

RESUMO SIMPLES - CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

O ENDIVIDAMENTO PRECOCE ENTRE JOVENS ADULTOS

Izabelle Oliveira Dos Santos (ioliveira.contabeis@gmail.com)

Luiz Otávio De Assis Silva (luizotavioassis2025@gmail.com)

Jussara Oliveira Rodrigues (jussaraoliveirarodrigues52@gmail.com)

*Adenauer Cesar Rockenmeyer
(adenauer.rockenmeyer@ead.eduvaleavare.com.br)*

Lucas Soares Cordeiro (lucas.cordeiro@ead.eduvaleavare.com.br)

O endividamento precoce entre jovens adultos tem se tornado uma preocupação crescente, impulsionado pela facilidade de acesso ao crédito, pelo avanço tecnológico e pelas estratégias de marketing digital cada vez mais persuasivas. Este estudo teve como objetivo identificar os fatores que contribuem para a inadimplência de jovens recém-inseridos no mercado de trabalho, analisando a influência do consumo impulsivo, do neuromarketing e da ausência de práticas consolidadas de educação financeira. A pesquisa foi desenvolvida por meio de revisão bibliográfica de artigos, periódicos e trabalhos acadêmicos em bases científicas, permitindo a análise de diferentes perspectivas sobre o comportamento financeiro juvenil. O método de estudo consistiu na comparação entre abordagens que relacionam aspectos econômicos, sociais e psicológicos, destacando como a comunicação digital e os mecanismos de persuasão utilizados pelo marketing afetam diretamente as decisões de compra dos jovens. Os resultados indicam que o marketing digital, aliado às técnicas de neuromarketing, exerce forte influência sobre o consumo,

intensificando a aquisição impulsiva de bens e serviços. Constatou-se que a falta de planejamento financeiro e de uma formação estruturada em educação econômica amplia a vulnerabilidade ao endividamento, sobretudo em um cenário em que o consumo online ocorre de maneira imediata. Verificou-se ainda que a inadimplência juvenil não decorre apenas de limitações de renda, mas da interação entre fatores sociais, psicológicos e tecnológicos. Conclui-se que a inserção efetiva da educação financeira no cotidiano mostra-se essencial para preparar os jovens frente às pressões do consumo, favorecendo escolhas conscientes e maior estabilidade econômica no futuro.

Palavras-chave: inadimplência; marketing; educação financeira; consumo impulsivo.