



XXIV
Mostra
de Iniciação
Científica

SEMANA DO
CONHECIMENTO

A Universidade em movimento

De **7 a 10** de outubro de 2014



RESUMO

Perfil do endividamento por sexo em Passo Fundo

AUTOR PRINCIPAL:

Alessandra Biavati Rizzotto

E-MAIL:

alerizzotto@yahoo.com.br

TRABALHO VINCULADO À BOLSA DE IC::

Não

CO-AUTORES:

Amanda Guareschi

ORIENTADOR:

Amanda Guareschi

ÁREA:

Ciências Humanas, Sociais Aplicadas, Letras e Artes

ÁREA DO CONHECIMENTO DO CNPQ:

6.03.08.02-8

UNIVERSIDADE:

Universidade de Passo Fundo

INTRODUÇÃO:

Atualmente os indivíduos estão cada vez mais informados, além de possuírem oportunidades facilitadas para adquirir empréstimos e financiamentos em várias parcelas, destacam Pinto e Coronel (2013). E essa facilidade de tomar crédito tem contribuído para o endividamento das famílias. Esses autores explicam que diante de uma sociedade consumista e de um crescente cenário de endividados, estudos que se referem ao tema são importantes para as finanças comportamentais. O consumismo desenfreado dos indivíduos que fazem parte de uma sociedade capitalista permite que estes tenham uma sensação de liberdade econômica, autoconfiança, responsabilidade e controle sobre suas próprias vidas, salientam Advejus, Santos e Santana (2012). Para os autores, pessoas que não possuem conhecimento sobre finanças ou que não se interessam pelo assunto podem passar por problemas ao gerenciar suas despesas. Então, este resumo tem o objetivo de caracterizar o perfil do endividamento por sexo em Passo Fundo.

METODOLOGIA:

Quanto a metodologia, esse estudo se caracteriza como descritivo e explicativo. Conforme Prodanov e Freitas, (2013, p.127), uma pesquisa descritiva é aquela que visa a descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Já a pesquisa explicativa ocorre quando o pesquisador procura explicar os porquês das coisas e suas causas, por meio do registro, da análise, da classificação e da interpretação dos fenômenos observados. (PRODANOV, FREITAS, 2013, p.127). Esse estudo contou com o banco de dados do balcão do consumidor.

RESULTADOS E DISCUSSÕES:

O consumidor se endivida por vários fatores, tais como: dificuldade financeira pessoal, desemprego, falta de controle nos gastos, compras para terceiros, atraso no salário, comprometimento da renda com despesas supérfluas, redução na renda, doenças, má fé, sendo todos estes fatores agravados em época de crise econômica do país (FIORENTINI, 2004, apud, CLAUDINO, NUNES E SILVA, 2009, p.4)

A pesquisa sobre as Dimensões e Causas do Endividamento dos Consumidores de Passo Fundo- RS, mostrou que 56,21% do sexo feminino e 51,90% do sexo masculino pagam prestações em lojas. Constatou-se que as mulheres têm mais dívidas em lojas que os homens (FEACJR, 2013). A análise da relação entre sexo e se sabe o valor da dívida demonstra que 54,19% do sexo masculino e 45,18% do sexo feminino sabem o valor da dívida. Verificou-se que o sexo masculino é mais controlado com suas dívidas (FEACJR, 2013).

Analisando a relação entre sexo dos entrevistados e a forma de pagamento preferida, averiguou-se que as mulheres têm maior incidência de compras das duas formas (à vista e parcelado), e são mais propensas a parcelamentos que os homens. Ambos os sexos preferem comprar à vista a parcelado.

Tanto homens quanto mulheres preferem pagar com dinheiro suas compras à vista, seguido de cartão de débito e cheque. Verificou-se que os homens pagam mais com dinheiro e com cheque que as mulheres, essas, por sua vez, compram mais com cartão de débito que os homens.

Quando questionados se pesquisam o preço antes de comprar, 44,50% do sexo feminino e 43,93% do sexo masculino costumam pesquisar em lojas. Os entrevistados também responderam se costumam pedir descontos quando compram à vista, constatando-se que 79,43% do sexo feminino e 87,38% do sexo masculino pede desconto.

Em relação à decisão de compra demonstrou-se que 61,24% do sexo feminino e 70,56% do sexo masculino já tem a intenção de adquirir o produto, logo, os homens são mais equilibrados na hora de comprar, verificando seu orçamento.

CONCLUSÃO:

Concluiu-se que os homens são mais propensos a verificar o orçamento antes de adquirir um produto e pedem mais desconto nas compras à vista, tendo também mais controle em relação as suas dívidas. O sexo feminino costuma pesquisar mais o preço antes de comprar, têm mais tendência a parcelar e possui mais dívidas em lojas que o sexo masculino.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CLAUDINO, L. P.; NUNES, M. B.; SILVA, F. C. D. Finanças pessoais: um estudo de caso com servidores públicos. In: XXI SemeAd Empreendedorismo e Inovação, 2009, FEA- Universidade de São Paulo, São Paulo. Anais, p. 4-5.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 276 p.

Assinatura do aluno

Assinatura do orientador