

**6**  
MAIO

## 47% DOS JOVENS DA GERAÇÃO Z NÃO REALIZAM O CONTROLE DAS FINANÇAS, APONTA PESQUISA CNDL/ SPC BRASIL

Estudo revela que a maioria dos jovens com idades entre 18 e 24 anos têm alguma fonte de renda e ajudam nas despesas de casa, mas, apesar da conectividade, usam papel para organizar o orçamento e guardam dinheiro

**PESQUISAS**



*Estudo revela que a maioria dos jovens com idades entre 18 e 24 anos têm alguma fonte de renda e ajudam nas despesas de casa, mas, apesar da conectividade, usam papel para organizar o orçamento e guardam dinheiro de forma conservadora*

Praticamente metade dos jovens com idades entre 18 e 24 anos, nascidos dentro da chamada Geração Z e considerados os primeiros nativos digitais, tendo crescido em um ambiente com acesso a grandes quantidades de informação, recursos tecnológicos e propensão ao auto aprendizado, **não realiza o controle das finanças pessoais (47%)**. A principal justificativa é o fato de não saber fazer (19%), sentir preguiça (18%), não ter hábito ou disciplina (18%) ou não ter rendimentos (16%). Por outro lado, 53% afirmam controlar receitas e despesa, e apesar de bastante conectados, 26% ainda utilizam o tradicional bloquinho de papel para organizar o orçamento.

Oito em cada dez entrevistados garantem ter alguma fonte de renda (78%), sendo que a maior parte (36%) trabalha com carteira assinada e 23% estão alocados em trabalho informal, fazendo bicos ou atuando como freelancers. Em contrapartida, 22% não têm rendimentos. O estudo mostra, ainda, que dos jovens que afirmam ter dinheiro guardado (52%), a maioria investe em opções pouco ou nada rentáveis: 53% mantém os valores na poupança, 25% guardam em casa e 20% na conta corrente.

Os dados foram levantados em uma pesquisa conduzida pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), que avaliou hábitos de gestão das finanças pessoais desse grupo. A pesquisa integra o convênio Políticas Públicas 4.0 (PP 4.0), firmado entre o Sistema CNDL e o Sebrae, e pretende coletar insumos para a proposição de políticas públicas que contribuam com a melhoria do ambiente de negócios no país e, consequentemente, apoiem o desenvolvimento do varejo.

O estudo também revela que **65% dos jovens da Geração Z contribuem financeiramente para o sustento da casa**. Considerando os gastos mensais pagos com o próprio dinheiro, nove em cada dez mencionam ao menos alguma despesa, sendo que as mais comuns são: alimentação (51%), roupas,

calçados e acessórios (43%), produtos de higiene e beleza (34%), TV por assinatura ou internet (31%) e contas de serviços básicos como água e luz (27%). Por outro lado, 11% têm todas as despesas e gastos mensais pagos por terceiros.

## Quem é a Geração Z?

A Geração Z reúne os nascidos entre 1995 e 2010, que hoje têm entre nove e 24 anos – sendo que a pesquisa considerou os jovens de 18 a 24 anos. São considerados os primeiros nativos de um ambiente tecnológico definido pela mobilidade digital e pela onipresença da internet e das conexões em rede. Como consequência da hiperconectividade, é a primeira geração a crescer e chegar à vida adulta tendo acesso online e instantâneo, desde cedo, a grandes quantidades de informações.

“A Geração Z está vivendo seu período de formação intelectual num contexto social e cultural de intensas transformações, em que a todo momento surgem produtos e serviços mediados pela tecnologia. Esses jovens prometem ser a próxima grande força indutora do consumo e, na verdade, já tomam parte em muitas das decisões de compra de suas famílias”, comenta o presidente da CNDL, José Cesar da Costa.

## Metade dos jovens da Geração Z possui dinheiro guardado e maioria se revela conservadora com os investimentos

Pouco **mais da metade dos jovens entrevistados possui dinheiro guardado (52%)**, sendo as principais motivações os acontecimentos imprevistos (33%), viagens (21%) e compra da casa própria (19%). **85% guardaram os próprios recursos**, enquanto 20% obtiveram esses recursos financeiros dos pais. Mas mesmo com acesso a grandes quantidades de informação, estes jovens investem em opções pouco ou nada rentáveis, com claro predomínio do uso das modalidades mais tradicionais: 53% mantém os valores na poupança, 25% guardam em casa e 20% na conta corrente. Entre os motivos de quem não guarda nenhuma quantia, 51% afirmam que nunca sobra dinheiro, 22% não têm disciplina para juntar dinheiro e 19% sentem-se desestimulados e sem esperança de juntar um bom valor a longo prazo por sobrar pouco dinheiro.

Em relação aos hábitos de consumo, 56% admitem que costumam ceder aos impulsos quando querem muito comprar algo, enquanto 47% às vezes perdem a noção de quanto podem gastar com atividades de lazer e 34% gostam de ter um produto que a maioria dos seus amigos têm. Três em cada dez admitem que a forma como gastam o dinheiro é motivo para brigas frequentes com pais, familiares ou cônjuge (32%).

**Quatro em cada dez entrevistados já estiveram com o nome negativado (37%)**. Ao comentar as razões para os compromissos financeiros não pagos, os jovens mencionam a perda do emprego (24%), o fato de não terem planejado os gastos ou terem gasto mais do que podiam (21%) e o empréstimo do nome para terceiros (20%).

“Embora a crise econômica e desemprego elevado ajudem, em parte, a explicar as dificuldades financeiras dos jovens, é preciso ressaltar a importância de investir na formação e na educação financeira dessa parcela da população. A seu favor eles têm a enorme familiaridade com a tecnologia e

o pensamento lógico, a fluidez ao transitar entre os ambientes físico e o online, a aptidão intrínseca para absorver e compreender novas formas de interação social mediadas pelos aplicativos e ferramentas online, bem como para colocar ideias novas em prática”, comenta Costa.

### **Somente um em cada quatro se prepara para a aposentadoria**

A pesquisa revela que 75% não se preparam para a aposentadoria. Dentre os que realizam algum preparo, a estratégia mais comum é a aplicação em poupança (26%), o INSS pago pela empresa (21%) – que não reflete um investimento deles mesmos –, a Previdência Privada (21%), a abertura do próprio negócio (21%) e o INSS pago de forma autônoma (19%).

As razões apontadas pelos que se preparam para a aposentadoria envolvem julgar que sempre foram precavidos (35%), espelhar-se em exemplos de pessoas que não se prepararam e tiveram problemas financeiros (22%) ou mesmo em pessoas que se prepararam e, por isso, tiveram uma aposentadoria tranquila (18%). Por outro lado, aqueles que não se preparam argumentam não ter renda (27%), o fato de ser cedo, pois ainda são muito jovens (27%), não sobrar dinheiro (24%) e não saber como fazer (21%).

“É importante observar que os jovens precisam ter objetivos financeiros claros e aprender a controlar o imediatismo e os impulsos de consumo, evitando gastos excessivos desde cedo para que não se tornem hábitos e comprometam a saúde financeira e o atingimento de metas no futuro”, afirma Costa.

Apesar das justificativas para o despreparo, muitos sabem que essa negligência pode provocar efeitos negativos no futuro: 26% acreditam que quem não se prepara não poderá viver com tranquilidade na terceira idade, 25% consideram que o padrão de vida pode cair depois de aposentado, 16% julgam que não poderão parar de trabalhar e 13% que precisarão contar com ajuda financeira de familiares e amigos para se manter.

“A implantação de políticas públicas que não somente conscientizem os jovens, mas incentivem o letramento financeiro e eduquem quanto ao uso do dinheiro é fundamental para evitar problemas financeiros futuramente. Ao mesmo tempo, são necessárias propostas de intervenções práticas no sentido de incentivar comportamentos adequados e o autocontrole nas decisões de gastos. Medidas como a reserva automática de uma parte dos ganhos e a adesão automática a planos de previdência nas empresas e para empreendedores, por exemplo, estimulando o preparo para a aposentadoria e evitando que na velhice toda uma geração venha a depender do Estado ou da ajuda de terceiros”, acredita Costa.

### **34% possuem cartão de crédito digital com abertura e operação via internet**

A pesquisa também buscou entender como se comportam os jovens brasileiros desta nova geração em relação ao acesso e posse de instrumentos financeiros, bem como a adesão frente as instituições financeiras digitais, uma vez que muitos já integram a força de trabalho e possuem renda. Dos entrevistados, 65% já possuem conta corrente, 42% têm cartão de loja e 22% limite extra de cheque especial em uso no momento. Praticamente seis em cada dez possuem cartão de crédito (57%). Destes, um terço tem um cartão digital com abertura e operação via internet (34%), enquanto 25% dos que têm

conta bancária possuem somente em formato digital; e 12% dos que têm algum investimento fizeram em fintechs ou startups do segmento financeiro.

Considerando as dívidas declaradas pelos entrevistados, independentemente de estarem em dia ou não, as mais mencionadas são as **parcelas do crediário ou carnê (26%), os empréstimos pessoais ou consignados (21%)** e as parcelas de financiamento de automóvel (21%).

“Esses jovens precisam de orientação sobre uso responsável do crédito e do dinheiro. Quanto mais as ferramentas se tornarem rápidas e intuitivas, quanto mais fácil se tornar a abertura de uma conta corrente ou a realização de um investimento, maior deverá ser o conhecimento em relação às consequências da má gestão financeira. Além disso, políticas claras e regras de conduta devem pautar as instituições públicas e privadas que lidam com a concessão de crédito, para que haja critérios justos e responsáveis, ajudando o jovem no uso consciente dos instrumentos de crédito, na manutenção da própria saúde financeira, e evitando o endividamento e a inadimplência”, argumenta Costa.

## Metodologia

A pesquisa ouviu 801 jovens brasileiros, com idade entre 18 e 24 anos, residentes em todas as capitais. Homens e mulheres pertencentes a todas as classes econômicas e escolaridades. A margem de erro no geral é de 3,5 pontos percentuais, a um intervalo de confiança de 95%.

**PP 4.0** – Com investimento total de R\$ 3,7 milhões ao longo de dois anos, o projeto prevê três tipos de eventos que irão percorrer todas as regiões do país. São encontros com objetivo de qualificar lideranças para ações de Relações Institucionais e Governamentais (RIG) com foco no estímulo às articulações locais; encontros para fomento ao desenvolvimento local e regional por meio da articulação das lideranças do varejo e elaboração de propostas de Políticas Públicas; e encontros para mobilização empresarial para debater fundamentos essenciais ao desenvolvimento sustentável de negócios e empresas. Ao longo do período do convênio, serão realizados 36 encontros, 12 de cada tipo.

Os fóruns são conduzidos por especialistas em cada tema a fim de estimular o debate e a consolidação de fundamentos essenciais aos líderes do setor de comércio e serviços, como protagonismo, ética e associativismo. Também serão promovidos 12 estudos e pesquisas com objetivo de embasar a formulação de políticas públicas com foco nas micro e pequenas empresas do setor. Além disso, será desenvolvida uma plataforma digital de articulação política – um sistema online inédito no Brasil que permitirá acompanhar projetos, estruturar demandas e ao mesmo tempo mobilizar lideranças e conectar atores públicos e privados.

**SPC Brasil** – Há 60 anos no mercado, o SPC Brasil possui um dos mais completos bancos de dados da América Latina, com informações de crédito de pessoas físicas e jurídicas. É a plataforma de inovação do Sistema CNDL para apoiar empresas em conhecimento e inteligência para crédito, identidade digital e soluções de negócios. Oferece serviços que geram benefícios compartilhados para sociedade, ao auxiliar na tomada de decisão e fomentar o acesso ao crédito. É também referência em pesquisas, análises e indicadores que mapeiam o comportamento do mercado, de consumidores e empresários brasileiros, contribuindo para o desenvolvimento da economia do país.

**CNDL** – Criada em 1960, a CNDL é formada por Federações de Câmaras de Dirigentes Lojistas nos estados (FCDLs), Câmaras de Dirigentes Lojistas nos municípios (CDLs), SPC Brasil e CDL Jovem, entidades que, em conjunto, compõem o Sistema CNDL. É a principal rede representativa do varejo no país e tem como missão a defesa e o fortalecimento da livre iniciativa. Atua institucionalmente em nome de 500 mil empresas, que juntas representam mais de 5% do PIB brasileiro, geram 4,6 milhões de empregos e movimentam R\$ 340 bilhões por ano.

#### **BAIXAR ARQUIVOS**

 [Release](#)

 [Análise](#)

 [Apresentação](#)



A Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) representa institucionalmente as Federações de Câmaras de Dirigentes Lojistas nos estados (FCDLs), as Câmaras de Dirigentes Lojistas nos municípios (CDLs), a CDL Jovem e o SPC Brasil.

#### **CONTEÚDO RECENTE**

**8 milhões de consumidores sofreram golpes financeiros nos últimos 12 meses, aponta CNDL / SPC Brasil**

**32% dos consumidores usaram nome de terceiros para fazer compras no último ano, aponta CNDL/SPC Brasil**

#### **ENDEREÇO E CONTATO**

QUADRA 701 – SRTVN Qd. 701, Bloco B  
Centro Empresarial Norte  
Brasília, DF, 70719-900  
Telefone: (61) 3213-2000  
E-mail: [politicaspublicas@cndl.org.br](mailto:politicaspublicas@cndl.org.br)

[Agenda](#)

[Releases](#)

[Pesquisas](#)

[Estudos](#)

[Contato](#)

© 2019 CNDL. Todos os direitos reservados.