

A RELAÇÃO ENTRE O PARCELAMENTO DE COMPRAS COM CARTÃO DE CRÉDITO E A GESTÃO DO ORÇAMENTO PESSOAL

THE RELATIONSHIP BETWEEN INSTALLMENT PAYMENTS WITH CREDIT CARD AND PERSONNEL BUDGET MANAGEMENT

LA RELACIÓN ENTRE EL TRAMO COMPRAS CON TARJETA DE CRÉDITO Y GESTIÓN DE PERSONAL PRESUPUESTO

Vanessa Melo Torres de Santana, MSc

Fucape Business School/Brazil

maria@fucape.br

Bruno Funchal, Dr.

Fucape Business School/Brazil

bfunchal@fucape.br

RESUMO

No Brasil, o cartão de crédito vem gradativamente substituindo outros meios de pagamento no varejo, inclusive para o parcelamento de compras. O objetivo deste trabalho é investigar a relação entre as compras parceladas com o cartão de crédito e a gestão do orçamento pessoal. A pesquisa foi realizada por meio de questionário online com 664 portadores de cartão de crédito, maiores de 18 anos e residentes no Brasil. Foram investigados hábitos de parcelamento de compras com cartão, de gestão do orçamento (receitas e despesas) e situações de inadimplência com o cartão de crédito. Os resultados apontam para uma relação positiva entre a gestão do orçamento pessoal e a preferência pelo parcelamento no cartão.

Palavras-chave: Cartão de crédito; Compra parcelada; Gestão do orçamento.

ABSTRACT

In Brazil, the credit card is gradually displacing other forms of payment on the retail market, including its use for installment payments. This study aims to investigate the relationship between credit card installment payment plans and personal budget management. The research occurred through an online questionnaire to be answered by 664 credit card holders, over 18 years old Brazilian residents. Installment payments with credit cards habits, budget management (revenues and expenses) and default situations on the credit card were investigated. The results point to a positive relationship between personal budget management and preference for credit card installment payment plans.

Keywords: Credit card; Installment payment plan; Budget management.

RESUMEN

En Brasil, la tarjeta de crédito VIENE sustitución gradual de otros medios de pago en el comercio minorista, incluyendo pagos de compra párrafo. El objetivo es investigar la relación entre las compras en efectivo, con tarjeta de crédito y la gestión de presupuesto personal. La encuesta fue realizada por cuestionario con los titulares de la línea 664 de tarjeta de crédito, mayores de 18 años residentes en Brasil. Se investigaron los hábitos de compra con tarjeta de pagos, la gestión del presupuesto (ingresos y gastos) y las situaciones de incumplimiento con tarjeta de crédito. Los resultados muestran una relación positiva entre la Administración de presupuestos párrafo y plazos de pelo preferencia personal sin la tarjeta.

Palabras clave: Tarjeta de crédito; Compra a plazos; Gestión del presupuesto.



1 INTRODUÇÃO

O estudo do comportamento do consumidor, na perspectiva de marketing, é definido por Schiffman e Kanuk (2000, p. 5) como “o estudo de como os indivíduos tomam decisões de gastar seus recursos disponíveis (tempo, dinheiro, esforço) em itens relacionados ao consumo”. Considerando que, para a maioria das pessoas, os recursos disponíveis são limitados enquanto as necessidades e desejos de compra são ilimitados, há de se observar como os consumidores fazem escolhas buscando maximizar sua satisfação diante da restrição orçamental.

Quando a necessidade ou desejo de consumo é premente e a renda não permite a aquisição imediata do bem, é possível se recorrer às modalidades de crédito disponíveis no mercado financeiro para pessoas físicas: empréstimos, financiamentos, cheque especial ou cartões de crédito (MIOTTO, 2013).

Katona (1975, p. 282) aponta que a facilidade do crédito tornou possível o “crescimento de uma economia de consumo de massa”. Sem o crédito não seria possível os consumidores adquirirem bens importantes no momento em que precisassem ou desejassem, melhorando, assim, o seu padrão de vida.

O período de estabilização da economia brasileira, que se sucedeu após a implantação do Plano Real em 1994, propiciou a expansão do crédito para consumo, principalmente para as famílias de baixa renda (BRUSKY; FORTUNA, 2002; PONCHIO; ARANHA, 2008). Neste cenário, também se observou o aumento constante de emissão de cartões de crédito, que vêm gradativamente substituindo outras formas de pagamento (BCB, 2014; SHEFRIN e NICOLS, 2014). O cartão de crédito e o carnê, tradicional modalidade de parcelamento no comércio brasileiro, são os principais tipos de dívida de 76,1% e 16,9% das famílias endividadas no Brasil, respectivamente (CNC-PEIC, 2015).

As compras parceladas no cartão de crédito são “uma peculiaridade do mercado nacional” (BCB, 2010, p. 113). Este estudo compreende o parcelamento como uma opção disponibilizada pelo estabelecimento no momento da venda, comumente praticado no Brasil como “parcelamento ‘sem juros’ no cartão”. Esta forma de pagamento distingue-se da possibilidade de parcelamento da fatura, oferecida pelo emissor do cartão, na impossibilidade de o cliente fazer o pagamento integral na data do vencimento. Neste caso, o consumidor pode ainda optar pelo pagamento mínimo (15% do valor total) e entrar no crédito rotativo, com incidência de juros (BCB, 2010).

O aumento do uso do cartão de crédito tem sido acompanhado pelo crescimento das dívidas com cartão, tanto nos países desenvolvidos quanto nos países em desenvolvimento (ERASMUS; LEBANI, 2008; WICKRAMASINGHE; GURUGAMAGE, 2009; WANG; LU; MALHOTRA, 2011), tornando-se fonte de preocupação para gestores de políticas públicas, órgãos de defesa dos consumidores, acadêmicos e profissionais de psicologia (MANSFIELD; PINTO; ROBB, 2013; MEIRELLES, 2012; SOLL; KEENEY; LARRICK, 2013). Esta preocupação é principalmente evidenciada quando se refere ao consumidor de baixa renda, considerado pouco capaz de gerenciar suas finanças pessoais (PONCHIO; ARANHA, 2008). Porém, o endividamento não é incomum nas classes com maior renda, uma vez que elas têm mais acesso às opções de crédito (MOURA, 2005).

Especialmente após a crise econômica de 2008, os programas de educação financeira tornaram-se relevantes como estratégia de combate e prevenção ao endividamento, tendo como principal objetivo a “mudança de comportamento de indivíduos e grupos expressos na administração de seus recursos finitos”

(FERREIRA, 2015, p.1). Nestes programas, além de outros ensinamentos, enfatiza-se a importância do orçamento pessoal e o uso de planilhas ou aplicativos como ferramentas de controle sistematizado das receitas e despesas. Mendes-da-Silva, Nakamura e Moraes (2012) destacam o papel da educação financeira para promover a redução de comportamentos arriscados no uso de cartão de crédito.

A literatura acadêmica tem se debruçado sobre os problemas associados ao uso do cartão (uso inadequado, descontrole e compulsividade, endividamento e inadimplência, uso frequente do crédito rotativo), com predominância de estudos com públicos considerados mais vulneráveis ao mau uso dos cartões: estudantes, mulheres, baixa renda (LIE et al., 2010; MANSFIELD; PINTO; ROBB, 2013). Os mesmos públicos se destacam nas pesquisas brasileiras.

Embora seja uma prática muito comum no Brasil, ainda são incipientes os estudos que focam especificamente no uso do cartão para parcelamento. Alguns estudos, considerando esta particularidade do mercado nacional, incluíram a variável “parcelamento com cartão de crédito”, adaptando escalas validadas em estudos internacionais, para observar o endividamento (VELUDO-DE-OLIVEIRA; IKEDA; SANTOS, 2004; MIOTTO, 2013; SOUZA, 2013).

Assim, o presente trabalho procurou elucidar a seguinte questão: Qual é a relação entre o parcelamento de compras com cartões de crédito e a gestão do orçamento pessoal? Foram investigados hábitos e fatores relacionados à decisão de parcelar a compra, os hábitos de controle sistematizado das receitas e despesas pessoais, o conhecimento sobre os encargos incidentes sobre o uso do cartão e o pagamento da fatura.

O público da pesquisa envolveu pessoas maiores de 18 anos, residentes no Brasil, que utilizam cartões de crédito para realizar compras parceladas, independente de gênero, ocupação ou renda. O questionário foi disponibilizado online. Foram coletadas respostas de 664 indivíduos, compondo uma amostra aleatória, não probabilística e por conveniência. Os dados coletados foram submetidos a análises quantitativas, percentuais, de estatística descritiva e análise de regressão de mínimos quadrados ordinários (MQO).

Este estudo procura trazer uma contribuição teórica na compreensão da preferência pelo parcelamento com cartão e sua relação com a gestão do orçamento, observando estes hábitos sem se restringir a um público vulnerável ao mau uso do cartão. Como contribuição prática, houve a intenção de observar se o resultado dessa relação indica um uso conveniente do crédito e dos recursos financeiros das famílias. Espera-se que os resultados encontrados sejam relevantes para auxiliar gestores de políticas públicas, órgãos de defesa do consumidor e empresas do setor financeiro no desenvolvimento de melhores programas de educação financeira.

O artigo está organizado em cinco capítulos, incluindo esta introdução. O segundo capítulo traz o referencial teórico, apresentando estudos sobre cartão de crédito e gestão de orçamento. O terceiro capítulo detalha a metodologia adotada. No quarto capítulo são apresentados os resultados da pesquisa e sua discussão; e, por fim, as contribuições e limitações do estudo encontram-se no quinto capítulo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CARTÃO DE CRÉDITO: EXPERIÊNCIA, (DES) CONTROLE E ENDIVIDAMENTO

Os Estados Unidos foram o primeiro país a implantar o uso do cartão de crédito e poderia se dizer que seus habitantes são os mais experientes entre os usuários de cartão (GARCIA, 1980; KAMLEITNER; KIRCHLER, 2007). No entanto, mesmo esta experiência não diminui os problemas relacionados ao cartão, dentre os quais estão: uso inadequado; descontrole e compulsividade; uso frequente do crédito rotativo; e alto índice de endividamento e inadimplência (SOLL; KEENEY; LARRYCK, 2013).

O uso inadequado do cartão tem sido amplamente investigado no contexto de estudantes universitários, por ser considerado um público com alta vulnerabilidade no controle dos gastos (HAYHOE et al, 2000; WANG; XIAO, 2009; SOTIROPOULOS; D'ASTOUS, 2012, 2013; MENDES-DA-SILVA; NAKAMURA; MORAES, 2012). Outro tema recorrente são as compras compulsivas favorecidas pelo uso do cartão (ROOK, 1987; ROBERTS; JONES, 2001; VELUDO-DE-OLIVERA; IKEDA; SANTOS, 2004; PALAN et al., 2011) e gastos excessivos com cartão (SOTIROPOULOS; D'ASTOUS, 2012 e 2013).

A compra com cartão de crédito envolve aspectos emocionais, cognitivos e comportamentais. Entre os fatores emocionais mais investigados na literatura, Mansfield, Pinto e Robb (2013) identificaram: controle, auto-estima, ansiedade, impulsividade/compulsividade e materialismo. Entre os aspectos comportamentais, destacam-se a quantidade de cartões possuídos, as contas, disponibilidade (facilidade de acesso), uso do crédito rotativo e uso inadequado do cartão. Nestes estudos, o uso do crédito rotativo aparece como forma de parcelamento das contas, isto é, da fatura do cartão, com incidência de juros (MANSFIELD; PINTO; ROBB, 2013).

A expansão do crédito para um público pouco habituado ao uso de produtos financeiros despertou o interesse dos pesquisadores em observar o papel da experiência no uso do cartão. Ao comparar os hábitos dos usuários de cartão de loja da República Sul-Africana (amostra RSA – mais experiente no uso dos cartões) e de Botswana (amostra B – menos experiente), Erasmus e Lebani (2008) observaram que a preferência por parcelamentos mais longos mesmo com juros era maior entre os menos experientes, enquanto os mais experientes preferiam prazos mais curtos e sem juros. O aumento do uso do parcelamento estava relacionado à compra impulsiva e ao mau planejamento.

Erasmus e Lebani (2008) destacam, ainda, que os consumidores menos experientes têm mais dificuldade para lidar com os pagamentos mensais, confirmando a tendência de usar o limite do crédito como uma extensão de sua renda. Em contrapartida, os mais experientes tendem a fazer melhor uso do cartão, pois percebem melhor os perigos do descontrole nos gastos e da falta de pagamento da fatura (SOUZA, 2013).

Wang, Lu e Malhotra (2011), em um estudo realizado em Xangai, analisaram como os fatores demográficos, de atitude, de personalidade e das características do cartão de crédito influenciam o uso do crédito rotativo e dos planos de pagamento com parcelas de baixo valor (*petty installment plan*). Dentre os fatores demográficos, a classe social e a profissão influenciam o uso do crédito rotativo, mas não têm impacto sobre o parcelamento de compras. Na hora de usar o parcelamento, os consumidores levam em conta as datas de vencimento e a relação lucro-risco, o que indica um uso mais racional do parcelamento

do que do crédito rotativo. O uso do crédito rotativo também está fortemente correlacionado com o autocontrole, o que sugere que a falta de disciplina expõe o indivíduo ao uso do crédito rotativo.

Lo e Harvey (2011) investigaram consumidores compulsivos de Taiwan e do Reino Unido, e identificaram que estes consumidores eram menos conscientes dos seus orçamentos, especialmente quando usavam cartão de crédito. Para os autores, o cartão permite aos consumidores compulsivos uma forma muito fácil de pegar um dinheiro emprestado para satisfazer seus vícios, sem que eles se deem conta das consequências imediatas deste ato, o que “provavelmente acontece porque o dinheiro envolvido nas transações com cartão de crédito parece irreal e abstrato” (LO; HARVEY, 2011, p. 91), conforme descrito nos estudos de Soman (2001).

Veludo-de-Oliveira, Ikeda e Santos (2004) pesquisaram a relação entre a compulsividade e o uso de cartão de crédito entre os universitários. Dos 47 estudantes que apresentaram “comportamentos mais orientados à compra compulsiva”, 18 sempre parcelavam as compras no cartão e 15 possuíam mais cartões do que os outros. A disponibilidade do cartão de crédito se relaciona fortemente com a compra compulsiva, uma vez que propicia crédito fácil, postergação do pagamento e possibilidade de endividamento e inadimplência ao optar pelo pagamento parcial da fatura (SOUZA, 2013).

Mendes-da-Silva, Nakamura e Moraes (2012) investigaram a relação entre características do perfil de 769 estudantes universitários de São Paulo e comportamentos considerados arriscados no uso de cartão de crédito. Esses comportamentos arriscados foram medidos por três critérios: saldo devedor acima de R\$1.000,00, falta de pagamento da fatura no prazo de vencimento por dois meses ou mais e não pagamento do valor integral da fatura. Esses dados foram comparados com o perfil social, a educação financeira e conhecimento sobre crédito. Os estudantes com mais cartões apresentaram maior probabilidade de ter saldos negativos acima de R\$1.000,00; aproximadamente 25% manifestaram algum dos comportamentos de risco e os que conheciam os encargos cobrados pelas administradoras dos seus cartões eram menos propensos a comportamentos arriscados.

Moura e outros (2006) analisaram o impacto da atitude ao endividamento, do materialismo e da vulnerabilidade social na contratação de dívidas para consumo de famílias de baixa renda. Os autores apontam que o crédito parcelado representa a maior parte da dívida das famílias de baixa renda e citam a participação dos cartões de loja neste resultado. As famílias com maior vulnerabilidade social eram as menos endividadas, o que leva a supor que, caso tivessem mais acesso ao crédito, se endividariam mais.

Ponchio e Aranha (2008) investigaram hábitos de consumo de 436 domicílios situados em bairros de periferia na cidade de São Paulo. O objetivo era medir o impacto do nível de materialismo no endividamento da população de baixa renda. A posse de carnês de crediário foi o critério adotado para medir o endividamento para consumo, e o materialismo foi medido por meio da Escala de Materialismo de Richins (2004).

Das famílias pesquisadas, 41,8% estavam pagando pelo menos um carnê. Os entrevistados mais materialistas possuíam praticamente o dobro de carnês de pagamento em relação aos menos materialistas. Os mais jovens apresentaram um maior grau de materialismo e maior probabilidade de possuir crediário e, embora as mulheres fossem mais propensas a contratar carnês, não foram identificadas diferenças no nível de materialismo entre homens e mulheres. O levantamento foi feito no ano de 2005, quando o acesso aos

cartões de crédito era bem mais restrito e o carnê era a principal forma de financiamento disponível para o público pesquisado.

Miotto (2013) investigou a gestão do orçamento doméstico por mulheres da classe C. Foram analisadas as características pessoais e sua relação com hábitos de controle, formação de poupança e endividamento. O uso do cartão de crédito também foi abordado.

Entre os resultados, destaca-se o uso do parcelamento de compras com o cartão como principal forma de aquisição de bens, mesmo em situações desfavoráveis. As facilidades propiciadas pelo uso do cartão (parcelamento e possibilidade de não pagamento do valor integral da fatura) associadas à baixa compreensão sobre os encargos cobrados poderiam levar ao endividamento. Porém, a pesquisa identificou uma relação positiva entre preferência por crédito e controle do orçamento, o que pode diminuir níveis de endividamento. A preferência pelo menor número de parcelas possível se dá pela necessidade de não comprometer o limite do cartão para outras compras, pois é preciso liberá-lo o quanto antes (MIOTTO, 2013).

2.2 Contas mentais e gestão do orçamento

As “Contas Mentais”, conceito desenvolvido por Thaler (1985), relacionam-se com o modo com que indivíduos monitoram sua vida financeira e determinam o uso do próprio dinheiro. Trata-se de um sistema interno de controle “que as famílias usam para avaliar, regular e processar seu orçamento doméstico” (THALER; SUNSTEIN, 2009, p. 53), sendo adotado por quase todos os indivíduos, ainda que de forma inconsciente.

Para Thaler (1985), os indivíduos fazem três divisões básicas da sua vida financeira: uma conta dos seus rendimentos e gastos atuais; outra do seu patrimônio e uma terceira conta referente ao futuro. Porém, essas contas nem sempre têm respaldo exato na realidade do indivíduo, uma vez que são controladas subjetivamente, o que propicia distorções de percepção e erros de tomada de decisão, como foi demonstrado por Kahneman e Tversky (1979).

Como exemplo dessas distorções de percepção, Brusky e Fortuna (2002) destacam que, considerando as compras a prazo, presume-se que o consumidor possui a expectativa, ainda que infundada, de ter condições de saldar a fatura até a data do vencimento (SOUZA, 2013). Essa expectativa infundada pode ser representada pelo viés da confiança excessiva, aumentando o risco de endividamento (KAHNEMAN, 2012). Ao testar o uso de variáveis psicológicas em um novo modelo de análise de crédito, Rogers (2011) constatou que os indivíduos pesquisados que indicavam um maior grau de otimismo e excesso de confiança apresentaram maior associação ao grupo de consumidores inadimplentes.

Alinhados com os estudos de “Contas Mentais” de Thaler (1985), Heath e Soll (1996) chamam de “Orçamento Mental” o monitoramento psicológico das contas feito pelos indivíduos, definindo o quanto pode ser gasto e no que pode ser gasto. Ou seja, além de fazerem uma divisão, as pessoas também estabelecem um limite para cada tipo de gasto. A definição desses limites passa também por um julgamento do que é aceitável ou não ser gasto, gerando um conflito de decisões, uma vez que os valores são estabelecidos antes que as oportunidades de consumo apareçam. Deste modo, as pessoas acabam “consumindo demais algumas coisas e de menos outras”, perdendo boas oportunidades de consumo.

(HEATH; SOLL, 1996, p. 40). Mesmo assim, os autores também definem a prática do “Orçamento Mental” como uma forma de autocontrole, isto é, de algum modo, seria uma tentativa de tomar decisões mais acertadas ou menos incoerentes.

Ferreira (2008, p. 235) destaca que “é preciso ter força de vontade para resistir à tentação da gratificação imediata”, uma vez que o uso do cartão de crédito envolve claramente uma questão de escolha intertemporal. A facilidade do acesso ao cartão, juntamente com a facilidade da aprovação do crédito imediato, sem o constrangimento das consultas financeiras, aliadas ao fato do gasto com cartão - sacrifício financeiro ou “*pain of paying*”, nas palavras de Prelec e Lowenstein (1998) - não ser sentido de imediato (SOMAN, 2001), são fatores que deixam pouca margem para a postergação do consumo.

Para Soman (2001), o valor das compras pagas com cartões, de crédito tende a ser esquecido mais facilmente do que o das compras realizadas com cheque ou dinheiro. O autor explica que o fato de uma pessoa escrever o valor de um cheque força a memória do valor gasto. O mesmo acontece com o dinheiro (*cash*), uma vez que a redução da quantia disponível para gasto é sentida de imediato. A lembrança do gasto com cartão ainda é prejudicada pela diferença temporal entre o benefício recebido (a aquisição do bem) e a contrapartida (o débito do valor gasto). Deste modo, por “subestimarem os gastos passados no momento de decidir uma compra, os consumidores estarão mais propensos a realizar compras adicionais” (SOMAN, 2001, p. 463).

Cabe observar que os cheques são cada vez menos utilizados, que o dinheiro utilizado para compras de baixo valor está sendo substituído pelo uso do cartão de débito e que os cartões com chip eletrônico eliminaram a assinatura do comprovante do pagamento com cartão. Assim, a partir dos achados de Soman (2001), pode-se imaginar que as lembranças dos gastos do dia-a-dia tendem a ser cada vez mais frágeis, o que reforça a importância de um registro sistematizado das receitas e despesas para auxiliar o controle das finanças pessoais.

3 METODOLOGIA

O objetivo principal deste estudo é investigar a relação entre o parcelamento das compras com o cartão de crédito e a gestão do orçamento pessoal.

Para entender esta relação, a pesquisa procurou observar os hábitos dos consumidores no uso do cartão para o parcelamento de compras e hábitos de controle dos gastos, de maneira sistematizada (isto é, com o registro frequente das receitas e despesas previstas e realizadas), ou não; verificar a ocorrência de situações de inadimplência no pagamento da fatura e a influência das variáveis sociodemográficas (idade, gênero, grau de instrução, renda e fonte da renda – estável ou variável) no hábito de parcelamento e gestão do orçamento pessoal.

3.1 Amostra

A pesquisa pretendeu ampliar o público pesquisado, uma vez que, como já explicitado anteriormente, há a predominância de estudos envolvendo públicos considerados mais vulneráveis ao mau uso do cartão e, conseqüentemente, ao endividamento excessivo: estudantes universitários, classe C,

mulheres. O estudo focou em pessoas acima de 18 anos, independente do gênero, ocupação e renda, residentes em território brasileiro, que utilizam o cartão para realizar compras parceladas.

Os respondentes foram convidados a participar da pesquisa por meio de postagens nas redes sociais e envio de mensagens por e-mail particular da pesquisadora para diversas listas do seu convívio social e profissional. Foi solicitado que os respondentes compartilhassem o link da pesquisa entre seus amigos e conhecidos.

A plataforma adotada para disponibilização do questionário foi o Google Forms®. No período entre 29 de janeiro e 9 de fevereiro de 2016 foram respondidos 756 questionários. Foram retirados da pesquisa os respondentes que declararam não possuir cartão e os que marcaram a opção “nunca” para parcelamento de compras com cartão de crédito, resultando uma amostra de 664 respondentes.

A opção pelo uso de questionários disponibilizados online se deu pela praticidade da coleta e a conveniência para os respondentes (MEIRELLES, 2012). Além disso, considerou-se que o questionário auto respondido, sem a presença do pesquisador, poderia deixar os pesquisados mais à vontade para responder questões que envolvem seus hábitos de compra, gastos e controle das despesas e receitas.

3.2 Instrumento de coleta de dados

Foi utilizado um questionário com 25 questões, distribuídas em 5 blocos, conforme exposto a seguir. Antes de ser aplicado, o questionário foi testado por 10 pessoas, com diferentes graus de instrução e experiência, que avaliaram a clareza das perguntas e o tempo necessário para o preenchimento, objetivando torná-lo compreensível a um público variado.

O primeiro bloco envolveu a posse de conta corrente e de cartões de crédito. O tempo de uso de cartão foi o critério observado para indicar a experiência do usuário (*tcard*). Foram levantados também o tipo (emitidos por bancos ou não), a quantidade cartões possuídos e quantos são realmente utilizados (*ncardu*); a separação de diferentes cartões para diferentes contas (*sepcard*) e o limite do cartão (*limcard*). A última pergunta do primeiro bloco investigou o uso do cartão de crédito para realização de compras parceladas. O objetivo foi selecionar apenas os respondentes que afirmaram realizar compras parceladas com cartão e observar a frequência de parcelamentos (*frequiparc*).

No segundo bloco foram investigados a importância dos critérios avaliados na decisão de uso de parcelamento no cartão (*critiparc*) e a preferência por parcelamento (*prefiparc*), observando a escolha entre pagar à vista ou a prazo.

O terceiro bloco buscou observar os hábitos de orçamento mental - isto é, o gerenciamento das contas de modo não sistematizado, realizado apenas mentalmente - para gastos já realizados com parcelamentos (*menbudiparc*) e o limite disponível para novos gastos (*menbudlim*). Observou-se também a gestão de orçamento pessoal (*geop*), entendido como o registro (e consulta) sistematizado de receitas e despesas.

O quarto bloco reuniu as questões que envolvem o conhecimento sobre os encargos da fatura (*encargos*) e pagamento da fatura. O atraso do pagamento, o pagamento mínimo e o parcelamento da fatura do cartão de crédito foram medidos como fatores de inadimplência (*inadimp*).

No último bloco foram levantadas as características sociodemográficas dos respondentes: gênero, idade, estado civil, número de filhos, grau de instrução, ocupação, fonte e estabilidade da renda, renda individual e familiar, utilizadas no modelo como variáveis de controle (*gen*, *idade*, *estcivil*, *filhos*, *instru*, *ocup*, *fontrenda*, *rendaind* e *rendafam*, respectivamente).

3.3 Escalas

Os fatores de preferência por parcelamento (*prefparc*), gestão do orçamento pessoal (*geop*), orçamento mental para parcelamentos já realizados (*menbudparc*), orçamento mental para limite disponível (*menbudlim*), conhecimento dos encargos (*encargos*) e situações de inadimplência com cartão (*inad*) foram medidos com escalas provenientes de estudos internacionais já utilizadas em outros estudos nacionais (MOURA, 2005; PONCHIO, 2006; ROCHA, 2007; MIOTTO, 2013; SOUZA, 2013). Isso se justifica pela adequação da tradução e adaptações dos termos utilizados nas escalas estrangeiras à realidade brasileira, além de sua validação.

As questões foram avaliadas utilizando-se escala de Likert de 5 pontos, com valores de -2 a 2, de acordo com o grau de concordância: Discordo totalmente = -2/ Discordo em parte = -1 / Não concordo nem discordo = 0 / Concordo em parte = 1 / Concordo totalmente = 2.

Os dados das características sociodemográficas foram avaliados com variáveis tipo *Dummy* e para as demais informações foi utilizada escala ordinal iniciando em 0 para a informação de menor valor, 1 para a posterior, e assim sucessivamente.

3.4 Modelo econométrico

Os dados coletados foram submetidos às análises quantitativas, percentuais, de estatística descritiva e análise de regressão de mínimos quadrados ordinários (MQO). A análise de regressão múltipla permite avaliar a relação entre uma variável dependente e diversas variáveis independentes, isto é, observar como diversos fatores afetam simultaneamente a variável que se quer medir (WOOLDRIDGE, 2010). Utilizou-se o software STATA 13 para a realização dos testes do modelo.

Neste estudo, a variável dependente escolhida foi a preferência pelo parcelamento no cartão de crédito. As variáveis independentes e seus β esperados serão explicadas a seguir.

Assim, temos o modelo de regressão múltipla:

$$\begin{aligned} Prefparc = & \alpha + \beta_1 geop_i + \beta_2 menbudparc_i + \beta_3 menbudlim_i + \beta_4 encargos + \beta_5 inad_i \\ & + \beta_6 freqparc_i + \beta_7 limcard_i + \beta_8 critparc_i + \beta_9 ncardu_i + \beta_{10} tcard_i \\ & + \beta_{11} sepcard_i + \beta_{12} gen_i + \beta_{13} idade_i + \beta_{14} estcivil_i + \beta_{15} filhos_i \\ & + \beta_{16} instru_i + \beta_{17} ocup_i + \beta_{18} fontrenda_i + \beta_{19} rendaind_i + \beta_{20} rendafam_i \\ & + \varepsilon \end{aligned}$$

Onde:

$\beta_1 geop < 0$: A gestão do orçamento pessoal de modo sistematizado pode deixar o indivíduo menos propenso a comprometimento com parcelas futuras. (MIOTTO, 2013).

β_2 *menbudparc* < 0: Orçamento mental (*mental budgeting*) para parcelamentos: quanto mais consciente dos valores já gastos, menor preferência com parcelamento.

β_3 *menbudlim* < 0: Orçamento mental (*mental budgeting*) para limite disponível: quanto mais consciente do quanto se pode gastar, menor preferência por parcelamento.

$\alpha\beta_4$ *encargos* < 0: Conhecer os encargos sobre o não pagamento da fatura diminui a propensão ao parcelamento.

β_5 *inad* > 0: Pessoas com frequência de inadimplência podem preferir mais parcelamentos, tentando aumentar o número e diminuir o valor das prestações.

β_6 *freqparc* > 0: Quanto maior a frequência do uso cartão, maior a preferência por parcelamentos.

β_7 *limcard* > 0: Quanto maior o limite do cartão, maior a preferência por parcelamento.

β_8 *critparc* = 0: Critérios para parcelamento não têm efeito sobre a preferência por parcelamento.

β_9 *ncardu* > 0: Quanto mais cartões em uso, maior a tendência à preferência pelo parcelamento (MENDES-DA-SILVA; NAKAMURA; MORAES, 2012).

β_{10} *tcard* > 0: Usuários menos experientes em uso de cartão tendem a fazer uso mais arriscado, preferindo mais parcelamentos (SOUZA, 2013).

β_{11} *sepcard* = 0: Separar cartões para diferentes tipos de gastos pode melhorar a gestão, mas não ter efeito direto sobre a preferência por parcelamento.

β_{12} *gen* > 0: Gênero (masculino/ feminino). As mulheres tendem a utilizar mais parcelamentos do que os homens (PONCHIO; ARANHA, 2008).

β_{13} *idade* < 0: Os mais jovens devem preferir mais parcelamentos, por conta da pouca experiência (PONCHIO; ARANHA, 2008).

β_{14} *estcivil* > 0: Os indivíduos casados teriam maior propensão ao uso de parcelamentos, por conta das necessidades de consumo da família (MIOTTO, 2013).

β_{15} *filhos* > 0: A presença de filhos pode levar ao maior uso de parcelamentos (MIOTTO, 2013).

β_{16} *instru* < 0: Os indivíduos com maior grau de instrução devem fazer melhor gestão do orçamento e preferir menos parcelamentos.

β_{17} *ocup* > 0: Ter uma ocupação remunerada deve levar à maior preferência por parcelamento.

β_{18} *fontrenda* > 0: Ter uma fonte de renda mais estável deve levar à maior preferência por parcelamento.

β_{19} *rendaind* > 0 e β_{20} *rendafam* > 0: Maior disponibilidade de renda pode aumentar a preferência por parcelamento. (MOURA, 2005).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As estratégias de coleta de dados e de seleção da amostra utilizadas favoreceram um possível enviesamento da amostra. Embora este fato pudesse parecer um problema à primeira vista, ele acabou se adequando ao objetivo da pesquisa de atingir um público não necessariamente vulnerável ao mau uso do cartão.

Assim, é importante destacar resumidamente as características principais da amostra, conforme dispostas na Tabela 1. A maioria dos respondentes é do sexo feminino (64,5%, contra 35,5% de homens), concentra-se na faixa de idade entre 26 e 55 anos (78,5%), tem ocupação remunerada (85,3%), renda familiar acima de 10 salários mínimos (55,6%) e alto grau de escolaridade (57,7% têm pós-graduação ou grau mais alto), casada ou em união estável (58,7%), com nenhum (48,9%) ou apenas 1 filho (22,7%).

Tabela 1 - Características Demográficas da Amostra

		N (644)	%
Gênero	Feminino	428	64,50%
	Masculino	236	35,50%
Idade	Entre 18 e 25 anos	83	12,50%
	De 26 a 35 anos	195	29,40%
	De 36 a 45 anos	209	31,50%
	De 46 a 55 anos	117	17,60%
	Acima de 56 anos	60	9,00%
Estado Civil	Solteiro	222	33,40%
	Casado/ união estável	390	58,70%
	Outros	52	7,80%
Filhos	0	325	48,90%
	1	151	22,70%
	2	136	20,50%
	3 ou mais	52	7,80%
Grau de instrução	Superior incompleto	70	10,50%
	Superior completo	184	27,70%
	Pós-graduação	256	38,60%
	Mestrado/ Doutorado	127	19,10%
	Outros	27	4,10%
Ocupação	Apenas estudando	25	3,80%
	Estagiando	17	2,60%
	Trabalhando	520	78,30%
	Aposentado trabalhando	29	4,40%
	Aposentado	26	3,90%
	Outros	47	7,10%
Renda mensal individual	Sem renda	34	5,20%
	Até R\$ 880,00	18	2,70%
	Entre R\$ 881,00 e R\$ 1.760,00	70	10,50%
	Entre R\$ 1.761,00 e R\$ 4.400,00	178	26,80%
	Entre R\$ 4.401,00 e R\$ 8.880,00	162	24,40%
Acima de R\$ 8.881,00	202	30,40%	
Renda mensal familiar	Até R\$ 880,00	10	1,50%
	Entre R\$ 881,00 e R\$ 1.760,00	16	2,40%
	Entre R\$ 1.761,00 e R\$ 4.400,00	97	14,60%
	Entre R\$ 4.401,00 e R\$ 8.880,00	172	25,90%
	Acima de R\$ 8.881,00	369	55,60%

Fonte: Dados da pesquisa.

A RELAÇÃO ENTRE O PARCELAMENTO DE COMPRAS COM CARTÃO DE CRÉDITO E A GESTÃO DO ORÇAMENTO PESSOAL

Em relação à posse e uso de cartão (Tabela 2), a amostra também se distancia das características encontradas nos estudos com públicos vulneráveis. A maioria tem experiência acima de 5 anos com uso de cartão (80,10%), tem limite acima de R\$10.000,00 (41%) e faz uso moderado do cartão para compras parceladas (40,4%).

Sobre a posse de cartões, a maioria possui algum cartão emitido pelo banco (95,9%), nenhum cartão de loja (65,5%) e usa apenas um (44,6%), ou no máximo dois cartões (39,3%).

De forma consistente com os dados encontrados, a amostra apresentou um baixíssimo grau de inadimplência, o que sugere um bom nível de gestão de orçamento. A maior parte dos pesquisados afirmou nunca pagar o valor mínimo (85,7%) ou menor do que a fatura (79,7%), confirmando a ideia de que indivíduos com maior grau de instrução podem apresentar maior grau de educação financeira e melhor gestão do seu orçamento (SOUZA, 2013).

Tabela 2 - Posse e Uso do Cartão de Crédito

		N (644)	%
Há quanto tempo usa cartão	Há menos de 24 meses	35	5,30%
	Há mais de 2 anos	71	10,70%
	Há mais de 5 anos	532	80,10%
	Não lembra	26	3,90%
Cartões utilizados	1	296	44,60%
	2	261	39,30%
	3	66	9,90%
	4 ou mais	41	6,20%
Separa cartões para diferentes gastos	Não	487	73,30%
	Sim	177	26,70%
Limite do cartão	Não sabe o limite	19	2,90%
	Até R\$ 1.000,00	68	10,20%
	Até R\$ 2.000,00	74	11,10%
	Até R\$ 5.000,00	130	19,60%
	Até R\$ 10.000,00	272	41,00%
Frequência de parcelamento com cartão de crédito	Raramente	126	19,00%
	Às vezes	268	40,40%
	Quase sempre	175	26,40%
	Sempre	95	14,30%

Fonte: Dados da pesquisa

A análise da regressão pelo método dos mínimos quadrados nos permite observar se duas variáveis possuem algum tipo de relação e medir a intensidade dessa relação, observando os valores e sinais dos coeficientes β das variáveis independentes ou explicativas. O sinal positivo indica que a variável explicativa tem influência positiva sobre a variável dependente. Se o sinal for negativo, a relação é inversa. Quanto mais próximo de 1, maior a intensidade da relação. Porém, o que de fato indica se a relação é válida é o *p-valor* da variável independente. Para ser significativo, ele deve ser menor do que 0,05. (WOODRIGE, 2010).

O resultado da regressão e as estatísticas de ajuste do modelo encontram-se na Tabela 3.

Os valores de R (0,397), R² (0,157) e R² ajustado (0,135) representam estatísticas de ajuste do modelo, isto é, quanto mais próximos de 1, melhor o poder explicativo dos regressores sobre a variável dependente. O *valor-p* para o Teste F (0,000) indica que a regressão é válida.

A RELAÇÃO ENTRE O PARCELAMENTO DE COMPRAS COM CARTÃO DE CRÉDITO E A GESTÃO DO ORÇAMENTO PESSOAL

Observando a coluna do *p-valor*, podemos identificar que os fatores de idade, conhecimento dos encargos, número de cartões, a gestão do orçamento pessoal, a lembrança de parcelamentos já realizados, a experiência da inadimplência e os critérios de parcelamento têm relação com a preferência por parcelamento. As demais variáveis não têm influência significativa.

Ter situação de inadimplência (*inad*, $\beta = -0,078$, *p-valor* = 0,04) e a lembrança de parcelamentos já realizados (*menbudparc*, $\beta = -0,138$, *p-valor* = 0,01) apresentaram sinais negativos, isto é, influenciam negativamente a preferência por parcelamento. Este resultado é consistente com os achados de Heath e Soll (1996), que afirmam que o orçamento mental é uma forma de autocontrole e favorece a tomada de decisões mais acertadas, o que é coerente com o baixo índice de inadimplência encontrado na amostra.

Tabela 3 - Resultado da Regressão por MQO

Variável	β	Erro Padrão	t(646)	p-valor
Limcard	0,045	0,047	0,956	0,34
Idade	0,115	0,045	2,541	0,01
encargo	0,105	0,041	2,601	0,01
instrução	0,09	0,041	2,203	0,03
ncardbc	0,104	0,039	2,67	0,01
Geop	0,171	0,052	3,316	0
menbudparc	-0,138	0,051	-2,689	0,01
Inad	-0,078	0,038	-2,046	0,04
critparc	0,074	0,038	1,98	0,05
Casado	0,061	0,039	1,542	0,12
profliberal	-0,052	0,037	-1,397	0,16
desempregado	0,055	0,037	1,474	0,14
rendafam	0,058	0,042	1,374	0,17
donadecasa	-0,041	0,037	-1,104	0,27
estagiando	-0,047	0,038	-1,213	0,23
gênero	-0,04	0,037	-1,079	0,28
aposentado	0,042	0,04	1,056	0,29
R	0,397			
R ²	0,157			
R ² Ajustado	0,135			
F(27,636)	7,093			
p	0			
Erro Padrão	0,465			

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: limcard: limite do cartão; encargo: conhecimento dos encargos; ncardbc: quantidade de cartões de banco possuídos; geop: gestão do orçamento pessoal; menbudparc: lembrança de parcelamentos realizados com o cartão; inad: inadimplência; critparc: critérios para parcelamento; profliberal: profissional liberal; rendafam: renda familiar.

A preferência por parcelamento também aumenta com a idade ($\beta = 0,115$, *p-valor* = 0,01), contrariando o esperado. No entanto, usado da forma correta, o parcelamento com cartão não deve ser considerado um comportamento de risco. A experiência aumenta com a idade e torna os consumidores mais conscientes a respeito dos perigos de descontrole nos gastos, conforme resultados encontrados por Souza (2013).

A pesquisa também identificou relação positiva e significativa entre o conhecimento dos encargos e a preferência pelo parcelamento ($\beta = 0,105$, *p-valor* = 0,01). Isso pode ser explicado pelo alto grau de instrução da amostra. Indivíduos com mais estudos tendem a ter maior conhecimento financeiro, levando-

os a reconhecer a vantagem do parcelamento sobre a compra à vista. Os parcelamentos diminuem os valores das faturas e diminuem o risco de cair em inadimplência e arcar com os altos juros incididos sobre os cartões em atraso, uso do crédito rotativo e parcelamento da fatura.

O principal objetivo do estudo foi observar a relação entre a gestão de orçamento pessoal de modo sistematizado e a preferência por parcelamento. A variável *geop* apresentou não só a maior significância (p -valor= 0,000) como também o maior valor do coeficiente (β = 0,171). Isso significa que quanto mais as pessoas fazem gestão do seu orçamento, maior é a preferência pelo parcelamento.

O mesmo resultado foi encontrado por Wang, Lu e Malhotra (2011) e Miotto (2013), indicando que o bom uso do parcelamento a partir da gestão sistematizada do orçamento pode reduzir a possibilidade de endividamento e inadimplência. Mais uma vez, os baixos índices de inadimplência da amostra reforçam este resultado.

Os resultados da regressão também ficam claros quando observados os hábitos de parcelamento da amostra: 84,4% sempre conferem se o parcelamento é sem juros e 70,2% só parcelam se a compra não possuir juros e preferem pagar parcelado (28,8% sempre e 29,10% quase sempre) se a loja não der desconto no pagamento à vista. Assim, observa-se o que o usuário de cartão de crédito brasileiro está não só habituado ao parcelamento com o cartão, como está atento às condições do parcelamento. Sabendo-se que os juros representam o valor do dinheiro no tempo, a opção de pagar à vista sem desconto não é vantajosa.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo investigou a relação entre o parcelamento “sem juros” realizado com cartões de crédito no Brasil e a gestão do orçamento. Vários questionamentos motivaram a investigação: Gestão de orçamento de fato reduz situação de inadimplência? Como a gestão afeta o hábito do parcelamento? Qual o papel do parcelamento no controle das contas?

Os resultados mostraram que a relação parcelamento/gestão é favorável. Ao contrário do que acontece em outros países, o parcelamento com cartão no Brasil é uma decisão antecipada do consumidor e não uma forma de saldar uma dívida já contraída, com a qual não foi possível arcar integralmente, como previsto. É relevante alertar que as características da amostra diferem dos estudos comumente realizados e os resultados devem ser lidos com atenção a este fato.

A amostra aleatória por conveniência aumenta o risco de viés. Neste estudo houve baixa participação de respondentes com renda mais restrita e de pessoas com idade mais avançada. Embora esta amostra tenha atendido bem aos objetivos da pesquisa, sugere-se replicar o estudo utilizando amostras probabilísticas, para que seja possível comparar os resultados obtidos entre diferentes públicos.

A pesquisa não investigou outros aspectos do controle financeiro. O enfoque foi dado aos gastos já realizados, isto é, a renda já comprometida com pagamentos futuros. Ao investigar a gestão do orçamento entre mulheres da classe C, Miotto (2013) observou que só se anota o que já aconteceu e há pouco planejamento para o futuro. Não se sabe se o mesmo acontece entre as classes de mais alta renda e maior grau de instrução e este é um ponto importante para a gestão consciente do orçamento.

Dada a importância da gestão do orçamento nos programas de educação financeira, este estudo ainda pode ser aprofundado com a investigação da relação entre gestão do orçamento e compras não

planejadas. Será que o registro sistematizado de receitas e despesas de fato ajuda a tornar o indivíduo menos suscetível à compra por impulso?

Outro ponto que merece investigação futura é identificar os motivos da preferência pelo parcelamento no cartão ou pelo pagamento à vista, quando não há desconto. Por exemplo, seria interessante observar se os usuários de cartão possuem o conhecimento financeiro suficiente para considerar o custo de oportunidade na opção pelo parcelamento.

Cabe ainda destacar outro aspecto importante: por ser caracterizada como uma pesquisa de corte transversal, é necessário considerar o delicado estado da economia brasileira no exato momento em que a pesquisa foi realizada, entre janeiro/fevereiro de 2016: forte recessão e aumento de desemprego devem manter os consumidores mais alerta quanto ao risco de comprometer renda futura com parcelamentos. Assim, estudos futuros podem investigar como se dá a preferência pelo parcelamento no cartão em tempos de expansão econômica, ou ainda se a experiência da crise em meados dos anos 2010 terá trazido alguma mudança no comportamento dos consumidores, como um uso mais cauteloso do cartão.

Artigo submetido para avaliação em 27/06/2016 e aceito para publicação em 25/03/2019

REFERÊNCIAS

- BCB - Banco Central do Brasil. **Relatório sobre a indústria de cartões de pagamentos**, maio 2010. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/htms/spb/Relatorio_Cartoes.pdf>. Acesso em: 02 set. 2015.
- BCB - Banco Central do Brasil. **Relatório de vigilância do sistema de pagamentos brasileiro 2014**, jun. 2015. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/htms/novaPaginaSPB/Relatorio_de_Vigilancia_do_SPB_2014.pdf>. Acesso em: 20 set. 2015.
- BRUSKY, B.; FORTUNA, J. P. **Entendendo a demanda para as microfinanças no Brasil** – um estudo em duas cidades: Programa de Desenvolvimento Institucional. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.
- CNC – Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. **Pesquisa de Endividamento e Insolvência do Consumidor (PEIC-2015)**. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/perfil_de_endividamento_das_familias_brasileiras_em_2015.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2016.
- ERASMUS, A. C.; LEBANI, K. Store cards: is it a matter of convenience or is the facility used to sustain lavish consumption? **International Journal of Consumer Studies**, v. 32, n. 3, p. 211-221, 2008.
- FERREIRA, V. R. de M. **Psicologia Econômica: como o comportamento econômico influencia as nossas decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FERREIRA, V. R. de M. **Educação Financeira e Psicologia Econômica** – uma discussão e algumas recomendações. São Paulo: CBFC, 2015.
- GARCIA, G. Credit cards: an interdisciplinary survey. **The Journal of Consumer Research**, v. 6, n. 4, p. 327-337, 1980.
- HAYHOE, C. R.; LEACH, L. J.; TURNER, P. R.; BRUIN, M. J.; LAWRENCE, F. C. Differences in spending habits and credit use of college students. **Journal of Consumer Affairs**, v. 34, n. 1, p. 113–133, 2000.

A RELAÇÃO ENTRE O PARCELAMENTO DE COMPRAS COM CARTÃO DE CRÉDITO E A GESTÃO DO ORÇAMENTO PESSOAL

HEATH, C.; SOLL, J. B. Mental budgeting and consumer decisions. **Journal of Consumer Research**, v. 23, n. 1, p. 40-52, 1996.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect Theory: an analysis of decision under risk. **Econometrica**, v. 47, p. 263-291, 1979.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. **Rápido e devagar**: duas formas de pensar. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

KAMLEITNER, B.; KIRCHLER, E. Consumer credit use: A process model and literature review. **European Review of Applied Psychology**, v. 57, n. 4, p. 267-283, 2007.

KATONA, G. **Psychological Economics**. New York: Elsevier Scientific Publishing, Company, 1975, 438p.

LIE, C.; HUNT, M.; PETERS, H. L.; VELIU, B.; HARPER, D. The “negative” credit card effect: credit cards as spending-limiting stimuli in New Zealand. **The Psychological Record**, v. 60, p. 399-412, 2010.

LO, H.Y.; HARVEY, N. Shopping without pain: Compulsive buying and the effects of credit card availability in Europe and the Far East. **Journal of Economic Psychology**, v. 32, p. 79-92, 2011.

MANSFIELD, P. M.; PINTO, M. B.; ROBB, C. A. Consumers and credit cards: A review of empirical literature. **Journal of Marketing and Marketing Research**, v. 12, p. 56-80, 2013.

MEIRELLES, V. M. **Atitudes, crenças e comportamentos de homens e mulheres em relação ao dinheiro ao longo da vida adulta**. 2012. 140p. Tese (Doutorado em Psicologia Clínica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

MENDES-DA-SILVA, W.; NAKAMURA, W. T.; MORAES, D. C. Credit card risk behavior on college campuses: evidence from Brazil. **Brazilian Administration Review**, v. 9, n. 3, p. 351-373, 2012.

MIOTTO, A. P. S. C. **Antecedentes e consequências da gestão das finanças domésticas**: uma investigação com consumidoras da classe C. 2013. 163 f. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo, 2013.

MOURA, Ana G. **Impacto dos diferentes níveis de materialismo na atitude ao endividamento e no nível de dívida para financiamento do consumo nas famílias de baixa renda do município de São Paulo**. 2005. 174 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2005.

MOURA, A. G.; ARANHA, F.; ZAMBALDI, F.; PONCHIO, M. C. As relações entre materialismo, atitude ao endividamento, vulnerabilidade social e contratação de dívida para consumo: um estudo empírico envolvendo famílias de baixa renda no município de São Paulo. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 2006, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.

PALAN, K. M.; MORROW, P. C.; TRAP, II, A.; BLACKBURN, V. Compulsive buying behavior in college students: the mediating role of credit card misuse. **Journal of Marketing Theory and Practice**, v. 19, n. 1, p. 81-96, 2011.

PONCHIO, M. C. **The influence of materialism on consumption indebtedness in the context of low income consumers from the city of São Paulo**. 2006. 175 f. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2006.

PONCHIO, M. C.; ARANHA, F. Materialism as a predictor variable of low income consumer behavior when entering into installment plan agreements. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 7, n. 1, p. 21-34, 2008.

PRELEC, D.; LOEWENSTEIN, G. The red and the black: mental accounting of savings and debt. **Marketing Science**, v.17, n.1, p.4-28, 1998.

A RELAÇÃO ENTRE O PARCELAMENTO DE COMPRAS COM CARTÃO DE CRÉDITO E A GESTÃO DO ORÇAMENTO PESSOAL

- RICHINS, Marsha L. The Material Values Scale: measurement properties and development of a short form. **Journal of Consumer Research**, Chicago, v. 31, n. 1, p. 209-219, 2004.
- ROBERTS, J.; JONES, E. Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 35, n. 2, p. 213-241, 2001.
- ROCHA, P. G. A. J. S. **O consumidor de cartão de crédito: valores esperado e real da fatura e intenção de reutilizar esse meio de pagamento**. 2007. 105 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo, 2007.
- ROGERS SILVA, P. **Psicologia do risco do crédito: análise da contribuição de variáveis psicológicas em modelos de credit scoring**. 2011. 232 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.
- ROOK, D. The Buying Impulse. **The Journal of Consumer Research**, v. 14, n. 2, p. 189-199, 1987.
- SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK Leslie L. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- SHEFRIN, C.; NICOLS, C. Credit card behavior, financial styles, and heuristics. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 8, p. 1679–1687, 2014.
- SOLL, J. B; KEENEY, R. L; LARRICK, R. P. Consumer misunderstanding of credit card use, payments, and debt: causes and solutions. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 32, n.1, p. 66-81, 2013.
- SOMAN, D. Effects of payment mechanism on spending behavior: the role of rehearsal immediacy of payments. **Journal of Consumer Research**, v. 27, n. 4, p. 460-471, 2001.
- SOTIROPOULOS, V.; D'ASTOUS, A. Social networks and credit card overspending among young adult consumers. **Journal of Consumer Affairs**, v. 46, n. 3, p. 457-484, 2012.
- SOTIROPOULOS, V.; D'ASTOUS, A. Attitudinal, self-efficacy, and social norms determinants of young consumers' propensity to overspend on credit cards. **Journal of Consumer Affairs**, v. 36, p.179-196, 2013.
- SOUZA, Marcos Aguerri Pimenta. **O uso do crédito pelo consumidor: percepções multifacetadas de um fenômeno intertemporal**. 2013. 118p. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações) - Universidade de Brasília, Brasília, 2013.
- THALER, R. Mental accounting and consumer choice. **Marketing Science**, v. 4, p.199-214, 1985.
- THALER, R; SUSTEIN, C. **Nudge: o empurrão para a escolha certa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- VELUDO-DE-OLIVEIRA, T. M.; IKEDA, A. A.; SANTOS, R. C. Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 44, n. 3, p. 89-99, 2004.
- WANG, J.; XIAO, J. J. Buying behavior, social support and credit card indebtedness of college students. **International Journal of Consumer Studies**, v. 33, p. 2-10, 2009.
- WANG, L.; LU, W.; MALHOTRA, N. K. Demographics, attitude, personality and credit card features correlate with credit card debt: A view from China. **Journal of Economic Psychology**, v. 32, p. 179-193, 2011.
- WICKRAMASINGHE, V.; GURUGAMAGE, A. Consumer credit card ownership and usage practices: Empirical evidence from Sri Lanka. **International Journal of Consumer Studies**, v. 33, n. 4, p. 436–447, 2009.
- WOOLDRIDGE, J. M. **Introdução à Econometria: Uma abordagem moderna**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2010.