

<b>Índice</b>	54
Índice de Tabelas	27
Índice de Gráficos	27
Índice de Figuras	63
Agradecimentos	68
Resumo	70
Abstract	71
<b>Parte I</b>	72
<b>1. Introdução Geral</b>	1
1.1. Objectivos do estudo	1
1.2. Justificação do estudo	1
1.3. Organização da tese e breve descrição	3
1.4. Principais resultados do estudo	4
<b>2. Enquadramento da questão do endividamento dos particulares</b>	6
2.1. Questões terminológicas	6
2.2 A trilogia: consumo, poupança, endividamento	7
<b>3. Perspectivas da teoria do consumo de acordo com algumas teorias económicas</b>	23
3.1. John Maynard Keynes e a função de consumo	23
3.2. Irving Fisher e a escolha intertemporal	25
3.3. Franco Modigliani e a hipótese do ciclo de vida	29
3.4. Milton Friedman e a teoria do rendimento permanente	31
3.5. Robert Hall e a hipótese random-walk	32
3.6. Hyman Minsky e o modelo descritivo	33
3.7. Síntese	35
<b>4. A evolução para uma sociedade de crédito</b>	36
4.1. Alteração da atitude face ao crédito	39
4.2. Características dos consumidores	42
4.3. Sobreoptimismo e sobreendividamento	47
<b>5. O caso particular – os cartões de crédito</b>	49
5.1. Noção de cartão de crédito	49
5.2. Evolução histórica dos cartões de crédito	50
5.3. A importância dos cartões de crédito	53

5.4. A importância do <i>marketing</i> na divulgação dos cartões de crédito	54
5.5. Estudos efectuados sobre a utilização dos cartões de crédito	55
5.6. Consequências da utilização irresponsável dos cartões de crédito	57
5.7. Evolução da utilização dos meios de pagamento em Portugal	57
5.8. Situação actual do mercado de cartões de crédito em Portugal	65
5.9. Incumprimento selectivo	69
<b>6. Regulação do sobreendividamento</b>	70
6.1. A prevenção do sobreendividamento	71
6.2. Medidas de tratamento utilizadas	72
<b>7. Conclusão da Parte I</b>	76
<b>Parte II</b>	
<b>8. Quadro conceptual da investigação</b>	79
8.1. Introdução	79
8.2. Objectivos e hipóteses de investigação	79
8.3. A amostra	80
8.4. Caracterização da amostra	80
<b>9. Resultados do estudo</b>	86
9.1. Características dos utilizadores de cartões de crédito	86
9.2. Utilização dos diferentes meios de pagamento	96
9.3. Tipo de compras efectuadas com o cartão de crédito	102
9.4. Modo de pagamento dos cartões de crédito	103
9.5. Incumprimento nos cartões de crédito	110
9.6. Motivos de utilização dos cartões de crédito	112
9.7. Ansiedade e Compras por Impulso	118
9.8. Incumprimento selectivo	120
9.9. Situação Financeira e hábitos de poupança	121
9.10. Atitudes face ao crédito e atitudes face ao dinheiro	123
<b>10. Conclusão da Parte II</b>	126
<b>Parte III</b>	
<b>11. Conclusão Geral</b>	129
<b>12. Limitações do estudo</b>	134
<b>13. Sugestões para futuras investigações</b>	135
<b>14. Bibliografia</b>	
<b>15. Anexos</b>	

## Resumo

O objectivo central deste estudo é o de analisar as características dos utilizadores de cartões de crédito, e ainda analisar a utilização de cartões de crédito no que diz respeito ao tipo de compras efectuadas, modo de pagamento, motivos de utilização e situação de incumprimento.

Antes de afectuarmos a análise propriamente dita dos cartões de crédito, efectuamos uma breve análise do endividamento e das variáveis económicas com ele relacionadas. Apresentamos ainda algumas teorias de consumo e do endividamento de forma a melhor compreender este fenómeno e a importância que ele assume na vida dos consumidores e na economia. Efectuamos ainda uma análise comparativa da utilização de diversos meios de pagamento em Portugal e na União Europeia. Nesta análise fica evidente a importância dos cartões de crédito em Portugal e também nos restantes países da União Europeia.

Estudaremos, de seguida, a relação entre a utilização de cartões de crédito e a fase do mês, assim como a existência de incumprimento selectivo. No nosso estudo empírico, assente num questionário, observa-se que a utilização dos cartões de crédito está relacionada com a fase do mês, uma vez que o meio de pagamento mais utilizado nos últimos dias do mês é o cartão de crédito. Também se verifica a existência de incumprimento selectivo, sendo os cartões de crédito os primeiros a ser seleccionados para entrar em atraso. Outra relação evidenciada neste estudo é a relação existente entre a utilização de cartões de crédito e as compras por impulso e a ansiedade. Por fim, efectuamos uma breve análise das atitudes face ao crédito e face ao dinheiro, bem como aos hábitos de poupança dos consumidores.