



A INFLUÊNCIA DE PADRÓES DE CONSUMO NA INADIMPLÊNCIA DE JOVENS CONSUMIDORES

**Ana Clara de Moraes Costa,
Thyciane Santos Oliveira Pinheiro.**

RESUMO: A pesquisa analisou como os padrões de consumo influenciam a inadimplência entre jovens consumidores, considerando fatores comportamentais, sociais e econômicos. O estudo justifica-se pelo crescimento do crédito digital e pela intensificação das práticas de consumo mediadas pelas redes sociais, que estimulam o imediatismo e o uso do crédito como extensão da renda. A abordagem adotada foi quantitativa, realizada por meio de uma pesquisa de levantamento (*survey*), com a aplicação de um questionário online a 140 jovens do estado do Piauí, permitindo identificar perfis de consumo, hábitos financeiros e níveis de endividamento. Os resultados revelaram que a maioria dos participantes apresenta práticas de compra impulsivas, pouco planejamento financeiro e dificuldade em controlar gastos, evidenciando baixa literacia financeira. Promoções, necessidade e autocuidado foram os principais motivadores de compra, enquanto o uso de cartões e plataformas digitais destacou-se como a principal forma de crédito. Observou-se que a falta de planejamento e a impulsividade estão diretamente relacionadas à inadimplência, demonstrando que o comportamento financeiro dos jovens é fortemente influenciado por aspectos emocionais e socioculturais. A pesquisa evidencia que a educação financeira é essencial para prevenir o endividamento e promover hábitos de consumo mais conscientes e sustentáveis, além de auxiliarem gestores e educadores no desenvolvimento de programas de prevenção ao endividamento juvenil.

Palavras-Chave: Padrões de Consumo; Inadimplência; Jovens; Educação Financeira; Crédito digital.

ABSTRACT: The research analyzed how consumption patterns influence default among young consumers, considering behavioral, social, and economic factors. The study is justified by the expansion of digital credit and the intensification of consumption practices mediated by social media, which stimulate immediacy and the use of credit as an extension of income. A quantitative approach was adopted conducted through a survey with the administration of an online questionnaire applied to 140 young people from the state of Piauí, allowing the identification of consumption profiles, financial habits, and debt levels. The results showed that most participants display impulsive buying behavior, limited financial planning, and difficulty controlling expenses, indicating low financial literacy. Promotions, necessity, and self-care were the main purchasing motivators, while credit cards and digital platforms stood out as the main credit tools. The lack of planning and impulsivity were directly related to default, showing that young people's financial behavior is strongly influenced by emotional and sociocultural factors. The results indicate that financial education is fundamental for preventing indebtedness and for fostering more conscious and sustainable consumption habits, as well as supporting managers and educators in the development of programs aimed at preventing youth indebtedness.

Keywords: Consumption Patterns; Default; Young Consumers; Financial Education; Digital Credit.

1 INTRODUÇÃO

O consumo não deve ser exclusivamente associado a um simples recurso de acesso a bens e serviços, visto que, na contemporaneidade, ocupa posição de destaque na sociedade, como expressão de valores culturais e sociais. Dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (IBGE, 2024) evidenciam que fatores econômicos somados à hábitos, contextos sociais e culturais determinam a distribuição da renda familiar, influenciando padrões de consumo.

Nesse contexto, a ideia de consumir apenas por necessidade é ilusória, visto que o consumo se apresenta como uma forma de manifestação de personalidade, imposição de status ou sensação de pertencimento, abandonando o conceito restrito à aquisição de bens e sendo adotado como linguagem identitária, isto é, uma forma de “ser” e de se “mostrar” (Batista, 2023). Assim, fica evidente que o consumo movimenta a sociedade para além da esfera econômica, organizando relações e reforçando valores culturais, sobretudo em contextos caracterizados pela influência de publicidades e mídias sociais.

As práticas de consumo assumem função simbólica de distinção social. O conceito de consumo conspícuo, formulado por Veblen (1899), evidencia que a aquisição de bens pode servir como estratégia de reconhecimento e prestígio, reforçando padrões de consumo que frequentemente ultrapassam a capacidade financeira dos indivíduos.

No conflito entre autonomia e conformidade, o consumo pode ser utilizado como parte da construção de identidade, especialmente entre jovens, por se demonstrarem um público vulnerável, exposto constantemente às estratégias do marketing mediado pela indústria cultural, fazendo com que fiquem inseridos em lógicas de mercado que orientam desejos e estilos de consumo (Batista, 2023). Os jovens são marcados por características como impulsividade e imediatismo, que podem comprometer a tomada de decisões racionais, favorecendo práticas de consumo pouco estruturadas sem análise da capacidade de pagamento, cenário este que amplia a vulnerabilidade ao endividamento (Sabino, 2021).

A mídia tem responsabilidade significativa na construção da identidade dos jovens, uma vez que tem a capacidade de influenciar escolhas de consumo por meio da difusão de tendências e padrões de comportamento. Dessa forma, os modos de consumo, vinculados à indústria cultural e à mídia, evidenciam riscos ao reduzir a experiência social a lógicas mercadológicas, abrindo espaço para superficialidade e processos de alienação (Batista, 2023).

A digitalização do crédito viabilizou o acesso facilitado, com plataformas intuitivas e recursos de aprovação quase instantânea, o que intensifica o consumo imediato e amplia o risco de sobrecarga financeira. Jovens adultos e pessoas com renda intermediária correspondem à

população que mais recorre às *fintechs*, pois apresentam maior propensão ao uso frequente do crédito digital e, consequentemente, níveis mais elevados de risco de endividamento pessoal (Correia; Coleta, 2024).

Sendo assim, o público jovem, sugestionado pelo desejo de reconhecimento e pertencimento, é estimulado a consumir motivado por aparência e status. Conforme Bauman (2008), em uma sociedade regulada pelo consumo, o valor simbólico dos bens supera sua utilidade, e a busca por distinção, aliada à falta de planejamento financeiro favorece a inadimplência.

A inadimplência corresponde ao resultado da união entre aspectos econômicos, comportamentais e sociais, responsáveis por moldar decisões financeiras. Com o avanço das *fintechs* e marketing personalizado, este quadro é intensificado, demonstrando que o comportamento financeiro está cada vez mais condicionado por estímulos externos e práticas digitais (Correia; Coleta, 2024).

As consequências da inadimplência ultrapassam o campo financeiro, afetando tanto o equilíbrio macroeconômico quanto o bem-estar individual. O aumento do endividamento pessoal eleva a vulnerabilidade do crédito, restringe o consumo e amplia os custos financeiros (Banco Central do Brasil, 2025). No plano social, a lógica do consumo conspícuo (Veblen, 1899), leva os indivíduos a comprometerem seus recursos em função de padrões simbólicos, gerando frustração, insegurança e exclusão financeira (Sabino, 2021).

Dessa forma, a pesquisa visa responder ao seguinte questionamento: como os padrões de consumo influenciam a inadimplência entre jovens, considerando os fatores comportamentais, sociais e econômicos que orientam suas decisões financeiras? E tem como objetivo geral analisar como os padrões de consumo influenciam a inadimplência entre jovens, considerando os fatores comportamentais, sociais e econômicos que orientam suas decisões financeiras. Como objetivos específicos, busca-se identificar o perfil e os hábitos de consumo dos jovens, compreender os principais fatores que impactam o uso do crédito e o endividamento e identificar possibilidades de ações de educação e gestão financeira que promovam o consumo consciente e a estabilidade econômica desse público.

A realização desta pesquisa justifica-se pela insuficiência de estudos que analisem de forma integrada os fatores econômicos, sociais e comportamentais relacionados à influência dos padrões de consumo na inadimplência de jovens. Embora existam investigações que abordem a educação financeira (Sabino, 2021) e o acesso facilitado ao crédito por meio das *fintechs* (Correia; Coleta, 2024), ainda se observa uma lacuna teórica e prática quanto à compreensão conjunta desses elementos e seus efeitos sobre o comportamento financeiro

juvenil. Nesse sentido, o estudo busca contribuir para o avanço das discussões acadêmicas e subsidiar ações de educação financeira voltadas à prevenção do endividamento e à formação de uma cultura de consumo mais consciente entre os jovens.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Padrões de Consumo

2.1.1 Conceito de padrões de consumo

O consumo não se restringe ao atendimento de necessidades básicas ou capacidade de compra, mas está associado a contextos culturais, sociais e psicológicos. Segundo dados recentes da Pesquisa de Orçamentos Familiares (IBGE, 2024), a distribuição dos gastos familiares por faixa de renda evidencia que fatores econômicos interagem com valores culturais e hábitos sociais, influenciando a destinação dos recursos.

Em perspectiva internacional, pesquisas no campo do comportamento do consumidor indicam que as práticas de consumo estão em constante transformação, oscilando entre escolhas racionais e a perda de controle diante de pressões emocionais e mercadológicas (Leandro; Botelho, 2025). Assim, padrões de consumo devem ser compreendidos como construções multifacetadas, que envolvem tanto aspectos econômicos quanto simbólicos, tendo em vista a identidade juvenil como algo fluido, em construção, mediado por consumo simbólico, símbolos de pertencimento e participação em grupos culturais (Batista, 2023).

2.1.2 Características de padrões de consumo entre jovens

Estudos acerca de jovens consumidores, destacam limitações na educação financeira, impulsividade e imediatismo como práticas que favorecem padrões de consumo instáveis, ampliando a vulnerabilidade ao endividamento (Sabino, 2021). Além da função utilitária, os bens são frequentemente ressignificados como elementos de identidade e pertencimento, em consonância com o conceito de consumo conspícuo, no qual o ato de adquirir e ostentar bens traduz status social e diferenciação (Veblen, 1899). Assim, status e prestígio tornam-se atributos agregados às compras, intensificados pela publicidade e pelas mídias digitais.

Por sua vez, Bauman (2008) reforça essa visão ao considerar o consumo como eixo estruturante da vida social contemporânea, na qual os indivíduos buscam reconhecimento e integração por meio da aquisição de bens e serviços. As escolhas de consumo, portanto, configuram-se como marcadores identitários que aproximam indivíduos de grupos sociais com valores e práticas semelhantes.

2.1.3 Exemplos de estudo sobre padrões de consumo

Literaturas recentes ressaltam a relevância dos fatores emocionais e sociais na configuração dos padrões de consumo. Pesquisas internacionais apontam que as decisões de compra não estão condicionadas a critérios estritamente racionais, estando sujeitas a contextos de descontrole (Leandro; Botelho, 2025).

No cenário brasileiro, a literatura indica que a ausência de preparo em finanças pessoais e a presença de traços psicológicos como impulsividade resultam em padrões de consumo desordenados (Sabino, 2021). Complementarmente, estudos sobre o papel das *fintechs* demonstram que o acesso facilitado ao crédito e o marketing digital intensificaram as práticas de consumo, tornando o ambiente tecnológico um elemento central nas transformações contemporâneas (Correia; Coleta, 2024).

2.1.4 Causas dos padrões de consumo

As causas dos padrões de consumo envolvem dimensões múltiplas. No campo econômico, renda e acesso ao crédito determinam a capacidade de compra, frequentemente estimulando decisões imediatistas. Na dimensão psicológica, impulsividade e deficiência em educação financeira comprometem o equilíbrio orçamentário (Sabino, 2021).

Em termos socioculturais, a busca por pertencimento e reconhecimento social reforça práticas de consumo simbólicas, intensificadas pela publicidade e pelas redes digitais. O avanço tecnológico expande ainda mais esse processo ao oferecer crédito instantâneo e marketing personalizado, elementos que incentivam escolhas rápidas e, muitas vezes, desorganizadas (Correia; Coleta, 2024).

2.1.5 Consequências dos padrões de consumo

É possível destacar, entre as consequências mais notórias, a inadimplência, que surge do acúmulo de dívidas não quitadas, frequentemente associadas ao uso impulsivo do crédito. Essa condição restringe o acesso a novas linhas de financiamento e compromete a mobilidade social, além de refletir no equilíbrio do sistema financeiro. O Banco Central do Brasil (2025) destaca que o aumento do comprometimento da renda com dívidas reduz a estabilidade das famílias e amplia a vulnerabilidade do crédito, provocando retração do consumo, elevação dos juros e impactos sobre a economia.

No campo social e psicológico, a busca por status e pertencimento, reforçada por pressões de consumo, pode gerar frustração, ansiedade e insegurança. A presença de impulsividade e imediatismo intensifica as consequências negativas do consumo desorganizado, afetando não apenas a vida financeira, mas também a dimensão psicológica e social dos indivíduos (Sabino, 2021).

2.2 Inadimplência

2.2.1 Conceito de inadimplência

A inadimplência pode ser compreendida como a incapacidade de cumprir as obrigações financeiras assumidas dentro das condições e prazos contratados, comprometendo a relação entre consumidores e instituições de crédito. Segundo o Banco Central do Brasil (2025), a elevação da inadimplência compromete a solidez do sistema de crédito, restringindo a oferta de financiamentos e repercutindo no nível de consumo e no desempenho econômico.

No campo acadêmico, pesquisas relacionam a inadimplência à ausência de planejamento financeiro e ao baixo nível de literacia financeira, o que fragiliza o controle sobre gastos e favorece o acúmulo de dívidas (Contani, et al 2021). Essa condição favorece práticas de consumo desorganizadas, levando ao acúmulo de dívidas não quitadas e à exclusão de consumidores do mercado formal.

2.2.2 Características da inadimplência

A inadimplência caracteriza-se como um estado financeiro em que compromissos assumidos não são liquidados nos prazos ou condições estabelecidas, refletindo desequilíbrios entre renda, consumo e capacidade de pagamento. O Banco Central do Brasil (2025) monitora esse indicador como medida fundamental de estabilidade financeira, uma vez que o aumento das dívidas em atraso sinaliza fragilidade na gestão das finanças pessoais e pressiona o mercado de crédito.

Na esfera social, a inadimplência expressa um problema econômico e a vulnerabilidade de indivíduos e famílias diante de escolhas de consumo pouco planejadas. A falta de literacia financeira amplia a probabilidade de acúmulo de dívidas não quitadas, limitando a mobilidade social e restringindo o acesso a novas oportunidades de crédito (Contani, et al 2021).

2.2.3 Exemplos de estudos sobre inadimplência

Estudos que relacionam renda, acesso ao crédito e inadimplência mostram que o comprometimento elevado da renda com dívidas recorrentes, somado à instabilidade econômica, é um dos principais determinantes da incapacidade de pagamento (Nardi; Santos; Carvalho, 2025).

Em consonância, a pesquisa Alfabetização econômica e endividamento: quando hábitos superam o conhecimento (2023), publicada na Revista Econômica do Nordeste, aponta que possuir conhecimento financeiro não isenta a tomada de decisões de consumo inadequadas. Os autores destacam que hábitos enraizados, como o uso recorrente de crédito de curto prazo e a priorização de consumo imediato, muitas vezes se sobrepõem ao conhecimento adquirido, fragilizando a gestão orçamentária. Nesse sentido, a inadimplência não surge apenas da

ausência de educação financeira, mas também da dificuldade de transformar saberes em práticas, o que amplia a vulnerabilidade das famílias diante do endividamento (Silva; Parente; Mendes, 2023).

2.2.4 Causas da inadimplência

A insuficiência de habilidades financeiras dificulta a gestão de recursos pessoais, fragiliza o planejamento orçamentário e favorece decisões equivocadas no uso do crédito (Contani, et al 2021). Nessa perspectiva, a ausência de domínio sobre práticas de controle financeiro constitui uma das principais causas do não cumprimento das obrigações assumidas.

Outro fator relevante está relacionado ao avanço do crédito digital e das práticas de marketing personalizadas. Artigos acerca de análise sobre a relação entre o acesso a crédito, através de bancos digitais e *fintechs*, e a probabilidade de endividamento pessoal no Brasil, inferem que a oferta de crédito instantâneo por meio de plataformas digitais aumenta o risco de contratação sem análise criteriosa (Correia; Coleta, 2024). Esse cenário contribui para a formação de dívidas mal planejadas e, consequentemente, para a inadimplência.

2.2.5 Consequências da inadimplência

As consequências da inadimplência manifestam-se diretamente na esfera econômica, comprometendo o histórico de crédito e restringindo o acesso a financiamentos e serviços financeiros. O Banco Central do Brasil (2025) destaca que o aumento das dívidas em atraso eleva a vulnerabilidade do sistema de crédito, resultando em juros mais altos, retração do consumo e efeitos negativos sobre a atividade econômica. Além disso, a incapacidade de honrar compromissos financeiros gera barreiras adicionais à mobilidade social e pode levar à exclusão de consumidores do mercado formal.

No plano social e psicológico, a inadimplência ultrapassa a questão financeira ao impactar o bem-estar e as relações interpessoais. A pesquisa conduzida por Sabino (2021) sobre educação financeira e aspectos psicológicos mostra que a combinação de endividamento, impulsividade e imediatismo amplifica situações de insegurança e ansiedade, comprometendo a estabilidade emocional dos indivíduos. Assim, a inadimplência compromete não apenas a saúde financeira, mas também a estabilidade emocional e a inserção social dos indivíduos.

2.3 Relação entre Padrões de Consumo e Inadimplência

2.3.1 Conexão entre fatores comportamentais, sociais e econômicos

A relação entre padrões de consumo e inadimplência é marcada pela interação de fatores comportamentais, sociais e econômicos que moldam as escolhas financeiras. Do ponto de vista comportamental, características como impulsividade, imediatismo e deficiência em educação

financeira comprometem a tomada de decisão, trazendo por consequência práticas de consumo pouco planejadas e em maior propensão ao endividamento. O autor Sabino (2021) confirma que limitações cognitivas e psicológicas ampliam a vulnerabilidade ao acúmulo de dívidas em atraso.

No plano social e econômico, observa-se que a busca por status e pertencimento, associada à pressão por acompanhar tendências de consumo, reforça escolhas que frequentemente superam a real capacidade de pagamento. Esse quadro se intensifica diante do crédito facilitado e do comprometimento crescente da renda familiar com dívidas. O aumento da inadimplência das famílias reflete desequilíbrios entre consumo e capacidade de pagamento, ampliando os riscos tanto para os indivíduos quanto para a estabilidade do sistema financeiro.

Portanto, o aumento das dívidas compromete não apenas a estabilidade individual, mas também a do sistema de crédito, reforçando a relevância de investigar a relação entre padrões de consumo e inadimplência entre jovens.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Local da Pesquisa

A pesquisa foi realizada no estado do Piauí, localizado na região Nordeste do Brasil, abrangendo respondentes de diferentes municípios. A região foi escolhida por representar um contexto socioeconômico diversificado, no qual coexistem realidades urbanas e rurais, além de distintos níveis de renda e acesso a serviços financeiros. A amostra contemplou 140 jovens com idades entre 18 e 35 anos, incluindo homens e mulheres, com variação de renda, raça e níveis de escolaridade, o que contribuiu para uma representação mais ampla das experiências de consumo presentes no estado. Tais características tornam o Piauí um espaço relevante para a análise dos padrões de consumo e da inadimplência entre jovens, uma vez que o comportamento financeiro dessa população reflete, em grande medida, os desafios enfrentados por jovens brasileiros em condições semelhantes.

A escolha da amostra nessa localidade permite compreender como fatores culturais e estruturais, como acesso à educação financeira, renda e influência das mídias, impactam as práticas de consumo e o uso do crédito. Além disso, a difusão de novas tecnologias financeiras, como o uso de aplicativos bancários e *fintechs*, tem alcançado também os jovens piauienses, revelando um movimento de transformação econômica e digital que justifica a pertinência do estudo. Dessa forma, o local da pesquisa contribui para a análise de um fenômeno social

contemporâneo que, embora global, manifesta-se de maneira particular em cada realidade regional.

3.2 Procedimentos da Pesquisa

Este estudo classifica-se como uma pesquisa aplicada, pois busca não apenas compreender um fenômeno social, mas também propor reflexões e soluções práticas voltadas à educação financeira e à gestão responsável do consumo entre jovens (Gil, 2008). Com relação aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva, por ter como propósito identificar, registrar e analisar o comportamento de consumo e o perfil financeiro dos jovens participantes, sem a interferência do pesquisador (Vergara, 2009).

A abordagem adotada é quantitativa, uma vez que a pesquisa baseou-se na análise de dados numéricos obtidos por meio de um questionário estruturado com questões fechadas. Esse tipo de abordagem, conforme Lakatos e Marconi (2017), permite quantificar informações e identificar padrões de comportamento, possibilitando uma compreensão objetiva da relação entre consumo e inadimplência entre os jovens participantes.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, a investigação caracteriza-se como uma pesquisa de levantamento (*survey*), na medida em que se baseia na aplicação de um questionário online para coletar informações diretamente de um grupo específico de indivíduos. Esse método é amplamente utilizado nas ciências sociais aplicadas por permitir o acesso rápido a um número significativo de respondentes, garantindo a obtenção de dados representativos sobre opiniões, hábitos e atitudes. Conforme Gil (2008), esse tipo de pesquisa é eficaz quando se busca compreender padrões de comportamento em populações amplas, especialmente quando o fenômeno investigado é de natureza social e econômica, como o consumo e o endividamento.

3.3 População e Amostra

A população-alvo desta pesquisa compreende jovens consumidores residentes no estado do Piauí, com idades predominantemente entre 18 e 35 anos. A amostra foi composta por 140 participantes, selecionados por conveniência, tendo em vista a facilidade de acesso e a viabilidade de aplicação do instrumento de coleta de dados. Esse tipo de amostragem é comum em estudos exploratórios e descritivos, nos quais o objetivo principal é compreender tendências e comportamentos, e não necessariamente generalizar os resultados para toda a população.

A divulgação do questionário ocorreu por meio das redes sociais e aplicativos de mensagens, canais amplamente utilizados pelo público jovem. Esse formato favoreceu o alcance de respondentes de diferentes municípios piauienses, mantendo o anonimato e a

voluntariedade da participação. Dessa forma, buscou-se garantir uma amostra diversificada, composta por estudantes, trabalhadores e jovens em diferentes condições socioeconômicas, possibilitando um panorama mais abrangente da relação entre padrões de consumo e inadimplência.

3.4 Instrumentos de Coleta de Dados

O instrumento de coleta de dados consistiu em um questionário estruturado, elaborado a partir do referencial teórico sobre comportamento do consumidor, educação financeira e inadimplência. O questionário foi desenvolvido e disponibilizado por meio da plataforma Google Forms, ferramenta que permite ampla distribuição e praticidade no registro das respostas. Os itens que compõem o questionário aplicado estão descritos no Apêndice A, possibilitando a visualização integral do instrumento utilizado na pesquisa.

O instrumento foi composto majoritariamente por questões fechadas e de múltipla escolha, organizadas em blocos temáticos: perfil socioeconômico, hábitos de consumo, uso de crédito, controle financeiro e percepção sobre endividamento. Essa estrutura visou captar as variáveis que mais influenciam o comportamento financeiro dos jovens, permitindo uma análise consistente. As respostas foram registradas automaticamente pela plataforma, assegurando confiabilidade e integridade dos dados. O questionário permaneceu disponível para participação no período de 16 de setembro de 2025 a 07 de outubro de 2025, intervalo no qual foram obtidas as 140 respostas válidas utilizadas na análise.

A utilização do questionário online se mostrou adequada ao público-alvo, uma vez que os jovens demonstram familiaridade com tecnologias digitais e disposição para participar de pesquisas mediadas por dispositivos eletrônicos. Além disso, o formato digital reduz custos logísticos e facilita a tabulação dos dados, otimizando o processo de análise. Os dados foram tratados por meio de estatística descritiva, com cálculo de frequências e percentuais, permitindo identificar padrões de consumo, uso do crédito e incidência de inadimplência entre os participantes.

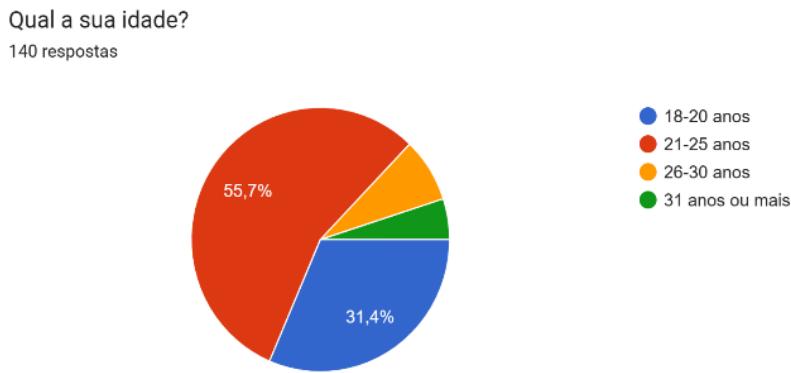
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Caracterização dos Participantes

A pesquisa contou com a participação de 140 jovens residentes no estado do Piauí, respondentes ao questionário aplicado por meio do *Google Forms* e divulgado online, que representam o público-alvo de jovens consumidores. A amostra demonstrou predominância de indivíduos na faixa etária entre 18 e 35 anos, configurando um grupo em transição para a

independência financeira e, portanto, mais suscetível a práticas de consumo impulsivo e endividamento. Observou-se equilíbrio entre os gêneros, o que possibilitou uma análise mais ampla das percepções e comportamentos relacionados ao consumo e ao uso do crédito.

Figura 1 – Distribuição dos participantes por faixa etária.



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A análise do perfil sociodemográfico é fundamental para compreender o contexto em que se inserem os padrões de consumo, visto que a renda, a idade e a condição educacional influenciam diretamente a tomada de decisão financeira (IBGE, 2024; Batista, 2023). Esses elementos permitem relacionar o comportamento do grupo com as condições econômicas e culturais que moldam suas práticas de consumo no cenário contemporâneo. Assim, compreender o perfil dos jovens piauienses permite contextualizar os padrões de consumo e suas implicações na saúde financeira individual e coletiva.

Figura 2 – Distribuição dos participantes por faixa de renda.



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

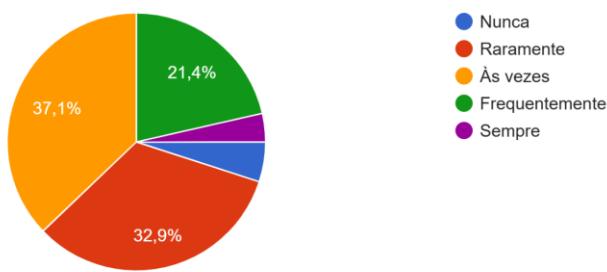
4.2 Padrões ou Hábitos de Consumo

Os resultados apontam que a maioria dos jovens realiza compras por impulso com relativa frequência, ainda que de forma moderada. Dentre os respondentes, 37,1% afirmaram

comprar por impulso às vezes, enquanto 21,4% o fazem frequentemente e 3,6% sempre. Apenas 32,9% declararam realizar compras por impulso raramente e 5% nunca. Esses dados demonstram que o comportamento impulsivo está presente no cotidiano dos jovens, ainda que com intensidades distintas. Tal tendência reforça o argumento de Sabino (2021), segundo o qual a impulsividade e o imediatismo são fatores psicológicos determinantes na formação de padrões de consumo instáveis e de risco, especialmente quando somados à carência de planejamento financeiro.

Figura 3 – Frequência de compras realizadas por impulso.

Com que frequência você faz compras por impulso (sem planejamento)?
140 respostas

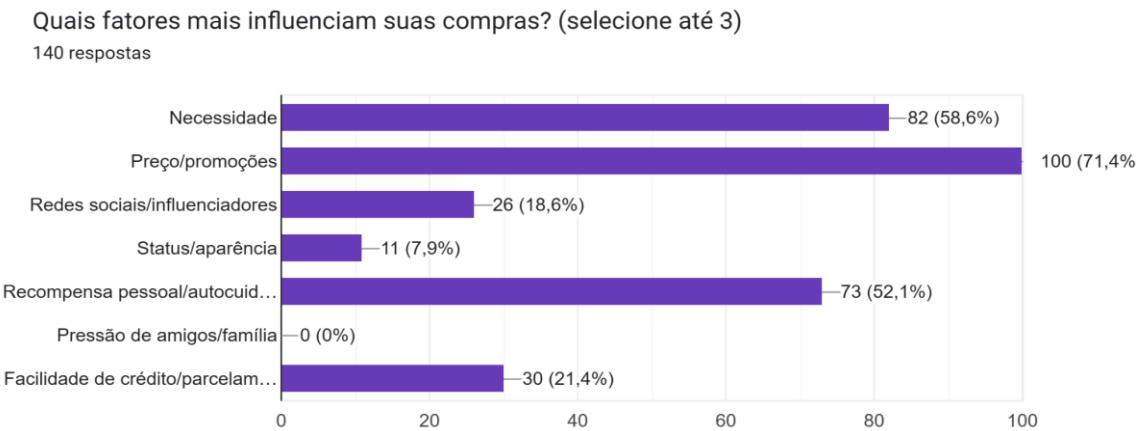


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Entre os fatores que mais influenciam as decisões de compra dos jovens, sobressaem as promoções e os descontos, seguidos pela necessidade real de consumo e pela busca por bem-estar e autocuidado. Aspectos como facilidade de crédito, influência das redes sociais e desejo por status também exercem papel relevante, ainda que em menor escala, revelando que as motivações para consumir transitam entre o funcional e o simbólico. Esses resultados apontam que, embora parte das compras seja guiada por demandas objetivas, há forte presença de impulsos emocionais e referências culturais que moldam o comportamento de compra.

Observou-se também que 42,9% dos participantes preferem comprar online, enquanto 23,6% ainda optam por compras presenciais e 33,6% compram em ambos igualmente, evidenciando a influência da digitalização e da praticidade na escolha do canal de consumo. Tais achados reforçam o papel central da mídia e da cultura de consumo na formação de desejos e identidades. Batista (2023) ressalta que o ato de consumir ultrapassa a esfera econômica, assumindo função de expressão social e de pertencimento, enquanto Bauman (2008) observa que, na modernidade líquida, o consumo tornou-se uma forma de reconhecimento e afirmação simbólica. Nesse contexto, as práticas de compra dos jovens refletem tanto as pressões externas de um mercado altamente midiático quanto a necessidade interna de auto afirmação e inserção social.

Figura 4 – Fatores que influenciam as decisões de compra.



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

4.3 Educação Financeira e uso do Crédito

Evidencia-se que uma parte considerável dos jovens não realiza controle sistemático dos próprios gastos, demonstrando fragilidade no planejamento financeiro e na análise prévia das condições de crédito. Embora 55% afirmem sempre verificar a taxa de juros antes de parcelar uma compra, 45% admitem fazê-lo apenas ocasionalmente ou nunca, o que revela comportamentos de risco e carência de hábitos consistentes de gestão orçamentária. Para Contani et al. (2021), a ausência de conhecimentos básicos em finanças pessoais compromete a capacidade de avaliação de riscos e contribui para o acúmulo de dívidas sem respaldo na renda disponível.

Figura 5 – Frequência de verificação da taxa de juros antes de contratar crédito.

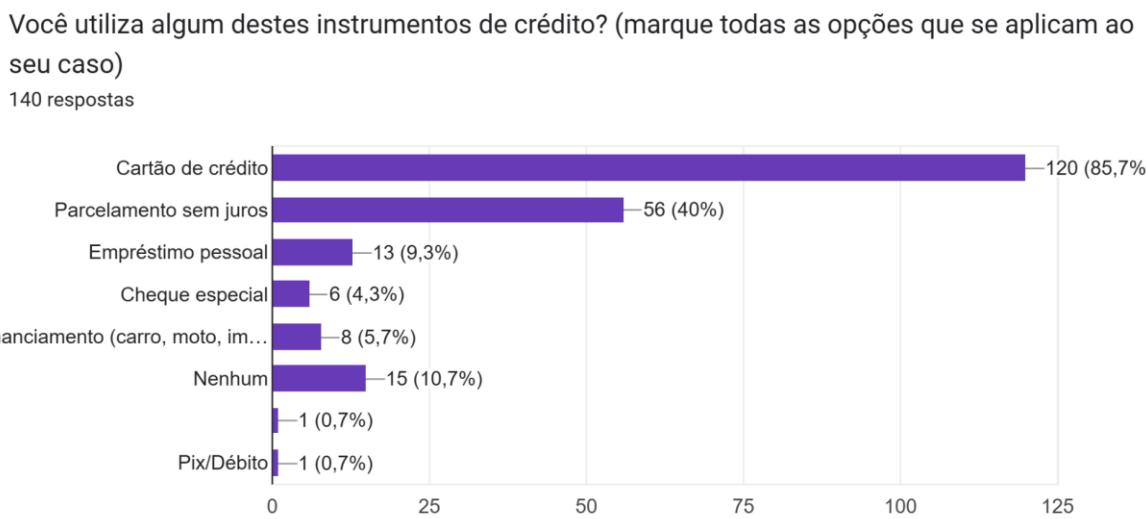


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Além disso, observa-se que o cartão de crédito é o instrumento financeiro mais utilizado, mencionado por 85,7% dos participantes, seguido pelo parcelamento sem juros (40%). Outros recursos, como empréstimos pessoais, cheque especial e financiamentos, aparecem em

proporções reduzidas, indicando uma preferência por modalidades de crédito de fácil acesso e menor burocracia. Esse comportamento reforça o cenário descrito por Correia e Coleta (2024), segundo os quais a digitalização e o avanço das *fintechs* facilitaram o consumo imediato, oferecendo crédito rápido e personalizado. Embora esse processo amplie a inclusão financeira, também intensifica a exposição dos jovens ao endividamento quando não há controle sobre o uso desses recursos.

Figura 6 – Utilização de instrumentos de crédito.



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

4.4 Relação entre padrões de Consumo e Inadimplência

Os resultados da pesquisa mostram que 31,4% dos jovens afirmam estar endividados, enquanto 60% dizem não possuir dívidas e 8,6% não souberam responder, o que indica que, embora a maioria ainda mantenha certo equilíbrio financeiro, uma parcela expressiva enfrenta dificuldades em cumprir seus compromissos. Essa condição reflete o impacto direto dos padrões de consumo sobre a gestão financeira, especialmente quando associada ao crédito fácil e à ausência de controle orçamentário. Como apontam Sabino (2021) e Correia e Coleta (2024), a impulsividade e o uso acrítico das facilidades digitais de crédito favorecem o descompasso entre consumo e capacidade de pagamento.

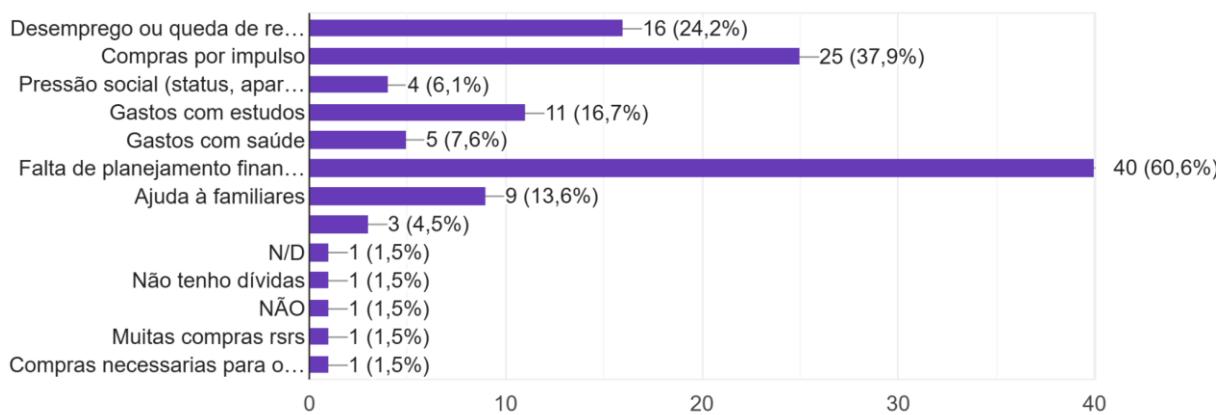
Entre os respondentes endividados, os principais fatores apontados foram a falta de planejamento financeiro (60,6%), seguida pelas compras por impulso (37,9%) e pelo desemprego ou queda de renda (24,2%), além de motivos secundários como gastos com estudos e ajuda a familiares. Esses resultados evidenciam que a inadimplência entre jovens não decorre

apenas de fatores econômicos, mas também de questões comportamentais e estruturais relacionadas à educação financeira e ao consumo simbólico. Em consonância com Silva, Parente e Mendes (2023), hábitos arraigados de consumo e decisões imediatistas frequentemente se sobrepõem ao conhecimento financeiro, resultando em descontrole orçamentário e aumento da vulnerabilidade à inadimplência.

Figura 7 – Relação entre impulsividade de consumo e inadimplência.

Se sim, quais os principais motivos que contribuíram para o seu endividamento? (marque todas as opções que se aplicam ao seu caso)

66 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

4.5 Consequências Econômicas e Sociais

Os efeitos da inadimplência ultrapassam a dimensão individual, repercutindo sobre a economia e o bem-estar social. De acordo com o Banco Central do Brasil (2025), o aumento do comprometimento da renda com dívidas reduz a estabilidade financeira das famílias, limita o acesso a novas linhas de crédito e afeta a atividade econômica como um todo. Esses impactos reforçam a necessidade de políticas de educação financeira voltadas à prevenção do endividamento precoce.

Além das implicações econômicas, as consequências psicológicas e sociais também se destacam. A pesquisa de Sabino (2021) mostra que a insegurança e a ansiedade estão entre os efeitos mais recorrentes do endividamento, afetando a qualidade de vida e as relações interpessoais. Esses efeitos encontram eco nos resultados obtidos, em que muitos jovens associam o desequilíbrio financeiro à falta de orientação e disciplina nos gastos. Mais de 40% afirmaram nunca ter recebido qualquer tipo de instrução sobre finanças pessoais, e a maioria reconheceu que maior acesso à educação financeira e controle pessoal seriam medidas

essenciais para evitar dívidas. Assim, o fenômeno da inadimplência entre jovens deve ser compreendido de forma ampla, incorporando dimensões econômicas, psicológicas e culturais que afetam tanto a autonomia quanto o bem-estar social.

4.6 Síntese dos Resultados

A pesquisa revela que os padrões de consumo e o nível de educação financeira estão intimamente ligados à incidência de inadimplência entre jovens. Fatores como impulsividade, imediatismo e crédito facilitado configuram-se como determinantes da instabilidade financeira. Esses resultados confirmam a importância de se compreender o consumo como prática social e não apenas econômica, conforme defendem Bauman (2008) e Veblen (1899).

Em suma, os dados reforçam a necessidade de estratégias de gestão e educação financeira voltadas ao público jovem, com foco na conscientização sobre o uso do crédito e no estímulo a hábitos de consumo responsáveis. Nesse contexto, ações de educação financeira tornam-se fundamentais para apoiar os jovens na organização de seus gastos e prevenir situações de endividamento, destacando a incorporação de conteúdos de educação financeira em espaços escolares e acadêmicos, abordando temas como orçamento pessoal, juros, uso do crédito e planejamento de gastos.

Oficinas, minicursos e palestras voltados ao público jovem, com exemplos práticos do cotidiano, podem contribuir para o desenvolvimento de habilidades básicas de gestão financeira. A elaboração de materiais digitais, como vídeos curtos, cartilhas e conteúdo para redes sociais, amplia o alcance das orientações e facilita o acesso à informação em formatos utilizados pelos jovens. Parcerias com bancos e *fintechs* igualmente fortalecem esse processo, ao disponibilizar ferramentas de controle financeiro e orientações sobre o uso consciente do crédito. Além disso, estimular o diálogo sobre finanças no ambiente familiar favorece a construção de hábitos responsáveis e auxilia na prevenção do endividamento precoce. A integração entre conhecimento financeiro, comportamento ético e planejamento pessoal constitui o caminho mais eficaz para reduzir o endividamento e promover estabilidade econômica e social de longo prazo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral da pesquisa consistiu em compreender como os padrões de consumo influenciam a inadimplência entre jovens consumidores, considerando fatores comportamentais, sociais e econômicos. O tema revelou-se relevante diante do crescimento do

crédito digital, do consumo mediado por redes sociais e do fortalecimento de uma cultura de imediatismo, características que afetam diretamente a forma como os jovens administram seus recursos e tomam decisões financeiras. A pesquisa buscou contribuir para o debate acerca da educação financeira e comportamento do consumidor, trazendo uma análise contextualizada da realidade de jovens piauienses, que refletem tendências observadas em todo o país.

Quanto aos objetivos específicos, o primeiro buscou identificar o perfil dos jovens consumidores e seus padrões de consumo, permitindo observar práticas de compra marcadas por impulsividade, influência das redes sociais e forte presença de motivações emocionais e simbólicas. O segundo objetivo, voltado a identificar os principais fatores que influenciam hábitos de consumo, uso de crédito e inadimplência, possibilitou reconhecer que a facilidade de crédito digital, as promoções e o comportamento de compra por impulso são decisivos para o surgimento do endividamento. Por fim, o terceiro objetivo, que propôs ações de gestão e educação financeira para reduzir a inadimplência entre jovens, ressaltou a necessidade de estratégias voltadas à educação financeira, com foco no planejamento orçamentário e na adoção de práticas de consumo mais conscientes e sustentáveis.

Os resultados evidenciaram que o comportamento de consumo entre jovens está fortemente influenciado por aspectos emocionais, sociais e simbólicos. A busca por pertencimento e reconhecimento, somada à impulsividade e ao acesso facilitado ao crédito digital, mostrou-se um dos principais fatores que conduzem ao endividamento. Parte significativa dos participantes afirmou realizar compras por impulso e ter dificuldades em manter o controle financeiro, o que confirma o que Sabino (2021) descreve como padrão de consumo instável e de alto risco. Além disso, observou-se que muitos jovens utilizam o crédito como extensão da renda, recorrendo a parcelamentos e cartões sem avaliar as taxas de juros, comportamento que reforça a vulnerabilidade financeira discutida por Correia e Coleta (2024).

A pesquisa também revelou lacunas significativas na formação financeira dos jovens. Grande parte dos respondentes relatou nunca ter recebido orientação sobre finanças pessoais, seja em casa, na escola ou em cursos, o que reforça a ausência de políticas educacionais voltadas à gestão de recursos e ao planejamento de gastos. Essa carência impacta diretamente a capacidade de tomada de decisão e aumenta a propensão ao endividamento, conforme apontam Contani et al. (2021). Para os participantes, o acesso à educação financeira seria o principal meio de evitar dívidas e reforçar a urgência de ações sistemáticas voltadas à alfabetização econômica.

Apesar dos resultados expressivos, reconhece-se que o estudo possui limitações. O recorte geográfico restrito ao estado do Piauí e a natureza predominantemente descritiva da

pesquisa limitam a generalização dos dados para outras regiões e contextos socioculturais. Além disso, a aplicação on-line do questionário impossibilitou uma análise mais profunda de percepções subjetivas e comportamentos financeiros em situações reais. Essas limitações, contudo, não comprometem a validade dos resultados, mas indicam caminhos para estudos futuros mais amplos e comparativos.

Recomenda-se que novas pesquisas explorem a relação entre consumo, crédito e saúde mental, aprofundando a dimensão psicológica do endividamento juvenil. Também se sugere o desenvolvimento de estudos que avaliem o impacto de programas de educação financeira nas escolas e universidades, especialmente no ensino médio e técnico, como estratégia preventiva ao endividamento precoce. Tais iniciativas podem fortalecer a autonomia dos jovens diante das pressões de consumo e contribuir para a formação de cidadãos financeiramente conscientes.

Este trabalho amplia o entendimento sobre os vínculos entre comportamento de consumo e inadimplência, articulando diferentes perspectivas, econômica, social e psicológica, sob um olhar voltado à juventude. Do ponto de vista prático, oferece subsídios para a formulação de estratégias de educação e gestão financeira voltadas a jovens consumidores, tanto em instituições de ensino quanto em políticas públicas. A reflexão proposta também contribui para o debate sobre consumo consciente e sustentabilidade econômica, temas fundamentais para o desenvolvimento social contemporâneo.

Assim, conclui-se que a inadimplência juvenil é um fenômeno multifacetado, resultante da interação entre cultura de consumo, impulsividade e deficiência de formação financeira. A superação desse quadro depende não apenas de medidas individuais de controle e disciplina, mas de um esforço coletivo voltado à promoção da educação financeira e à valorização de práticas de consumo responsáveis. Formar consumidores críticos e conscientes é, portanto, uma condição essencial para o equilíbrio econômico e o fortalecimento social.

REFERÊNCIAS

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Relatório de economia bancária 2025. Brasília: Banco Central do Brasil, 2025. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br>. Acesso em: 3 nov. 2025.

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

BATISTA, Thiago Frederik Mendes. Modos de consumo: a influência da indústria cultural na construção da identidade do jovem. *Revista de Estudos Interdisciplinares*, v. 9, n. 2, p. 45-60, 2023.

CONTANI, E.; RIBEIRO, S.; OLIVEIRA, A. Educação financeira e inadimplência: uma análise das causas e consequências do endividamento. *Revista Organizações e Sustentabilidade*, v. 10, n. 3, p. 88-104, 2021.

CORREIA, D.; COLETA, M. Fintechs e padrões de consumo: o impacto do crédito digital no comportamento do consumidor. *Revista Ciências Administrativas*, v. 30, n. 1, p. 122-138, 2024.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2022-2024: perfil dos gastos das famílias brasileiras. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LEANDRO, J. C.; BOTELHO, D. From order to chaos: how consumers lose control. *Journal of Consumer Research*, v. 52, n. 1, p. 25-42, 2025.

NARDI, A.; SANTOS, J.; CARVALHO, L. Endividamento das famílias brasileiras e fatores associados. *Revista de Economia Contemporânea*, v. 29, n. 2, p. 80-99, 2025.

SABINO, Fernanda Oliveira. O papel da educação em finanças e os fatores psicológicos na tomada de decisão financeira por jovens adultos. *Revista Organizações e Sustentabilidade*, v. 9, n. 1, p. 55-70, 2021.

SILVA, M.; PARENTE, F.; MENDES, R. Alfabetização econômica e endividamento: quando hábitos superam o conhecimento. *Revista Econômica do Nordeste*, v. 54, n. 3, p. 119-133, 2023.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 17. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VEBLEN, Thorstein. A teoria da classe ociosa. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Tradução da obra original *The Theory of the Leisure Class*, 1899).

APÊNDICE - A

Esta pesquisa integra um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) acerca da influência de padrões de consumo na inadimplência de jovens consumidores. O estudo busca analisar comportamentos de compra, formas de uso do crédito e fatores que podem contribuir para situações de endividamento.

A participação é voluntária e anônima, sem identificação individual, e os dados obtidos serão utilizados exclusivamente para fins de pesquisa.

1. Qual a sua idade?

- 18–20 anos
- 21–25 anos
- 26–30 anos
- 31 anos ou mais

2. Como você se identifica em relação ao gênero?

- Mulher
- Homem
- Pessoa não binária
- Outro: _____

3. Qual é a sua cor ou raça, de acordo com o IBGE?

- Branca
- Preta
- Parda
- Amarela
- Indígena

4. Qual é a sua escolaridade?

- Ensino fundamental
- Ensino médio
- Curso técnico
- Ensino superior em andamento
- Ensino superior completo
- Pós-graduação

5. Qual é a sua situação de trabalho no momento?

- Emprego formal (carteira assinada, servidor público)
- Trabalho informal / autônomo

- Estágio / bolsa
- Desempregado(a), procurando emprego
- Não procuro emprego
- Empreendedor(a)

6. Qual é a faixa de renda mensal da sua família?

- Até R\$ 2.000
- R\$ 2.001 a 4.000
- R\$ 4.001 a 7.000
- R\$ 7.001 a 12.000
- Acima de R\$ 12.000

7. Com que frequência você faz compras por impulso (sem planejamento)?

- Nunca
- Raramente
- Às vezes
- Frequentemente
- Sempre

8. Quais fatores mais influenciam suas compras? (selecione até 3)

- Necessidade
- Preço / promoções
- Redes sociais / influenciadores
- Status / aparência
- Recompensa pessoal / autocuidado
- Pressão de amigos / família
- Facilidade de crédito / parcelamento

9. Onde você costuma comprar mais?

- Lojas físicas
- Lojas online
- Ambos igualmente

10. Você utiliza algum destes instrumentos de crédito? (marque todas as opções que se aplicam ao seu caso)

- Cartão de crédito
- Parcelamento sem juros
- Empréstimo pessoal
- Cheque especial

() Financiamento (carro, moto, imóvel)

() Nenhum

() Outro: _____

11. Antes de parcelar compras ou contratar crédito, você costuma verificar a taxa de juros?

() Sempre

() Muitas vezes

() Às vezes

() Raramente

() Nunca

12. Você se considera atualmente endividado(a)?

() Sim

() Não

() Não sei dizer

13. Se sim, quais os principais motivos que contribuíram para o seu endividamento? (marque todas as opções que se aplicam ao seu caso)

() Desemprego ou queda de renda

() Compras por impulso

() Pressão social (status, aparência, redes sociais)

() Gastos com estudos

() Gastos com saúde

() Falta de planejamento financeiro

() Ajuda a familiares

() Outros: _____

14. Nos últimos 12 meses, você deixou de pagar alguma conta ou parcela por mais de 30 dias?

() Sim

() Não

15. Você já recebeu orientação ou educação financeira em casa, na escola ou em cursos?

() Sim, na família

() Sim, na escola/faculdade

() Sim, em cursos ou treinamentos

() Não recebi orientação

16. Em sua opinião, o que mais ajudaria os jovens a evitarem dívidas? (selecione até 2)

- Mais acesso à educação financeira
- Melhores condições de emprego e renda
- Menos apelos de consumo e publicidade
- Maior controle pessoal e disciplina
- Outro: _____