

ENDIVIDAMENTO E PROCRASTINAÇÃO

Masahide Nishikawa Junior - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - IFSP

Marlette Cassia Oliveira Ferreira - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - IFSP

Resumo

De acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), realizada mensalmente pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FECOMÉRCIO-SP), em maio de 2021, 62,7% das famílias declararam ter algum tipo de dívida. Diante disso, o presente estudo tem como objetivo geral identificar o perfil e tendo como objetivos específicos analisar o nível de endividamento financeiro, o tipo de produto comprado (hedônico ou utilitário) com relação a atitude financeira do inadimplente, tendo como objeto de estudo uma loja varejista do litoral norte do estado de São Paulo. A metodologia empregada foi o levantamento de dados primários junto ao cadastro dos inadimplentes da empresa, levando-se em consideração o perfil, dados da dívida acumulada, motivo da compra, e tipo de produto (hedônico ou utilitário). Pode-se identificar que os maiores procrastinadores da empresa são as mulheres com idade média de 44 anos, e compraram principalmente produtos hedônicos (atitude hedonista), o que pode demonstrar comportamento sem se atentar para a sua consequência.

Palavras-chave: endividamento, atitude financeira, procrastinação.

Abstract

According to the Consumer Debt and Default Survey (PEIC), carried out monthly by the Federation of Commerce of Goods, Services and Tourism of the State of São Paulo (FECOMÉRCIO-SP), in May 2021, 62.7% of families declared have some type of debt. In view of this, the present study has the general objective of identifying the profile and having as specific objectives to analyze the level of financial debt, the type of product purchased (hedonic or utilitarian) in relation to the financial attitude of the defaulter, with the object of I study a retail store on the north coast of the state of São Paulo. The methodology used was the collection of primary data from the company's defaulter registry, taking into account the profile, accumulated debt data, reason for purchase, and type of product (hedonic or utilitarian). It can be identified that the company's biggest procrastinators are women with an average age of 44 years, and they mainly purchased hedonic products (hedonic attitude), which can demonstrate behavior without paying attention to its consequences.

Keywords: debt, financial attitude, procrastination.

1 INTRODUÇÃO

O Observatório de Endividamento dos Consumidores da Universidade de Coimbra (2002) argumenta que o endividamento é o processo em que os indivíduos comprometem uma parcela significativa de suas rendas e rendimentos para honrá-las no futuro. De acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), realizada mensalmente pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FECOMÉRCIO-SP), em maio de 2021 62,7% das famílias declararam ter algum tipo de dívida. A atitude procrastinadora consiste em postergar o início, o desenvolvimento ou o término de uma atividade (FERRARI; JOHNSON; MCCOWN, 1995), podendo ser decorrente, também, do adiamento na tomada de alguma decisão importante. O estudo em vários cenários econômicos, porém ainda não foi realizado levando-se em consideração a pandemia, para demonstrar o endividamento financeiro neste cenário, assim chega-se o problema dessa pesquisa: Qual o perfil dos inadimplentes de uma loja varejista?

O presente estudo tem como objetivo identificar o perfil e tendo como objetivos específicos analisar o nível de endividamento financeiro, o tipo de produto comprado (hedônico ou utilitário) com relação a atitude financeira do procrastinador, tendo como objeto de estudo os clientes inadimplentes de uma empresa varejista de móveis e eletrodomésticos da cidade de Caraguatatuba.

A metodologia empregada foi o levantamento de dados primários junto ao cadastro dos inadimplentes da empresa (YIN), levando-se em consideração o perfil, dados da dívida acumulada, motivo da compra, e tipo de produto (hedônico ou utilitário).

Essa pesquisa se divide em introdução, seguida de teorias como endividamento, atitude financeira, procrastinação; depois a metodologia, seguida da análise dos dados. Finalmente as considerações finais da pesquisa, com limitação e futuras pesquisas.

2 ENDIVIDAMENTO

De acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), realizada mensalmente pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FECOMÉRCIO-SP), em maio de 2021 62,7% das famílias declararam ter algum tipo de dívida, um aumento de 1,0 pontos percentuais na comparação com abril, quando 19,2% afirmaram estar na mesma situação. É a maior proporção desde maio de 2020, quando a parcela de famílias endividadas atingiu 60,5%. No comparativo com o mesmo período do ano passado, houve aumento de 1,2 ponto percentual. Em comparação com maio de 2020, houve um aumento de quase 103 mil no número de famílias endividadas, ao passar de 2,392 milhão para 2,495 milhões.

O Observatório de Endividamento dos Consumidores da Universidade de Coimbra (2002) argumenta que o endividamento é o processo em que os indivíduos comprometem uma parcela significativa de suas rendas e rendimentos para honrá-las no futuro.

Segundo Campara, Vieira e Ceretta (2016) a disponibilidade e facilidade de acesso ao crédito, pode vir a auxiliar a vida das pessoas, devido à vasta opção de recursos, todavia, pode acabar estimulando o consumo inconsciente. Denegri, Martínez, Toro e López (2007, p. 97) afirmam que a maior facilidade de obter crédito nos últimos anos tornou as pessoas mais tolerantes e conformadas com o endividamento, sendo esse um mecanismo habitual de acesso aos bens e serviços desejados.

Segundo Pinheiro (2008), o endividamento e a educação financeira são conceitos atrelados, uma vez que um indivíduo possuidor de conhecimento sobre finanças tem melhores condições de consumir produtos e serviços financeiros de forma mais adequada, implicando direta e positivamente no sistema econômico, e reduzindo o descumprimento de obrigações com terceiros. Estudos demonstram que a atitude ao endividamento tem influência no comportamento do consumidor e correlaciona-se com o nível de educação financeira, fator este que tem forte ligação com o comportamento financeiro (HOGARTH; BEVERLY; HILGERT, 2003).

3 ATITUDE FINANCEIRA

As atitudes financeiras são fundamentadas por meio de valores e princípios, podendo ser econômico ou não econômico, efetuadas por um tomador de decisão sobre o resultado de um determinado comportamento, atitude ao endividamento é definida como uma predisposição aprendida para responder de uma maneira consistente, favorável ou desfavorável diante de determinadas situações de uso do endividamento (SILVA, 2008).

O estudo realizado por Denegri et al. (1999) aponta para a existência de dois fatores independentes de estilo atitudinal denominados hedonismo e austeridade. O estilo austero é caracterizado por atitudes mais cautelosas e reservadas ao endividamento, mantendo uma posição mais tradicional em gestão e administração dos recursos financeiros. O estilo de atitude hedonista, por sua vez, é caracterizado por atitudes que levam a contrair dívidas sem avaliar as consequências (HERRERA; ESTRADA; DENEGRÍ, 2011).

Huston (2010) afirma que a alfabetização financeira apresenta duas dimensões: o conhecimento financeiro e a educação financeira, representando o entendimento delas a aplicação dos conhecimentos na gestão das finanças pessoais. O nível de conhecimento financeiro é adquirido ao longo da vida do indivíduo por meio da aprendizagem de assuntos que afetam a eficiência do controle de gastos familiar, como gerir receitas, despesas e poupança de forma mais eficiente (DELAVANDE, ROHWEDDER e WILLIS, 2008). Por sua vez, a educação financeira é o processo pelo qual os indivíduos melhoram a sua compreensão dos produtos e conceitos por meio de informações, instruções e/ou conselhos objetivos, desenvolvendo as habilidades com confiança para se tornarem mais conscientes dos riscos financeiros e oportunidades com o fim de fazerem escolhas informadas para saberem onde ir para ajudar e tomarem outras ações eficazes que melhorem o seu bem-estar financeiro (ATKINSON e MESSY, 2012).

4 PROCRASTINAÇÃO

A procrastinação pode ser caracterizada como um comportamento comum às pessoas, principalmente quando relacionada a tarefas cotidianas (ENUNO; KERBAUY; 1999). A atitude procrastinadora consiste em postergar o início, o desenvolvimento ou o término de uma atividade (FERRARI; JOHNSON; MCCOWN, 1995), podendo ser decorrente, também, do adiamento na tomada de alguma decisão importante.

Com origem na literatura psicológica, a procrastinação é um conceito polissêmico e, como tal, de difícil definição. O termo procrastinar deriva do latim procrastinare e literalmente significa “deixar para o dia de amanhã”, adiar, deferir, delongar (COSTA, 2007). Burka e Yuen (1991) expressam que existem duas maneiras pelas quais os

indivíduos procrastinam. A primeira ocorre quando o adiamento resulta em consequências externas, que variam desde um efeito inofensivo até os graves. A segunda maneira ocorre quando as pessoas que procrastinam passam a sofrer consequências internas pelas suas atitudes, sendo que os sentimentos variam desde uma leve irritação a uma autocondenação por não concluir determinada tarefa. Já Ferrari, Johnson e McCown (1995) classificaram três tipos de comportamento procrastinador em função de teorias cognitivas e comportamentais. A primeira, que recebe a denominação de crenças irracionais, diz respeito a procrastinadores que duvidam de suas habilidades. Nesse contexto, devido às elevadas cobranças, as falhas são inevitáveis, sendo que a procrastinação acaba originando uma desculpa para os fracos resultados. A segunda vertente analisa a relação da procrastinação com teorias pautadas no controle da legitimidade. A última categoria relaciona-se ao perfeccionista irracional. Os indivíduos classificados nesta categoria temem que seus melhores resultados não sejam suficientemente bons (BURKA, YUEN, 1991).

5 METODOLOGIA DE PESQUISA

A abordagem dada a esta pesquisa classifica-a como qualitativa empregando dados primários. A pesquisa qualitativa proporciona melhor entendimento e visão geral do problema (MALHOTRA, 2012). A pesquisa foi realizada para compreender o endividamento em uma loja de eletrodoméstico e móveis de Caraguatatuba e os dados foram coletados diretamente pelo pesquisador. Na coleta de informações utilizou-se o estudo transversal, por coletar dados da amostra e elementos da população uma única vez (MALHOTRA, 2012).

Foi realizado um levantamento de dados com os clientes de uma loja de eletrodoméstico de Caraguatatuba. O método de coleta de dados é realizado por meio da observação. Pesquisadores qualitativos optam por utilizar dados de observação, que são informações que podem ser diretamente vistas, ouvidas ou sentidas pelo pesquisador (YIN, 2015). Os dados levantados leva-se em consideração: sexo, idade, bairro em que mora na cidade de Caraguatatuba, histórico de compras, Dívida declarada (se estava negativado no momento da compra, valor da parcela, valor de comprometimento da renda declarada, tempo de atraso, saldo devedor), se a compra era para uso próprio ou de terceiros, se o produto era para uso pessoal ou da família, se o produto é utilitário (móveis e eletrodomésticos) ou hedônicos (notebook, celular, televisão, bicicleta, tipo de trabalho (com registro em carteira, autônomo, aposentado proprietários de MEI, funcionários públicos). A seleção dos itens leva-se em consideração os dados que podem ser disponibilizados pela empresa com a análise pela planilha Excel.

6 ANÁLISE DOS DADOS

A coleta de dados ocorreu no ano de 2021, e leva-se em consideração as inadimplências de uma empresa do litoral norte do estado de São Paulo. Perfil analisado dos consumidores da empresa do ramo varejista de móveis e eletrodomésticos com um total de 248 inadimplentes.

Identifica-se que 64% são do sexo feminino e com relação a faixa etária 58,87% estão entre 40 a 60 anos e apenas 19,75% possuem idade de até 30 anos. Segundo perfil dos consumidores 61% são casados e 77% possuem casa própria e levando em consideração localização região identifica-se que apenas 13,71% moram na região norte da cidade, ficando com 43,54% na região sul e 42,75% na região central da cidade de Caraguatatuba.

Entre os dados analisados 42% dos consumidores trabalham registrado, 27,42% são autônomos, 19,76% são aposentados, 5,24% possuem cadastro MEI, e 6,85% são funcionários públicos.

Pode-se identificar que 59,94% dos analisados os que mais procrastinaram o pagamento das contas são do sexo feminino. E considerando o público analisado, identifica-se que 46% recebem até 2 salários, apenas 8% acima de 3 salários e 25% recebem até 1 salário.

Com relação ao Serviço de proteção ao crédito 26,21% do inadimplentes já possuíam restrição no SPC, em contraposto 68,15% dos clientes possuíam cadastro na empresa como ótimo, 20,56% bom ou ruim e 11,29% dos inadimplentes, cadastro recente na empresa.

Levando-se em consideração os trabalhadores registrados, identifica-se um total de 103 clientes analisados, sendo que 27,18% procrastinaram suas dívidas por 1 ano, 40,77% por até dois anos e 11,65% acima de 3 anos. Segundo análise, apenas 15,53% dos casos analisados tinham acima de 25% da renda comprometida.

Considerando os autônomos analisados no total de 68, procrastinaram por até 1 ano o pagamento das contas 30,88%, já no período de dois anos houve pouca alteração 32,35% e acima de 2 anos 38,23%. A sua fonte de renda comprometida nos casos analisados com apenas 8,82% ficou acima dos 25%.

Levando-se em consideração os aposentados analisados no total de 50 clientes, identifica-se que 22% procrastinaram suas dívidas por 1 ano, 38% até 2 anos e 40% mantiveram suas dívidas por mais de 2 anos sem pagamento. E a renda comprometida acima de 25% foi em apenas 12% dos casos.

Segundo dados 33,46% dos inadimplentes possuem dívidas na empresa acima de 3 mil reais e média de 32% da renda comprometida e com média salarial dos clientes é de até 2 salários mínimos. Foi identificado que 32,53% das compras foram para terceiros e dentre eles 29,63% adquiriram produtos hedônicos. Conforme os dados 83 dos clientes analisados, 67 não possuíam registro no SPC e a idade média foi de 45 anos e a média de procrastinação foi de 643 dias.

Considerando dívidas de até 1 mil reais analisa-se 30 consumidores que possuíam média de 7% de sua renda comprometida e a média de procrastinação de 439 dias e segundo dados coletados identifica-se que 90% das compras foram de produtos de uso próprio. Dentre os analisados 76,67% não possuíam nenhuma restrição no SPC. A média salarial é de R\$2.145,00, com faixa etária de 40 anos, segundo os analisados 14 trabalhavam registrado, 10 são autônomos e 6 aposentados.

A seguir analisa-se os dados levando-se em consideração o valor monetário devido à empresa.

Referente ao saldo devedor de até R\$1.700,00 identifica-se que representa 32% dos inadimplentes, e as mulheres se destacam (65%). Entre elas, 45% trabalham com registro em carteira, e as autônomas 39%, seguido dos aposentados e proprietários de MEIs (16%). Analisando-se o comprometimento de suas rendas de até 10% representa a maior parte com 69% dos inadimplentes. Ao quantificar os produtos comprados 78% das compras trata-se para consumo próprio, porém entre elas, quase metade (49%) são de produtos hedônicos.

Referente ao saldo devedor de até R\$2 800,00 é representado por 31% dos inadimplentes, e as mulheres se destacam com 69%. Entre elas, 51% trabalham com registro em carteira, seguido das autônomas (15%), aposentados e proprietárias de MEIs cresceram (34%). Com relação ao comprometimento de sua renda até 20% representa a maior parte dos endividados (62%). Analisando-se os produtos vendidos,

observa-se que 77% das compras realizadas pelos clientes inadimplentes trata-se de produtos para consumo próprio e quase metade (47%) são produtos hedônicos.

Referente ao saldo devedor de até R\$5.000,00 identifica-se que representa 30% dos inadimplentes da empresa, e as mulheres se destacam (67%). Entre elas, 54% trabalham com registro, seguidos das autônomas (14%), aposentadas e proprietárias de MEIs (32%). Com relação ao comprometimento de suas rendas, até 20% compromete a maior parte dela (68%). Analisando-se os produtos comprados 80% trata-se de compra para uso próprio e quase metade (48%) são de produtos hedônicos.

Referente ao saldo devedor acima de R\$5.000,01 identifica-se que representa 7% dos inadimplentes da empresa varejista e as mulheres se destacam (59%). Entre elas, 50% trabalham com registro em carteira, seguido das autônomas (40%), aposentadas e proprietárias de MEIs (10%) e com 35% de comprometimento da renda mensal, 80% delas. 70% adquiriu produtos para uso próprio e quase metade (60%) são produtos hedônicos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo identificar o perfil e tendo como objetivos específicos analisar o nível de endividamento financeiro, o tipo de produto comprado (hedônico ou utilitário) com relação a atitude financeira do inadimplente.

Perfil dos endividados analisado no total de 248, foi identificado que 64% são do sexo feminino, 77% possuem casa própria e levando em consideração o perfil analisado identifica-se que apenas 13,71% moram na região norte da cidade de Caraguatatuba, ficando com 43,54% na região sul e 42,75 na região central. Pode-se identificar que 59,94% dos analisados que mais procrastinaram são do sexo feminino. Considerando o público analisado foi identificado que 46% recebem até 2 salários mínimos, 25% recebem até 1 salário e apenas 8% acima de 3 salários.

42% trabalham com registro em carteira, enquanto 27,42% são autônomos e 19,76% são aposentados, 5,24% possui cadastro MEI, e 6,85% são funcionários públicos.

Quando se analisa do ponto de vista de liberação de compra pela empresa, 26,21% possui restrição SPC e 68,15% possui CAD ótimo/ bom, seguido por 20,56% possui CAD ruim, 11,29% possui CAD recente na empresa varejista.

Levando-se em consideração os trabalhadores registrados foi identificado que no total de 103 analisados, 28 procrastinaram suas dívidas por 1 ano, 42 deles por até dois anos e 12 deles acima de 3 anos.

A renda comprometida acima de 25% foi em 16 casos analisados. Considerando-se os autônomos analisados, no total de 68 procrastinaram por até 1 ano (30,88%), seguido por procrastinação de até dois anos (32,35%) e o maior tempo de procrastinação das compras acima de 2 anos (38,23%).

Com relação ao comprometimento da renda, nos casos analisados apenas 8,82% ficaram acima dos 25%. Já se levando em consideração os aposentados analisados no total de 50, foi identificado que 22% procrastinaram suas dívidas por até 1 ano, 38% até 2 anos e 40% mantiveram suas dívidas por mais de 2 anos. E com comprometimento da renda acima de 25% foi em apenas 12% dos casos analisados.

Ao se analisar o perfil dos inadimplentes a faixa etária do analisados 58,87% estão entre 40 a 60 anos e apenas 19,75% possuem idade até 30 anos e 61% são casados e parecendo com o perfil analisado na pesquisa do Silva et al, (2020) com 42,2% do sexo masculino e 57,80% do sexo feminino, com média de idade de 36 anos, sendo que 28,9% possuem entre 25 e 34 anos, e 23,8% estão na faixa etária de 35 a 44 anos, Na pesquisa de Oliveira (2020), a média encontrada foi de 44 anos, com 51,6%

do sexo feminino e 61% possui um cônjuge. Esses resultados corroboram com pesquisa de Silva et al. (2020) onde as mulheres obtiveram piores níveis de endividamento em relação aos homens e a maior frequência de endividamento está na faixa etária de 31 a 55 anos.

A limitação desse trabalho é com relação a análise dos dados que poderiam ter empregado software para uma análise mais robusta.

Quando leva-se em conta o tipo de produtos comprados a grande predominância são de produtos hedônicos, caracterizado por atitudes que levam a contrair dívidas sem avaliar as consequências (HERRERA; ESTRADA; DENEGRÍ, 2011), o que pode demonstrar que a maioria deles contraiu dívidas sem a devida análise financeira da situação. Sugere-se futuras pesquisas analisando-se se as pessoas que possuem um endividamento maior, possuem alfabetização financeira, pois o trabalho do pessoas com menos de 24 anos e maiores de 70 anos são mais propensas a terem menores níveis de alfabetização financeira, ocorrendo o mesmo com o indivíduo solteiro (CARDOSO, 2018) e também pesquisar se os adultos possuem o maior controle financeiro.

REFERÊNCIAS

ATKINSON, A.; MESSY, F. Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / **International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study** [Working Paper Nº 15, 2015.

BURKA, J.; YUEN, L. **Procrastinação**. São Paulo: Nobel, 1991.

CAMPARA, J. P.; VIEIRA, K. M.; CERETTA, P. S. Entendendo a atitude ao endividamento: Fatores comportamentais e variáveis o determinam? **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, Campo Largo-PR, v. 15, n. 1, p. 5-24, 24 abril 2016.

CARDOSO, D. A.. O comportamento e a atitude financeira em famílias de baixa renda Trabalho de conclusão de Curso. **UFU** .2018.

DELAVANDE, A.; ROHWEDDER, S.; WILLIS, R. J. Retirement Planning and the Role of Financial Literacy and Cognition. **Michigan Retirement Research Center. Working Paper**, 2008.

DENEGRÍ, M.; MARTÍNEZ TORO, G.; ETCHEBARNE LÓPEZ, S. La comprensión del funcionamiento bancario en adolescentes chilenos: un estudio de psicología económica. **Interdisciplinaria**, v. 24, n. 2, p. 137-159, 2007.

DENEGRÍ, M.; PALAVECINOS, M.; RIPOLL, M.; YÁÑEZ, V. Caracterización psicológica del consumidor de la IX Región. **Consumir para Vivir y no Vivir para Consumir**, p. 7-31, 1999.

ENUNO, S. R. F; KERBAUY, R. R. Procrastinação: descrição de comportamento de estudantes e transeuntes de uma capital brasileira. **Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva**. v. 1, n. 2, p. 125-133. 1999.

FECOMÉRCIO-SP. Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), 2017. Disponível em: <https://www.fecomercio.com.br/pesquisas/indice/peic>. Acesso em: 20 junho 2021.

FERRARI, J. R.; JOHNSON, J.; MCCOWN, W. **Procrastination and task avoidance: Theory, research and treatment.** New York: Plenum Press, 1995.

HOGARTH, J. M.; BEVERLY, S. G.; HILGERT, M. **Patterns of financial behaviors: Implications for community educators and policy makers.** 2003.

HUSTON, Sandra J. Measuring financial literacy. **Journal of Consumer Affairs.** v. 44, n. 2, p. 296-316, 2010

IORIO, F. G.; ASSIS, V. P.; CHIROTTO, A. R. Nível de conhecimento em relação ao planejamento pessoal e educação financeira de indivíduos da cidade de São Paulo. **Revista Linceu On-line**, v. 7, n. 2, p. 181-199, 2017.

MARONI NETO, RICARDO; LEITE, ANGELITA. O impacto do endividamento na qualidade de vida profissional. Um estudo exploratório com servidores da prefeitura municipal de Caraguatatuba-SP. **Congresso Internacional de Administração**, 2019.

OBSERVATÓRIO DE ENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES. Endividamento e sobre o endividamento das famílias: Conceitos e estatísticas para sua avaliação. Centro de Estudos Sociais da **Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra**, Fev, 2002.

OLIVEIRA, S. F. Influence of Behavioral Factors on the Propensity for Indebtedness of University Students. **Revista de Administração da UFSM**, v. 13, n. 4, p. 829-849, 2020.

PINHEIRO, R. **Educação financeira e previdenciária, a nova fronteira dos fundos de pensão.** São Paulo: Peixoto Neto, 2008.

SILVA, S. B. C. N. Alfabetização econômica, hábitos de consumo e atitudes em direção ao endividamento de estudantes de pedagogia. 2008. 318 f. Tese. - **Universidade Estadual de Campinas**, Campinas, 2008.

SILVA, A. K. P.; SILVA, F. G. F.; FERREIRA, J. L.; CASTRO, P. A. C. Finanças Pessoais: Um Estudo da Relação entre a Educação Financeira e o Endividamento dos Servidores da Universidade Federal do Ceará. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**, v. 11, n. 2, p. 3189-3213, 2020.

SILVA, A. C.; SOUZA, I. C.; BUENO, M. P.; ALMEIDA, A. L.; SILVA, R. H. Qualidade de Vida e Endividamento. **Desafio Online**, v. 8, n. 2, p. 353-377, 2020.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim.** São Paulo: Penso, 2015.