia funcionar.

A bênção à Professora Neuza Maria da Silva, minha orientadora e paraninfa, que gentilmente me recebeu, me acolheu e acreditou em minha capacidade de obter este grau. A bênção por toda sabedoria e pelos exemplos.

Agradeço à CAPES pelo fomento à pesquisa.

A bênção a cada um dos senhores, a cada leitor, a cada entrevistado e a cada um com quem tive a dádiva da troca, seja de um sorriso, de uma palavra, de um muito obrigado.

É melhor ser alegre que ser triste, a alegria é a melhor coisa que existe...

“Introduziu-se nas nossas mentes essa ideia nova de que se não consumes não és nada. Se não consumes, tu não serás ninguém. E serás tanto mais quanto mais fores capaz de consumir. A partir do momento em que o ser humano se vê a si mesmo como um consumidor, todas as suas capacidades diminuem, porque todas vão ser postas ao serviço de uma maior possibilidade de consumir”.

(José Saramago)

“Porque a quem usa bem o que lhe dão, mais se dará, e terá muito mais”.

(São Mateus)

“As minha felicidade é um crediário nas Casas Bahia”.

(Mamonas Assassinas)

SUMÁRIO

RESUMO	vii
ABSTRACT.....	viii
1. INTRODUÇÃO	01
1.1 Contextualização	01
1.2 O problema de pesquisa e sua justificativa	02
1.3 Objetivos	04
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	06
2.1. Endividamento e sobre-endividamento: diferentes abordagens.....	06
2.2. Crédito ao consumidor: da usura ao eixo do capitalismo moderno	09
2.3. A microeconomia do endividamento	17
2.4. Compras a crédito: tipos de bens e serviços, motivos e meios de pagamento	23
2.5. Principais abordagens sobre o endividamento do consumidor	26
3. METODOLOGIA	30
3.1. Local de estudo.....	30
3.2. População e amostra	32
3.3. Coleta de dados	34
3.4. Definição e operacionalização de variáveis	35
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	39
4.1. Perfil socioeconômico e domiciliar dos entrevistados	39
4.2. Estado de endividamento com relação a bens e serviços	42
4.3. Estado de endividamento com relação a despesas domésticas.....	45
4.4. Comportamento e situação econômico-financeiros	47
4.5. Estados de endividamento comparados.....	53
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
6. REFERÊNCIAS	59
APÊNDICES.....	64
ANEXO.....	71

RESUMO

CARMO, Luiz Antônio Mattos do, M. Sc., Universidade Federal de Viçosa, dezembro de 2012. **Análise do endividamento do consumidor juiz-forano.** Orientadora: Neuza Maria da Silva. Coorientador: Marco Aurélio Marques Ferreira.

Com a estabilidade macroeconômica atingida pelo Brasil em 1994, os consumidores depararam-se com uma maior oferta de bens e serviços no mercado, assim como viram ampliar-se a facilidade para realizar suas compras a crédito. Ofertas com pagamento a prazo com ou parcelamento estendido refletiram o maior acesso a bens e serviços e a sofisticação dos meios de pagamento. Contudo, um dos efeitos desse panorama foi a escalada do endividamento, que pode acabar levando indivíduos e famílias a situações de desequilíbrio financeiro. A gravidade deste fato motivou a realização deste estudo sobre o endividamento dos consumidores juiz-foranos. Especificamente, buscou-se saber com que tipo de bens e serviços tem se endividado o consumidor com renda própria, quais meios de pagamento são mais utilizados para a realização de compras a prazo, quanto de sua renda está sendo comprometida nessas operações e quais motivos o levam ao endividamento. Os principais bens e serviços com que se endividam os consumidores estudados estão nas categorias de vestuário, alimentação e combustível, enquanto os que estão relacionados à inadimplência são os reparos do lar, eletrodomésticos e eletroeletrônicos. O cartão de crédito mostrou-se como o principal meio de pagamento a crédito. O comprometimento futuro da renda dos entrevistados com essas compras não chega a 30% para 61,6% dos entrevistados, contudo, ultrapassa os 70% para 13,7% da população estudada. Com relação às despesas domésticas, os consumidores inadimplam por conta de redução da renda familiar ou de dessincronização entre a data de recebimento e a de pagamento das contas. Por sua vez, nas categorias de bens e serviços, os consumidores inadimplam mais por falta de controle do que por outros motivos. Concluiu-se que os altos níveis de endividamento entre os juiz-foranos ainda não se tornaram inadimplência, contudo o comprometimento futuro da renda pode alterar este

cenário

em

breve.

ABSTRACT

CARMO, Luiz Antônio Mattos do, M. Sc., Universidade Federal de Viçosa, december, 2012. **Juiz de Fora consumers' indebtedness analysis**. Adviser: Neuza Maria da Silva. Co-adviser: Marco Aurélio Marques Ferreira.

Due to the macroeconomic stability achieved by Brazil in 1994, consumers faced an increase in market supply of goods and services, accompanied by the access to credit and sophistication of means of payment. However, one effect of this scenery was the escalation of personal debt, which can eventually lead households to financial distress. The gravity of this fact prompted this study on Juiz de Fora citizens' state of indebtedness. Objectively, it was sought to know what kind of goods, services and household expenses consumers come into debt or overdue, which means of payment are commonly used to buy on credit, how much of the consumer's income is expended in such operations and which motives lead them to incur in debt. The studied consumers' level of debt was higher than national and state averages. Regarding nonpayment, this reality is reversed. The main goods and services with which consumers come into debt are clothing, food and fuel, while the ones that suffer with delinquency are home repairs, appliances and electronics. Credit card was the most used mean to buy on credit. To 61.6% of the population, at most 30% of their income was tightened to debt payment, while to 13.7% this average goes beyond 70%. Household debt came from decreases in household income and from unsynchronized cash flows. In the other hand, goods and services debt came due to miscontrol. It was concluded that the high levels of debt have not yet become default, however the commitment of future income can change this panorama soon.

1. INTRODUÇÃO

Esta sessão apresenta o contexto em que se insere o problema de pesquisa proposto, determina a forma com que este será tratado e justifica sua importância. Em sequência são elencados o objetivo geral e os específicos deste estudo.

1.1 Contextualização

Em um passado não muito longínquo, a economia brasileira caracterizava-se por ser fechada e por adotar medidas protecionistas à indústria nacional. Aliadas a esse cenário, a baixa concorrência e a deterioração do poder de compra da moeda por conta dos altos índices inflacionários restringiam a capacidade de compra dos consumidores.

Após a implantação do Plano Real, em 1994, muitas mudanças estruturais e econômicas ocorreram. Se antes os consumidores limitavam suas escolhas a poucos bens duráveis e viam toda sua renda ser gasta com produtos e serviços básicos, a abertura comercial e a valorização da moeda nacional lançaram no mercado interno bens de consumo mais sofisticados. Junto a isso, o controle dos preços permitiu o aumento da concessão de crédito às pessoas físicas, fazendo com que boa parte da população brasileira ganhasse um maior poder de compra (DELOITTE, 2009; FLOURI, 1999).

Em estudos realizados nos Estados Unidos e em países de economias avançadas, verificou-se que o crescimento da oferta de crédito impactou de forma positiva na expansão do consumo, de tal forma que a força propulsora da economia nessas nações não se encontra mais nas poupanças individuais e sim nas compras sustentadas pelo crédito ao consumidor (BACCHETTA; GERLACH, 1997; GLICK; LANSING, 2011).

Em termos nacionais, este cenário não é diferente, pois, desde 2002, as despesas de consumo das famílias brasileiras vêm crescendo. No ano de 2010, este componente do Produto Interno Bruto registrou um aumento de 7,0%, sendo favorecido pela elevação de 8,2% na renda real dos trabalhadores e, mais

expressivamente, pelo acréscimo nominal de 17,6% no saldo de operações de crédito do sistema financeiro com recursos livres para as pessoas físicas (IBGE, 2010b).

O resultado prático advindo do aumento nas operações de crédito foi uma mudança no comportamento do consumidor, que passou a financiar suas novas aquisições com base em rendimentos futuros ao invés de poupar o dinheiro necessário para que a compra fosse feita à vista (COHEN, 2007). No entanto, a inabilidade das pessoas em adaptar seus estilos de vida a essa nova realidade levou a uma intensificação do endividamento familiar. Este fenômeno, em conjunto com a já atual corrosão dos níveis de poupança, pode provocar uma redução geral do consumo das famílias e, por conseguinte, acabar prejudicando o crescimento econômico nacional (BIRD *et al.*, 1995; GLICK; LANSING, 2011; KOLLMANN, 1997; TRINDADE, 2011).

Mesmo frente a esse cenário, a demanda por crédito tende a manter seu viés de crescimento. De dezembro de 2009 a julho de 2012, o saldo total de operações de crédito direcionado a pessoas físicas no Brasil saltou de R\$ 470 bilhões para R\$ 692 bilhões (SARDENBERG, 2012), o que Erasmus e Mathunjwa (2011) justificam ao apontar que o desejo dos consumidores de adquirir certos bens sobrepõe-se aos riscos da operação. Contudo, isso pode levá-los a uma situação de superendividamento, insolvência financeira e corrosão patrimonial.

1.2 O problema de pesquisa e sua justificativa

Quando uma pessoa se endivida, ela fica limitada em suas ações e esse impedimento não é apenas econômico. “É muito comum encontrar pessoas endividadas que se sentem incompetentes, fracassadas e impotentes diante da situação. Um dos piores inimigos do endividamento é psíquico. [...] As dívidas não são apenas financeiras, são afetivas ou simbólicas” (TOLOTTI, 2007). Esse cenário pode levar os indivíduos a situações de estresse, depressão e conflitos, que, por sua vez, acabam por afetar a qualidade de vida individual e familiar (BROWN *et al.*, 2005).

Nos últimos anos muitos pesquisadores direcionaram sua atenção ao uso do crédito pelo consumidor e à sua capacidade de gerir suas finanças pessoais. Entretanto, a maioria desses estudos analisou a consequência desses comportamentos para as empresas e para a economia, não se atentando para a forma pela qual o consumidor é afetado. No Brasil, as pesquisas acerca do endividamento começaram a despontar apenas nos últimos cinco anos, destacando-se a de Zerrenner (2007) sobre as causas do endividamento da população de baixa renda na cidade de São Paulo e a de Trindade *et al.* (2011) acerca da propensão ao endividamento feminino na região centro-ocidental do Rio Grande do Sul. Fora do campo acadêmico, a Federação do Comércio de Minas Gerais (FECOMERCIO) traça, bimestralmente, o panorama geral do endividamento e da inadimplência dos habitantes da capital do estado, pesquisa similarmente realizada pelo Banco do Nordeste naquela região do território nacional.

Dentre os estudos e pesquisas sobre endividamento analisados para a realização deste trabalho, verificou-se, em consonância com a percepção de Cohen (2007), que o assunto é abordado de forma ampla e expositiva. Ademais, não se sabe exatamente com quais tipos de bens e serviços os consumidores têm se endividado, quais motivos os levam a tal cenário e quais ações são utilizadas para lidar com essa situação, questões essas que foram respondidas na presente pesquisa.

De maneira prática, espera-se que os resultados aqui expostos possam auxiliar na compreensão do comportamento do consumidor quanto à administração de suas finanças pessoais tendo em conta suas restrições orçamentárias, seu acesso a facilidades creditícias e o uso que fazem dessas ferramentas. De forma ampla, pretende-se agregar elementos de base econômica e social à discussão acerca dos marcos jurídicos que dialogam com os temas aqui estudados, contribuir no direcionamento de programas de educação do consumidor e no desenvolvimento de estratégias mais bem embasadas para assisti-los, evitando, dessa forma, as consequências negativas advindas do mau uso do crédito, uma vez que consumidores informados estão mais aptos a adotar e gerir o crédito de forma mais responsável (BIRD *et al.*, 1995; KOLLMANN,

1997; PERRY, 2008). No campo mercadológico, as empresas poderão se preparar para melhor lidar com clientes endividados e em termos sociais os benefícios podem surgir a partir do confronto das políticas públicas pró-crédito com os dados empíricos coletados e analisados.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Este estudo tem por objetivo analisar o estado de endividamento do consumidor juiz-forano, bem como suas ações para lidar com essa situação.

1.3.2 Objetivos específicos

- ▶ Traçar o perfil socioeconômico e domiciliar dos consumidores;
- ▶ Identificar os principais motivos que fazem com que o consumidor opte pela compra a crédito;
- ▶ Verificar o(s) meio(s) de pagamento preferido(s) pelos consumidores em estudo para realizar compras a crédito;
- ▶ Analisar os principais motivos que levam os consumidores em estudo a se endividar;
- ▶ Identificar com quais bens e serviços os consumidores em estudo estão se endividando;
- ▶ Identificar quais bens e serviços são alvo de inadimplência por parte dos consumidores estudados;
- ▶ Determinar o percentual de comprometimento da renda dos pesquisados com o pagamento de compras a crédito;
- ▶ Verificar as ações empreendidas pelos entrevistados para lidar com situações de endividamento.

Passa-se, agora, a uma exposição e sistematização de diversos estudos já realizados que formam o arcabouço para o desenvolvimento desta pesquisa. Em

seguida, são elucidadas as bases científico-metodológicas utilizadas no estudo, discorre-se sobre o processo estatístico de amostragem e definem-se operacionalmente as variáveis analisadas. Logo após, são apresentados os resultados e, à medida que são elencados, realiza-se uma discussão em torno de o que eles acrescentam à compreensão do endividamento dos consumidores. Ao final, apresenta-se uma breve conclusão.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Esta seção apresenta alguns trabalhos que abordam o tema e lança bases para auxiliar no desenvolvimento do estudo em pauta. Inicia-se por mostrar que o endividamento é um assunto que perpassa diversos campos científicos, traça-se um breve panorama histórico-econômico de como o endividamento foi se tornando o centro do capitalismo conduzido pelas finanças, demonstra-se como ele se opera a nível microeconômico e discorre-se acerca de algumas pesquisas realizadas sobre o assunto.

2.1. Endividamento e sobre-endividamento: diferentes abordagens

Os estudos que versam sobre endividamento, sejam eles nacionais ou internacionais, perpassam diversas disciplinas. Como forma de potencializar o entendimento desse fenômeno, que tem emergido como um vultoso campo de pesquisas na maior parte dos países de economia aberta, a conjugação de fatores econômicos, sociológicos, políticos e psicológicos tem auxiliado na sua compreensão.

Os temas consumo, crédito e endividamento trazem à mente debates que beiram o filosófico e que questionam o que constitui níveis sociais e culturais aceitáveis de afluência material e como distinguir entre consumo frugal e opulento¹ (COHEN, 2007). Viaud e Roland-Lévy (200, p. 427, grifo do autor, tradução nossa) apontam que

é interessante notar os diferentes significados associados a “crédito”: o termo muda de acordo com o tipo de empréstimo (para bens imóveis ou para consumo) e de acordo com a conotação associada (positiva ou negativa). Quando o crédito refere-se a bens imóveis, ele é chamado de “crédito” assim como o é para bens duráveis. Se o crédito é associado ao consumo, ele se torna um débito e sua conotação é ambivalente.

O acesso ao crédito é um serviço financeiro importante às famílias e um maior acesso a ele permite a um número maior de pessoas suavizar seu consumo

¹ Para um maior debate acerca dessa questão, ver CAMPBELL (1998) e MILLER (2007).

de maneira intertemporal, incrementando assim seu bem-estar e promovendo melhores condições de crescimento econômico (MURCIA-PABÓN, 2007).

Inicialmente, o uso do crédito estava associado à percepção de que ele tinha como fim satisfazer demandas supérfluas de consumo, ideia que hoje se encontra ultrapassada. Atualmente, seu uso é considerado uma forma de antecipar rendimentos futuros para satisfazer uma necessidade presente, contudo, a incerteza dessa renda põe os mutuários em situação de vulnerabilidade. Não são raras as situações em que imprevistos colocam indivíduos e famílias inteiras em situações de insolvência (SANTOS, 2009).

A definição do que vem a ser endividamento se compõe de diversos pontos de vista, os quais foram analisados e avaliados em diversos estudos. Economicamente, o endividamento pode ser definido como o saldo devedor de um indivíduo ou de um grupo, podendo ser ele resultado de apenas um comprometimento ou de obrigações simultâneas (BETTI *et al.*, 2007; TRINDADE *et al.*, 2011). Tolotti (2007, p. 31) entende que “uma pessoa pode ser considerada endividada quando não consegue cumprir com seus compromissos financeiros”. Já Makuch *et al.* (1992), pesquisadores em economia, assinalam que o quadro de endividamento se dá quando o montante das despesas ultrapassa a renda.

Esses dois últimos conceitos se aproximam ao de sobre-endividamento, também chamado de superendividamento. Para os pesquisadores europeus Betti, Dourmashkin, Rossi e Yin (2007), as famílias ou indivíduos sobre-endividados são identificados como aqueles que expressam dificuldade ou sérias dificuldades em pagar suas dívidas, incluindo as de consumo e imobiliárias. Eles consideram que essas pessoas comparam seu montante de dívidas com o conjunto de sua renda atual, patrimônio líquido mais ganhos futuros e percebem que não podem pagar seus haveres sem reduzir as despesas para aquém do nível de subsistência.

Esse panorama pode resultar do acontecimento de situações imprevisíveis na vida do consumidor ou de sua negligência quanto à gestão do orçamento doméstico. O sobre-endividamento ativo seria consequência deste comportamento enquanto o sobre-endividamento passivo ocorreria por conta daquelas situações (SANTOS, 2009). Em qualquer um desses casos, estamos perante um problema

não só financeiro, porquanto, segundo Casado (2000) o sobre-endividamento é fruto da sociedade de massas, onde o consumo é cada vez mais incentivado através de publicidades agressivas, geradoras de falsas necessidades. Makuch *et al.* (1992) e Trindade *et al.* (2011) acrescentam que a marginalização, a exclusão social, os problemas psíquicos, o alcoolismo, a dissolução das famílias, as perturbações da saúde física e mental e o desejo de atingir ou manter estilos de vida incompatíveis com a realidade financeira pessoal se encontram dentre as causas desse fenômeno.

De acordo com Lea *et al.* (1995), o sobre-endividamento, por sua vez, surge como parte de um comportamento econômico disfuncional. Para Santos (2009), o sobre-endividamento representa a face adversa da democratização do crédito, que pode surgir por vários motivos, mesmo em conjuntura econômica positiva.

A dimensão desta questão depende de questões como a educação financeira, o sistema de segurança social e o comportamento do mercado de trabalho. Porém, de todas as variáveis possíveis, o desemprego apresenta-se como a mais relevante. Na verdade, são os rendimentos do trabalho que constituem a principal fonte de financiamento das famílias, constituindo o elemento de referência para a realização das despesas (SANTOS, 2009, p. 25).

O estudo de Kösters *et al.* (2004) ratifica a percepção de Santos (2009) ao demonstrar que na França, Alemanha e Bélgica esta era a principal causa de sobre-endividamento. Por sua vez, o uso do cartão de crédito nos Estados Unidos e a má gestão orçamentária na Áustria mostraram ser o fator desencadeador de desequilíbrios financeiros.

Na literatura acerca do tema aqui tratado, percebe-se que os pesquisadores focam seus estudos em cima de três questões: quais fatores diferenciam endividados de não endividados, o que determina o ponto até onde as pessoas se endividam e o que determina quanto da dívida será paga (WANG *et al.*, 2011).

Em uma tentativa de elucidar formas de delimitar as situações de endividamento, os pesquisadores europeus Betti *et al.* (2007) discutem em seu artigo seminal diversos indicadores de sobre-endividamento vigentes nos países deste continente. Observando a miríade de medidas utilizadas pelas instituições governamentais e privadas, esses autores as agruparam em três modelos de acordo com a metodologia subjacente ao cálculo utilizado. Já em um viés mais

sociopsicológico, Livingstone e Lunt (1992) investigaram quais atitudes e comportamentos diferenciam os endividados dos não endividados, quais fatores determinam a extensão do endividamento e como as famílias elegem quais dívidas irão pagar. Diversos tipos de variáveis foram empregados em uma análise discriminante para que se chegasse ao resultado esperado. Dentre elas, destacaram-se as sociodemográficas, as econômicas, as atitudinais e as psicológicas, que envolviam o locus de controle, estratégias de cooperação e consumo hedônico.

Outras variáveis foram abordadas no estudo de Tokunaga (1993), que buscou desenvolver um perfil integrativo de pessoas com problemas relacionados ao crédito. Para tal, o pesquisador lançou mão de características pessoais, familiares, do número de imprevistos ocorridos, além de algumas variáveis psicológicas. Essas variáveis aportam diferentes níveis de explicação ao endividamento, sendo que, em alguns casos, elas chegam a competir teoricamente entre si, enquanto em outros casos, uma pode ser decorrência da outra. Análises multivariadas indicam que todos esses fatores estão de alguma forma associados ao endividamento, entretanto, a multicolinearidade embota os efeitos particulares e independentes de cada um (LEA *et al.*, 1995).

Os estudos acima mencionados explicitam e exemplificam de forma sucinta diversas formas de se abordar o tema ora estudado. Dada a riqueza e a variedade de abordagens, parte-se, neste momento, para um aprofundamento nas teorias e estudos que buscam explicar determinadas facetas do endividamento, o qual é realizado em conjunto com a apresentação e análise de alguns trabalhos realizados no Brasil e em outros países.

2.2. Crédito ao consumidor: da usura ao eixo do capitalismo moderno

O capitalismo é, em verdade, um fenômeno bem mais recente que o capital. Durante a antiguidade, o escambo era a principal forma de troca de mercadorias, porém, quando o volume dessas trocas se tornou um inibidor ao bom andamento das negociações, deu-se o surgimento de dois mediadores: um social, representado pelos comerciantes, e outro econômico, sob a forma de moeda. Os

comerciantes tornaram-se capitalistas e seus ganhos originavam-se da diferença entre os preços de compra e o preço de revenda. Essas relações de circulação permitiram o surgimento de um capital externo à produção, o capital financeiro, o qual permitiu a dissociação no tempo e no espaço da troca entre duas mercadorias, convertendo-se, pois, em uma reserva de valor (SINGER, 1975).

A Revolução Industrial, que se iniciou na Inglaterra a fins do século XVIII, inaugurou uma nova etapa na história do capitalismo. A manufatura em grande escala passou a esbarrar nos limites do corpo humano e maiores ganhos de produtividade só ocorreriam se ele fosse substituído por máquinas. Contudo, para que o capitalismo dominasse todas as esferas produtivas, não bastou sua superioridade econômica. Foi apenas com a supremacia do pensamento liberalista², a partir de 1870, que uma economia capitalista mundial começou a tomar forma (SINGER, 1975).

É nesta mesma época que o crédito ao consumidor surge verdadeiramente. Até meados do século XIX, o empréstimo de dinheiro a consumidores se deu de maneira informal e dissimulada. Explica Santos (2009, p. 22) que

essa prática, mais conhecida por usura [...], abria caminho a diversos abusos, nomeadamente à não devolução do empréstimo pelo mutuante ou à imposição de penas excessivas em casos de ausência de pagamento. Rapidamente, o empréstimo se tornou a atenção dos legisladores, por um lado, e a censura dos moralistas, por outro. Algumas sociedades foram regulando esta prática. Outras, porém, proibiram os empréstimos a juros.

Nos Estados Unidos, a compra de bens de consumo domésticos através do pagamento de parte de seu valor em dinheiro e do restante em letras reembolsáveis em um prazo máximo de dois a três meses era prática corriqueira e informal, principalmente nas comunidades rurais, em que o rendimento era sazonal. Para essas transações, não havia qualquer tipo de contrato que selasse o compromisso de quitação do débito e, em realidade, o número de casos de inadimplência era desprezível, porquanto o pagamento de dívidas era considerado uma virtude. Já na Europa, o crédito ao consumidor tardou um pouco mais a se

² É caracterizado pela busca no equilíbrio do mercado (oferta e demanda) via ajuste de preços (“mão invisível”), pela não intervenção estatal na atividade econômica, prevalecendo a atuação da “ordem natural” e pela satisfação das necessidades humanas através da divisão do trabalho, que por sua vez aloca a força de trabalho em várias linhas de emprego (PEREIRA, 2011).

consolidar. Alvo de fortes restrições culturais, sua expansão foi vista como uma “americanização” dessa sociedade.

A compra a prestações tomou vulto quando o crédito passou a ser usado para a aquisição de bens duráveis, principalmente os de alto valor. Inicialmente, eram os fornecedores ou lojistas que administravam sua concessão e a ideia subjacente ao negócio era o fato de ser o bem a própria garantia do empréstimo e de ser o comerciante seu proprietário até sua quitação total. Com o passar do tempo e com a sofisticação desse sistema de pagamentos, os prazos foram aumentando, o valor das entradas foi se reduzindo e a variedade de produtos oferecidos se multiplicou (SANTOS, 2009).

Contudo, com o colapso do padrão-ouro e com a Grande Depressão da década de 1930, os países centrais foram levados a realizar reformas monetárias, cujo expoente foi o *New Deal* de Roosevelt. Ao proporcionar à economia estadunidense a possibilidade de criar moeda através do crédito, o sistema bancário viu-se capaz de financiar as famílias e as empresas, promovendo um rápido crescimento econômico (BRADY, 2011; GUTTMANN; PLIHON, 2008). Como explicam Guttman e Plihon (2008, p. 577, grifo do autor)

[...] em tal ambiente favorável, não demorou muito para que a *economia do endividamento* se estendesse ao consumo das famílias, o maior componente de gasto da economia que absorve, tipicamente, dois terços da demanda agregada nas nações industrializadas.

Com a entrada dos automóveis no rol de bens financiáveis, as vendas a crédito se transformaram. Nas palavras de Santos (2009, p. 24),

para fazer face às necessidades da vida prática, a figura da compra e venda a prestações foi solucionada através da inclusão de um outro sujeito na concessão de crédito ao consumidor. Da relação bilateral existente nasceu assim uma relação trilateral resultante da intervenção de um terceiro financiador, especializado no negócio de concessão de crédito.

O crescimento no volume das transações aumentou os custos e os riscos inerentes à atividade e a entrada das instituições financeiras como mediadoras das operações a crédito veio a trazer a economia de escala e a segurança necessárias para o funcionamento eficiente deste mercado (BRADY, 2011; SANTOS, 2009).

Em 1946, o nível de endividamento das famílias estadunidenses com hipotecas, aluguéis, seguros e impostos era de aproximadamente 20% e em 1954 ele já havia atingido a marca de 32%. Lebow (1955) percebeu que, cada vez mais,

uma pequena parte da renda do consumidor estava disponível para a aquisição de bens e serviços. A única forma de fazê-lo seria ampliar a oferta de crédito ao consumidor e incentivar o pagamento parcelado dos bens. Levada a cabo, essa estratégia resultou na elevação do nível de endividamento das famílias americanas para mais de 80% ao final da década de 1960 (BIRD, *et al.*, 1995; GUTTMANN; PLIHON, 2008).

Iniciada a década de 1970, esse ambiente promissor deparou-se com um período de lento crescimento e aumento da inflação. Principiadas com a flutuação das taxas de câmbio em 1973 e seguidas pela desregulação das taxas de juros em 1979, essas transformações na determinação do preço da moeda abriram caminho para uma ainda maior flexibilização do sistema bancário, que se viu capaz de oferecer empréstimos de forma mais favorável e de inovar seus produtos financeiros, principalmente através da ampliação de provedores de fundos (GUTTMANN; PLIHON, 2008).

Toda essa conjuntura levou os bancos internacionais a se organizarem e a se conformarem em grupos financeiros responsáveis por uma nova organização do sistema econômico, conhecido como capitalismo conduzido pelas finanças (*finance-led capitalism*). Dentre suas características, destaca-se a predominância da busca pela maximização dos lucros acionários como princípio básico de governança corporativa e da capacidade dos investidores financeiros de acumularem maiores percentuais da renda nacional através da ampliação e pulverização de fontes de rendimento de capital, tais como juros, dividendos, taxas e comissões (KRIPPNER, 2004; GUTTMANN; PLIHON, 2008).

Na opinião de Guttman e Plihon (2008, p. 581), essa mudança na operação das economias está baseada em três forças: “na dependência aumentada do endividamento em todos os ramos de atividades econômicas, na facilitação de tal financiamento via endividamento pela inovação financeira e na globalização financeira como a força mais transcendental na internacionalização do capital”. Ao facilitar o acesso daqueles que buscam recursos adicionais através da disponibilização de recursos de outrem, o endividamento permite ao tomador descascar seus gastos de sua renda, fazendo com que ele gaste mais do que o faria em outras condições.

Para estes mesmos autores, o saldo da balança comercial, o saldo fiscal do governo, a poupança líquida das famílias e a poupança líquida empresarial, denominados por eles de macroindutores econômicos³, obtiveram grande e facilitado acesso ao financiamento através do endividamento.

Por parte do governo, ainda que suas despesas sejam direcionadas a atender demandas de interesse público e ajudem a manter a estabilidade econômica, seu alto endividamento pode acabar aumentando os níveis gerais de inflação. Pelo lado das empresas, muito do capital de giro e dos projetos de expansão daquelas de pequeno e médio porte foi financiado junto a grandes bancos, uma vez que esses empreendimentos não possuem porte para a emissão de títulos como forma de obter recursos. As empresas de grande porte, por sua vez, recorrem mais aos empréstimos bancários para atender a demandas do mercado financeiro, seja para recompra de ações ou para melhorar o controle societário através de fusões, aquisições e parcerias.

O aumento nos investimentos empresariais requer um aumento proporcional no consumo das famílias. Contudo, nas últimas quatro décadas os salários para tal não acompanharam mudanças estruturais na economia global. Iniciadas com os altos índices inflacionários na década de 1970, a estagnação salarial estendeu-se durante as reestruturações corporativas da década de 1980 e intensificou-se na década de 1990 com a entrada de mais de três bilhões de pessoas no mercado consumidor em decorrência da queda dos regimes comunistas.

Já com relação à balança comercial, muitos países têm buscado as exportações como forma de equilibrar sua economia doméstica. Entretanto, para que alguns países sejam superavitários, outros precisam entrar em débito. Os consumidores dessas nações deficitárias, mesmo com salários estagnados, podem contribuir com este panorama ao absorver a produção internacional. Para isso, eles devem poupar menos, trabalhar mais ou obter acesso ao crédito, de forma que os

³ Segundo o arcabouço keynesiano em sua vertente IS/LM, tem-se que $0 = (X-M) + (G-T) + (Y_h - C) + (Y_b - I)$, onde Y_h é a renda disponível das famílias, Y_b a renda do setor empresarial, $(Y_h - C)$ a poupança líquida pessoal, $(Y_b - I)$ a poupança líquida empresarial, $(G - T)$ o saldo fiscal do governo e $(X - M)$ o saldo em conta corrente (GUTTMANN; PLIHON, 2008, p. 582)

gastos familiares possam ultrapassar os limites da renda. Guttman e Plihon (2008, p. 587) explicitam que

[...] em todo mundo industrializado, ao longo das últimas poucas décadas, pudemos ver a correlação entre parcelas de salários estagnadas, ou mesmo em declínio, e o crescente uso do endividamento do consumidor. Suspeitamos que possa mesmo haver uma relação simbiótica entre os dois, no sentido de que por meio da permanência do consumo impulsionado pelo endividamento em níveis suficientemente altos, o crescimento do PIB pode então ser incitado o bastante para sustentar, por sua vez, o crescente uso do endividamento pelas famílias por um longo período de tempo.

Em se tratando do panorama internacional, os referidos autores demonstram que a mentalidade europeia e norte-americana de enriquecimento rápido se traduz na satisfação de possuir a casa própria e uma sempre maior capacidade de gastar. A preferência por governos liberais os levam a delegar ao mercado a regulação de serviços que são providos como bens públicos em outros países, tais como educação, saúde e transporte, que acabam sendo financiados por meio do endividamento em forma de empréstimos estudantis e financiamentos de carros, por exemplo. “Tais canais de empréstimos especializados amplamente disponíveis são uma expressão de um sistema de endividamento do consumidor altamente desenvolvido” (GUTTMANN; PLIHON, 2008, p. 589).

O fato de a liberalização financeira e do aumento na competitividade desse setor terem levado a uma rápida expansão do crédito e a um conseqüente aumento no consumo é um fato que torna o crédito ao consumidor um assunto de particular interesse para os bancos centrais. Ao longo das décadas de 1990 e 2000, o nível de poupança nos países desenvolvidos decaiu acentuadamente, enquanto o de endividamento, em um movimento conjugado, apresentou grandes altas. Isso vem a revelar que uma expansão na oferta de crédito contribuiu para um dramático aumento no nível de alavancagem das famílias (BACCHETTA; GERLACH, 1997; COHEN, 2007; GLICK; LANSING, 2011).

Em uma análise estatística realizada com as taxas de poupança nos Estados Unidos, Glick e Lansing (2011) perceberam que a incorporação da disponibilidade de crédito nos modelos desenvolvidos explicava 90% da variância daquelas taxas. Tal fato sugere que a relevância do crédito ao consumidor nos canais de transmissão de políticas macroeconômicas é maior do que a considerada

na literatura e merece maior atenção acadêmica (BACCHETTA; GERLACH, 1997; BRADY, 2011). Bird *et al.* (1995) elucidam essa questão ao demonstrar que o cartão de crédito age como um seguro financeiro ou um colchão de liquidez de base mercadológica, complementar à seguridade social, visto que os indivíduos podem lançar mão do crédito previamente aprovado em momentos de escassez creditícia por conta de políticas econômicas restritivas. Dessa forma, essas políticas só produziriam algum efeito real na economia quando o crédito anteriormente disponibilizado se exaurisse (BRADY, 2011).

Famílias e indivíduos com baixa renda ou com rendimentos flutuantes geralmente possuem acesso limitado ao crédito e rapidamente esgotam suas fontes de financiamento. Essas pessoas são particularmente vulneráveis às retrações econômicas e tornam-se prontamente dependentes do sistema de assistência social (BETTI *et al.*, 2007; BIRD *et al.*, 1995). O aumento nas taxas de juros, a perda de um emprego, a redução do nível de renda familiar, empréstimos com indexadores confusos, transformações na estrutura do mercado de trabalho através da fragilização dos vínculos contratuais e do aumento da mobilidade da força de trabalho ou a pressão social para manter um determinado nível de gasto, além de circunstâncias mais pessoais, como uma doença ou uma ruptura familiar, podem tornar esses grupos extremamente sensíveis a mudanças econômicas (MUJIKÁ *et al.*, 2009; SANTOS, 2009).

Um crescimento desproporcional do nível de endividamento das famílias e dos indivíduos pode acarretar consequências ainda mais importantes. Aqueles mais endividados, que são os que sofrem maiores encargos financeiros, desfrutam de menor capacidade para fazer frente a ditas mudanças e, como resultado, possuem uma maior probabilidade de cair em uma situação de inadimplemento. Essa circunstância repercutiria, evidentemente, de forma negativa em todo o sistema financeiro, econômico e social. Um maior endividamento supõe uma menor capacidade de consumo. Por um lado, isso pode intensificar os efeitos de uma crise econômica ao prejudicar o crescimento e, por outro lado, a inadimplência influiria diretamente nos intermediários financeiros e, por conseguinte, no sistema financeiro como um todo (MUJIKÁ, 2009; TRINDADE, 2011).

O que está fora de questionamento é o interesse econômico dos prestamistas em cultivar o grupo de pessoas que recorre ao crédito rotativo como alternativa à sua restrição orçamentária ou às flutuações e quedas em suas rendas, pois que isso gera para eles um lucrativo retorno em forma de juros e taxas administrativas. No que se refere a políticas públicas, esse grupo é de considerável importância por conta de sua alta probabilidade em se tornar insolvente (COHEN, 2007).

Contudo, para que um mercado de crédito funcione bem, isso não requer que toda a população conte com acesso aos empréstimos bancários, senão apenas aqueles que contem com condições mínimas e assim o desejem. Algumas pessoas podem não ter crédito e não serem excluídas desse mercado por razões econômicas, elas podem apenas não desejar utilizar de seus serviços (MURCIA-PABÓN, 2007).

No que toca à realidade econômica brasileira, a década de 1980 foi marcada pelas altas taxas de inflação e de câmbio. Conjugados seus efeitos, a renda real da população brasileira viu-se comprometida, principalmente a daqueles de estratos econômicos inferiores, que não possuíam acesso ao sistema financeiro para assegurar-lhes algum tipo de rendimento. Com a implantação do Plano Real, em 1994, o consumo doméstico paulatinamente reergueu-se, principalmente através da demanda das classes mais baixas por móveis e eletroeletrônicos. Com certa estabilidade macroeconômica, os mecanismos de crédito se restauraram e o principal efeito foi o alargamento dos prazos de pagamento (ALÉM; GIAMBIAGI, 1997).

Contudo, foi com um relatório do Banco Mundial apresentado em 2004 (KUMAR, 2004) que se passou a desenvolver uma política pública de oferta de produtos financeiros à população de baixa renda. Foi diagnosticado que apenas 40% da clientela potencial possuía uma conta bancária e o acesso a crédito às pessoas que não podiam oferecer garantias reais aos bancos era bastante restrito (BITTENCOURT *et al.*, 2005). Segundo Alves e Soares (2006), as principais medidas governamentais foram a bancarização em amplo espectro e a formatação de cooperativas de crédito.

Por bancarização, entende-se a oferta de serviços financeiros como crédito produtivo, crédito ao consumidor, poupança, seguros e contas correntes simplificadas. Essas contas foram autorizadas pelo Conselho Monetário Nacional para atender à parcela da população que não tinha comprovante de renda e de endereço, não dispunha de histórico bancário e não era capaz de pagar pelas taxas de manutenção usualmente cobradas (BITTENCOURT *et al.*, 2005; BARONE; SADER, 2008). Nas palavras de Bittencourt, Magalhães e Abramovay (2005, p. 203),

[...] pela primeira vez na história do País, começa a ser construída uma política voltada ao oferecimento de crédito para a população de baixa renda numa escala massiva e com tecnologias de empréstimo inéditas. Rompe-se assim uma espécie de quadratura do círculo da sociedade brasileira em que o sistema bancário formal parecia totalmente inapto a oferecer serviços àqueles que não podiam com ele relacionar-se por não disporem de garantias e contrapartidas, embora necessitassem destes serviços.

Os bancos privados usaram de quatro estratégias para cumprir com as novas metas estatais: a criação das financeiras, a oferta de crédito ao consumidor junto às redes varejistas, as organizações especializadas em microcrédito orientado produtivo e a oferta de crédito consignado. Nesta nova política, a análise financeira do cliente não ficou restrita apenas aos recursos depositados, mas levou em conta a sua movimentação bancária (BITTENCOURT *et al.*, 2005). De fato, Murcia-Pabón (2007) ressalta que uma variável especialmente importante para aqueles créditos que não contam com um colateral, como é o crédito ao consumidor, corresponde ao histórico bancário e à rede social em que o mutuário está inserido. Bittencourt *et al.* (2005, p. 239) chamam à observação o fato de que

a base para a ampliação do acesso ao sistema financeiro não foi o reconhecimento jurídico das propriedades e dos ativos dos mais pobres. No caso brasileiro, este reconhecimento é feito, inicialmente, com base na palavra dos indivíduos e na perspectiva de construção de um histórico de crédito. É importante frisar que as grandes organizações de varejo (nomeadamente as Casas Bahia) já utilizam o histórico de crédito para decidir o nível de financiamento de cada cliente.

2.3. A microeconomia do endividamento

As decisões econômicas dos indivíduos não são tomadas de forma compartimentada. Os fatos ocorridos no passado e as expectativas futuras

influenciam grandemente nas decisões de consumo e de poupança das pessoas. Bryant (1992, p. 78, tradução nossa) observa que

[...] o comportamento de consumo das famílias tem um passado no fato de que as famílias têm débitos que vêm do passado e que devem ser pagos, pelo menos em parte, no presente; e que elas também têm recursos do passado (contas bancárias, ações, propriedades físicas como casa própria, carros, bens duráveis), os quais podem ser usados para aumentar o consumo presente.

Essa transferência intertemporal de recursos é viabilizada através dos empréstimos. As pessoas geralmente recorrem a esse artifício com a finalidade de maximizar sua satisfação, seja para financiar a aquisição de um imóvel ou de um automóvel, seja para aproveitar boas oportunidades de compra, em que se transfere recursos de períodos em que os bens estão relativamente mais caros para períodos em que esses bens encontram-se com preços mais acessíveis. Essa racionalidade do consumidor é a base de algumas políticas monetárias e fiscais, uma vez que a taxa de juros e o preço dos bens influencia diretamente no comportamento de compra das famílias.

Quando os indivíduos decidem antecipar seu consumo, transferindo toda sua renda futura para o presente, eles lançam mão de linhas de crédito que cobram juros por sua operação. Por outro lado, quando o consumo é transferido para o futuro, o consumidor passa a poupar a renda presente, que, se aplicada, será remunerada com juros sobre a aplicação. Contudo, se todos os recursos do presente e do futuro forem consumidos, pode-se entender que o financiamento vem do próprio patrimônio acumulado no passado (BRYANT, 1992).

Desde a publicação dos trabalhos de Friedman (1957) e Modigliani (1966), as hipóteses da Renda Permanente e do Ciclo de Vida são o quadro conceitual dominante para a compreensão da natureza do comportamento de consumo e poupança do consumidor. A racionalidade, a capacidade de planejamento de longo prazo e o acesso irrestrito ao crédito são pressupostos fundamentais desse quadro conceitual. Segundo seu desenvolvimento, se o consumidor é um bom planejador, qualquer nova informação é incorporada às suas decisões ótimas de consumo e ele mantém a maximização da utilidade da função consumo ao longo do tempo. Em outras palavras, somente informações inesperadas a respeito de seus recursos são capazes de desviá-lo de sua rota ótima de consumo.

A implicação da hipótese do Ciclo de Vida e Renda Permanente para a compreensão do endividamento do consumidor está em mostrar que pode ser uma decisão racional endividar-se sob certas circunstâncias e em determinados estágios do ciclo de vida, particularmente nos primeiros, em que se faz necessária a composição do patrimônio familiar. Já ao final da vida, os indivíduos aumentam seus níveis de poupança ao se prepararem para a aposentadoria, momento em que os gastos se tornam maiores que a renda.

Neste modelo econômico, as pessoas agem de forma a maximizar a utilidade de seus recursos com base em uma preferência temporal consistente. Se não houver mudanças inesperadas nos recursos disponíveis e na falta de qualquer mecanismo de transferência intergeracional, os ativos pessoais serão balanceados pelo valor presente de seus débitos em períodos futuros. Essa restrição orçamentária intertemporal transferirá recursos de forma a evitar o sobre-endividamento. Além disso, os autores defendem a necessidade de uma poupança precaucional, a qual também evitaria o sobre-endividamento (BETTI *et al.*, 2007; BRYANT, 1992; OTTAVIANI; VANDONE, 2011)

A única explicação para o sobre-endividamento do consumidor consistente com o modelo do Ciclo de Vida e Renda Permanente seria a ocorrência de eventos inesperados que prejudicassem a gestão orçamentária ou impactasse nos recursos pessoais do consumidor, principalmente em sua renda futura. Estes choques podem se dar através de mudanças negativas no mercado de trabalho, nas taxas de juros, na saúde, na estrutura familiar, dentre outros fatores. Consequentemente, os ativos pessoais não seriam mais suficientes para cobrir o valor presente das despesas futuras e, assim, surgiria o sobre-endividamento. Em tal situação, a rota ótima de consumo pré-determinada não seria mais sustentável e as pessoas se veriam forçadas a reduzir seus padrões de consumo para aquém de seus estilos normais de vida.

Esta análise, contudo, impede que o sobre-endividamento tenha origem no próprio comportamento do consumidor. Teorias alternativas indicam que o padrão de consumo dos indivíduos pode ser incoerente com a realidade por eles vivida. Tal dissonância se daria por conta de diversos fatores, os quais incluem déficits de percepção, limitações à racionalidade do consumidor ou imperfeições no mercado.

Betti *et al.* (2007) apontam que não há um modelo geral que explique o sobreendividamento causado por esses fatores.

Estudos no campo do comportamento do consumidor concluíram que as pessoas agem de forma desviante do padrão de escolhas racionais adotado pelas teorias econômicas tradicionais. Segundo Ottaviani e Vandone (2011), as decisões são largamente determinadas por benefícios de curto prazo, o que pode ser visto no aumento do uso do crédito para compras diárias de produtos como alimentação, vestuário e remédios. Dessa forma, as autoras supõem que o comportamento de compra frente ao crédito é mais influenciado por fatores como impaciência, materialismo, satisfação e autoestima.

Em sintonia com essa corrente de trabalho, Kamleitner e Kirchler (2007) propõem que o uso do crédito seja visto como um processo que tem início na consideração de compra de um bem e que se finda com o seu pagamento integral. O modelo desenvolvido por eles tem como pressuposto o fato de que qualquer comportamento econômico é influenciado por várias características pessoais e por situações momentâneas, as quais podem interagir entre si e influenciar o comportamento quanto ao uso do crédito. Dessa forma, assume-se que esses fatores afetam todos os passos do modelo proposto, o qual pode ser visto na Figura 01.

Em um primeiro momento, os indivíduos ou famílias possuem (1) diversas necessidades de consumo, que podem ser estimuladas por esforços mercadológicos, como os anúncios publicitários, propaganda boca a boca e comparação com grupos de referência. A ocorrência conjunta das necessidades de consumo com os esforços mercadológicos leva ao (2) desejo por determinado bem. Kirchler (1989) distingue (3) três diferentes tipos de compras.

Se o desejo por um bem é satisfeito imediatamente, a compra é realizada de forma espontânea. Se o bem em questão é adquirido com frequência, tem-se o caso das compras habituais. Essas duas modalidades de compra não requerem uma busca intensiva por informações e o uso do crédito nessas situações se dá apenas quando o pagamento é feito no cartão ou quando o comprador encontra-se previamente endividado.

Já quando a compra envolve uma busca extensa por informações, uma comparação entre produtos semelhantes e negociações entre os interessados, tem-se o terceiro tipo de compra, as de comportamento complexo (Kotler, 2000). Esta geralmente se dá para bens cujo consumo é raro ou cujo valor é alto.

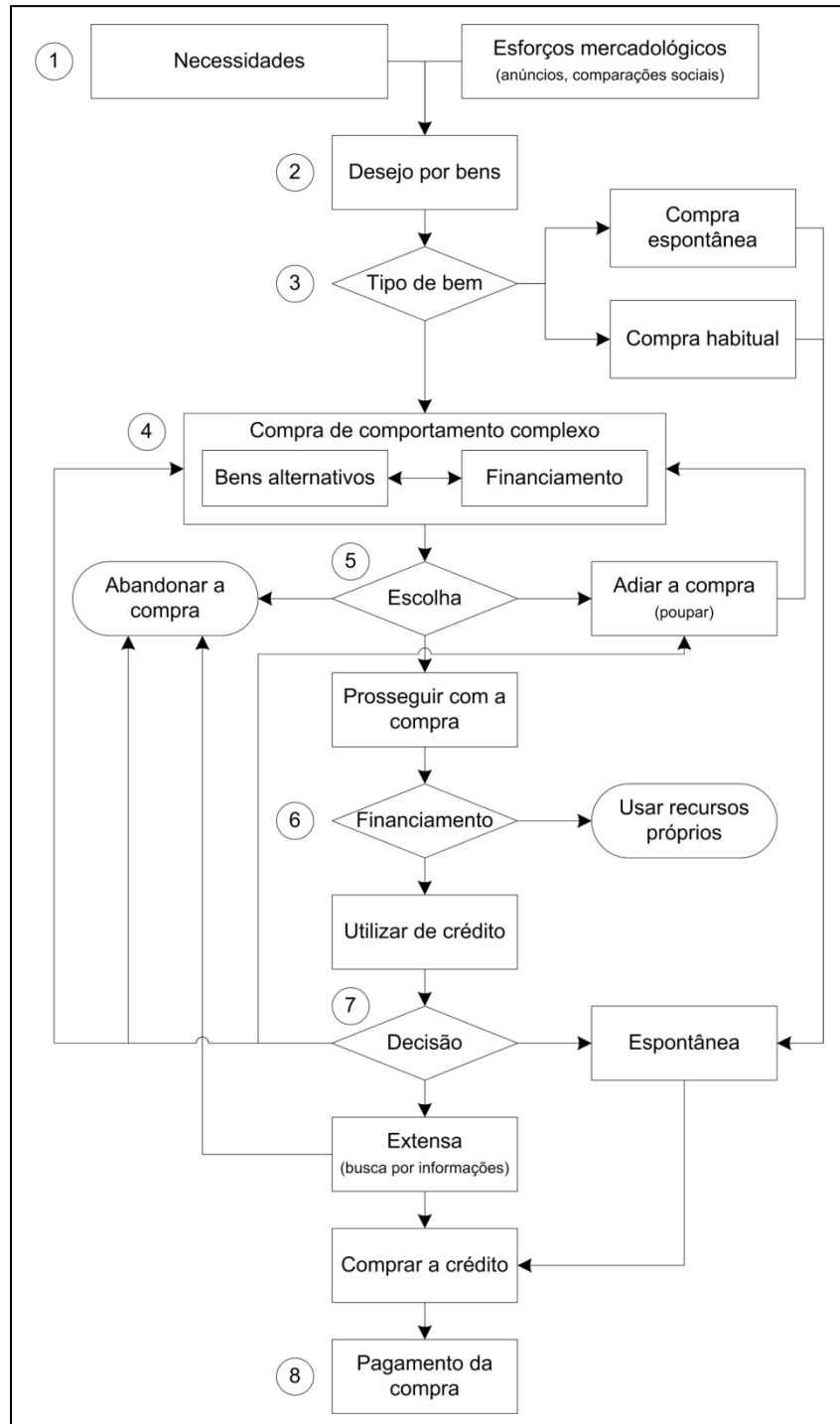


Figura 01 – Modelo processual de uso do crédito
Fonte: adaptado de Kamleitner e Kirchler (2007, tradução nossa)

Neste tipo de compra, em que a capacidade de pagamento é uma questão importante, (4) o processo de decisão subdivide-se em duas: a escolha pelo bem preferido e a escolha pela forma de pagamento apropriada. A escolha resultante (5) pode dar-se sob três formas: o produto em questão pode ser percebido como excessivamente caro ou como desnecessário e, portanto, não ser comprado; os interessados na compra podem decidir adiá-la e poupar o montante necessário para a aquisição, reiniciando o processo; ou podem desejar obtê-lo sem mais demora. Se esta última decisão é a tomada (6), a compra pode ser realizada com recursos próprios ou através do crédito, caso este se mostre mais conveniente ou interessante.

A opção pela compra a crédito (7) não necessariamente leva a uma imediata contratação dessa modalidade de pagamento. Neste caso, há duas alternativas. Na primeira, o crédito é contratado e executado simultaneamente, como nas compras pelo cartão de crédito, cheques pré-datados e carnês. Já na segunda alternativa, as opções de crédito são profundamente avaliadas para que a escolha seja feita a contento. Mais uma vez, no último caso descrito, os envolvidos podem decidir por poupar o valor necessário, por procurar um bem substituto que seja mais acessível ou abandonar a compra.

O pagamento das parcelas, sejam elas únicas ou múltiplas, continuam por determinado tempo para além do momento da compra e o comportamento durante esta etapa (8) pode dar-se de diversas formas. Caso os indivíduos ou famílias passem por dificuldades financeiras, o fluxo de pagamento pode ser temporariamente interrompido. O fato de os consumidores terem de lidar com a escolha entre o prazer da aquisição imediata e o dissabor de continuar pagando pelo produto é um importante aspecto das compras a crédito, aspecto este que as diferencia de outros processos de decisão econômica.

Outro fator a ser considerado na demanda por crédito é o desconto hiperbólico, que faz com que, na hora da decisão entre pagar ou não a crédito, os indivíduos abracem aquela opção. Essa decisão é tomada com base no valor da parcela, sem considerar o peso que ela pode vir a ter na renda futura (BLOCK-LEIB; JANGER, 2006; OTTAVIANI; VANDONE, 2011).

2.4. Compras a crédito: tipos de bens e serviços, motivos e meios de pagamento

Em países de economia avançada, tornou-se notável, principalmente a partir da década de 1970, a importância das compras realizadas a crédito. Em 1971, os gastos familiares com cartão de crédito nos Estados Unidos eram de US\$ 600, enquanto em 2002 eles já haviam ultrapassado os US\$ 10.000 (valores ajustados para o ano de 2002). Esse estrondoso aumento, por si só, já reflete o ganho em popularidade do cartão de crédito como meio preferido de pagamento em relação ao dinheiro ou ao cheque, a ponto de os cidadãos deste país possuírem, em média, seis cartões. Aproximadamente em metade dessas compras utiliza-se o crédito como uma conveniência, ou seja, a fatura do cartão é integralmente paga ao final do mês e, segundo o ponto de vista do consumidor, o cartão representa apenas uma forma de pagamento. Usado dessa maneira, ele é eminentemente um instrumento prático de ter acesso a um empréstimo gratuito de curto prazo, que pode até oferecer recompensas como bônus e milhagens aéreas (COHEN, 2007).

Ao longo desses anos, outros meios de pagamento também surgiram como alternativa ao dinheiro: cheques, ordens de pagamento, cartões de lojas, *traveler's checks* e cartões de débito estão amplamente disponíveis no mercado (DELENER; KATZENSTEIN, 1994). Junto a eles, o acesso ao crédito também se difundiu. Exclusividade de apenas grandes bancos, atualmente pode-se realizar pequenos empréstimos em supermercados, redes varejistas e até mesmo por *internet banking* ou através do telefone celular (BROWN *et al.*, 2005).

Em uma pesquisa realizada por Delener e Katzenstein (1994) junto a consumidores de origem asiática e hispânica residentes na região nordeste dos Estados Unidos, o dinheiro era o meio de pagamento preferido apenas para a compra de combustíveis e vestuário. O cheque era majoritariamente utilizado para a aquisição de alimentos e para o pagamento de despesas correntes como aluguel, luz, gás, telefone, seguros, tratamentos de saúde e contas em geral. O cartão de crédito, por sua vez, era o meio de pagamento escolhido para a compra de móveis e utilidades do lar.

Trindade *et al.* (2011), em um estudo realizado com mulheres da região centro ocidental do Rio Grande do Sul, apontam que elas atuam como as

principais compradoras a crédito, principalmente no que diz respeito a alimentos, roupas, acessórios e materiais diversos. Tal resultado corrobora a pesquisa realizada por Delener e Katzenstein (1994) que também apontou que as mulheres e as pessoas casadas, principalmente as que se encontram na faixa de 25 a 44 anos de idade, usam mais dos instrumentos de crédito pessoal do que os homens, os solteiros e os viúvos.

No País Basco, Mujika, Gibaja e García (2009) perceberam que os pequenos empréstimos e as compras a prazo vêm ganhando força. Segundo sua pesquisa, 33% das famílias bascas utilizam o cartão de crédito diariamente para a compra de itens pessoais, como vestuário, perfumaria, alimentação e remédios. Em menor frequência encontra-se, também, o pagamento de equipamentos domésticos, automóveis e lazer. Esses pesquisadores apontam que a principal razão para o uso do cartão é a comodidade, seguida pela segurança, para que depois venha a rapidez ou a facilidade de parcelamento.

Informes do *Banco de España* mostram que os domicílios com menor nível de rendimentos, os com pessoas maiores de 64 anos e aposentados são os que têm menor probabilidade de possuir dívidas. Por outro lado, os domicílios formados por indivíduos de 35 a 44 anos são os que mais probabilidade têm de estarem endividados. Em média, os domicílios espanhóis dedicam 17% de sua renda ao pagamento de dívidas, sendo que este percentual chega a 38,1% naqueles com rendas mais baixas, a 21,2% naqueles cujos membros são mais jovens e a 20,5% no caso daqueles constituídos por profissionais liberais. Esta instituição revela que um quinto dos domicílios espanhóis sofre de maneira objetiva o sobre-endividamento, com uma dívida que supera em mais de três vezes sua renda bruta anual (MUJIKÁ *et al.*, 2009).

Chebat *et al.* (1988) encontraram algumas diferenças culturais com relação ao uso do cartão de crédito entre as comunidades anglófonas e francófonas do Canadá. Para ambos os grupos, os principais motivos que levam ao uso desse instrumento são a declarada preferência em utilizá-lo e a situação econômico-financeira do indivíduo. A preocupação com a capacidade de pagar a fatura é exclusiva dos anglófonos, que se atêm a valores como segurança e praticidade. Já os francófonos direcionam mais sua atenção no sentido de evitar o consumo

excessivo e gastos descontrolados, indicando que eles temem que o cartão venha a afetar seu comportamento de compra (DELENER; KATZENSTEIN, 1994).

É fato que o acesso ao crédito proporciona vantagens pertinentes e serve a inúmeros motivos legítimos. Ele se configura como uma ferramenta conveniente para a compra de bens e serviços e elimina a necessidade de se juntar grandes quantias de dinheiro, podendo, também, se transformar em uma fonte adicional de recursos em tempos de arrocho financeiro (COHEN, 2007).

Em uma pesquisa realizada na Suazilândia, mais de 80% dos entrevistados confirmaram que era mais cômodo comprar a crédito do que poupar para comprar à vista. O crédito também foi apontado como sendo a única forma de pagar por bens mais caros e por possibilitar que a compra fosse realizada a qualquer momento, especialmente em ofertas e liquidações. Houve indicação de que os consumidores preferiam estender o prazo de pagamento a escolher produtos mais baratos, de forma que a questão se torna o valor da parcela e não o custo total da operação ao final do período. Uma grande parte dos entrevistados, contudo, indicou que usava o crédito apenas para fins emergenciais. Esse tipo subjetivo de resposta revela uma posição defensiva, uma vez que qualquer compra pode ser descrita como emergencial quando o uso do crédito precisa ser justificado. Dessa forma, o crédito parece se configurar como uma *commodity* desejável (BLOCK-LIEB; JANGER, 2006; ERASMUS; MATHUNJWA, 2011).

Santos (2009, p. 34) pondera que

o pagamento a prestações contribuiu também para um efeito designado por White de *budgetism*, ou seja, o fato de o consumidor preferir que seja um terceiro a gerir e controlar o seu próprio orçamento. Deste modo, em vez de ter de poupar durante muitos anos uma parte do seu rendimento para a compra de um determinado bem, será um terceiro que se encarrega de retirar mensalmente esse montante, com o encargo acrescido dos respectivos juros. As despesas e as poupanças passaram a ser controladas por terceiros, traduzindo-se numa poupança forçada.

Além de comprar bens e serviços por suas características funcionais, as compras também podem ser direcionadas por seus valores, isto é, pelo status que demonstram. Em economias emergentes, os consumidores foram expostos a uma grande variedade de produtos e marcas nos últimos anos em consequência de aberturas econômicas e da inauguração de *shopping centers*. A consequência dessa revolução nas finanças familiares é que a prática prevalente não é mais

poupar para compras futuras e sim financiar novas aquisições com a renda futura. O fato de que 60% dos usuários de cartão de crédito nos EUA não pagam o valor total de suas faturas em uma periodicidade mensal e transferem aproximadamente US\$ 5.000 em saldo a pagar por mês é a evidência dessa nova abordagem à administração dos recursos financeiros.

Pesquisas que buscam explicar esse comportamento apontam essencialmente cinco razões para sua ocorrência. Em primeiro lugar, alguns especialistas revelam que os estadunidenses, especialmente os de mais alta classe econômica, encontravam-se envolvidos em um comportamento profícuo de consumo fomentado pelo relaxamento nas políticas fiscais. Em segundo lugar, o uso abusivo do crédito foi vinculado à busca por status e prestígio social. Em terceiro lugar, alguns estudiosos apontam que os consumidores de classe média se engajaram em uma disputa por bens posicionais⁴ o que acabou por levá-los a complicações financeiras. Em quarto lugar, os salários, quando ajustados à inflação, essencialmente não se alteraram ao longo do tempo e o crédito fez-se, então, um mecanismo de evitar o desconforto de uma queda social. A última razão recai sobre os consumidores. Os especialistas financeiros como Alan Greenspan e Gordon Brown afirmam que eles não estão aptos a gerir suas finanças e indicam que há uma carência geral de educação financeira (COHEN, 2007).

O crédito ajuda a manter estilos de vida, pelo menos por determinado tempo, além dos limites financeiros pessoais. Registros históricos indicam que a acumulação de débito, que era vista como um estigma, desencorajava o endividamento. Contudo, a noção de adiar a compra de bens mais caros pela falta de dinheiro passou a ser vista como vestígios de uma era em que a parcimônia era um valor prevalente.

2.5. Principais abordagens sobre o endividamento do consumidor

Abordadas sob diversos panoramas, as pesquisas acerca do endividamento do consumidor têm sido realizadas por instituições públicas e privadas com base apenas no cálculo de indicadores estatísticos *ad hoc*, isto é, computados para fins

⁴ Um bem é considerado posicional quando o seu consumo se dá com base na comparação social e é por ela afetado (SOLNICK; HEMENWAY, 2009).

específicos. Betti *et al.* (2007), considerando o relatório preliminar de Ferreira (2000), observaram diversos indicadores de sobre-endividamento utilizados na Europa e os agruparam em três tipos distintos de modelos: administrativo, objetivo e subjetivo.

O modelo administrativo considera como sobre-endividada qualquer pessoa cujo nome foi registrado em alguma instituição oficial, seja ela órgão de proteção ao crédito ou cartórios de protesto de títulos. Os indicadores aqui utilizados têm, pois, os órgãos oficiais e jurídicos como fonte. O número de dívidas em atraso, o número de pedidos de insolvência pessoal e a taxa de inadimplência são exemplos de índices que se enquadram nesse grupo. Uma vez que lida somente com casos em que há o reconhecimento do estado de sobre-endividamento, este modelo não considera casos em que há severos descompassos entre os padrões de rendimento e consumo, dando, dessa forma, maior ênfase às consequências do endividamento do que à situação do endividado em si. Assim sendo, os indicadores aqui agrupados são, no máximo, medidas parciais de endividamento.

O modelo objetivo compõe-se de indicadores baseados na capacidade do consumidor de sustentar seu comportamento de compra ou seus níveis de débito, tais como a proporção da renda gasta em consumo, a proporção da renda gasta na amortização de dívidas e a proporção de dívidas em relação aos ativos pessoais. Este modelo, entretanto, não apresenta uma abordagem unificada para a elaboração desses indicadores nem uma metodologia para determinar o nível crítico dessas medidas, a partir do qual o consumidor seria definido como sobre-endividado. Os indicadores mais comumente utilizados referem-se a dois aspectos diferentes do débito: o estoque de dívidas e o fluxo de pagamento das dívidas. A proporção de dívidas em relação aos ativos pessoais contrasta o total de dívidas e o total de ativos do consumidor, explicitando, dessa forma, seu patrimônio líquido. Contudo, essa medida não indica possíveis dificuldades em quitar as dívidas no momento necessário com esses recursos disponíveis. Em contraste, a parcela da renda gasta na amortização de dívidas compara o fluxo de aquisição de renda com o fluxo de despesas decorrentes do pagamento de dívidas, podendo ser vista como o peso que estas geram para o orçamento pessoal. Ao limitar a

capacidade dos consumidores em quitar seus compromissos apenas com seus recursos atuais, esses indicadores podem levar um consumidor a ser tido como sobre-endividado enquanto, de fato, ele se comporta racionalmente com relação aos riscos do endividamento. Essa carência de determinação é ainda mais aguda em níveis macroeconômicos. Enquanto instituições financiadoras têm por base a faixa etária e outras características pessoais como forma de determinar se o consumidor tem ou não acesso a crédito, medidas agregadas geralmente estabelecem limiares de endividamento para os consumidores como um todo. Todavia, pessoas de diferentes idades têm diferentes níveis e composições de renda e despesas. Dessa forma, diferentes coortes de idade terão diferentes níveis ótimos de consumo ou de planos de acumulação de riqueza ou de dispêndio.

Já o modelo subjetivo considera que os indivíduos são os melhores indicados a julgar sua condição econômica e considera como sobre-endividado todos aqueles que autodeclaram não serem capazes de quitar os débitos sem, contudo, deixar de prejudicar seu padrão de vida. Como esse modelo mede o endividamento do consumidor com base em microdados coletados em pesquisas do tipo *survey*, parte-se do princípio que os respondentes estão sendo honestos em revelar sua situação financeira (BETTI *et al.*, 2007).

É fácil notar que não há um acordo corrente com relação à definição apropriada de sobre-endividamento, a forma de medi-lo ou de determinar o limite a partir do qual o consumidor é considerado endividado. Essa situação resulta em parte da dificuldade conceitual intrínseca e em outra parte da falta de dados mais abrangentes sobre a renda doméstica e, particularmente, sobre os ativos domésticos.

No Brasil, destacam-se duas pesquisas periódicas acerca do endividamento do consumidor. A Federação do Comércio de Minas Gerais realiza bimestralmente a Pesquisa de Endividamento do Consumidor, que traça o quadro de endividamento e inadimplência em uma amostra de consumidores da capital do estado. A pesquisa é realizada mediante aplicação de questionários estruturados com 400 pessoas distribuídas em cotas proporcionais por sexo, faixa etária e regiões administrativas de Belo Horizonte, objetivando orientar os empresários dos setores de comércio de bens, serviços e turismo com relação ao uso do

crédito. Permite, também, acompanhar as mudanças de preferência dos consumidores e do nível de comprometimento de sua renda com contas em atraso e dívidas financeiras (FECOMERCIO, 2011). O Banco do Nordeste do Brasil, por sua vez, divulga o Perfil de Endividamento do Consumidor, pesquisa realizada nas capitais nordestinas cujo objetivo é fornecer informações mensais sobre o perfil de endividamento do consumidor com vistas a auxiliar a tomada de decisão de empresários e instituições financeiras em relação à avaliação de risco e concessão de crédito. Os resultados dessa pesquisa, similar àquela realizada pela Federação do Comércio de Minas Gerais, revelam a taxa de endividamento dos consumidores, o valor aproximado de suas dívidas, os tipos de dívidas assumidas, as compras que mais contribuíram para o endividamento dos consumidores, os motivos que os levam à inadimplência e o tempo em que se encontram nessa situação (ETENE, 2011).

A pesquisa ora apresentada tem como principal diferencial com relação às anteriormente citadas o questionamento direto do tipo de bem ou serviço que está sendo consumido a crédito e qual o meio de pagamento preferido para fazê-lo.

3. METODOLOGIA

Nesta sessão, delineiam-se as características científicas presentes na pesquisa exposta. Inicia-se com a apresentação do município de Juiz de Fora, o local de estudo, demonstra-se como foram escolhidas a população e a amostragem do estudo, explica-se como foi realizada a coleta de dados e definem-se conceitualmente as variáveis abordadas.

3.1. Local de estudo

"[Que] os homens do Século XX sejam desse poder de iniciativa, dessa emulação vigorosa, dessa energia de vontade e dessas qualidades progressistas". (OLIVEIRA, 1966, p. 176)

Juiz de Fora é uma cidade mineira que se desenvolveu ao longo das margens do Rio Paraíba, afluente do Rio Paraiíba, por onde passava o novo caminho que ligava a região central do estado, onde se encontrava a atividade mineradora, ao Rio de Janeiro, capital do Brasil. Este fato fez com que o município se tornasse um importante entreposto na época do império, o que privilegiou a diversificação do comércio local com diversos produtos e tipos de estabelecimentos.

A concentração de capital, principalmente daquele ligado à atividade cafeeira, fez com que a cidade desenvolvesse entre os anos de 1908 e 1920 um parque industrial vultoso e essencialmente têxtil. Contudo, com a polarização do crescimento industrial feita pelo estado de São Paulo e com a construção da nova capital do estado em Belo Horizonte, Juiz de Fora passou a situar-se à margem do desenvolvimento econômico e das articulações políticas (BASTOS, 2000).

Durante a década de 1940, a indústria juiz-forana continuou a crescer, mas fortemente influenciada pelos efeitos negativos do término da Segunda Guerra Mundial. Nos anos de 1950, a mudança da capital federal para Brasília e o conseqüente declínio do Rio de Janeiro agravaram o quadro de estagnação econômica do município, que veio a sofrer um processo de exaustão de sua infraestrutura urbana. Tal fato só veio a ser revertido na gestão de Itamar Franco,

em 1968, com a implantação de um distrito industrial e com a modernização das redes de distribuição de água, luz e telefone (BASTOS, 2000).

Bastos (2000, p. 12) aponta que

"o setor industrial, em meados dos anos 90, era responsável por 35% do PIB de Juiz de Fora, sendo a maior renda gerada no setor de serviços (64%) [...]. Apesar do crescimento da renda gerada no setor industrial de 1985 a 1995, o desempenho industrial da cidade mostrou-se inferior ao do Estado de Minas Gerais, evidenciando uma situação de decadência histórica do setor industrial da cidade e a caracterização de Juiz de Fora como uma cidade com forte proeminência nos setores terciários de comércio e serviços".

Atualmente, com cerca de 510 mil habitantes, Juiz de Fora possui um PIB per capita de R\$ 6,2 mil e uma das mais altas expectativas de vida do Brasil. O setor comercial municipal representou 17,1% do recolhimento administrado pela Receita Federal em 2006 e gera mais de 110 mil empregos diretos.

Apesar de ser um dos meios mais dinâmicos de circulação e transferência de riquezas intra e intersetores, o comércio apresenta baixa capacidade de agregação de valor e de distribuição de riqueza. Sua prosperidade depende do crescimento de outros setores econômicos e da renda disponível dos consumidores. Em 2006, o recolhimento do IOF (Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguros) observado no município apresentou um crescimento de 247,7% frente ao recolhimento do ano anterior. Outros dois fenômenos retratam este mesmo processo: o aumento de emplacamento de carros novos, que entre 2005 e 2007 registrou um aumento de 82,7%, e o aquecimento do setor imobiliário na cidade, com maior adesão dos juiz-foranos aos planos de financiamento habitacional.

Outra importante estatística que está diretamente associada ao aumento do endividamento é o número de apontamentos realizados no SPC (Serviço de Proteção ao Crédito) de Juiz de Fora, que, nos primeiros seis meses de 2008, apresentou um crescimento de 9,4%. Considerando a importante participação do comércio e dos serviços na formação do PIB local, conclui-se que tais fatos podem vir a comprometer a performance econômica futura do município (MOREIRA Jr.; NICOLAU, 2008; PJF, 2011).

3.2. População e amostra

O universo de pesquisa compreendeu os consumidores maiores de idade residentes em Juiz de Fora que possuíam renda própria, isto é, que eram responsáveis pela administração de seu próprio dinheiro e das facilidades creditícias às quais tinham acesso, tais como cheque especial e cartão de crédito. O censo realizado no ano de 2010 apontou que a população residente que perfazia a primeira condição era de 372.436 habitantes (IBGE, 2010a).

Como forma de determinar a quantidade de entrevistados para o presente estudo, utilizou-se por base os dados da Pesquisa de Endividamento do Consumidor (FECOMERCIO-MG, 2012) referente ao primeiro bimestre de 2012. Estes indicaram um nível de 74,7% de endividamento da população da Região Metropolitana de Belo Horizonte e, uma vez que este era o dado mais próximo à realidade do município de Juiz de Fora a que se teve acesso, o mesmo valor foi mantido para efeito de cálculo de amostragem por proporção populacional.

De acordo com Triola (1999), para a determinação do tamanho amostral adotou-se a fórmula

$$n = \frac{[z_{\alpha/2}]^2 \cdot p \cdot q}{E^2},$$

em que $z_{\alpha/2}$ representa o valor crítico referente ao nível de confiança escolhido, p a proporção populacional de interesse, q a proporção populacional complementar e E a margem de erro estipulada.

Para a presente pesquisa, o nível de confiança é de 95% e a margem de erro é de 10%. Esta mesma margem de erro foi utilizada por Zerrenner (2007) em sua pesquisa realizada no município de Santo André. Dessa forma, obtém-se a seguinte equação:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,747 \cdot 0,253}{0,1^2} = 72,6 \simeq 73$$

Com o intuito de abranger de forma mais homogênea toda a população selecionada, esses 73 (setenta e três) questionários foram divididos seguindo três critérios: a proporção entre habitantes do sexo masculino e feminino que auferiam

algum tipo de renda, sua divisão entre faixas etárias e a densidade populacional por zona urbana.

Consultando as informações do último censo disponibilizadas na internet pelo IBGE (2010a), verificou-se que são 159.202 (cento e cinquenta e nove mil, duzentos e dois) homens e 152.713 (cento e cinquenta e duas mil, setecentos e treze) mulheres que percebem rendimentos mensais na cidade.

Para a determinação das faixas etárias, seguiu-se a própria classificação do IBGE para a realização do censo, a qual estabelece os seguintes intervalos: de 18 a 24 anos, de 25 a 39 anos, de 40 a 59 anos e 60 ou mais anos completos. A distribuição da população juiz-forana nessas faixas e a proporção de cada uma delas na amostragem pode ser vista no Quadro 01.

A Prefeitura Municipal de Juiz de Fora (PJF, 2012) secciona a região urbana em sete centros (Anexo 01). O Quadro 01 informa como estão divididos esses centros, qual o percentual de habitantes e quantos seriam os entrevistados em cada um deles.

Quadro 01 – População por sexo, idade, região e proporção presente na amostra – Juiz de Fora-MG, 2012.

	População	%	n
Sexo			
Masculino	159.202	51,0	37
Feminino	152.713	49,0	36
Faixa etária			
18 a 24	63.285	16,4	12
25 a 39	120.826	31,3	23
40 a 59	138.789	35,9	27
60 ou +	63.610	16,4	12
Centro Regional			
Central	104.493	23,6	17
Leste	84.447	19,1	14
Nordeste	38.454	8,7	6
Norte	92.363	20,9	15
Oeste	24.836	5,6	4
Sudeste	44.283	10,0	7
Sul	52.984	12,0	9

Fonte: IBGE, 2010

Para cada um dos sete centros urbanos, foram sorteados aleatoriamente os bairros em que seriam realizadas as entrevistas. Considerando-se, então, o sexo, a

faixa etária e o bairro, encontrou-se uma pessoa que atendesse ao perfil amostral determinado. Neste ponto utilizou-se de uma abordagem por conveniência, uma vez que o assunto tratado era de caráter íntimo e poderia gerar desconfiança por parte do entrevistado ou expô-lo a situações de constrangimento. Para uma melhor compreensão, recomenda-se analisar o plano amostral constante do Apêndice 01.

3.3. Coleta de dados

Os dados foram coletados através de entrevistas fundamentadas em um roteiro. Como aponta Gil (2006), esse instrumento não permite obter dados de grande profundidade, porém torna viável atingir grande número de pessoas, além da possibilidade de se obter respostas mais sinceras, uma vez que o anonimato dos entrevistados é preservado. O período de coleta compreende o intervalo entre os dias 4 e 20 de junho de 2012.

A primeira parte da entrevista buscou traçar um perfil socioeconômico e familiar do entrevistado. Para tal, foi-lhe questionado seu sexo, idade, empregabilidade, fontes de renda, nível de bancarização e características do domicílio.

Em um segundo momento, foi verificado com que tipo de bens, serviços e obrigações o consumidor estava endividado no momento da aplicação dos questionários que compõem esta pesquisa. Entendeu-se por endividamento a existência de parcelas únicas ou múltiplas, vencidas ou não, ainda não quitadas, ou seja, a existência de qualquer compra que não houvesse sido realizada em dinheiro ou cheque à vista cujo bem já estivesse em poder do comprador.

Buscando facilitar as respostas, esses itens foram divididos em duas partes: despesas domésticas correntes e aquisição de bens e serviços. Em todas elas, foi questionado se o pagamento estava em dia ou se estava em atraso e, caso assim estivesse, há quanto tempo e qual o principal motivo que levou a esse descompasso. Em se tratando da aquisição de bens e serviços, procurou-se identificar qual o meio de pagamento utilizado para sua aquisição a crédito e qual motivo levou o consumidor a optar por pagar dessa forma.

Em um último momento, delineou-se a situação e o comportamento econômico-financeiros do entrevistado. A situação atual constituiu-se de indicadores que verificaram o percentual da renda comprometida com o pagamento de parcelas e o montante de dívidas a serem quitadas. O comportamento do consumidor, por sua vez, buscou traçar como estes se posicionavam frente uma situação de endividamento, isto é, caso houvesse algum compromisso em atraso, qual deles teria prioridade no pagamento, qual tipo de despesa era economizada para auxiliar na retomada do equilíbrio financeiro e como lidavam com situações de arrocho monetário. Buscou-se, também, saber se o respondente já teve seu nome registrado em órgão de proteção ao crédito e se ele se autodeclarava endividado. Os instrumentos de coleta podem ser vistos no Apêndice 02.

Cabe ressaltar que esta pesquisa não focou em outros tipos de crédito, como o estudantil, o imobiliário e o automobilístico, por se entender que estas modalidades podem ser classificadas segundo o modelo de Kamleitner e Kirchler (2007) como compras de comportamento complexo, uma vez que requerem um maior prazo de decisão e envolvem grandes quantias e prazos estendidos de pagamento.

3.4. Definição e operacionalização de variáveis

- Idade: medida em anos;
- Sexo: dividido em masculino e feminino;
- Escolaridade: Ensino Fundamental, Ensino Médio, Ensino Superior e Pós-Graduação (BRASIL, 1996);
- Bairro: determinou em qual bairro do município de Juiz de Fora morava o entrevistado;
- Condição de ocupação do domicílio: alugado, próprio quitado, próprio financiado, cedido por empregador, cedido por terceiros, outra condição (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 2009);
- População residente: número de moradores por domicílio (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 2009);

- Rendimento familiar: soma das rendas médias mensais individuais da população residente, dividida em faixas de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil, as quais são até R\$ 550, de R\$ 551 a R\$ 820, de R\$ 821 a R\$ 1.200, de R\$ 1.201 a R\$ 2.100, de R\$ 2.101 a R\$ 3.700, de R\$ 3.701 a R\$ 6.500, de R\$ 6.500 a R\$ 10.000 e acima de R\$ 10.000 (ABEP, 2011);
- Ocupação: considerado como qualquer tipo de atividade econômica, com ou sem remuneração (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 2009);
- Posição na ocupação: adaptado da Pesquisa por Amostra de Domicílios de Minas Gerais (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 2009) e dividida em empregado no setor privado, empregado no setor público, doméstica(o) mensalista, doméstica(o) diarista, cooperativado, empregador, trabalhador informal, profissional liberal, do lar, trabalhador não remunerado, outro;
- Rendimento do trabalho: considerou-se o rendimento médio mensal dividido em faixas de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil (ABEP, 2011);
- Dependentes diretos: número de pessoas que dependem da renda do entrevistado;
- Rendimento mensal de outras fontes: investigou se o entrevistado recebia rendimentos de aposentadoria, pensão do INSS, previdência privada, fundos de pensão, pensão alimentícia, aluguel ou juros, programas governamentais ou outras fontes (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 2009) e a quantia recebida em faixas de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil (ABEP, 2011);
- Ajuda financeira familiar: determinou se o respondente recebia ajuda de algum familiar, o valor dessa ajuda e quem é responsável por ela, com base nas categorias utilizadas pela Fundação João Pinheiro (2009);
- Nível de bancarização: por conta da falta de conceito universal acerca dessa dimensão (BACEN, 2009), ela foi medida através da posse de conta corrente em instituições bancárias, acesso a cheque especial e cartões de crédito.
- Despesas domésticas correntes: compreendeu as contas que são pagas em períodos fixos ou conhecidos (FECOMERCIO, 2012) e cujo parcelamento é

inexistente ou raro. São elas o aluguel, condomínio, energia elétrica, água e esgoto, telefone fixo, telefone celular, internet, TV por assinatura, plano de saúde, educação, seguros e impostos;

- Item parcelado: representou gastos com bens e serviços comprados a prazo dos quais se excluíram as despesas domésticas correntes. Os itens pesquisados tiveram como base a Pesquisa por Amostra de Domicílios de Minas Gerais (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 2009) e a Pesquisa de Orçamentos Familiares (IBGE, 2010b) e compreenderam alimentação própria, alimentação para outras pessoas, vestuário próprio, vestuário para outras pessoas, móveis e artigos do lar, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, combustível, viagem, remédios, tratamento de saúde, serviços de beleza e cuidados pessoais, produtos de higiene e beleza, lazer, cultura, brinquedos e jogos, reparos do lar, serviços especializados e cuidados com animais domésticos;
- Meio de parcelamento: são os instrumentos pelos quais o consumidor pode parcelar sua compra e compreenderam os cartões de crédito e de loja, cheque, carnê e outros;
- Situação do pagamento: verificou se o pagamento das prestações estava em dia ou em atraso. Caso estivesse em atraso, questionou-se por quanto tempo assim se encontrava de acordo com as faixas estabelecidas pelo Banco Central do Brasil: até 14 dias, de 15 a 30 dias, de 31 a 90 dias e acima de 90 dias (BACEN, 1999);
- Principal motivo de atraso do pagamento: investigou quais motivos levaram ao atraso no pagamento dos compromissos financeiros;
- Motivos para compra a prazo: procurou levantar quais os principais motivos que levam os consumidores realizarem suas compras a prazo e não a vista;
- Percentual da renda comprometido com dívidas: seguiu as faixas estabelecidas pela FECOMERCIO (2012) que são até 10%, de 11% a 30%, de 31% a 50% e de 51% a 70%. Adicionaram-se duas outras faixas: de 71% a 100% e acima de 100%;
- Valor total das parcelas vincendas e em atraso: estabeleceu o somatório do comprometimento financeiro pessoal em faixas estabelecidas pelo Banco do

Nordeste (ETENE, 2011), que são até R\$ 500, de R\$ 501 a R\$ 1.000, de R\$ 1.001 a R\$ 1.500, de R\$ 1.501 a R\$ 2.000, de R\$ 2.001 a R\$ 3.000, de R\$ 3.001 a R\$ 5.000 e adicionam-se as faixas de R\$ 5.001 a R\$ 10.000 e acima de R\$ 10.000;

- Prioridade no pagamento de compromissos em atraso: investigou qual compromisso em atraso o pesquisado pretendia quitar em primeiro lugar, sendo eles despesas correntes, fatura do cartão de crédito, cheque especial, carnê, empréstimos formais e empréstimo com pessoas físicas;
- Prioridade de economia: questionou qual despesa seria economizada para auxiliar no pagamento dos compromissos em atraso, sendo dados como opção os itens investigados nas variáveis *despesas domésticas correntes* e *item parcelado*;
- Registro legal de inadimplência: questionou se o entrevistado já teve seu nome positivado em órgão de proteção ao crédito ou em cartórios de protesto (BETTI *et al.*, 2007);
- Autodeclaração de endividado: buscou saber se o pesquisado se autodeclarava endividado (BETTI *et al.*, 2007);
- Estratégias utilizadas em situações de endividamento: questionou como o entrevistado lidava com situações de endividamento.

Sempre que foi dada a opção *outros*, houve um campo disponível para que o pesquisado pudesse explicitar a resposta não existente no formulário.

Cabe ressaltar que durante a redação do instrumento de coleta cuidou-se para que os termos *dívida* e *endividamento* fossem substituídos por sinônimos ou correlatos de forma a evitar sensações de constrangimento que essas palavras possam vir a causar. Além do mais, a definição de *endividamento*, per se, é passível de problematização e as três diferentes operacionalizações desse conceito são objetos de análise dessa pesquisa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta sessão apresentam-se e discutem-se os resultados encontrados na pesquisa com base nas propostas comentadas ao final da Introdução. Inicia-se com a apresentação do perfil socioeconômico e domiciliar dos entrevistados, para, em seguida, verificar o estado de endividamento do consumidor juiz-forano com relação a bens, serviços e despesas domésticas correntes. Realiza-se uma discussão acerca da situação e do comportamento econômico-financeiros da população estudada e finaliza-se com demais análises percebidas como importantes para um maior esclarecimento do assunto.

4.1. Perfil socioeconômico e domiciliar dos entrevistados

Quanto à divisão entre sexo e faixa etária, vista na Tabela 01, os participantes desta pesquisa seguiram o planejamento amostral explicitado na sessão 3.2.

Tabela 01 – Perfil sociodemográfico dos entrevistados – Juiz de Fora-MG, 2012.

Variáveis	n	%
Sexo		
Masculino	37	50,7
Feminino	36	49,3
Faixa etária		
de 18 a 24 anos	12	15,1
de 25 a 39 anos	23	31,5
de 40 a 59 anos	26	35,6
60 anos ou mais	12	16,4
Escolaridade		
Fundamental incompleto	5	6,8
Fundamental completo ou Médio incompleto	3	4,1
Médio completo ou Superior incompleto	26	35,6
Superior completo ou pós-graduado	39	53,4
Ocupação		
Empregado no setor privado	35	47,9
Profissional liberal	10	13,7
Não trabalha	9	12,3
Empregado no setor público	7	9,6
Empregador	6	8,2

Outros 6 8,2

Fonte: dados da pesquisa.

Percebeu-se que boa parte dos entrevistados possui, no mínimo, o Ensino Médio completo (35,6%), sendo que a maioria deles já tem algum tipo de graduação (53,4%). Mais da metade trabalha na iniciativa privada (47,9%) ou por conta própria (13,7%), sendo que os que não trabalham (12,3%), no caso aqui analisado, já são aposentados ou recebem algum tipo de pensão que lhes garanta renda.

Ainda que aproximadamente um quinto da população de Juiz de Fora seja oriundo de outras cidades, essencialmente os participantes dessa pesquisa eram nascidos no município, o que refletiu em uma grande expressão de domicílios próprios quitados (65,8%). Os imóveis alugados corresponderam a 19,2% e os financiados a 6,8% da amostra, conforme exposto na Tabela 02. Essas duas categorias representam, necessariamente, algum tipo de despesa para seus moradores, ou seja, parte de sua receita está comprometida com esses compromissos. Com isto, a renda disponível para consumo de bens e serviços fica reduzida, o que aumenta a possibilidade de estas pessoas recorrerem ao crédito.

Tabela 02 – Perfil domiciliar dos entrevistados – Juiz de Fora-MG, 2012.

Variáveis	n	%
Situação domiciliar		
Próprio quitado	48	65,8
Alugado	14	19,2
Próprio financiado	5	6,8
Cedido por empregador	1	1,4
Cedido por terceiros	3	4,1
Outra condição	2	2,7
Número de habitantes por domicílio		
1 pessoa	10	13,7
2 pessoas	14	19,2
3 pessoas	24	32,9
4 pessoas	20	27,4
5 ou mais pessoas	5	6,8

Fonte: dados da pesquisa.

O número de habitantes por domicílio, contando o respondente da pesquisa, mostrou-se equilibrada entre aqueles compostos por uma ou duas pessoas (32,9%) e entre aqueles com três ou quatro pessoas (60,3%). Apenas

6,8% dos domicílios possuíam cinco ou mais habitantes. Da mesma forma que um maior número de pessoas em um mesmo domicílio pode traduzir-se em maiores níveis de despesa, estas pessoas podem perceber maiores rendas, o que diminuiria a probabilidade de estarem endividadas.

A maior parte dos entrevistados (60,3%) concentrou-se nas classes de renda B1 e B2, as quais correspondem a rendimentos familiares da ordem de R\$ 1.551 a R\$ 6.420 mensais. Considerando a amplitude desta faixa e a realidade econômica do município (IBGE, 2010a), esperava-se que esta fosse a classe mais expressiva, principalmente a B2, como se vê na Tabela 03.

Tabela 03 – Perfil econômico dos entrevistados – Juiz de Fora-MG, 2012.

Características	n	%
Classe de renda domiciliar segundo Critério Brasil		
A1 (mais de R\$ 10.670)	11	15,1
A2 (de R\$ 6.241 a R\$ 10,670)	7	9,6
B1 (de R\$ 3.491 a R\$ 6.420)	13	17,8
B2 (de R\$ 1.551 a R\$ 3.490)	31	42,5
C1 (de R\$ 1.281 a R\$ 1.550)	7	9,6
C2 (de R\$ 871 a R\$ 1.280)	3	4,1
D (de R\$ 596 a R\$ 870)	1	1,4
Posse de conta em banco		
Sim	64	87,7
Não	9	12,3
Quantidade de contas bancárias (dentre os que possuem)		
1 conta	39	60,9
2 contas	18	28,1
3 contas	6	9,4
4 contas	1	1,6
Posse de cheque especial (dentre os que possuem conta bancária)		
Sim	42	65,6
Não	22	34,4
Posse de cartão de crédito		
Nenhum	14	19,2
1 cartão	26	35,6
2 cartões	20	27,4
3 cartões	7	9,6
4 cartões	2	2,7
5 ou mais cartões	4	5,5

Fonte: dados da pesquisa

Segundo os conceitos de Bittencourt *et al.* (2005) e de Barone e Sader (2008), o nível de bancarização dos entrevistados é bastante alto. Destes, 87,7% possui conta em banco e, dentre eles, 65,6% contam com cheque especial. Apenas 19,2% declararam não possuir cartão de crédito, sendo que a maior parte (63%) possui um ou dois cartões.

Um fato curioso é a existência de pessoas que possuem cartão de crédito e que não possuem conta bancária, o que corresponde a 5,5% dos entrevistados. Tal fato pode ser explicado pela oferta massiva de cartões vinculados a lojas como C&A, Marisa, Casas Bahia, Magazine Luíza e a redes supermercadistas, como Bahamas, Bretas e Carrefour.

4.2. Estado de endividamento com relação a bens e serviços

A utilização de um instrumento de crédito não fica restrita apenas a seu titular. São frequentes os casos de pessoas que compram a crédito para outras e os motivos são os mais diversos. De acordo com os dados da Tabela 04, mais da metade dos pesquisados (56,2%) declarou utilizar do crédito apenas para si. Dentre esses, alguns apontaram já haver cedido seus instrumentos de crédito a terceiros e, por conta de problemas no ressarcimento da dívida, alguns inclusive tendo o nome negativado junto ao SPC, declararam não o ceder mais.

Tabela 04 – Compra a crédito para outra pessoa – Juiz de Fora-MG, 2012.

Para quem compra a crédito	n	%
Não compra a crédito	41	56,2
Compra a crédito	32	43,8
Filhos, enteados ou genros	11	34,4
Cônjuge ou namorado	11	34,4
Pais ou sogros	7	21,9
Irmãos ou cunhados	3	9,4

Fonte: dados da pesquisa.

Já aqueles que compram a crédito para outras pessoas, o fazem igualmente para seus filhos, enteados ou genros (34,4%) e para o cônjuge ou namorado (34,4%). Pais ou sogros aparecem em segundo lugar (21,9%), seguidos de irmãos ou cunhados (9,4%).

Um dos objetivos principais desta pesquisa foi determinar com que tipo de bem os consumidores juiz-foranos estavam endividados. Para sabê-lo, foi questionado se naquele momento o respondente tinha alguma parcela para quitar referente à compra de algum bem que se enquadrasse em uma das categorias da Tabela 05, fosse esta parcela única ou múltipla, isto é, se o bem havia sido comprado a crédito em uma ou mais parcelas, estivessem elas vencidas ou não

Mais de um quinto dos entrevistados tinha sua renda futura comprometida com o pagamento de itens de cultura, produtos de higiene e beleza, remédios, eletroeletrônicos, combustível, alimentação e vestuário, sendo que este último corresponde a 56,2% dos entrevistados, traduzindo-se na categoria de bem em que a compra a crédito se fez mais habitual.

Tabela 05 – Percentual de endividamento segundo categoria de bem e meio de pagamento – Juiz de Fora-MG, 2012.

Bem de consumo	A crédito				Não se aplica
	Total	Cartão	Cheque	Carnê	
Vestuário	56,2	53,4	1,4	1,4	43,8
Alimentação	42,5	41,1	1,4	0,0	57,5
Combustível	30,1	30,1	0,0	0,0	69,9
Eletroeletrônicos	27,4	24,7	2,7	0,0	72,6
Remédios	27,4	27,4	0,0	0,0	72,6
Produtos de higiene e beleza	27,4	27,4	0,0	0,0	72,6
Cultura	20,5	20,5	0,0	0,0	79,5
Móveis e artigos para o lar	16,4	16,4	0,0	0,0	83,6
Viagem	16,4	16,4	0,0	0,0	83,6
Eletrrodomésticos	15,1	15,1	0,0	0,0	84,9
Beleza e cuidados pessoais	15,1	13,7	1,4	0,0	84,9
Danceterias, bares, bailes e festas	15,1	15,1	0,0	0,0	84,9
Brinquedos e jogos	15,1	13,7	1,4	0,0	84,9
Cuidados com animais domésticos	11,0	11,0	0,0	0,0	89,0
Tratamento de saúde	8,3	5,5	2,8	0,0	91,7
Reparos do lar	5,5	2,7	2,8	0,0	94,5
Serviços especializados	4,2	0,0	4,2	0,0	95,8

Fonte: dados da pesquisa.

Este resultado vai ao encontro daqueles expostos por Trindade *et al.* (2011), uma vez que o estudo realizado por estes revela que itens como alimentos, roupas e acessórios são os principais objetos adquiridos a crédito pelas mulheres na região centro ocidental do Rio Grande do Sul. O mesmo comportamento foi

notado por Mujika *et al.* (2009), segundo o qual vestuário, perfumaria, alimentação e remédios são comprados a crédito por 33% das famílias básicas.

Questionados sobre qual meio de pagamento a crédito era utilizado para a aquisição dos itens apresentados, o cartão de crédito foi o mais citado em todas as categorias, excetuando-se *reparos do lar* e *serviços especializados*, que, comumente, não aceitam este instrumento. Para essas categorias, o cheque foi o instrumento mais utilizado.

Contudo, estar endividado não equivale a estar inadimplente. Com relação ao atraso no pagamento das parcelas, a ordem das categorias de bens altera drasticamente, como mostra a Tabela 06. Em primeiro lugar aparecem os reparos do lar (25,5%), seguidos de eletrodomésticos (16,5%) e eletroeletrônicos (15,0%).

Tabela 06 – Nível de inadimplência segundo categoria de bem – Juiz de Fora-MG, 2012.

Bem de consumo	Em dia	Em atraso
Reparos do lar	74,5	25,5
Eletrodomésticos	83,5	16,5
Eletroeletrônicos	85,0	15,0
Cultura	86,3	13,7
Móveis e artigos para o lar	91,5	8,5
Vestuário	92,7	7,3
Alimentação	93,4	6,6
Produtos de higiene e beleza	94,9	5,1
Combustível	95,1	4,9
Viagem	100,0	0,0
Remédios	100,0	0,0
Tratamento de saúde	100,0	0,0
Beleza e cuidados pessoais	100,0	0,0
Danceterias, bares, bailes e festas	100,0	0,0
Brinquedos e jogos	100,0	0,0
Serviços especializados	100,0	0,0
Cuidados com animais domésticos	100,0	0,0

Fonte: dados da pesquisa.

A Figura 02 elenca os motivos que explicam esse descompasso. A falta de controle do orçamento doméstico foi apontada por metade dos entrevistados como o principal motivo para o inadimplemento. A redução da renda familiar, o esquecimento da data de pagamento, desemprego e outros motivos dividem igualmente a outra metade das respostas.

Tal comportamento é compatível com os achados de Kösters *et al.* (2004) na Áustria, onde a má gestão do orçamento doméstico é a responsável por desequilíbrios financeiros.

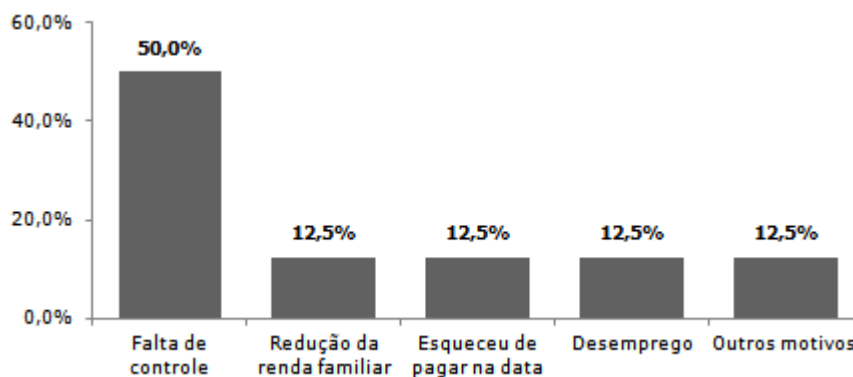


Figura 02 – Motivos para o inadimplemento no pagamento de bens – Juiz de Fora-MG, 2012

4.3. Estado de endividamento com relação a despesas domésticas

As despesas domésticas correntes são caracterizadas como gastos para a manutenção do lar ou para o usufruto de todos ou alguns de seus membros, com periodicidade mensal ou anual e cujo atraso no pagamento é automaticamente considerado inadimplemento. Isso ocorre porque, salvo o caso de alguns telefones fixos e móveis, aluguéis e mensalidades escolares, esses serviços são consumidos antes de serem pagos.

Conforme mostra a Tabela 07, a conta de energia elétrica figura como principal causa de endividamento e inadimplemento dos entrevistados. Deles, quase 11% possui esta conta em atraso. Em segundo lugar figuram as contas de telefone fixo (8,7%), seguidas pela taxa de água e esgoto (5,5%) e pelos impostos (4,5%).

Os serviços de distribuição de energia elétrica e telefonia fixa apresentam duas características em comum: seu não pagamento não implica em um corte imediato na prestação do serviço e o percentual aplicado como multa costuma ser baixo. Esses foram dois dos motivos apresentados pelos respondentes como justificativa para seus atrasos. No caso particular da conta de luz, alguns alegaram que a data de seu vencimento se dá bem depois daquela em que recebem seus salários, dessa forma, eles adiam o pagamento para o mês subsequente.

Questionados a esse respeito, todos alegaram desconhecer a possibilidade de mudança na data de vencimento de suas contas. Possivelmente, sanada essa falta de conhecimento, a prestadora do serviço veria cair os atrasos nos seus recebimentos.

Tabela 07 – Nível de inadimplência por despesa doméstica corrente – Juiz de Fora-MG, 2012.

Despesa doméstica	Possui			Não possui
	Total	Em dia	Em atraso	
Energia elétrica	100,0	89,1	10,9	0,0
Telefone fixo	79,5	91,3	8,7	20,5
Água e esgoto	100,0	94,5	5,5	0,0
Impostos	90,4	95,5	4,5	9,6
Plano de saúde	76,8	96,4	3,6	23,2
Educação	42,5	96,7	3,3	57,5
Telefone celular	95,9	97,2	2,8	4,1
TV paga	52,1	97,3	2,7	47,9
Internet	80,9	98,3	1,7	19,1
Aluguel	23,3	100,0	0,0	76,7
Condomínio	42,5	100,0	0,0	57,5
Seguros	50,7	100,0	0,0	49,3

Fonte: dados da pesquisa.

O fato mencionado no parágrafo anterior responde por 30,8% dos motivos de inadimplimento. Contudo, é a redução na renda familiar que aparece como o principal motivo de atraso nos pagamentos (38,5%). Somando com atrasos no salário (7,7%), tem-se que 77,0% dos motivos indicados como responsáveis pelo inadimplimento estão vinculados à renda, como pode ser visto na Figura 03.

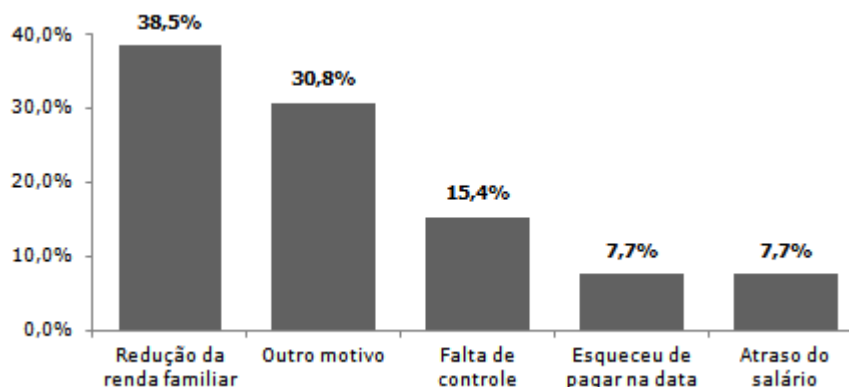


Figura 03 – Motivos para o inadimplimento no pagamento de despesas domésticas correntes – Juiz de Fora-MG, 2012.

Este mesmo cenário é visto em países como França, Alemanha e Bélgica (KÖSTERS *et al.*, 2004). Santos (2009) lança luz sobre este tema ao explicar que a renda é a principal fonte de financiamento dos indivíduos e famílias, sendo que qualquer impacto nesta aumenta as chances de sobre-endividamento.

Comparado com o principal motivo de inadimplemento de bens, que é a falta de controle do orçamento doméstico, pode-se perceber dois vieses distintos no comportamento dos consumidores. Uma possível explicação para esta diferença está na própria ontologia⁵ dos gastos. As despesas domésticas correntes, isso é, aquelas que são pagas em períodos fixos ou conhecidos, e as de alimentação atendem a necessidades básicas de consumo e precisam ser quitadas para que não cesse sua fruição. Portanto, somente reduções drásticas na renda individual ou familiar afetaria seu pagamento. Já a aquisição de outros bens, como vestuário, combustível, móveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos pode ser planejada com antecedência ou adiada para períodos de alívio econômico. Um inadimplemento nessas contas poderia, então, surgir de um descontrole orçamentário momentâneo.

4.4. Comportamento e situação econômico-financeiros

De acordo com Cohen (2007), as compras a crédito tornaram-se economicamente importantes em quase todos os países de economia aberta. Aproximadamente metade das compras realizadas no cartão de crédito nos Estados Unidos é a título de conveniência e, além da segurança que essa forma de pagamento traz, o ganho de bônus e programas de milhagens se tornam incentivadores de seu uso. No País Basco, as principais razões para o uso do crédito foram primeiramente esses dois motivos e, só em seguida, aparecem a rapidez e a facilidade no parcelamento. Já na Suazilândia, também foi apontada a comodidade em não ter que poupar para comprar à vista e o fato de o parcelamento ser a única forma de adquirir produtos mais caros.

⁵ Entendida aqui como a natureza do ser, o *ser enquanto ser*, ou seja, de como o gasto se coloca enquanto tal.

No caso dos consumidores juiz-foranos, todas essas razões aparecem como motivadoras das compras a crédito (Tabela 08), sendo que a conveniência e a facilidade de parcelamento para caber no orçamento mensal foram as duas principais. O fato de o valor do bem ser elevado e as pessoas não contarem com recursos suficientes para comprá-lo à vista aparece em segundo lugar.

Verificou-se que a falta de desconto para o pagamento à vista parece não ter sido um motivo que levou os consumidores a comprar a crédito. Isso sugere que as propagandas que anunciam o parcelamento sem juros, isto é, com o mesmo preço do pagamento à vista, causam uma boa impressão nos clientes, que acabam por não barganharem um bom desconto à vista, uma vez que qualquer parcelamento sem juros é ilusão.

Tabela 08 – Motivo para optar por comprar a crédito – Juiz de Fora-MG, 2012.

Motivo	%
Caber no orçamento mensal	21,4
Era mais conveniente	21,4
O valor do bem/serviço era elevado	17,5
Não contava com recursos para pagar à vista	17,5
Não houve desconto à vista	14,6
Programas de fidelidade ou milhagens aéreas	5,8
Não quis poupar para comprar à vista	1,9

Fonte: dados da pesquisa

Agindo de forma racional, os varejistas deveriam optar pelo meio de pagamento com maior liquidez e menor risco, ou seja, o pagamento à vista. Se isso não ocorre, fica reforçada a ideia de que os juros embutidos nos preços à vista dão mais retorno a estes estabelecimentos, o que torna essa venda mais vantajosa para eles. A contraparte dessa estratégia é o fato de esses mesmos juros aumentarem o que poderia ser tido como o preço justo dos bens comercializados. Essa sobrevalorização dos produtos prejudica aqueles que preferem pagar à vista, levando-os ou a parcelar ou a manter sua decisão de pagamento único, sendo que esta, por sua vez, representa ainda maior lucratividade para o comerciante.

Em termos ideais, os produtos deveriam ser anunciados com seu preço à vista *de fato* e, somente nos casos de parcelamento, deveria haver incidência de juros. O Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), em seu artigo 52,

expressa que na venda de produtos ou serviços que envolva o uso do crédito, o fornecedor obrigatoriamente deve informar o preço em moeda corrente nacional, o montante e a taxa de juros envolvidos na operação, outros acréscimos legalmente previstos, o número e periodicidade das prestações e o valor total a pagar, com e sem financiamento. Percebe-se facilmente que tais normativas não são de todo cumpridas e um possível resultado de sua execução seria um aumento nas vendas à vista, ou um parcelamento em menores prazos, por conta da queda nos preços, o que beneficiaria a economia nacional como um todo.

Um dos indicadores de endividamento amplamente utilizado é o comprometimento futuro da renda. Diversos especialistas indicam que até um limite de 30%, o endividamento não se torna um problema financeiro, contudo, como discutido na sessão 2.5, esses indicadores objetivos são medidas parciais de alavancagem. Na amostra estudada, 61,6% dos respondentes ficaram aquém desse limite e não seriam considerados sobre-endividados. Chama-se a atenção, no entanto, para o fato de 13,7% dos entrevistados estarem com mais de 70% de sua renda comprometida com o pagamento de dívidas, o que pode ser visualizado na Figura 04.

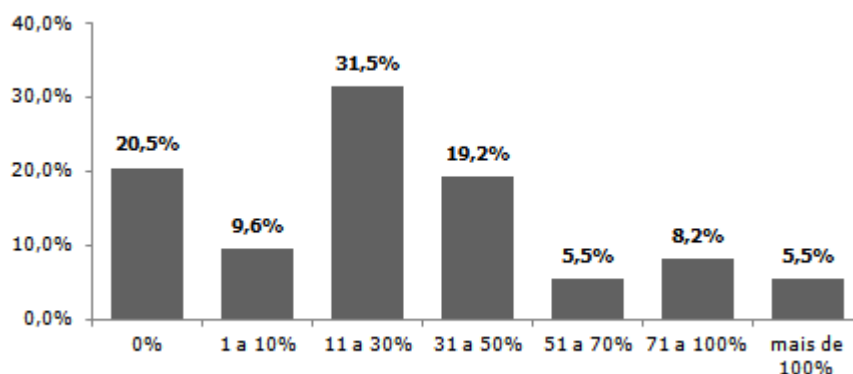


Figura 04 – Comprometimento percentual da renda com o pagamento de compras a crédito – Juiz de Fora-MG, 2012.

O mesmo cenário foi encontrado por Mujika *et al.* (2009) em toda a Espanha, onde as famílias dedicam em média 17% de sua renda às compras a crédito.

Em termos financeiros, 81% desse comprometimento equivalem a um montante de dívidas em dia ou em situação de inadimplimento que soma até R\$ 3.000 totais (Figura 05).

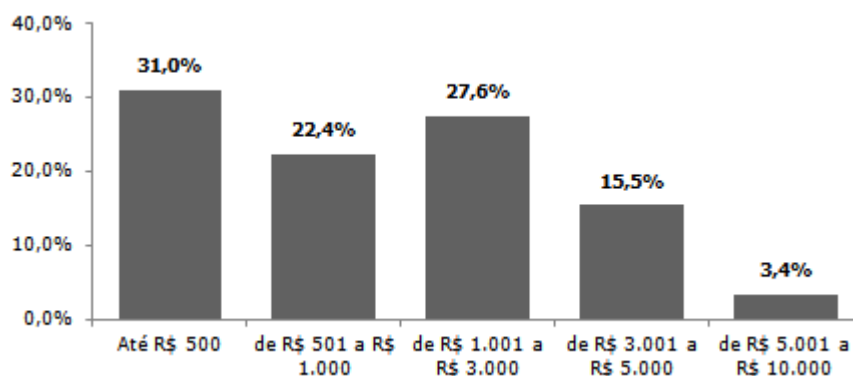


Figura 05 – Comprometimento futuro da renda em termos financeiros – Juiz de Fora-MG, 2012.

Com relação à dívida que possui prioridade na quitação, apresentada na Figura 06, a fatura do cartão de crédito aparece em primeiro lugar com 50% das intenções, acompanhada das despesas domésticas, com 25% de respostas.

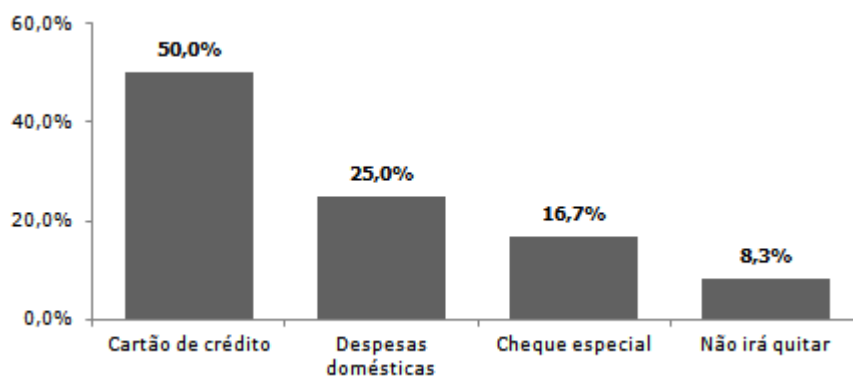


Figura 06 – Prioridade na quitação de compromissos em atraso – Juiz de Fora-MG, 2012.

Essa escolha revela a importância do cartão de crédito como meio de pagamento e a ciência de que atrasos em seu pagamento ou a quitação parcial de sua fatura implicam em pagamento de juros elevados. Ainda que o cheque especial não apresente tanta vantagem frente ao cartão de crédito quanto aos juros, este aparece em terceiro lugar nas prioridades de pagamento. Houve um pequeno

grupo que revelou não se preocupar em quitar suas dívidas. O motivo por eles alegado foi estarem se sentindo abusivamente cobrados por seus atrasos, chegando o montante dos juros a ultrapassar o do bem adquirido. Dessa forma, eles esperarão o tempo máximo de cinco anos para que a dívida prescreva.

Aqueles que possuíam algum compromisso em atraso foram questionados sobre em que pretendiam economizar para quitar seus débitos. Surpreendentemente, 63,6% disseram que não economizariam por não verem necessidade para tal. Estas pessoas pareciam não se incomodar com o fato de estarem inadimplentes e tampouco se mostraram dispostos a fazer qualquer esforço para sair dessa situação. Em segundo lugar aparecem as economias com vestuário (18,2%) e em terceiro lugar a telefonia móvel e as viagens (9,1%). Veja a Figura 07.

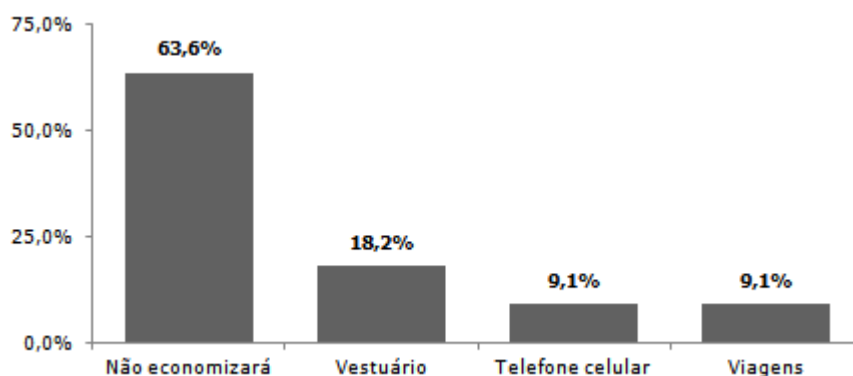


Figura 07 – Em que economiza para quitar dívidas – Juiz de Fora-MG, 2012.

Recuperando os modelos de indicadores de sobre-endividamento citados por Betti *et al.* (2007) e apresentados na Tabela 09, buscou-se verificar o percentual de pessoas que estavam com o nome negativado, que corresponde a um indicador administrativo, e o das que se autodeclaram endividadas, que corresponde a um indicador subjetivo.

Dos entrevistados, 15,1% poderiam ser considerados sobre-endividados considerando-se o primeiro critério e 11,0% estariam com dívidas em excesso considerando-se o segundo critério.

Tabela 09 – Indicadores administrativos e subjetivos de sobre-endividamento – Juiz de Fora-MG, 2012.

	n	%
O nome está negativado		
Sim	11	15,1
Não	62	84,9
Autodeclara-se uma pessoa endividada		
Sim	8	11,0
Não	65	89,0

Fonte: dados da pesquisa.

Em situações de dificuldade financeira, quase metade dos entrevistados (45,2%) disseram tentar solucionar esta questão reduzindo suas despesas. Outra ação de destaque foi recorrer aos familiares (24,7%), que, por muitas vezes, não cobram juros ou até mesmo não chegam a pedir restituição de suas “ajudas”. Os pais aparecem como as primeiras pessoas a quem recorrer em momentos de arrocho financeiro e não houve diferença de gênero nesta questão. Em segundo lugar aparecem os cônjuges para que depois surjam os irmãos. Esses dados são apresentados nas Tabelas 10 e 11.

Tabela 10 – Estratégias para lidar com dificuldades financeiras – Juiz de Fora-MG, 2012.

Estratégia	%
Reduz as despesas	45,2
Recorre a familiares	24,7
Recorre a financeiras	11,0
Usa de crédito pré-aprovado	9,6
Tenta aumentar a renda	6,8
Recorre a não familiares	2,7

Fonte: dados da pesquisa.

Tabela 11 – Familiar a quem recorre em momentos de dificuldade – Juiz de Fora-MG, 2012.

Familiar	%
Mãe	30,4
Pai	30,4
Cônjuge	17,4
Irmão	13,0
Irmã	8,7

Fonte: dados da pesquisa.

4.5. Estados de endividamento comparados

À medida que os objetivos da pesquisa foram sendo alcançados, percebeu-se a necessidade de realizar algumas análises complementares que seriam úteis à compreensão dos dados e enriqueceriam a discussão do tema tratado ao longo deste trabalho.

Alguns estudos sobre o endividamento apontam haver diferenças quanto ao comportamento de consumidores de diferentes grupos. Para o presente estudo, buscou-se verificar se o percentual de comprometimento da renda varia significativamente entre homens e mulheres, entre as diferentes faixas etárias, e entre pessoas que compram a crédito para benefício de outras. Foram realizados testes não paramétricos, uma vez que os dados não seguem uma distribuição normal. Os resultados podem ser vistos na Tabela 12.

Tabela 12 – Estados de endividamento comparados – Juiz de Fora-MG, 2012.

Variável	Categoria	Média (DP)	p
Sexo	Masculino	1,97 (1,59)	0,116 ^(M)
	Feminino	2,56 (1,79)	
Idade	de 18 a 24	1,36 (1,20)	0,178 ^(K)
	de 25 a 39	2,52 (1,58)	
	de 40 a 59	2,52 (1,87)	
	60 ou mais	2,00 (1,86)	
Compra a crédito para outrem	Não	1,85 (1,85)	0,011 ^(M)
	Sim	2,87 (1,36)	

(K) = Kruskal-Wallis; (M) = Mann-Whitney.

Fonte: dados da pesquisa

Trindade *et al.* (2011) e Delener e Katzenstein (1994) trazem um viés de gênero em suas pesquisas e, segundo eles, as mulheres se endividam mais que os homens. Este comportamento não pôde ser verificado com os consumidores juiz-foranos. Ainda que a média de comprometimento da renda das mulheres seja um pouco maior do que a dos homens, essa diferença se dá por questões amostrais e não chega a ser estatisticamente significativa.

Mujika *et al.* (2009) mostram que as famílias espanholas compostas por pessoas entre 35 e 44 anos são as que mais probabilidade têm de estar

endividadas. Não se pôde verificar o mesmo comportamento entre os entrevistados juiz-foranos, estando a diferença entre as faixas etárias explicada por motivos amostrais.

Contudo, verificou-se que as pessoas que usam de seus instrumentos de crédito para realizar compras para outras pessoas estão com um maior percentual de sua renda comprometida em comparação com aqueles que compram apenas para si. Tal fato sugere que aqueles que “emprestam seu nome” o fazem na esperança de que não vão ter problemas com o beneficiário da compra. Isso claramente os põe em situação de maior vulnerabilidade e de maior possibilidade de caírem em sobre-endividamento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

“As grandes organizações financeiras internacionais, o FMI, a Organização Mundial de Comércio, os bancos mundiais, a OCDE, nenhum desses organismos é democrático e, portanto, como é que podemos continuar a falar de democracia se aqueles que efetivamente governam o mundo não são eleitos democraticamente pelo povo?”

(José Saramago)

Está o consumidor juiz-forano endividado? Não restam dúvidas que sim. Mas, seria esse endividamento prejudicial aos indivíduos e às famílias deste município? Não se pode afirmar com exatidão.

Essa indeterminação não possui origem específica ou exclusiva, pois advém dos próprios conflitos quanto ao que caracteriza o sobre-endividamento. Como foi dito exaustivamente ao longo deste trabalho, o crédito, porta para o sobre-endividamento financeiro, serve a inúmeros e legítimos motivos e pode configurar-se como um meio de pagamento simplificado e de fácil acesso para a aquisição de bens e serviços que, de outra forma, ficariam só no sonho.

As teorias econômicas, pautadas na racionalidade, e suas correntes antitéticas, pautadas na subjetividade, tentam compreender as motivações por trás de um comportamento deveras particular e o fato é que nenhuma delas ainda conseguiu extrair a essência, a combinação dos elementos que explicaria de forma ampla e sucinta essa faceta do complexo social, psicológico, econômico e político de que se constrói o consumidor.

Em se considerando as três abordagens usuais para o estudo do sobre-endividamento, objetivamente tem-se que 38,4% dos entrevistados estão sobre-endividados, uma vez que seu comprometimento com dívidas ultrapassa os 30% de sua renda. Administrativamente, este percentual cai para 15,1%, correspondentes àqueles que estão com seu nome negativado no SPC ou estão com alguma dívida protestada em cartório. Subjetivamente, o índice vai aos 11,0% de pessoas que se autodeclaram endividadas. Tal disparidade, principalmente entre o primeiro e o último indicador, vem mostrar que visões distintas sobre o mesmo assunto levam a conclusões também desiguais.

Objetivamente, o consumidor juiz-forano demonstra-se sobre-endividado, mas tal fato ainda não chegou aos órgãos oficiais de forma tão enfática e tampouco à consciência deste mesmo consumidor.

Essa dissonância sugere duas percepções diferentes. Uma responderia pela falta de preocupação das pessoas com seu equilíbrio orçamentário e com adversidades futuras, frutos de uma deficiência em planejar os gastos domésticos. A outra daria conta de mostrar que os percentuais tidos como fronteiros às situações de sobre-endividamento não correspondem a essa realidade.

Talvez esta seja a maior limitação econômico-administrativa de qualquer estudo na área do endividamento. Contudo, como foi discutido, a visão econômica por si só não é capaz de esgotar o tema. Muitas são as interfaces e muitas outras ainda se farão necessárias para investigar de forma minimamente suficiente este novo aspecto da organização produtivo-distributiva em que se insere a sociedade. Poucos e pioneiros ainda são os estudos que se propõem a integrar diversos campos do conhecimento, contudo a cada nova pesquisa construir-se-á o saber.

Ter crédito é, na essência do termo, ter confiança. Em termos financeiros, é acreditar que o empréstimo realizado será reavido nos termos e prazos acordados previamente. Ainda que esta pesquisa tenha focado apenas naqueles que possuíam acesso a instrumentos de crédito, esta não é a realidade de todos e, por vezes, estes últimos solicitam àqueles que realizem compras em seus nomes para benefício destes. Muitos dos entrevistados que passaram por essa situação alegaram haver tido problemas com o ressarcimento da dívida, alguns tendo até o nome negativado junto ao SPC. Essa situação levou-os a não mais “emprestar o nome” ou a comprar a crédito apenas para o círculo familiar mais próximo, qual seja os pais, filhos e irmãos. Nota-se, pois, que se os instrumentos de crédito servem como um dispositivo de segurança que pode ser usado em momentos de queda nos rendimentos, sua abrangência não vai além dos parentes de primeiro grau.

O crédito ao consumidor tem sido usado pela amostra estudada com a finalidade de adquirir itens tidos como essenciais, isto é, vestuário, alimentação, combustível e remédios. Esse uso vem a sugerir que o crédito, principalmente o cartão de crédito, fez-se um meio prático de compra como também pode estar

sendo usado como complemento de renda. Dentre os entrevistados, não se sabe qual dessas opções é a mais usual, contudo, cabe ressaltar que o cartão de crédito também possui a função débito, o que pode levar a crer que o uso do crédito se dá como complemento à renda. Por não ser conclusiva, uma investigação acerca dos diferentes usos do crédito e do débito mostra-se válida.

Um fato que se mostrou curioso foi a opção, aparentemente racional, de atrasar o pagamento de contas, principalmente a de luz, como forma de aliviar os gastos. Esse fato representa um tipo de crédito, que, contudo, tem seu preço. Não se sabe ao certo as motivações que levam os consumidores a tomar essa decisão e, neste assunto, também seria interessante uma pesquisa aprofundada.

Em suma, os resultados da pesquisa ora apresentada buscaram explorar e apresentar o panorama do endividamento do consumidor tendo por base o município de Juiz de Fora. Por ter sido realizada apenas nesta cidade, seus resultados não são passíveis de generalização, uma vez que levam em conta as peculiaridades socioeconômicas locais. Ressalta-se, também, o fato de a pesquisa se limitar ao mês de junho de 2012. Se fosse realizada em outros meses, os resultados aqui apresentados poderiam ser diferentes, já que as compras a crédito podem não ser as mesmas. Isto posto, percebeu-se a importância de replicar essa pesquisa em uma base periódica para perceber se há algum tipo de constância ou de sazonalidade nos itens de consumo aqui abordados.

Outro ponto a ser posto em destaque é o fato de não terem sido abordadas outras formas de crédito, tais como o imobiliário, automobilístico, estudantil e os conseguidos com terceiros, sejam eles familiares ou agiotas. Para um panorama total do endividamento dos consumidores, esses tipos de crédito também devem ser considerados, pois interferem na renda por períodos longos.

O estudo do endividamento é um campo ainda pouco explorado. A maior dificuldade ao realizar esta pesquisa esteve em encontrar bases teóricas específicas sobre o assunto. Os estudos realizados, nacional e internacionalmente, dão mais conta de correlacionar distintas variáveis do que buscar uma análise mais sistêmica deste fenômeno. De todas as áreas do conhecimento pesquisadas para a elaboração dessa pesquisa, o Direito é quem com mais afinco vem se debruçando sobre o tema, contudo, não se vê nele nem nas demais ciências, uma

continuidade dos trabalhos, ficando eles um tanto quanto isolados e sem promoverem um diálogo entre si.

Os resultados dessa pesquisa se fazem interessantes em diversos aspectos. Para os comerciantes, é interessante saber qual o meio de pagamento a crédito é mais utilizado pelos consumidores e quais itens são adquiridos dessa forma, podendo eles direcionar seus esforços mercadológicos a atender as demandas de seus clientes. Os setores que mais sofrem com a inadimplência podem se ajustar de forma a se precaverem contra possíveis perdas. Com relação aos consumidores, estes podem encontrar aqui refletida sua realidade e, a partir da sistematização feita, realizar um autoexame de seu estilo de administração pessoal. Entretanto, o maior objetivo foi trazer novas informações sobre o comportamento do consumidor de forma que este fosse o primeiro a se beneficiar deste trabalho.

Faz-se importante, neste momento, deixar claro que informar o consumidor não é o mesmo que educá-lo. Educar requer também construir habilidades e pô-las em prática para que, só assim, se vejam mudanças efetivas. Dessa forma, é interessante investigar de onde os indivíduos obtêm seus conhecimentos financeiros. Da experiência adquirida com esta pesquisa, notou-se que esses conhecimentos vieram da experiência pessoal ou familiar através de problemas graves com a má gestão do crédito.

Uma nova concepção dos processos econômicos e sociais e uma compreensão mais aprofundada do consumidor são necessárias para entender os arranjos econômicos contemporâneos. Analisar as atuais mudanças que se dão na alocação dos recursos domésticos tornou-se uma fronteira científica a ser rapidamente explorada, uma vez que se situações como divórcio, envelhecimento, morte, mudanças nas bases educacionais e na atenção à saúde não são bem geridas, as implicações financeiras são potencialmente desastrosas. Isso mostra que no futuro, talvez até mesmo no presente, a amplitude de recursos sociais e psicológicos disponível aos indivíduos e às famílias será tão importante quanto seus ativos materiais ao determinar sua posição financeira.

6. REFERÊNCIAS

ABEP – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. *Critério de classificação econômica Brasil*. Disponível em: <<http://www.abep.org>> Acesso em: 17 abr. 2011.

ALÉM, Ana Cláudia; GIAMBIAGI, Fábio. O aumento do investimento: o desafio de elevar a poupança privada no Brasil. *Revista do BNDES*, 1997.

ALVES, Sérgio Darcy S.; SOARES, Marden M. *Microfinanças: democratização do crédito no Brasil*. 3 ed. Banco Central do Brasil, 2006.

BACCHETTA, Philippe; GERLACH, Stefan. Consumption and Credit Constraints: International Evidence. *Journal of Monetary Economics*, v. 40, p. 207-238, 1997.

BACEN – Banco Central do Brasil. *Perspectivas e desafios para a inclusão financeira no Brasil: visão de diferentes atores*. Brasília: Banco Central do Brasil, 2009.

_____. *Resolução 2682*, de 22 de dezembro de 1999. Dispõe sobre critérios de classificação das operações de crédito e regras para constituição de provisão para créditos de liquidação duvidosa. Disponível em: <<https://www3.bcb.gov.br/normativo/detalharNormativo.do?N=099294427&method=detalharNormativo>>. Acesso em: 23 fev. 2012.

BARONE, Francisco Marcelo; SADER, Emir. Acesso ao crédito no Brasil: evolução e perspectivas. *Revista de Administração Pública*, v. 42, n. 6, p. 1249-1267, 2008.

BASTOS, Suzana Q. A. Estratégia locacional da indústria automobilística: o caso da Mercedes-Benz em Juiz de Fora. 134 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2000.

BETTI, Gianni; DOURMASHKIN, Neil; ROSSI, Mariacristina; YIN, Ya Ping. Consumer over-indebtedness in the EU: measurement and characteristics. *Journal of Economic Studies*, v. 34, n. 2, p. 136-156, 2007.

BIRD, Edward J.; HAGSTROM, Paul A.; WILD, Robert. Credit card debt of the poor: high and rising. *Journal of Policy Analysis and Management*, v. 18, p. 125-133, 1995.

BITTENCOURT, Gilson; MAGALHÃES, Reginaldo; ABRAMOVAY, Ricardo. Informação de crédito: um meio para ampliar o acesso dos mais pobres ao sistema financeiro. *Pesquisa & Debate*, v. 16, n. 2, p. 203-248, 2005.

BLOCK-LIEB, Susan; JANGER, Edward J. The myth of the rational borrower: rationality, behavioralism and the misguided “reform of bankruptcy law”. *Texas Law Review*, v. 84, n. 6, 2006.

BRADY, Ryan R. Consumer credit, liquidity, and the transmission mechanism of monetary policy. *Economic Inquiry*, v. 49, n. 1, p. 246-263, 2011.

BRASIL. *Código de Defesa do Consumidor*. Lei nº 8078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF, 1990.

BRASIL. *Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional*. Lei nº 9394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF, 1996.

BROWN, Sarah; TAYLOR, Karl; PRICE, Stephen W. Debt and distress: evaluating the psychological cost of credit. *Journal of Economic Psychology*, v. 26, p. 642-663, 2005.

BRYANT, W. Keith. *The economic organization of the household*. Nova York: Cambridge University Press, 1992.

CAMPBELL, Colin. Consumption and the rhetorics of need and want. *Journal of Design History*, v. 11, n. 3, p. 235-246, 1998.

CASADO, Márcio M. Os princípios fundamentais como ponto de partida para uma primeira análise do sobre-endividamento no Brasil. *Revista de Direito do Consumidor*, n. 33. São Paul: RT, 2000.

CHIZZOTTI, Antonio. *Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais*. 6. ed. São Paulo: Editora Cortez, 2003.

COHEN, Maurie. J. Consumer credit, household financial management, and sustainable consumption. *International Journal of Consumer Studies*, v. 31, p. 57-65, 2007.

DELENER, Nejdet; KATZENSTEIN, Herbert. Credit card possession and other payment systems: use patterns among asian and hispanic consumers. *International Journal of Bank Marketing*, v. 12, n. 4, p. 13-24, 1994.

DELOITTE. *Análise Setorial – Varejo: Um setor em grandes transformações*, 2009. Disponível em: < <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Brazil/Local%20Assets/Documents/Analise%20Setorial%20Varejo.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2011.

ERASMUS, Alet C.; MATHUNJWA, Gugu Q. Idiosyncratic use of credit facilities by consumers in an emerging economy. *International Journal of Consumer Studies*, v. 35, p. 359-371, 2011.

ETENE – Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste. Perfil de endividamento do consumidor da região nordeste do Brasil: outubro de 2011. Disponível em: < http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/etene/etene/docs/10_2011_nordeste_perfil_endividamento_consumidor.pdf >. Acesso em: 5 dez. 2011.

FECOMERCIO-MG. Pesquisa de Endividamento do Consumidor: maio, 2012. Disponível em: <<http://www.fecomerciomg.org.br>>. Acesso em: 5 jul. 2012.

FERREIRA, Ataíde. *Household over-indebtedness*. Relatório ao Economic and Social Committee, European Communities, Bruxelas, 2000.

FLOURI, Eirini. An integrated model of consumer materialism: can economic socialization and maternal values predict materialistic attitudes in adolescents? *Journal of Socio Economics*, v. 28, p. 707-724, 1999.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. *Pesquisa por amostra de domicílios de Minas Gerais - PAD-MG*. Belo Horizonte, 2010. Disponível em: <<http://www.fjp.gov.br/index.php/pesquisa-de-amostra-por-domicilios>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

GIL, Antonio C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2006.

GLICK, Reuven; LANSING, Kevin J. Consumers and The Economy, Part I: Household Credit and Personal Saving. *FRBSF Economic Letter*, 10 jan 2011.

GUTTMANN, Robert; PLIHON, Dominique. O endividamento do consumidor no cerne do capitalismo conduzido pelas finanças. *Economia e Sociedade*, v. 17, n. especial, p. 575-610, 2008.

IBGE. *Censo demográfico*, 2010a. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/cidadesat> >. Acesso em: 21 fev. 2012.

_____. *Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: Despesas, rendimentos e condições de vida*. Rio de Janeiro, 2010b.

KAMLEITNER, Bernadette; KIRCHLER, Erich. Consumer credit use: a process model and literature review. *Revue européenne de psychologie appliquée*, v. 57, p. 267-283, 2007.

KIRCHLER, Erich. *Kaufentscheidungen im privaten Haushalt*. Göttingen: Hogrefe, 1989.

KOLLMANN, Karl. Information society and the consumer: Brave New World... *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, v. 21, p. 247-257, 1997.

KÖSTERS, Wim; PAUL, Stephan; STEIN, Stephan. An economic analysis of the EU Commission's proposal for a new consumer credit directive: offering

consumers more protection or restricting their options? *Intereconomics*, v. 39, n. 2, p. 84-96, 2004.

KRIPPNER, Greta R. The financialization of the US economy. *Socio-Economic Review*, v. 3, n. 2, p. 173-208, 2004.

KUMAR, Anjali. *Access to Financial Services in Brazil*, The World Bank, 2004.

LEA, Stephen E. G.; WEBLEY, Paul; WALKER, Catherine M. Psychological factors in consumer debt: money management, economic socialization, and credit use. *Journal of Economic Psychology*, v. 16, p. 681-701, 1995.

LEBOW, Victor. Price Competition in 1995. *Journal of Retailing*, 1995 (mimeo).

LIVINGSTONE, Sonia M.; LUNT, Peter K. Predicting personal debt and debt repayment: psychological, social and economic determinants. *Journal of Economic Psychology*, v. 13, p. 111-134, 1992.

LUNT, Peter. Discourses of savings. *Journal of Economic Psychology*, v. 17, p. 677-690, 1996.

MAKUCH, William M.; DODGE, Jeffrey L.; EECKER, Joseph G.; GRANFORS, Donna C.; HAHN, Gerald J. Managing consumer credit delinquency in the U.S. economy: a multi-billion dollar management science application. *Interfaces*, v. 22, p. 90-109, 1992.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. *Horizontes Antropológicos*, n. 28, p. 33-63, 2007.

MOREIRA Jr., Jackson F.; NICOLAU, M. R. *Juiz de Fora: diagnóstico econômico e propostas para o programa de desenvolvimento socioeconômico*, 2008 (mimeo).

MUJICA A., Alazne; GIBAJA M., Juan José; GARCÍA A., Iñaki. Un estudio sobre el endeudamiento del consumidor: el caso de los hogares vascos. *Estudios de Economía Aplicada*, v. 27, n. 2, p. 463-500, 2009.

MURCIA-PABÓN, Andrés. Determinantes del acceso al crédito de los hogares colombianos. *Ensayos sobre Política Económica*, v. 25, n. 55, p. 40-83, 2007.

OLIVEIRA, Paulino. *A história de Juiz de Fora*. 2. ed. Juiz de Fora: Gráfica Comércio Indústria, 1966.

OTTAVIANI, Cristina; VANDONE, Daniela. Impulsivity and household indebtedness: evidence from real life. *Journal of Economic Psychology*, v. 32, p. 754-671, 2011.

PEREIRA, Rafael V. A. *A evolução do pensamento econômico*. Disponível em: <<http://www.factum.com.br/artigos/t002.htm>> Acesso em 4 mar 2011.

PERRY, Vanessa G. Is ignorance bliss? Consumer accuracy in judgments about credit ratings. *The Journal of Consumer Affairs*, v. 42, n. 2, p. 189-205, 2008.

PJF – PREFEITURA DE JUIZ DE FORA. Apresentação da cidade. Disponível em: <<http://www.pjf.mg.gov.br>>. Acesso em: 1 dez 2011.

SANTOS, Liliana B. P. Da concessão de crédito ao sobre-endividamento dos consumidores. 191 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Jurídico-Empresariais), Universidade Portucalente Infante Dom Henrique, Porto, 2009.

SARDENBERG, Rubens. *Panorama do Mercado de Crédito – Abril*, 2012. Disponível em: < http://www.febraban.org.br/acervo.asp?id_pagina=193&id_paginaDe=78&id_texto=0>. Acesso em: 12 set. 2012.

SINGER, Paul. *Curso de Introdução à Economia Política*. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1975.

TOKUNAGA, Howard. The use and abuse of consumer credit: application of psychological theory and research. *Journal of Economic Psychology*, v. 14, p. 285-316, 1993.

TOLOTTI, Márcia. *As armadilhas do consumo: acabe com o endividamento*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

TRINDADE, Larissa L. Determinantes da propensão ao endividamento: um estudo nas mulheres da mesorregião centro-ocidental rio-grandense. *Espacios*, v. 32, n. 2, p. 18-20, 2011.

TRIOLA, Mario F. *Introdução à Estatística*. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

VIAUD, Jean; ROLAND-LÉVY, Christine. A positional and representational analysis of consumption. Households when facing debt and credit. *Journal of Economic Psychology*, v. 21, p. 411-432, 2000.

WANG, Lili; LU, Wei; MALHOTRA, Naresh K. Demographics, attitude, personality and credit card features correlate with credit card debt: a view from China. *Journal of Economic Psychology*, n. 32, p. 179-193, 2011.

ZERRENER, Sabrina A. Estudo sobre as razões para o endividamento da população de baixa renda. 57 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Administrativas), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

APÊNDICES

APÊNDICE 01

Plano Amostral

HOMEM		MULHER	
18 a 24 anos	CE Dom Bosco	18 a 24 anos	CE Granbery
	CE Bom Pastor		L N. S. de Lourdes
	L N. S. Aparecida		N Parque Independência
	NE Bandeirantes		SE Jardim Esperança
	N Santa Cruz		S Cruzeiro do Sul
	SE Floresta		
	S São Geraldo		
25 a 39 anos	CE Centro	25 a 39 anos	CE Centro
	CE São Mateus		CE Bom Pastor
	CE Alto dos Passos		CE Paineiras
	L Manoel Honório		L Bairu
	L Bairu		L Manoel Honório
	NE Granjas Betânea		NE Filgueiras
	N Nova Era		N Ponte Preta
	N Benfica		N Francisco Bernardino
	N Santa Cruz		O Aeroporto
	O Bosque do Imperador		SE Parque Guaruaá
	SE Costa Carvalho		S Cruzeiro do Sul
S Teixeira			
40 a 59 anos	CE Morro da Glória	40 a 59 anos	CE Centro
	CE Bom Pastor		CE São Mateus
	CE Poço Rico		CE Bom Pastor
	L Bonfim		L Grajau
	L Progresso		L Manoel Honório
	NE Eldorado		NE Bom Clima
	N São Judas Tadeu		N Industrial
	N Remonta		N Carlos Chagas
	N Benfica		N Jóquei
	O Aeroporto		O Bosque do Imperador
	SE Retiro		SE Costa Carvalho
	S Jardim de Alá		S Cruzeiro do Sul
	S Estrela Sul		S Cascatinha
60 anos ou mais	CE Centro	60 anos ou mais	CE Granbery
	L <i>Santa Rita</i>		CE Bom Pastor
	N Jóquei III		L Grajau
	SE Furtado de Menezes		NE Bom Clima
	S Cascatinha		N Cerâmica
			SE Jardim Esperança
			S Teixeira

APÊNDICE 02

Instrumentos de Coleta

Disco para auxílio às respostas da 3ª parte do questionário a seguir.





UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA DOMÉSTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA DOMÉSTICA

1ª PARTE – PERFIL SOCIOECONÔMICO E DOMICILIAR

- 1. Idade** _____ anos **2. Sexo** [] masculino [] feminino
- 3. Escolaridade**
[] Ensino Fundamental incompleto [] Médio completo / Superior incompleto
[] Fundamental completo / Médio incompleto [] Superior completo / Pós-graduado
- 4. Em qual bairro você mora?** _____
- 5. O domicílio em que você mora é**
[] alugado [] próprio financiado [] cedido por terceiros
[] próprio quitado [] cedido por empregador [] outra condição
- 6. Quantas pessoas, CONTANDO COM VOCÊ, moram neste mesmo domicílio?** _____ pessoas
- 7. SOMANDO a renda média mensal dessas pessoas, o total é**
[] até R\$ 595 [] de R\$ 1.281 a R\$ 1.550 [] de R\$ 6.421 a R\$ 10.670
[] de R\$ 596 a R\$ 870 [] de R\$ 1.551 a R\$ 3.490 [] mais de R\$ 10.670
[] de R\$ 871 a R\$ 1.280 [] de R\$ 3.491 a R\$ 6.420
- 8. Você exerce algum tipo de trabalho?** [] Sim [] Não (vá para o item 12)
- 9. Neste trabalho você é**
[] empregado no setor privado [] cooperativado [] do lar (não remunerado)
[] empregado no setor público [] profissional liberal [] trabalhador não remunerado
[] doméstica(o) mensalista [] empregador [] outro
[] doméstica(o) diarista [] trabalhador informal
- 10. Este trabalho é remunerado?** [] Sim [] Não (vá para o item 12)
- 11. Qual a renda média mensal que VOCÊ, e somente VOCÊ, obtém com este trabalho?**
[] até R\$ 300 [] de R\$ 901 a R\$ 1.200 [] de R\$ 1.801 a R\$ 2.100
[] de R\$ 301 a R\$ 600 [] de R\$ 1.201 a R\$ 1.500 [] de R\$ 2.101 a R\$ 2.400
[] de R\$ 601 a R\$ 900 [] de R\$ 1.501 a R\$ 1.800 [] mais de R\$ 2.400
- 12. VOCÊ possui outra fonte de renda?** [] Sim [] Não (vá para o item 15)
- 13. Quais as fontes dessa renda?**
[] aposentadoria [] fundos de pensão [] benefícios sociais
[] pensão do INSS [] pensão alimentícia [] outra
[] previdência privada [] aluguel / juros
- 14. Qual o TOTAL médio mensal da soma dessas rendas?**
[] até R\$ 300 [] de R\$ 901 a R\$ 1.200 [] de R\$ 1.801 a R\$ 2.100
[] de R\$ 301 a R\$ 600 [] de R\$ 1.201 a R\$ 1.500 [] de R\$ 2.101 a R\$ 2.400
[] de R\$ 601 a R\$ 900 [] de R\$ 1.501 a R\$ 1.800 [] mais de R\$ 2.400
- 15. Você recebe contribuição financeira periódica de algum familiar?** [] Sim [] Não (vá para a questão 18)
- 16. De quais familiares vem essa contribuição?**
[] cônjuge [] avós [] primos
[] filhos / enteados / genros [] netos / bisnetos [] tios
[] pais / sogros [] irmãos / cunhados [] outro parente
- 17. Qual o valor médio mensal dessa contribuição?**
[] até R\$ 300 [] de R\$ 901 a R\$ 1.200 [] de R\$ 1.801 a R\$ 2.100
[] de R\$ 301 a R\$ 600 [] de R\$ 1.201 a R\$ 1.500 [] de R\$ 2.101 a R\$ 2.400
[] de R\$ 601 a R\$ 900 [] de R\$ 1.501 a R\$ 1.800 [] mais de R\$ 2.400

18. Quantas pessoas dependem da SUA renda? _____ pessoas
19. Você tem conta corrente em banco? Sim Não (vá para o item 23)
20. Quantas contas? _____ contas
21. Sua conta lhe proporciona cheque especial? Sim Não
22. Quantos cartões de crédito você tem? _____ cartões

2ª PARTE – DESPESAS DOMÉSTICAS CORRENTES

23. Observe as despesas domésticas listadas abaixo. Indique se em sua casa o pagamento delas está em dia ou há quanto tempo está em atraso. Caso você não tenha alguma dessas despesas, marque o campo *não se aplica*.

Despesa corrente	Em dia	Em atraso					Não se aplica
		até 14 dias	de 15 a 30 dias	de 31 a 45 dias	de 46 a 60 dias	mais de 60 dias	
Aluguel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Condomínio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Energia elétrica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Água e esgoto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefone fixo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefone celular	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV por assinatura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Plano de saúde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Educação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impostos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. Se alguma despesa do item 23 está em atraso, qual o PRINCIPAL motivo que levou a esse descompasso?

- falta de controle ficou desempregado
- esquecimento da data de pagamento alguém da família ficou desempregado
- pagamento de dívidas de outras pessoas doença ou falecimento na família
- redução da renda familiar outro
- atraso no recebimento do salário Qual? _____

3ª PARTE – PREFERÊNCIA POR MEIOS DE PAGAMENTO

25. Observe as categorias de itens listadas abaixo e os meios de pagamento mais usuais para adquiri-los. Ordene os meios de pagamento de 1 a 7, sendo 1 o que você mais tem costume de usar e 7 o que você tem menos costume de usar, para cada categoria de itens.

Categoria de itens	Dinheiro	Cartão débito	Cartão de crédito		Carnê	Cheque	
			à vista	parcelado		à vista	pré-datado
Alimentação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vestuário	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Móveis e artigos para o lar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, lavadora, ar cond., ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eletroeletrônicos (TV, DVD, Micro system, celular, MP3, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Combustível	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viagem (Inclui passagens e hotéis)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Remédios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tratamento de saúde (médico, dentário, hospitalização, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Serviços de beleza e cuidados pessoais (cabeleireiro, spa, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produtos de higiene e beleza (cosméticos, perfumaria, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Danceterias, bares, bailes e festas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultura (shows, teatros, livros, periódicos, discos, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brinquedos e jogos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reparos do lar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Serviços especializados (pedreiro, marceneiro, advogado, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuidados com animais domésticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4ª PARTE – AQUISIÇÃO DE BENS OU DE SERVIÇOS A CRÉDITO

26. Você tem o hábito de realizar compras a crédito para OUTRAS PESSOAS? Sim Não (vá para a questão 28)

27. Para quais pessoas você tem o hábito de realizar compras a crédito?

- cônjuge avós primos
 filhos / enteados / genros netos / bisnetos tios
 pais / sogros irmãos / cunhados outro. Qual? _____

28. Observe as categorias de itens listadas abaixo. NO MOMENTO PRESENTE, você pagou a compra de algum deles a crédito em UMA ou MAIS parcelas? Se sim, indique qual foi o meio de pagamento que você utilizou, lembrando-se que a opção *cartão* refere-se tanto ao de CRÉDITO quanto aos de LOJAS. Aponte também se as parcelas estão em dia ou em atraso. Lembre-se de marcar apenas aquelas compras que você realizou e AINDA NÃO PAGOU. Caso não tenha feito alguma compra dos itens abaixo, marque o campo *não se aplica*. Por fim, diga se essa compra foi para você, para outra pessoa ou para mais de uma pessoa além de você.

Item comprado a crédito	Meio de Pagamento			Situação Atual			Uso			
	Cartão	Cheque	Carnê	Outra	Em atraso			Próprio	Outrem	Conjunto
					Em dia	até 14 dias	de 15 a 30 dias			
Alimentação	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Vestuário	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Móveis e artigos para o lar	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Elerodomésticos (geladeira, fogão, lavadora, ar cond., ...)	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Eletrônicos (TV, DVD, Micro system, celular, MP3, ...)	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Combustível	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Viagem (inclui passagens e hotéis)	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Remédios	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Tratamento de saúde (médico, dentário, hospitalização, ...)	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Serviços de beleza e cuidados pessoais (cabeleireiro, spa, ...)	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Produtos de higiene e beleza (cosméticos, perfumaria, ...)	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Dancesterias, bares, balles e festas	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Cultura (shows, teatros, livros, periódicos, discos, ...)	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Briqueios e jogos	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Reparos do lar	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Serviços especializados (podreiro, marceneiro, advogado, ...)	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Cuidados com animais domésticos	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()

29. Se você utilizou outro meio de pagamento que não estava listado, indique qual foi esse meio de pagamento.

30. Se o pagamento de algumas das compras do item 28 está em atraso, qual o PRINCIPAL motivo que levou a esse descompasso?

- falta de controle atraso no recebimento do salário
 esquecimento da data de pagamento ficou desempregado
 pagamento de dívidas de outras pessoas alguém da família ficou desempregado
 redução da renda familiar doença ou falecimento na família

31. Nas compras que você realizou a crédito, quais motivos o levaram a optar em pagar dessa forma?

- para caber no orçamento o valor do item era elevado
 porque não me deram desconto à vista não tinha dinheiro para comprar à vista
 por ser mais conveniente não quis poupar o dinheiro
 não procurei outras opções de pagamento outro motivo

32. Se você respondeu outro motivo, especifique: _____

5ª PARTE – SITUAÇÃO E COMPORTAMENTO ECONÔMICO-FINANCEIROS

33. Observando as categorias de itens abaixo, classifique-os de acordo com sua percepção.

Categoria de itens	Extremamente essencial	Muito essencial	Algo essencial	Pouco essencial	Não essencial
Alimentação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vestuário	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Móveis e artigos para o lar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, lavadora, ar cond., ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eletroeletrônicos (TV, DVD, Micro system, celular, MP3, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Combustível	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viagem (inclui passagens e hotéis)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Remédios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tratamento de saúde (médico, dentário, hospitalização, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Serviços de beleza e cuidados pessoais (cabeleireiro, spa, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produtos de higiene e beleza (cosméticos, perfumaria, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Danceterias, bares, bailes e festas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultura (shows, teatros, livros, periódicos, discos, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brinquedos e jogos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reparos do lar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Serviços especializados (pedreiro, marceneiro, advogado, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuidados com animais domésticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

34. O pagamento de compras a crédito corresponde a quantos por cento de sua renda mensal?

- até 10% de 31% a 50% de 71% a 100%
 de 11% a 30% de 51% a 70% acima de 100%

35. Qual o SOMATÓRIO dessas compras, estejam elas em dia ou em atraso?

- até R\$ 500 de R\$ 1.001 a R\$ 3.000 de R\$ 5.001 a R\$ 10.000
 de R\$ 501 a R\$ 1.000 de R\$ 3.001 a R\$ 5.000 mais de R\$ 10.000

36. Se você tem algum compromisso em atraso, qual você pretende pagar primeiro?

- contas de despesas correntes cheque especial
 fatura do cartão de crédito carnê

37. Se você tem algum compromisso em atraso, em que você pretende economizar para saldá-los?

- energia elétrica internet alimentação lazer
 água e esgoto TV por assinatura vestuário outro
 telefone fixo plano de saúde combustível Qual? _____
 telefone celular educação viagens _____

38. O seu nome já foi registrado em órgãos de proteção ao crédito ou em cartórios de protesto? Sim Não

39. Por quanto tempo seu nome esteve registrado nesses órgãos? _____

40. Você atualmente se declararia uma pessoa endividada? Sim Não

41. Quando você passa por alguma situação de dificuldade financeira, qual a sua primeira opção?

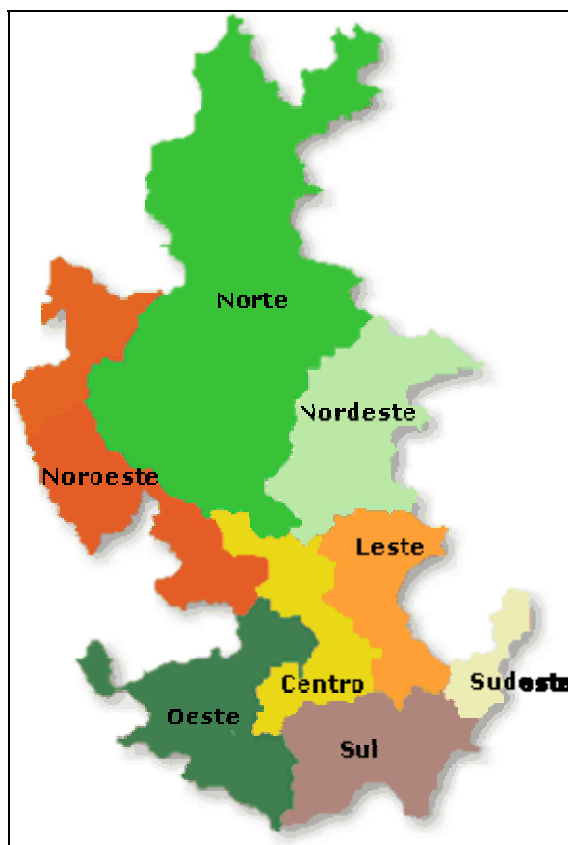
- reduzir as despesas recorrer a financeiras recorrer a não familiares
 usar de crédito pré-aprovado recorrer a familiares outra opção

42. Caso tenha respondido recorrer a familiares ou outra opção no item 41, especifique. _____

ANEXO

ANEXO 01

Divisão territorial do município de Juiz de Fora



Fonte: PJF, 2012