

Universidade Federal de Alfenas - UNIFAL-MG  
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas - ICSA

Gabryel Rodrigo Carvalho Nunes

**Como a economia comportamental  
pode auxiliar o controle dos impactos negativos  
do endividamento das famílias brasileiras**

Varginha - MG  
2021

Universidade Federal de Alfenas - UNIFAL-MG  
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas - ICSA

Gabryel Rodrigo Carvalho Nunes

**Como a economia comportamental  
pode auxiliar o controle dos impactos negativos  
do endividamento das famílias brasileiras**

Trabalho de Conclusão de PIEPEX  
apresentado como parte dos requisitos  
para obtenção do título de Bacharela em  
Ciência e Economia da Universidade  
Federal de Alfenas.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Batista  
Pereira

Varginha - MG  
2021

**Resumo:** O presente trabalho tem como objetivo compreender como a economia comportamental pode auxiliar o controle dos aspectos negativos do endividamento familiar, com o foco em ajudar os consumidores com escolhas mais assertivas. Além disso, o texto apresenta e analisa dados nacionais sobre o endividamento familiar entre os anos de 2010 a 2020. A metodologia utilizada é uma revisão bibliográfica, abrangendo notícias, blogs, sites de entretenimento, periódicos e livros. Como resultado, ao analisarmos o cenário econômico brasileiro, percebemos que o endividamento e o superendividamento ativo são um grande problema na atualidade, principalmente após a ampla liberação do crédito. Um dos principais motivos do endividamento familiar pode ser a má administração financeira e as influências que os consumidores são expostos no cotidiano, levando por muitas vezes a escolhas irracionais e como consequência um possível endividamento ou superendividamento ativo. Uma das soluções propostas para evitar esse cenário e a educação financeira com base na teoria comportamental, auxiliando na formulação de políticas e na formação de profissionais capacitados, para explicar um conteúdo que não abordasse apenas a educação financeira convencional, mas também o comportamento dos comerciantes e os meios de influências que estes possuem sobre os consumidores.

**Palavras-chaves:** Economia comportamental; Endividamento familiar; Superendividamento; Economia Brasileira.

**Abstract:** This paper aims to understand how behavioral economics can help control the negative aspects of family indebtedness, with a focus on helping consumers with more assertive choices. In addition, the text presents and analyzes national data on family indebtedness between the years 2010 to 2020. The methodology used is a bibliographic review, covering news, blogs, entertainment websites, periodicals and books. As a result, when analyzing the Brazilian economic scenario, we realize that indebtedness and active over-indebtedness are a major problem today, especially after the broad release of credit. One of the main reasons for family indebtedness may be financial mismanagement and the influences that consumers are exposed to on a daily basis, often leading to irrational choices and, as a consequence, possible indebtedness or active over-indebtedness. One of the proposed solutions to avoid this scenario and financial education based on behavioral theory, assisting in the formulation of policies and in the training of trained professionals, to explain content that does not only address conventional financial education, but also the behavior of traders and the means of influences they have on consumers.

**Ke-ywords:** Behavioral Economics; Family indebtedness; Over-indebtedness; Brazilian economy.

## Sumário

1.	Introdução.....	6
2.	Economia neoclássica.....	7
3.	Economia comportamental.....	9
4.	Análise sobre o endividamento das famílias brasileiras.....	11
4.1.	Endividamento e Superendividamento.....	11
4.2.	Endividamento entre os anos de 2010 a 2020.....	13
5.	Economia comportamental aplicada ao endividamento familiar.....	21
5.1.	Como prevenir o endividamento e o superendividamento ativo ?...24	
6.	Considerações finais.....	25
7.	Referências bibliográficas.....	26

## 1. Introdução

O objetivo geral deste trabalho é como a economia comportamental pode auxiliar o controle dos aspectos negativos do endividamento e do superendividamento familiar brasileiro. Tendo como objetivos específicos o conhecimento sobre as principais diferenças entre a economia neoclássica e a economia comportamental, conhecer um pouco sobre o endividamento e o superendividamento das famílias brasileiras, entender os principais motivos que causaram esse endividamento e o superendividamento das famílias brasileiras entre os anos de 2010 a 2020, e por fim, como a economia comportamental pode auxiliar os consumidores a conhecerem influências negativas na hora da compra.

Esse trabalho vai expor um pouco sobre como a economia comportamental atua e a importância que ela representa dentro da economia em geral. A contribuição teórica que a economia comportamental realiza em conjunto com a psicologia é de extrema importância nos dias atuais, pois ela busca compreender o comportamento humano, principalmente relacionado ao consumo, além de proporcionar estudos que podem estabelecer padrões e previsão de tendências. Com esses estudos, é possível analisar com mais eficiência grupos maiores e, com isso, compreender o comportamento de compra das pessoas de maneira geral. Para a economia e o marketing essa possibilidade é excelente, pois permite planejar formas mais eficazes de entender os consumidores (MARQUES, 2017).

O trabalho é uma revisão de literatura que utiliza ferramentas como Google Acadêmico, Scielo, IBGE, além da pesquisa de matérias em revistas, blogs, sites de entretenimento, livros e também a observação de dados reunidos sobre o assunto pelos órgãos envolvidos no mercado de economia.

O texto será dividido em quatro seções, além da introdução e das considerações finais. A primeira delas apresenta o que é economia neoclássica, definição e seus principais aspectos. A seção seguinte trata sobre a economia comportamental, definições, seus principais pontos e as principais diferenças em relação à economia neoclássica. A terceira seção é subdividida em dois subgrupos, o primeiro trata sobre o endividamento e o superendividamento, tratando sobre os principais aspectos e suas características. O segundo traz uma análise sobre o endividamento familiar brasileiro entre os anos de 2010 a 2020, levando em consideração os principais aspectos que possam causar o endividamento familiar. Por fim, a última seção trata sobre alguns vies e heurísticas da economia comportamental, que são utilizadas pelos comerciantes para influenciar os consumidores.

## 2. Economia Neoclássica

Um dos principais pressupostos da economia neoclássica é que os consumidores sempre tendem a maximizar sua utilidade a partir do princípio da racionalidade perfeita, ou seja, para obter um resultado mais eficiente, as emoções não são consideradas no processo de escolha, pois são fatores que interferem na escolha dos indivíduos (VARIAN, 2003).

Nesse sentido, a teoria neoclássica assume o conceito de *homo economicus*, o qual defende que o indivíduo tem capacidade suficiente para usar a razão para alcance do que constituiria seu ponto ótimo de utilidade, respeitando sua restrição orçamentária. Além disso, o conceito de *homo economicus* é baseado em cinco princípios, que são: o uso exclusivo da razão, o qual são desconsideradas todas as necessidades emocionais. O segundo princípio é o do mínimo esforço, o qual tende a evitar o esforço de forma desnecessária. O terceiro princípio é o de atemporalidade, o qual defende que o indivíduo vive o presente, considerando com um peso menor o passado e o futuro. O quarto princípio é o de informação, no qual é defendido (embora não por todos, desde a incorporação da assimetria de informações<sup>1</sup>) que o indivíduo é perfeitamente informado, com isso, sabe as consequências dos seus atos e por fim, o quinto e último princípio é o de universalidade, o qual defende que as decisões dos indivíduos são válidas em todas as épocas e lugares (AVILA, 2014).

Segundo a Microeconomia neoclássica, os indivíduos utilizam 100% da sua racionalidade quando adquirem algum bem ou serviço, sempre buscando escolhas perfeitas, cestas ótimas, tentando comprar sempre o máximo possível, tudo para alcançar a melhor escolha, levando em consideração a sua restrição orçamentária. Essa escolha é sempre feita utilizando uma racionalidade perfeita, ou seja, os consumidores nunca se arrependem por ter comprado alguma coisa, pois sempre querem satisfazer alguma necessidade ou vontade (VARIAN, 2003).

Sendo assim, é desenvolvido pelos consumidores, classificações de cestas de consumo de acordo com suas preferências, a partir disso, se torna possível analisar o comportamento do consumidor através de três axiomas fundamentais:

---

<sup>1</sup> Teoria das informações assimétricas é quando uma das partes possui mais informações que a outra, a assimetria pode ser considerada como uma falha e pode causar desequilíbrio no mercado (Suno artigos, 2019).

1. Preferências Completas: são cestas de bens e serviços, que os indivíduos conseguem comparar, sendo totalmente conhecidas, não existindo nenhuma novidade, com isso, o consumidor pode escolher entre elas.
2. Preferência Reflexivas: são as cestas de bens e serviços, na qual para o indivíduo é idêntica, ou seja, uma cesta é tão boa quanto ela mesma.
3. Preferências Transitivas: são cestas de bens e serviços, na qual se o consumidor preferir a cesta 1 em relação à cesta 2, e preferir a cesta 2 à cesta 3, então o consumidor prefere a 1 em relação a 3.

Além disso, os consumidores, na maioria das vezes, tendem a preferir cestas com quantidades maiores de uma mesma mercadoria, pois a cesta de consumo que se encontra na curva de indiferença mais distante da origem, que gera maior utilidade, que satisfaz a restrição orçamentária. Logo, a maximização de utilidade ocorre quando a curva de indiferença tangencia a restrição orçamentária, permanecendo com o mesmo nível de utilidade.

A função utilidade é caracterizada como o grau de satisfação que pode ser observada ao adquirirmos ou usarmos algum bem ou serviço. A análise da variação da função utilidade, permite analisar a satisfação de cada agente ao tomar suas escolhas, com isso, ela é muito utilizada para estudar as escolhas dos consumidores, quando estão expostos a vários bens e serviços. Os axiomas, que são considerados diferentes entre si e que os consumidores conhecem suas informações, como as preferências completas e transitivas, são atribuídos valores de utilidade diferente, sendo maior os da sua preferência e menor o outro, e quando os bens ou serviços são indiferentes entre si, como as preferências reflexivas, os valores atribuídos são os mesmos para ambos (VARIAN, 2003).

É importante ressaltar que o termo racionalidade ocupa dentro da economia um espaço de grande destaque. A formação do conceito de racionalidade vem do estudo do comportamento dos indivíduos, seu uso é indispensável para a elaboração de uma base teórica: “Parece ser acertado que a teoria da Economia deve ser baseada na racionalidade, como uma matéria de princípio” (STEINGRABER; FERNANDEZ, 2014, p. 86). Ou seja, mostra que qualquer teoria econômica, principalmente relacionada à microeconomia, deve definir como os agentes econômicos se comportam.

Além disso, a racionalidade desempenha um papel extremamente importante nas teorias econômicas, principalmente na perspectiva neoclássica. Pois, a racionalidade se



expressa no comportamento dos agentes, cuja motivação é, em geral, dada pelo auto-interesse, que é o interesse individual. Dessa forma, se compõe o conceito de comportamento racional, o qual está expresso de diversas maneiras na teoria neoclássica, como o auto-interesse como motivação para o comportamento, capacidade de realizar escolha entre diferentes alternativas e um conceito de utilidade que se relaciona e baliza o processo de escolha (ANDRADE, 2009).

### 3. Economia Comportamental

A teoria comportamental surge entre a junção da psicologia com a economia, por volta dos anos 1950, a qual tenta responder às "falhas" deixadas para trás na economia neoclássica, que trata sobre os agentes econômicos. Com isso, foi desenvolvido modelos que descrevem de maneira mais realista o comportamento do indivíduo, com o foco em realizar estudos relacionando as influências sociais, cognitivas e emocionais que ditam o comportamento dos indivíduos. Segundo ela, não utilizamos cem por cento da racionalidade quando agimos, ou seja, não utilizamos a racionalidade perfeita e pura que é defendida pelos economistas neoclássicos (ÁVILA; AVILA, 2014).

Os economistas comportamentais defendem que não temos todas as informações necessárias de um bem ou serviço, e as preferências dos indivíduos podem mudar, como é geralmente defendido pela teoria neoclássica, no que corresponde às preferências completas e transitivas. Isso ocorre pois não há conhecimento suficiente de todos os produtos disponíveis no mercado e de sua utilidade, e as preferências dos consumidores podem ser alteradas a qualquer momento, pois o ser humano é afetado todos os dias, com diversas informações e tudo em sua volta pode alterar sua escolha no momento da sua decisão (ADAMCZYK, 2013).

Com a ausência de informações e por considerar as emoções e os sentimentos, a economia comportamental coloca em debate vários argumentos utilizados pelos economistas neoclássicos, como a função utilidade e as curva de indiferença não (ou pouco) mutáveis, as decisões ótimas, e com essa ausência de informações coloca as preferências com instáveis.

A economia comportamental passou a ser debatida quando houve uma tentativa de mudança por parte de alguns autores. Herbert Simon, por exemplo, defendeu o uso de modelos que utilizavam mecanismos cognitivos para analisar o comportamento dos indivíduos. Simon cunhou o termo "racionalidade limitada" (*bounded rationality*) para sumarizar a proposta de que em função de limitações cognitivas nossa mente não consegue

solucionar problemas dentro dos padrões exigidos por um comportamento economicamente racional (ÁVILA; AVILA, 2014).

É utilizado como base o fato de que os seres humanos tomam suas decisões através de emoções, sentimentos e hábitos. Porém, essas decisões podem ser alteradas a todo o momento durante sua escolha, ou após a escolha quando o consumidor pode se sentir arrependido por ter feito essa escolha. Na prática, ela mostra que este indivíduo tem dificuldade de estabelecer relações de benefício a médio e longo prazo porque tem o desejo de que a compra se mostre satisfatória para aquele momento específico. Podemos dizer que é um conceito que visa conhecer com mais profundidade as relações de compra que têm mais ligação com a vida real dos indivíduos.

É válido ressaltar que muitos economistas atribuem várias das características desta ciência ao trabalho proposto por Adam Smith em *Teoria dos Sentimentos Morais*<sup>2</sup>, o qual são encontradas várias passagens em que ele utiliza conceitos psicológicos para explicar a economia. Muitos economistas consideram Smith como o primeiro a pesquisar e escrever sobre economia comportamental, utilizando muitas de suas teorias como base em seus estudos (MARQUES, 2017).

Apesar de ser uma área relativamente nova dentro da economia, a economia comportamental já possui uma vasta linha de pesquisa. Os temas mais discutidos estão ligados principalmente à questão de tomada de decisões. Thaler<sup>3</sup> juntamente com Sunstein<sup>4</sup> criaram o termo “*nudges*” que significa “cutucada”, ligado a arquitetura da escolha, cujo objetivo é a organização do contexto no qual as pessoas tomam decisões, com a finalidade de influenciá-las de forma previsível pela ciência. Na prática, seria como uma cutucada ou orientação, podendo ser definida como qualquer característica que altere o comportamento das pessoas de maneira previsível sem proibir nenhuma opção (THALER; SUNSTEIN, 2008).

Além desses termos, os avanços dentro da psicologia juntamente com os estudos sobre economia comportamental têm proporcionado grandes descobertas sobre o comportamento do consumidor. Muitas dessas descobertas têm sido utilizadas para tratar transtornos psicológicos

---

<sup>2</sup> Teoria dos sentimentos morais é o primeiro livro escrito por Adam Smith, em 1759, no qual ele se aprofunda em uma análise dos princípios pelos quais os homens julgam, naturalmente, a conduta e o caráter dos outros e de si próprio.

<sup>3</sup> Richard H. Thaler é um economista que estuda economia comportamental e finanças, ganhador do prêmio Nobel de Economia em 2017.

<sup>4</sup> Cass Sunstein é um advogado que estuda economia comportamental, e junto com Richard Thaler criou o termo “nudges”.

e distúrbios, como por exemplo a onimania, mais conhecida como consumo compulsivo (DUARTE, 2017). Outra área que utiliza muito das descobertas sobre a economia comportamental é o Marketing, pois um de seus objetivos principais é entender o porquê as pessoas compram certos objetos, com isso as empresas utilizam essas descobertas para aumentar suas vendas e obterem mais lucros (SOUZA, 2012).

#### **4. Análise sobre o endividamento familiar brasileiras**

##### **4.1. Endividamento e Superendividamento**

O endividamento familiar é caracterizado quando algum membro ou agregado familiar está com o saldo devedor, podendo ser apenas uma dívida ou mais. O nível de endividamento das famílias brasileiras, ao longo dos anos, vem crescendo significativamente. Santos e Silva (2014) acreditam que o nível de endividamento familiar é impulsionado pelo consumo, através dos incentivos, como o crédito. Porém, a diminuição da renda, o aumento do desemprego, a ausência de uma educação financeira também são considerados como vilão do endividamento familiar brasileiro.

O índice de inadimplência que corresponde a falta de cumprimento de uma obrigação econômica e o índice de endividamento familiar são as famílias que não conseguem pagar suas dívidas, constituindo, assim, em um dos principais índices de endividamento do país. Atualmente, parcela expressiva dos brasileiros está com dívidas bem maiores que a renda familiar. Esse estado de endividamento crítico, superior ao normal, é denominado de “superendividamento”.

O superendividamento, segundo Marques (2010) pode ser definido como:

O superendividamento pode ser definido como a impossibilidade global do devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluindo as dívidas com o Fisco, oriundas de delito e de alimentos) em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio (MARQUES, 2010).

Com isso, o cidadão que não consegue pagar suas dívidas, provenientes de consumo, crédito, entre outros, em um tempo razoável é considerado um consumidor superendividado.

É importante ressaltar a diferença entre endividamento e superendividamento. Segundo Giacomini (2012, p. 605), “o endividamento significa ter dívidas, ou seja, adquirir bens ou serviços parcelados que, no entanto, podem ser compatíveis com a renda”, além disso, o endividamento faz parte da economia contemporânea, além de ser algo dinâmico e que movimenta a economia do país. Em contrapartida, o superendividamento, segundo Lima (2014), é a situação de impossibilidade do devedor em pagar todas as suas dívidas, atuais e futuras, com seu patrimônio e rendimento, causando grandes problemas na sociedade.

É válido ressaltar que um consumidor superendividado não significa, simplesmente, não ter dinheiro em um determinado período, mas sim, a condição de não conseguir manter seus compromissos financeiros em dia, oriundos de contrato de crédito ou consumo, sem comprometer seus custos mensais de sobrevivência, como alimentação e moradia, ou seja, o padrão básico da vida (OLIVEIRA; TEIXEIRA; KLABUNDE, 2020).

O superendividamento pode ser classificado como Ativo ou Passivo, e dentre os ativos, existem dois subgrupos chamados de consciente e os inconscientes (MAXIMILIAN, 2015).

O superendividamento ativo é causado por um acúmulo de dívidas, que o consumidor adquire por impulso ou por uma má gestão do orçamento familiar, ou seja, o superendividado ativo gasta mais do que ganha, provocando gastos que não conseguirão quitar. Porém nem todos os superendividados ativos agem de má-fé, com isso, são subdivididos em dois grupos, segundo Giacomini (2012):

1. Superendividados Ativos Conscientes: São aqueles que agem de má-fé, conscientemente, contrai dívidas sabendo que não poderão quitá-las.
2. Superendividados Ativos Inconscientes: São aqueles que agem por impulso ou descuido financeiro, e como consequência, contraem dívidas que não podem arcar, porém, não têm a intenção de inadimplir (GIACOMINI, 2012)

Já o superendividamento passivo é causado por fatores imprevisíveis, tais como desemprego repentino ou perda de atividade remunerada, atraso de salários, acometimento de doenças graves em si ou em familiar, separação ou divórcio, acidentes de trânsito ou trabalho, mudanças em termos contratuais, como juros, câmbio ou algum outro indexador, entre outros fatores que estão além do controle e da previsibilidade. Esses superendividados passivo, atribui-se diversas consequências por conta dos imprevistos humanos, e por conta disso, são

expostos a uma série de implicações, pois como estes já estão endividados, não conseguem crédito e com isso acabam comprometendo ainda mais sua renda que por muitas vezes afetam sua própria subsistência (OLIVEIRA; OLIVEIRA; SILVA, 2019).

O superendividamento é extremamente preocupante para a saúde econômica de um país e para a saúde das pessoas. A situação em estar superendividado causa uma extrema preocupação, e por consequência pode trazer algumas doenças psicológicas, como ansiedade, depressão, insônia, entre outras. Além do próprio problema prático de comprometer o orçamento e impedir a manutenção do padrão de vida familiar.

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) junto com os especialistas em defesa do consumidor, por preocupação das famílias superendividadas, está elaborando uma petição para a inclusão de dois novos capítulos no código de defesa do consumidor, cujos objetivos são:

1. Trata da prevenção ao endividamento, como regras sobre a necessidade de total transparência na publicidade e na oferta do crédito tornando os riscos mais evidentes, a proibição de o fornecedor assediar consumidores, principalmente idosos, analfabetos, enfermos ou com alguma vulnerabilidade, a importância de que a real capacidade de pagamento do potencial tomador de crédito seja analisada e formas de conciliação judicial e extrajudicial, dentre outras medidas.
2. O segundo, visa garantir melhores condições para negociação da dívida com as instituições financeiras, de forma que a pessoa física endividada consiga voltar a pagá-la dentro de suas capacidades (IDEC, 2021)

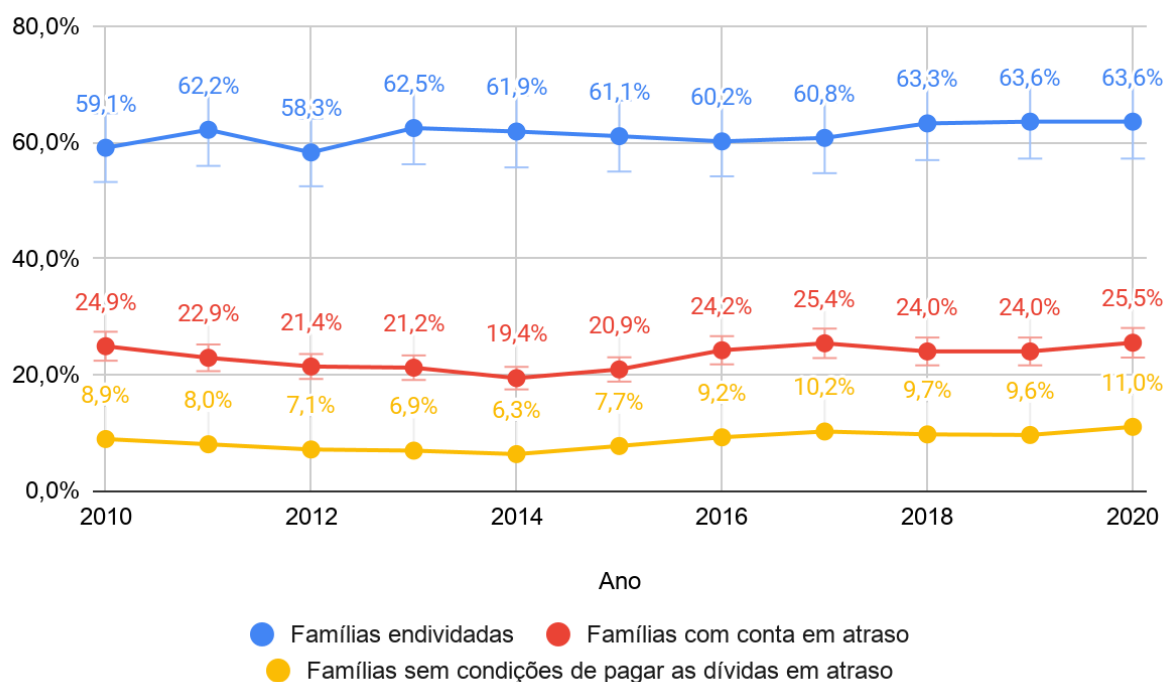
Com essa iniciativa, em deixar com maior transparência os riscos, fazendo com que o crédito seja analisado de forma judicial e extrajudicial e garantindo que as negociações de dívidas sejam mais fáceis e dentro das formas de pagamento possível para esses superendividados, a esperança é que ao longo do tempo diminua o nível do endividamento e superendividamento ativo no Brasil (IDEC, 2021).

#### **4.2. Endividamento entre os anos 2010 a 2020**

A falta de um planejamento financeiro, a situação econômica do país, os altos níveis de desemprego, o crédito e as questões psicológicas e comportamentais, podem explicar parte desse aumento expressivo no nível de endividamento das famílias brasileiras.

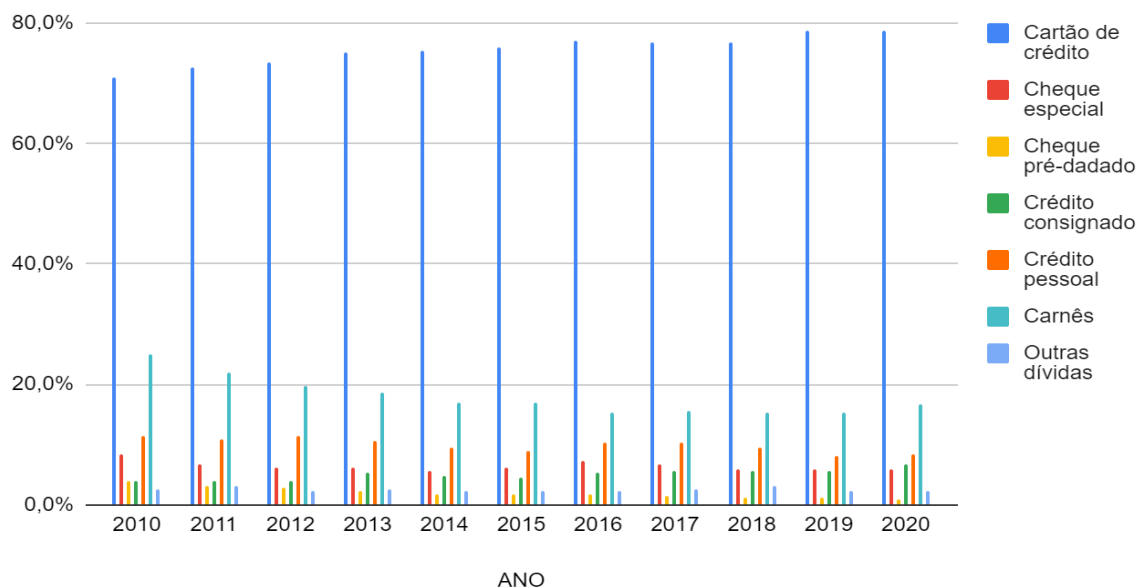
De acordo com a Pesquisa Nacional de Inadimplência do Consumidor (Peic), realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a proporção média de endividados e os principais motivos deste endividamento, vem trazendo grandes preocupações. Será analisado a partir de 2010, pois a série histórica começou nesse período, como mostra as tabelas abaixo:

**Gráfico 1 – Principais indicadores do nível de endividamento familiar entre os anos 2010 a 2020**



Fonte:Peic/CNC

**Gráfico 2 - Os principais motivos do endividamento das famílias brasileiras entre os anos de 2010 a 2020**



Fonte: Peic/CNC

Como podemos observar nos gráficos 1 e 2, o percentual das famílias endividadas nos anos de 2010 a 2011 foi bastante peculiar em comparação aos outros anos analisados. Nestes anos, mesmo não sendo os detentores dos maiores índices de famílias endividadas, mostrou uma grande porcentagem de famílias com contas em atraso. As principais contas que não foram pagas na data certa, causando uma possível inadimplência dos consumidores, foi o Cheque especial que é um crédito automático possibilitado ao cliente pelo banco. Porém, esse crédito tem uma das maiores taxas de juros, chegando até 400% ao ano, causando um aumento significativo no nível de inadimplência no Brasil.

Outro fator que causou um aumento significativo na inadimplência dos brasileiros foi o cheque pré-datado, que corresponde a uma operação de crédito na qual o comprador emite vários cheques, que no total dão o valor equivalente ao total da compra, com datas pré-definidas. O problema do Cheque pré-datado é que o comprador não tem garantia nenhuma que o vendedor vai descontar os cheques nas datas pré-determinadas. O crédito pessoal, também causou um aumento do endividamento nesses anos, ele é caracterizado por um empréstimo que tem o limite pré-aprovado e usado quando se gasta mais do que o

disponível na conta corrente, os juros do cheque pessoal também são caracterizados por taxas bem altas, chegando até 300% ao ano (NUBANK, 2020).

O cartão de crédito, cujo as taxas de juros são uma das maiores do país, chegando a 270,3% ao ano segundo o banco central, pode ser apontado como um dos principais causadores do endividamento das famílias brasileiras, ele é caracterizado como uma forma de pagamento eletrônico, diminuindo a circulação de dinheiro vivo em “espécie”. Analisando o gráfico 2, podemos observar que esse fator teve um aumento gradativo ao longo dos anos, correspondendo a 78,7% do motivo das famílias estarem endividadas em 2019.

Em 2016, com o surgimento dos bancos digitais no Brasil, como por exemplo o Nubank e o Inter, ficou fácil conseguir um cartão de crédito, principalmente para a população de baixa renda. Porém, essa facilidade pode ter contribuído para o aumento do endividamento e do superendividamento ativo brasileiro, como mostra o gráfico 1, o percentual de famílias sem condições de pagar suas contas deu um salto de 7,7% para 9,2% em 2016 e para 10,2% em 2017.

Essa estratégia de liberar o crédito para pessoas com baixa renda já vem sendo utilizada há bastante tempo, como escrevem os autores Sbicca; Floriani; Juk (2012):

Os bancos estão atentos às possibilidades de crescimento do segmento cartão de crédito nas faixas de renda mais baixas. Fernando Chacon, diretor de Marketing e Cartões do Itaú, divulgou em relatório de outubro de 2007 a delimitação do público-alvo das empresas de cartão de crédito - população urbana, com idade superior a 18 anos e renda mensal mínima de R\$250,00. Em dezembro de 2009, tal rendimento seria equivalente a R\$294,48, próximo dos 5% com menor renda no país à época e com penetração de cartões de crédito em torno de 5% desta população (SBICCA; FLORIANI; JUK, 2012)

O crédito consignado, que corresponde a um empréstimo que é descontado direto da folha de pagamento, atualmente pode ser descontado até 30% do salário total dos trabalhadores. Como pode ser observado no gráfico 2, ele teve um crescimento gradativo ao longo dos anos, chegando a 6,6% das causas dos endividamentos em 2020.

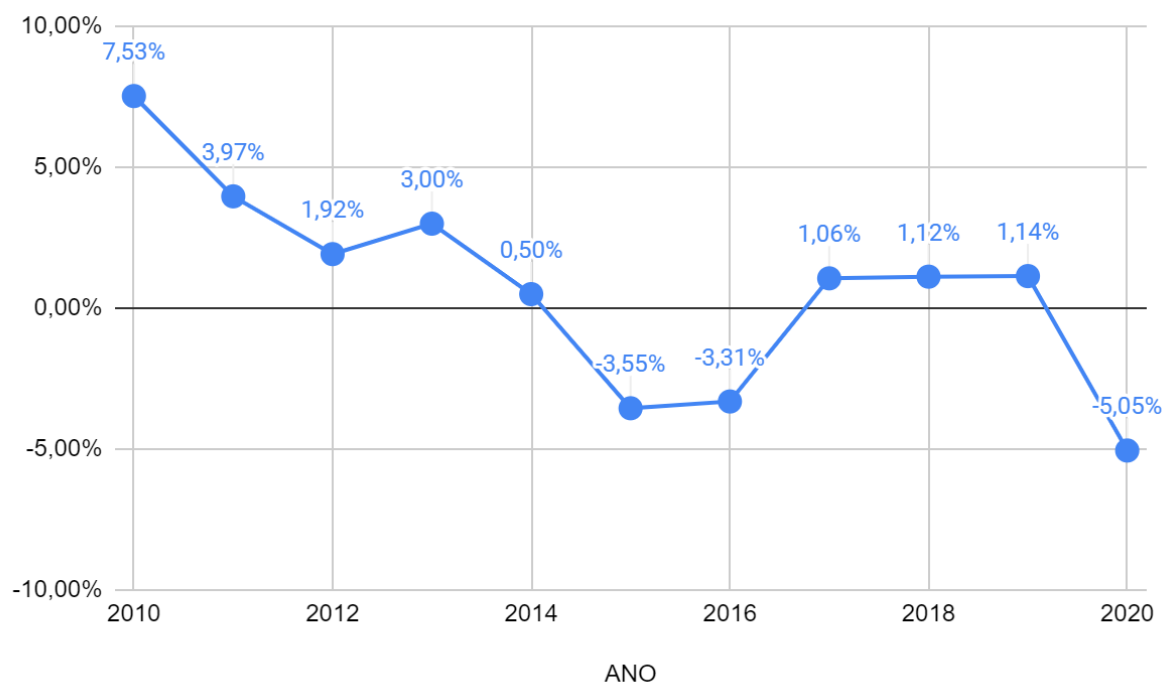
O problema do crédito consignado é que ele é de caráter obrigatório e irreatável, ou seja, não existe a opção de quem o solicitou, em deixar de pagar e escolher outra conta de maior urgência ou necessidade para pagar, como ocorreria em outras modalidades de empréstimos. Segundo dados da pesquisa de orçamento familiar, publicados pelo IBGE, as famílias tendem a gastar com o básico para o padrão de vida (habitação, alimentação,



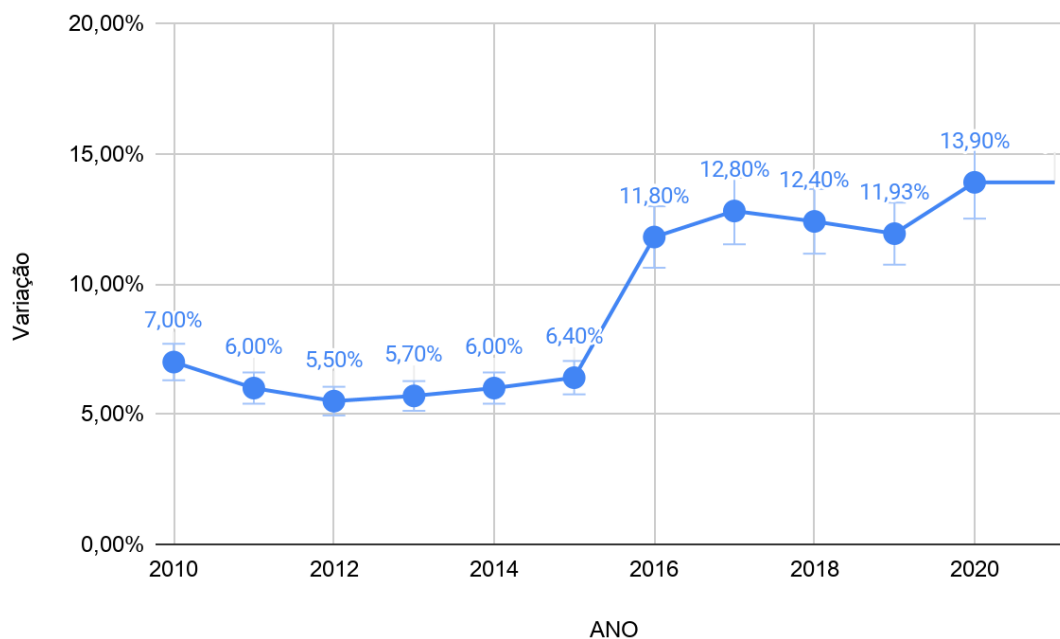
transporte) 72,8% da renda familiar, com isso, faltará recursos necessários para suprir as necessidades básicas do cotidiano (LINS; PIMENTEL, 2019).

Por fim, os carnês que são utilizados em compras feitas a prazo, que devem ser pagas periodicamente, também ajudaram no aumento dos níveis de endividamento nos anos de 2010 e 2011.

**Gráfico 3 – Variação anual do PIB total brasileiros entre os anos os anos de 2010 a 2020**



Fonte: IBGE

**Gráfico 4 - Variação anual do desemprego brasileiro entre os anos de 2010 a 2020**

Fonte: IBGE

Como podemos observar nos gráficos 3 e 4, entre os anos de 2010 e 2011 houve um aumento significativo no PIB brasileiro, e as taxas de desemprego, que são as pessoas em idade ativa que estão procurando emprego, foram de 7,0% e 6,0%, respectivamente. Esse cenário pode ter facilitado um endividamento familiar, pois com um aumento contínuo do crédito, como aconteceu em 2010, permite que a maioria dos setores mantenha ou aumente suas vendas e, portanto, sua força de trabalho. Adicionalmente, gera uma queda no desemprego e um aumento nos salários e preços, o que causa uma expansão ainda maior do crédito para manter este ciclo.

Em meados de 2014 teve início uma grande recessão econômica, fazendo com que nos dois anos consecutivos seguintes tivessem um recuo no PIB brasileiro. Essa crise foi provocada inicialmente pelo fim do ciclo de altas dos preços das commodities<sup>5</sup> no mercado internacional. O Brasil é um grande exportador de commodities, e esse fim do ciclo de altas dos preços das commodities internacionais afetou significativamente a economia brasileira diminuindo o PIB brasileiro e aumentando o desemprego. Além disso, o boom do crescimento

<sup>5</sup> Commodities são produtos utilizados como matéria-prima, produzidos em escala que podem ser estocados sem a perda da qualidade, como por exemplo o café e a soja.

mundial dos países em desenvolvimento estava acabando e com os escândalos da investigação, denominada "Lava jato", prejudicaram ainda mais a economia brasileira.

O ano de 2015 e 2016 foi marcado por um alto índice de endividamento das famílias e uma recessão econômica extremamente significativa. O PIB em 2015 e 2016, obteve uma variação negativa, chegando em - 3,55% e -3,31% respectivamente. Além disso, as famílias sem condições de pagar suas dívidas em atraso, tiveram um dos maiores percentuais analisados, chegando em 9,2% em 2016 e 10,2% em 2017. Esse cenário gerou grandes preocupações, pois com ele foi desenvolvido o superendividamento passivo, que é caracterizado quando o consumidor é pego pelo imprevisto do cotidiano, não tendo a intenção em ser inadimplente.

Essa crise entre 2015 a 2017, por conta das altas taxas de desemprego, trouxe um aumento do trabalho precário, que é definido por Kalleberg (2009), como:

Por trabalho precário quero dizer trabalho incerto, imprevisível, e no qual os riscos empregatícios são assumidos principalmente pelo trabalhador, e não pelos seus empregadores ou pelo governo. Exemplos de trabalho precário incluem atividades no setor informal e empregos temporários no setor formal. O trabalho precário não é novidade e existe desde o início do trabalho assalariado. No entanto, forças sociais, econômicas e políticas que têm operado durante várias décadas tornaram o trabalho mais precário no mundo inteiro (KALLEBERG, 2009)

O trabalho precário traz uma insegurança econômica aos trabalhadores, pois estes não possuem garantia de uma renda fixa no fim do mês, além de contribuir para o aumento da desigualdade social e econômica (KALLEBERG, 2009).

Entre os anos de 2018 e 2019, a economia brasileira voltou a crescer bem lentamente, os níveis de famílias endividadas e de famílias sem condições de pagar suas dívidas diminuíram, com isso houve uma pequena diminuição nos índices de endividamento brasileiro. Um outro ponto que pode ser analisado é que a variação anual do PIB voltou a crescer e as taxas de desemprego caíram. É válido ressaltar que em 2019 houve um crescimento significativo no aumento da dívida causada pelo cartão de crédito, podendo caracterizar um endividamento causado por uma pequena recuperação da economia.

Já o ano de 2020 foi extremamente atípico em praticamente todos os setores. Por conta da pandemia causada pelo Coronavírus e da crise econômica, houve diversos fatores negativos para a economia brasileira. Como podemos analisar no gráfico 1, o nível de

endividamento das famílias brasileiras não teve variação, porém em 2020 foi alcançada a máxima histórica de famílias com contas em atraso e de famílias sem condições de pagar suas dívidas em atraso, chegando a 25,5% e 11,0% respectivamente. Outro dado extremamente importante sobre o endividamento das famílias brasileiras é que 67,8% das pessoas endividadas, no ano de 2020, fazem parte da classe social baixa ou média brasileira.

Um fator interessante que ocorreu em 2020, segundo o levantamento realizado pela Ebit/Nielsen, houve um aumento significativo nas vendas online, o faturamento cresceu cerca de 47% só no 1º semestre de 2020, em comparação ao mesmo período de 2019. Esse aumento pode ser justificado pelo *lockdown* no qual várias cidades brasileiras aderiram ou no home-office usado por várias instituições e empresas públicas e privadas. Contudo, esse aumento desenfreado no comércio online por conta da pandemia, a instabilidade econômica que o isolamento social causou, as taxas de desempregos altíssimas e por falta de administração financeira podem ter contribuído para esse aumento expressivo no endividamento e no superendividamento familiar em 2020.

Outro ponto importante sobre o endividamento brasileiro, é que ele é fundamentado no sistema capitalista, como é relatado por Ribeiro e Lara (2016):

O capitalismo e sua expansão para todo âmbito do consumo e dos serviços são resultados do desenvolvimento das forças produtivas e do mercado mundial. Para atender essa processualidade social, a organização da produção e distribuição das mercadorias criaram mecanismos para atuar ideologicamente nas formas de consumo e, como destacamos, no caso brasileiro, nas formas de pagamento das dívidas. Aqui fica evidente a *manipulação da manipulação* como face duplamente reificada das relações sociais. Ditam-se as regras de como consumir e como pagar as dívidas (RIBEIRO; LARA, 2016).

A população com a menor renda e por consequência a mais endividada no Brasil, como mostra os dados da Peic/CNC, que em 2020 a população com até 10 salários mínimos correspondia a 67,8% de famílias endividadas, 28,7% com contas em atraso e 12,8% dessas famílias não tinham condições de pagar suas dívidas. O acesso ao crédito, pode ter causado um aumento na desigualdade social e econômica, entre as classes sociais brasileiras, difundindo ainda mais o endividamento das famílias brasileiras.

## 5. Economia comportamental aplicada ao endividamento familiar

A economia comportamental, como já foi tratado anteriormente, tenta buscar modelos mais próximos da realidade do consumidor e compreender suas escolhas e ações. A aplicação da economia comportamental, para auxiliar os impactos negativos do endividamento e do superendividamento ativo das famílias brasileiras, além de conhecer os aspectos que podem influenciar suas decisões, e a partir disso evitar esse tipo de comportamento. Serão tratados alguns vieses e heurísticas que influenciam os consumidores nas suas escolhas, e a partir disso, evitar ser influenciados por essas “armadilhas” e conseqüentemente um possível endividamento.

É válido ressaltar que a economia comportamental busca ajudar os endividados e os superendividados ativos. Os superendividados passivos, como já foi tratado anteriormente, estes não se tornam superendividados por falta de controle financeiro ou por influências nas suas escolhas, mas sim por fatores que acontecem no cotidiano, não podendo ser previsto na maioria das vezes.

De forma simplificada, a partir da *teoria dos dois sistemas*, a nossa forma de pensar obedece a dois sistemas mentais distintos. Segundo tal teoria, o sistema 1 é uma forma de pensar mais rápido, intuitivo e movido por emoções, enquanto o sistema 2 é relativamente mais lento, ponderado e mais racional. Praticamente a maior parcela das decisões que tomamos no dia a dia é tomada pelo Sistema 1, sempre respostas curtas, fáceis, rápidas e movidas por instintos do momento, enquanto o sistema 2 seria usado como um “selo de qualidade” ou somente quando requerido por decisões que envolvam temas mais complexos (KAHNEMAN, 2011).

O sistema 2, segundo tal teoria, precisa de muita atenção, sob pena de não poder operar. Quando isso é aplicado, notamos que, ao longo dos anos, podemos perceber que a vida adulta traz diversas dificuldades no cotidiano, além de ser extremamente cansativa, somos expostos a ter que tomar diversas decisões (algumas das quais podem envolver grande complexidade) ao longo do dia. Com isso, na maioria das vezes, quando vamos tomar alguma atitude ou escolher algo, optamos mais pelo uso do sistema 1, pois não temos o tempo necessário e nem a concentração para utilizarmos o sistema 2.

Em momentos atípicos, como o vivido em 2020 com a pandemia, os consumidores ficam mais sujeitos a agirem de forma irracional. O desespero, medo, ansiedade, depressão e

pânico, entre outros, são variáveis que afetam significativamente o comportamento de qualquer ser vivo (VASCONCELOS; et al., 2020). Com essas “emoções à flor da pele”, os consumidores passam a ter uma propensão maior ao erro, utilizando na maioria das vezes o sistema 1, e com isso abrindo margem para um gasto maior e conseqüentemente podendo se tornar endividados.

Ariely (2008) expõe diversos exemplos de “armadilhas” nas quais os consumidores estão suscetíveis a cair. O efeito do custo zero, por exemplo, quem nunca comprou algo por causa do brinde ou comprou em dobro um produto apenas para ganhar o terceiro? O zero pode não ter muito valor econômico, porém quando o consumidor é exposto ao preço zero, ou seja, o grátis, ele fica mais suscetível a trocar um bem que ele gostaria, por outro bem apenas por conta do efeito do custo zero.

O efeito do custo zero aparece com muita frequência no cotidiano, como por exemplo: Você quer muito comprar um bem, porém tem um bem substituível inferior que está com um brinde ou quando você vai ao mercado é perceber que na compra de uma máquina de café, você ganha 20 cápsulas de expresso. Nesse caso, de certo modo, você acaba se interessando pelo outro bem, apenas por ter o brinde. O problema do custo não é de fato aproveitar as promoções, ele causa problema quando trocamos um produto que queremos por outro ou um produto que não precisamos no momento, mas adquirimos por conta do brinde.

O grande problema do custo zero é que toda vez que vamos comprar algo ou realizar alguma tarefa, pensamos (ou deveríamos pensar) no lado positivo e no lado negativo. Porém, quando somos expostos ao efeito do custo zero, não olhamos para o lado negativo, porque o efeito do custo zero nos traz uma sensação emocional extremamente satisfatória, com isso, podemos realizar escolhas que no futuro podem se tornar grandes problemas econômicos (ARIELY, 2008).

Além disso, um viés que pode justificar esse comportamento é o viés da aversão ao risco e a perda. Este viés relata que o ser humano não é averso ao risco, mas sim a perda, ou seja, as pessoas colocam um peso e uma intensidade maior nas perdas do que nos ganhos. Com o efeito do custo zero temos a sensação de que não estamos perdendo nada e estamos aproveitando uma “boa oportunidade”, com isso, acabamos expostos a esses vieses (FAUSTINO, 2020).

O efeito manada é um dos principais causadores da escassez de produtos e da instabilidade em mercados financeiros, amplificando a catástrofe em situações de crise. Ele

pode ser caracterizado quando um produto cai no gosto do consumidor e vira “modinha” entre as pessoas. Ainda neste mesmo sentido, Ariely e Kreisler (2019) define como:

Comportamento de manada é a ideia de que seguiremos a multidão, de que supomos que algo é bom ou ruim baseados no comportamento de outras pessoas. Se as outras pessoas gostam de algo, fazem uma boa avaliação, imploram para vê-lo, fazem ou pagam por aquilo, nos convenceremos de que é bom (ARIELY; KREISLER, 2019, p.105).

Além de causar prejuízo ao consumidor por adquirir um produto apenas por ser moda, o efeito manada, quando vem com informações falsas, mais conhecidas como fake news, ele pode ter consequências ainda mais severas (ÁVILA, 2020).

Com o desespero e a falta de informação, as pessoas tendem a acreditar na maioria das informações que são recebidas, e como isso, acabam tomando escolhas irracionais. Esse efeito foi extremamente presente na primeira onda da quarentena em 2020, a qual várias pessoas por medo de faltar alimentos e produtos básicos do cotidiano fizeram estoques destes produtos em casa. Um outro exemplo aconteceu com o remédio Ivermectina que é um vermífugo, mesmo sem comprovação científica que ele servia como prevenção a covid-19, o percentual de vendas no ano de 2020 aumentou em 1.921% em comparação ao ano de 2019 (FOLHA DE PERNAMBUCO, 2020).

O efeito manada é extremamente preocupante, pois além de poder causar falta de produtos básicos, pode trazer como consequências, dessas compras em excesso ou por “modinha”, o endividamento e o superendividamento ativo das famílias brasileiras.

Um outro viés muito utilizado pelos comerciantes para influenciar os consumidores é o viés da dor do pagamento. Os consumidores colocam um peso e uma intensidade maior na perda do que no ganho, como já foi relatado no viés da aversão à perda. O viés dor de pagamento é caracterizado quando os comerciantes “escondem” o valor do item, oferecendo pacotes ou combos, com o objetivo de fazer com que os consumidores pensem em “um só valor”, ou seja, uma só perda e diversos objetos “ganhos” (FAUSTINO, 2020).

Ainda no mesmo sentido Ariely e Kreisler (2019) definem:

O termo “dor do pagamento” baseou-se na sensação de desprazer e sofrimento causada pelo gasto, no entanto, estudos mais recentes usando imagens cerebrais por ressonância magnética mostraram que, de fato, pagar estimula as mesmas regiões do cérebro envolvidas no

processamento da dor física. Preços altos estimulam esses mecanismos cerebrais com maior intensidade, mas não são só os preços altos que causam dor. Qualquer preço causa sofrimento. Existe uma dor que todos sentimos quando nos privamos de algo. (ARIELY; KREISLER, 2019, p.76)

É válido ressaltar que esse viés é muito utilizado em lojas que utilizam como pagamento os cartões de crédito, pois como o dinheiro não é em espécie na mão e como o pagamento é a prazo temos a sensação de não estarmos perdendo na hora, também é muito utilizado pelo débito automático, pois muitas pessoas nem lembram desse desconto todo mês, com isso não sentem a dor da perda. Sistemas de pagamento online também utilizam muito desse viés, um exemplo é a Amazon que permite fazer compras com um clique, diminuindo a sensação de perda na hora da compra.

### **5.1. Como prevenir o endividamento e o superendividamento ativo ?**

A economia comportamental surge para deixar as teorias econômicas mais próximas da realidade. Um dos principais argumentos que ela debate é o fato dos economistas neoclássicos defenderem a racionalidade perfeita e pura dos indivíduos, além de preferências estabelecidas pelo ambiente social, cultural ou de mercado. Na teoria comportamental, ao contrário, percebemos que os indivíduos são influenciados por diversos fatores do cotidiano, sujeitos a emoções, sentimentos e influências externas. Com isso, os consumidores em muitas ocasiões tomam atitudes irracionais, em um contexto marcado por emoções e sonhos, que podem levar ao endividamento e ao superendividamento ativo.

A educação financeira pode ser uma grande aliada contra o endividamento e o superendividamento ativo. Porém essa educação financeira tem que ser pautada nas bases da economia comportamental, tendo em vista que a educação financeira convencional não leva em consideração a instabilidade financeira, as complexidades do cotidiano, os conflitos de interesses e os comportamentos das instituições e dos agentes financeiros (PEREIRA; CAVALCANTE; CROCCO, 2019).

A parceria entre a educação financeira e a economia comportamental seria na formulação de políticas e na formação de profissionais capacitados, para explicar um conteúdo que não abordasse apenas a educação financeira convencional, mas também o comportamento dos comerciantes e os meios de influências que estes possuem sobre os consumidores. Os autores Ariely e Kreisler (2019), trazem diversos conceitos



comportamentais, dos quais alguns foram apresentados nesta seção, que podem ser aplicados na educação financeira, em busca de fazer uma abordagem mais consciente em relação ao seu dinheiro e seu retorno, além de evidenciar que essas influências podem trazer grandes consequências econômicas para os indivíduos (FAUSTINO, 2020).

## **6. Considerações finais**

O presente artigo mostrou que a economia comportamental surgiu como uma crítica à economia neoclássica, especificamente, na teoria sobre o comportamento racional dos consumidores. Esta definia o indivíduo com uma racionalidade perfeita, ou seja, utiliza cem por cento da sua racionalidade para adquirir algo. Além disso, a teoria neoclássica não leva em consideração as emoções e as influências do cotidiano, criando um distanciamento da teoria com a realidade. Em contrapartida, a teoria da economia comportamental mostra que o indivíduo sofre diversas interferências no momento de tomar sua decisão na escolha de algo, como, por exemplo, através de emoções, sentimentos, hábitos, ambiente, memória afetiva e experiências passadas, com isso, foi possível uma construção de uma teoria de comportamento dos agentes econômicos, que incorpora o comportamento observando o mundo real.

Este trabalho apresentou sobre o endividamento familiar, suas principais causas, os principais motivos que causam endividamento, entre outros. Também foi definido a diferença entre endividamento e superendividamento. O primeiro corresponde ao fato de um indivíduo ter dívida, porém não quer dizer que essa dívida seja maior que sua renda. Já no superendividamento, como foi relatado neste trabalho, ele é dividido em dois subgrupos, chamados de passivo e ativo, e os ativos existem outros dois subgrupos, que são chamados de conscientes e inconscientes.

O superendividamento passivo corresponde ao consumidor que foi pego de surpresa por fatores do cotidiano, não tendo a intenção em se tornar inadimplente. Já o superendividamento ativo consciente corresponde ao consumidor que mesmo sabendo que não teria recursos financeiros suficientes, realizou compras. E o superendividamento ativo inconsciente, corresponde ao indivíduo que se endividou por uma má administração financeira.

O principal objetivo deste trabalho foi utilizar a economia comportamental como ferramenta contra o endividamento e o superendividamento ativo. Lembrando que no

superendividamento passivo, cujo endividamento é causado por fatores inesperados a economia comportamental não se aplica, por ser fatores que não podem ser controlados ou previstos. Como foi observado na seção anterior, existem alguns vieses e heurísticas que são utilizadas pelos comerciantes a fim de fazer com que os consumidores sejam influenciados e comprem os produtos. Ao compreendermos essas “armadilhas” podemos evitar esse tipo de comportamento e por consequência evitar um possível endividamento ou superendividamento ativo.

A educação financeira pautada na economia comportamental, como foi relatado na seção anterior, pode ser uma das soluções para combater o endividamento e o superendividamento ativo nas famílias brasileiras. Foi apresentado alguns conceitos que podem ser trabalhados dentro da educação financeira, sempre tentando mostrar para os consumidores que somos extremamente influenciáveis e que esses vieses e heurísticas conseguem distorcer a realidade no cotidiano.

É válido ressaltar que é um grande desafio controlar nossas finanças, ainda mais com tantas armadilhas e influências que somos expostos a todo momento. Porém, se quisermos evitar esse tipo de situação, que afeta as nossas vidas em praticamente todos os sentidos, devemos passar a nos controlarmos mais e sempre pensar no lado negativo quando formos adquirir algum bem ou serviço, além de buscarmos nos aprofundarmos na educação financeira, tendo como base a economia comportamental.

## 7. Referências

ADAMCZYK, W. B. **Economia comportamental e paternalismo libertário**: uma revisão das origens e críticas ao nudge. 2013. 59f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

ANDRADE, F. **Um ensaio sobre a racionalidade em economia: considerações acerca de concepções neoclássicas e herbert simon**. Dissertação de Mestrado, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, 2009.

ARAÚJO, F. Sobre o efeito âncora. **Economia comportamental**, 2015. Disponível em: <http://www.economiacomportamental.org/nacionais/sobre-o-efeito-ancora/> Acessado em: 08 de Janeiro de 2021.

ARIELY, Dan. **Previsivelmente irracional**: as forças ocultas que formam as nossas decisões. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ARIELY, D; KREISLER, J. **A psicologia do dinheiro**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

AVILA, R. Construção do homo economicus e a sua necessária desconstrução. **Ensaio FEE**, 2014.

ÁVILA, F; AVILA, M. Como e quando surgiu a economia comportamental? **Economia comportamental**, 2014. Disponível em: <http://www.economiacomportamental.org/como-e-quando-surgiu/> Acessado em: 08 de novembro de 2020.

ÁVILA, F. Como os vieses cognitivos amplificam o pânico na crise do coronavírus. **Economia comportamental**, 2020. Disponível em: <http://www.economiacomportamental.org/nacionais/vieses-coronavirus/> Acessado em: 08 de Fevereiro de 2021.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO (CNC). Endividamento e inadimplência do consumidor - Janeiro de 2020. **CNC**, 2020.

Disponível em:

<http://cnc.org.br/sites/default/files/2021-01/An%C3%A1lise%20Peic%20-%20anual%202020.pdf> Acessado em: 27 de Fevereiro de 2021.

DUARTE, V. **Economia comportamental e os fatores que levam indivíduos ao erro na tomada de decisões: uma análise exploratória da literatura**. Trabalho de conclusão de curso (TCC de economia), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2017.

FAUSTINO, P. **Economia comportamental aplicada à educação financeira**. Trabalho de conclusão de curso (TCC de Economia), Universidade Federal de Alfenas, 2020.

FOLHAEXPRESS. Vendas de ivermectina em junho de 2020 superam as de 2019. **Folha de Pernambuco**, 2020. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/noticias/vendas-de-ivermectina-em-junho-de-2020-superam-as-de-todo-2019/149178/> Acessado em: 03 de Fevereiro de 2021.

GIACOMINI, D. Responsabilidade Civil dos Bancos por Superendividamento do Consumidor. **Responsabilidade Civil Bancária**, Quartier Latin, 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Desemprego, **IBGE**, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php> Acessado em: 01 de março de 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Variação anual do PIB total brasileiro, **IBGE**, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php> Acessado em: 01 de março de 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (IDEC). Pressione pela aprovação do “PL do Superendividamento” - Fevereiro de 2021. **IDEC**, 2021. Disponível em: <https://idec.org.br/campanha/superendividamento> Acessado em: 01 de março de 2021.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar**: duas formas de pensar. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

KALLEBERG, A. Trabalho precário, trabalhadores inseguros: relações de emprego em transição. **American Sociological Review**, v. 74, n. 1, 2009.

LIMA, F. J. G. A relevância das emoções nos processos decisórios e o mito da racionalidade pura a partir da neurociência de António Damásio. **Revista Intuitio**, Rio Grande do Sul, v. 7, n. 2, p. 236-247, 2014.

LINS, J; PIMENTEL, K. Regulação jurídica do crédito consignado no processo de financeirização da economia brasileira: da promessa de inclusão social ao superendividamento em massa (2003 - 2015). **Economia brasileira**, 2019.

MARQUES, J. Entenda o que é economia comportamental na prática. **Blog do JRM**, 2017. Disponível em: <https://www.jrmcoaching.com.br/blog/entenda-o-que-e-economia-comportamental/#:~:text=A%20economia%20comportamental%20%C3%A9%20uma,comportamento%20de%20compras%20dos%20indiv%C3%ADduos>. Acesso em: 04 de novembro de 2019.

MARQUES, C. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. **Revista de Direito do Consumidor**, v.1 n. 75, 2010

MAXIMILIAN, Paulo. **Contratos Bancários**. Editora Forense, 2015.

MCRANEY, D. **Você não é tão esperto quanto pensa**. São Paulo: Leya, 2013.

MORAIS, G; HATANO, N. Endividamento das famílias brasileiras. **Revista de gestão e estratégia**. v. 1, n. 1, 2019.

NUBANK. Cheque especial ou empréstimo pessoal: qual vale a pena? **Nubank**, 2020. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/cheque-especial-ou-emprestimo-pessoal/> Acessado em: 15 de Fevereiro de 2021.

OLIVEIRA, C; OLIVEIRA, J; SILVA, I. A insolvência civil no código de processo civil de 2015: a possibilidade de aplicação da insolvência voluntária ao devedor em situação de superendividamento passivo. **Revista Juris UniToledo**, v. 4, n. 2, 2019.

OLIVEIRA, R; TEIXEIRA, R; JUNIOR, C. Responsabilidade civil das instituições financeiras em razão do superendividamento de mutuários. **Revista da UNIFEFE**, 2020.

PEREIRA, Fernando; CAVALCANTE, Anderson; CROCCO, Marco. Um plano nacional de

capacitação financeira: o caso brasileiro. **Economia e Sociedade**, Campinas, v. 28, 2019.

REZENDE, A; MARCELINO, J; MIYAJI, M. A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19. **Revista boletim de conjuntura**, v. 2, n. 6, 2020.

RIBEIRO, R; LARA, R. O endividamento da classe trabalhadora no Brasil e o capitalismo manipulatório. **Revista Serviço Social & Sociedade**, n. 126, 2016.

SANTOS, A; SILVA, M. Importância do planejamento financeiro no processo de controle do endividamento familiar: um estudo de caso nas regiões metropolitanas da Bahia e Sergipe. **Revista formadores: vivências e estudos**. Cachoeira, 2014.

SBICCA, A; FLORIANI, V; JUK, Y. Expansão do crédito no Brasil e a vulnerabilidade do consumidor. **Revista Economia e Tecnologia**, Curitiba, v. 8, n. 4, 2012.

SOUZA, C. **Neurociência e marketing: explorando fronteiras diádicas e integrando metodologias para a compreensão do comportamento do consumidor**. Tese (Doutorado em Administração), Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

STEINGRABER, R; FERNANDEZ, R. A racionalidade limitada de Herbert Simon na microeconomia. **Revista da sociedade brasileira de economia política**, n. 34, 2014.

THALER, R; SUNSTEIN, C. **Nudge: O empurrão para a escolha certa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008.

REIS, T. Assimetria de informação: entenda como funciona essa falha de mercado. **Suno artigos**, 2019.

VARIAN, H. **Microeconomia: princípios básicos, uma abordagem moderna**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

VASCONCELOS, C. *et al.* O novo coronavírus e os impactos psicológicos da quarentena. **Revista Desafios**, v. 7, n. Supl., 2020.