

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO  
PUC-SP

André Brisola Brito Prado

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA: A VISÃO DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS  
SOBRE AS FINANÇAS FAMILIARES**

MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

SÃO PAULO

2015

ANDRÉ BRISOLA BRITO PRADO

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA: A VISÃO DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS  
SOBRE AS FINANÇAS FAMILIARES**

MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Administração, sob a orientação do Prof. Dr. José Odálio dos Santos.

SÃO PAULO

2015

Banca Examinadora

---

---

---

Dedico esta dissertação aos meus pais,  
Maria Elisabette e Luiz Antônio  
por toda dedicação, pelos exemplos,  
determinação e apoio constante.

Aos meus avós, Orlando e Alzira que  
sempre me inspiraram [*in memoriam*]

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu orientador Prof. Dr. José Odálio pelo seu acolhimento, incentivo e orientações que foram fundamentais para a realização e conclusão deste trabalho de pesquisa.

Ao Prof. Dr. Rubens Famá pela orientação durante a fase inicial desse trabalho, pela oportunidade que tive de aprendizagem durante a nossa convivência.

Professores-orientadores Famá e Odálio, meus sinceros agradecimentos por terem contribuído para o meu crescimento científico e intelectual.

A Profa. Dra. Rosana Tavares e ao Prof. Dr. Antônio Vico Mãnas pela participação nas bancas de qualificação e defesa, pela leitura cuidadosa e contribuições enriquecedoras. Muito obrigado.

Aos Professores do Programa de Pós-Graduação que contribuíram de alguma forma para o desenvolvimento do trabalho.

À Professora e Mãe Maria Elisabette sempre presente me acompanhando e contribuindo em todos os momentos dessa trajetória.

À minha companheira Maria Eduarda, pela constante presença carinhosa sempre ao meu lado, contribuindo com suas ideias e determinação.

Ao meu “chefe” João Marcos pelo incentivo ao crescimento pessoal e profissional.

Aos colegas do mestrado que durante a nossa caminhada no curso colaboraram com seus comentários, críticas e sugestões.

À todos os estudantes que participaram da pesquisa e aqueles que auxiliaram na divulgação do questionário para a realização da coleta de dados dessa pesquisa.

## RESUMO

O objetivo do presente trabalho foi verificar como as famílias dos jovens estudantes de uma universidade particular, em um grande centro urbano como São Paulo, relacionam-se com a questão financeira nos aspectos de consumo, crédito, investimentos e tomada de decisão. A partir dessa questão, foi analisado se esses jovens universitários e suas famílias utilizam o viés mais racional ou psicológico para a tomada de decisões financeiras e, por fim, se existe alguma diferença no comportamento financeiro entre as diferentes classes sociais das famílias desses jovens. A metodologia da pesquisa de natureza quanti-qualitativa envolveu, primeiramente, um estudo bibliográfico e, em seguida, a pesquisa de campo que utilizou como instrumento de coleta um questionário, o qual foi disponibilizado para os estudantes do curso de administração, resultando em 226 respostas válidas. A partir da coleta dos dados, adotou-se uma análise descritiva e interpretativa fundamentada especialmente em Kahneman, Tversky em relação à teoria dos prospectos; em Keynes e Fisher, que abordam a Teoria da Preferência pela Liquidez - TPL e a Teoria dos Fundos Empréstáveis -TFE, bem como as ideias do desenvolvimento econômico de Prahalad aliadas à visão crítica de Bauman. Os resultados demonstraram que, em relação aos aspectos, racional e psicológico, não foi possível determinar qual deles é mais utilizado, mas ficou evidenciado que ambos são usados na tomada de decisão. Foi constatado que os jovens e suas famílias, indiferentemente da classe social, têm dificuldades para se planejarem financeiramente em curto, médio e longo prazo. Por fim, observou-se que o desconhecimento e a desinformação sobre finanças, atingem todas as classes sociais, portanto, essa lacuna precisa ser preenchida. Nesse sentido, ficou evidenciada a importância da proposta da Educação Financeira ser implementada nos diversos contextos sociais, para criar assim indivíduos capazes de tomarem decisões mais assertivas, melhorando o gerenciamento de suas finanças pessoais e tornando-se mais integrados à sociedade, tornando suas escolhas mais conscientes.

Palavras-chave: Finanças – Planejamento - Tomada de decisão – Consumo - Crédito - Investimentos.

## ABSTRACT

This article looks into how the families of young college students of a private university located in the major urban center of São Paulo relate to financial issues regarding consumption, credit, investments and decision-making. Having the financial question as a guide, we performed an analysis on whether these young college students and their families use the more rational bias or the more psychological one for decision-making, and, finally, whether there is any difference in financial behaviors among the different social class backgrounds in these families. The research quanti-qualitative methodology initially involved a bibliographical study followed by a field research, which utilized a questionnaire for data collection. The questionnaire was made available for the students of the business administration course, resulting in 226 valid answers. After data collection, a descriptive and interpretive analysis was performed based chiefly in Kahneman and Tversky's Prospect Theory, in Keynes's Liquidity Preference Theory - LPT - and Fisher's Loanable Funds Theory - LFT -, and also Prahalad's economic development in conjunction with Bauman's critical view. Results showed that it was not possible to determine which of the two aspects - the rational or the psychological - is the most used, but it was evidenced that both are used for decision making. It was possible to acknowledge that the college students and their families, regardless of their social class, have difficulty in financial planning in the short, medium and long terms. Finally, we observed that lack of knowledge and information about finances affect all social classes. Hence, this is a gap that needs to be filled. In this sense, the importance of the proposed Financial Education to be implemented in the various social contexts becomes evident. It will help create individuals able to make more assertive decisions and improve their personal finance management and become more integrated into society, where their choices will be more conscientious.

Key words: Finances - Planning - Decision Making - Consumption - Credit - Investments

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Pirâmide do mercado global.....	35
Figura 2 – Representatividades das classes sociais no Brasil (2010).....	35
Figura 3 – Representação gráfica da teoria dos prospectos .....	48
Figura 4 – Recorte dos Gráficos: 7 - Endividamento Familiar e 11 - Tempo de reserva salário da família .....	64

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Taxas de juros de operações de crédito (Outubro/2014) .....	19
Tabela 2 – Estratégias Nacionais para a Educação Financeira .....	29
Tabela 3 – Evolução das Classes Econômicas no Brasil 2003 – 2009 .....	33
Tabela 4 – Perfil de compra das famílias com e sem dívidas .....	70
Tabela 5 – Perfil do meio de pagamento das famílias com e sem dívidas .....	72

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Desigualdade Índice GINI .....	33
Gráfico 2 – Gênero.....	56
Gráfico 3 – Variável escolaridade.....	57
Gráfico 4 – Variável classe social.....	58
Gráfico 5 – Variável bolsa e financiamento estudantil.....	58
Gráfico 6 – Participação dos Jovens nas decisões de consumo familiar .....	59
Gráfico 7 – Endividamento familiar.....	60
Gráfico 8 – Frequência do endividamento familiar .....	61
Gráfico 9 – Produtos de crédito por classe social .....	62
Gráfico 10 – Relação da família com o dinheiro.....	63
Gráfico 11 – Tempo de reserva salário da família.....	64
Gráfico 12 – Tempo de reserva salário da família sem e com dívidas por classe social .....	65
Gráfico 13 – Finalidade dada aos recursos extras .....	67
Gráfico 14 – Reserva extra para aposentadoria.....	67
Gráfico 15 – Forma de pagamento por classe social .....	69
Gráfico 16 – Decisão de compra .....	71
Gráfico 17 – Conhecimento financeiro por classe social.....	73
Gráfico 18 – Local de aprendizagem.....	74
Gráfico 19 – Conhecimento financeiro por período do curso .....	75
Gráfico 20 – Conhecimento dos produtos de investimento .....	76
Gráfico 21 – Conhecimento dos produtos de investimento por classe social.....	77

## **LISTA DE SIGLAS**

- AEF – Associação de Educação Financeira do Brasil
- ANEFAC – Associação Nacional dos Executivos de Finanças
- BP – Base da Pirâmide
- CEP – Comitê de Ética em Pesquisa
- CONEF – Comitê Nacional de Educação Financeira
- CONEFIN – Congresso de Educação Financeira
- COREMEC – Comitê de Regulação e Fiscalização dos Mercados Financeiros, de Capitais, de Seguros, de Previdência e Capitalização
- CVM – Comissão de Valores Mobiliários
- ENEF – Estratégia Nacional de Educação Financeira
- EN – Estratégia Nacional
- EF – Educação Financeira
- FEA – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária
- GAP – Grupo de Apoio Pedagógico
- HME – Hipótese de Mercado Eficiente
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica
- INFE – International Network on Financial Education
- OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
- PDD – Provisão para Devedores Duvidosos
- PIB – Produto Interno Bruto
- PLR – Participação nos lucros e resultados
- PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
- PUC-SP – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

SAE – Secretaria de Assuntos Estratégicos

SAE – Secretaria de Administração Escolar

SPC – Secretaria de Previdência Complementar

SUSEP – Superintendência de Seguros Privados

TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

TFE – Teoria dos Fundos Emprestáveis

TPL – Teoria da Preferência pela Liquidez

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
1.1 Contextualização .....	15
1.2 Questão Problema .....	22
1.3 Objetivo .....	22
1.4 Justificativa.....	23
1.5 Metodologia.....	24
1.6 Estrutura do trabalho.....	25
<b>2. EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO BRASIL E NO MUNDO.....</b>	<b>26</b>
<b>3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>32</b>
3.1 Desenvolvimento econômico e o consumo .....	32
3.2 Consumo e sociedade.....	36
3.3 Crédito e juros.....	39
3.4 Teoria da Preferência pela Liquidez e a Teoria dos Fundos Empréstáveis .....	41
3.5 Tomada de decisão: razão vs emoção.....	44
3.6 Contabilidade Mental.....	47
<b>4. METODOLOGIA .....</b>	<b>51</b>
4.1 Organização do questionário.....	51
4.2 Procedimentos .....	54
<b>5. RESULTADOS DA PESQUISA.....</b>	<b>56</b>
5.1 A visão de jovens universitários .....	56
5.1.1 Características pessoais (1º Bloco).....	56
5.1.2 Crédito (2º Bloco) .....	60
5.1.3 Investimento (3º Bloco).....	62
5.1.4 Características de consumo (4º Bloco).....	68

5.1.5 Conhecimento financeiro dos estudantes (5º Bloco) .....	72
5.2 Uma síntese da visão dos jovens.....	78
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>80</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>83</b>
<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....</b>	<b>91</b>
<b>ANEXO A – PLANO DE AULA.....</b>	<b>97</b>

# 1. INTRODUÇÃO

---

## 1.1 Contextualização

Na sociedade atual, caracterizada pela rapidez e abrangência das informações veiculadas pelas diferentes tecnologias e mídias, as pessoas precisam cada vez mais saber lidar com as novas configurações sociais, que influenciam diretamente as relações pessoais, o ambiente de trabalho, as instituições educacionais, comerciais, financeiras e de produção.

Tais avanços tecnológicos e o paradigma da sociedade atual evidenciam uma tendência mais imediatista e consumista da população diante de uma grande quantidade de ofertas e de facilidades para a aquisição e consumo. Essa tendência, portanto, requer da população o desenvolvimento de um saber crítico e de postura mais consciente para fazer escolhas, definir metas e prioridades em diversos setores da vida, mais especificamente, nas questões que envolvem a própria organização financeira.

Isso significa que uma parte importante do conhecimento necessário para as pessoas conviverem na sociedade pode ser desenvolvida por meio das Finanças pessoais e da Educação Financeira – EF. Cabe ressaltar que, a partir da Educação Financeira, os indivíduos passam a tomar decisões mais assertivas, melhorando o gerenciamento de suas finanças pessoais e tornando-se mais integrados à sociedade, tornando suas escolhas mais conscientes.

Os documentos da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico - OCDE (2005) enfatizam que a Educação Financeira pode ser entendida como um processo no qual os indivíduos podem desenvolver de forma consciente estratégias para lidarem com os produtos e serviços financeiros e, conseqüentemente, desenvolverem habilidades e a confiança necessárias para tomarem decisões com segurança, melhorando o seu bem-estar financeiro.

Outros documentos oficiais, como os da Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF (2010) e do Banco Central do Brasil - BACEN (BRASIL, 2012)

também destacam que a EF é um processo no qual as pessoas e as sociedades melhoram sua compreensão em relação aos conceitos, serviços e produtos financeiros de maneira que:

[...] com informação, formação e orientação, possam desenvolver os valores e as competências necessárias para se tornarem mais conscientes das oportunidades e dos riscos nele envolvidos e, então poderem fazer escolhas bem informadas, saber onde procurar ajuda, adotar outras ações que melhorem o seu bem-estar. Assim, podem contribuir de modo mais consciente para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro (ENEF, 2010, p. 57-58).

Para Negri (2010), Educação financeira refere-se à utilização do conhecimento e de recursos pedagógicos a serviço de temas relacionados com o mundo das finanças. O autor salienta que:

Educação Financeira é um processo educativo que, por meio de aplicação de métodos próprios, desenvolve atividades para auxiliar os consumidores a orçar e gerir a sua renda, a poupar e a investir; são informações e formações significativas para que um cidadão exerça uma atividade, trabalho, profissão e lazer, evitando tornarem-se vulneráveis às armadilhas impostas pelo capitalismo (NERI, 2010, p. 19).

Sandroni (2002) ainda define finanças como a área da economia relativa à gestão dos recursos pertencentes ao Estado, às empresas e aos indivíduos. As finanças individuais dedicam-se ao estudo de temas como o orçamento familiar, a utilização de mecanismos de crédito para o consumidor, a aplicação mais vantajosa para a reserva de dinheiro e a diversificação das fontes de renda pessoal.

No cenário internacional, há uma crescente discussão sobre o tema Educação Financeira devido a uma série de fatores como, por exemplo, a grande quantidade de produtos e serviços financeiros de empréstimos e investimentos, as novas tecnologias para acessos e comercialização, o aumento da expectativa de vida da população e, as recentes reformas nos sistemas previdenciários, que gradualmente transferem dos governos para os cidadãos a responsabilidade sobre sua aposentadoria (OCDE, 2013).

No Brasil, além dos fatores já mencionados, a EF vem sendo vista como uma ação necessária e urgente, devido ao baixo nível de escolaridade e ao fato de muitos brasileiros não terem o hábito de se planejarem financeiramente. Segundo o IBGE (2010), 75% da população têm alguma dificuldade para chegar ao final do mês com seus próprios rendimentos. Esse efeito também pode ser constatado pelo fato de haver um acréscimo considerável em relação à quantidade de pessoas com parcelamentos em atraso. Em maio de 2015 havia cerca de 56,5 milhões de brasileiros com dívidas em atraso<sup>1</sup>, o que representa um acréscimo em torno de 4,79% quando comparado a maio de 2014.

Um dos movimentos que vem surgindo recentemente consiste em abordar nas escolas, mais especificamente na disciplina de Matemática, as questões relacionadas à EF (CUNHA, 2015). Nesse sentido, Dowbor (2006), já enfatizava que o objetivo da educação não deveria ser voltado apenas para o desenvolvimento dos conceitos tradicionais curriculares, mas também a permitir que as pessoas tivessem acesso às informações e aos conceitos relacionados ao cotidiano.

Santos (2014) argumenta que existem diferentes ciclos de aprendizagem quando o assunto é dinheiro, e que para as pessoas serem bem-sucedidas financeiramente é necessário que saibam utilizar o dinheiro de forma produtiva e enriquecedora:

[...] produtivo, considera-se a realização de investimentos que tragam, em contrapartida, o aumento do conhecimento e a ascensão na carreira profissional. Do ponto de vista do enriquecimento, relaciona-se a agregação de riqueza, ou seja, recebimento de retorno ou remuneração superior ao custo do capital investido para aquisição de conhecimento nas diferentes etapas do desenvolvimento humano. (SANTOS, 2014, p. 01).

A educação deve contribuir para que as pessoas entendam o que acontece com o dinheiro público, o quanto um cidadão paga de imposto diretamente, indiretamente, ou ainda, para terem consciência de que e de quanto estão pagando ao adquirir um bem à vista ou a prazo. É preciso saber analisar qual é o melhor

---

<sup>1</sup> Os dados foram extraídos do site da SPC Brasil. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/indices-economicos>>. Acesso em: 13 de novembro de 2014.

momento, considerando as circunstâncias de sua vida, para utilizar um crédito ou poupar.

Nesse cenário atual, um agravante é que o governo, incapaz de poupar e realizar investimentos, procura ampliar a oferta de crédito para incentivar o consumo, de modo a estimular a produção. A população, despreparada para controlar seu orçamento e, conseqüentemente, o seu nível de endividamento, avança com o fácil acesso ao crédito e, endividada, busca caminhos para restaurar o seu equilíbrio. O crescimento desorientado do crédito produz a inadimplência. A partir daí, os empréstimos são interrompidos e a economia reduz a sua atividade. Como consequência dessas ações, surge um círculo vicioso de expansão e retração do crescimento (SAVOIA *et al.*, 2007; CHIZZONI, 2012).

Diante desta situação de endividamento, os bancos tentam assumir o papel de educar a população com suas campanhas de uso consciente do dinheiro, ou seja, procuram ensinar as pessoas como utilizar o crédito. No entanto, o objetivo dessas ações parece servir apenas para evitar o aumento das Perdas para Devedores Duvidosos<sup>2</sup> - PDD, enquanto as pessoas precisam aprender como consumir conscientemente.

As instituições financeiras possuem ferramentas disponíveis para identificar se o indivíduo está endividado e se o consumidor é um bom pagador ou não, pois é a partir dessas informações que as instituições ajustam os seus modelos de crédito. Entretanto, nem sempre fica claro para o consumidor quais são as taxas e tarifas praticadas pelos bancos, o que dificulta a escolha do produto mais adequado com as suas necessidades.

A grande diferença entre as taxas de juros pode ser observada nas várias linhas de crédito oferecidas pelas instituições financeiras. Um exemplo dessa diferença pode ser constatado pelas informações disponibilizadas pelo Banco Central, conforme mostra a tabela a seguir:

---

<sup>2</sup> A Provisão para devedores duvidosos - PDD é muito utilizada como indicador de inadimplência. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/ftp/jurosread112000.pdf>>. Acesso em: 26 de maio de 2015.

Tabela 1: Taxas de juros de operações de crédito (Outubro/2014)

Linha de Crédito	Taxa Mês	Taxa Ano
Juros comércio	4,65%	72,53%
Cartão de crédito	10,78%	241,61%
Cheque especial	8,50%	166,17%
Financiamento de automóveis	1,80%	23,87%
Empréstimo pessoal – bancos	3,47%	50,58%
Empréstimo pessoal – financeiras	7,28%	132,39%

Fonte: Brasil (2014b) e ANEFAC (2014).

Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?TXJUROS>>

<<http://www.anefac.com.br/uploads/arquivos/2014109152549760.pdf>>.

Acessado em: 05 de novembro de 2014.

De um modo geral, observa-se também que o comércio (lojas, supermercados, prestadores de serviços) não deixa claro para o consumidor os valores das taxas incluídas e acaba omitindo informações<sup>3</sup> que poderiam auxiliar as pessoas a refletirem sobre suas escolhas na forma de pagamento. Isso fica evidenciado nos anúncios e propagandas que destacam os valores parcelados, ao invés de também destacarem visualmente o valor total a prazo e à vista (SOUZA, 2012).

O Banco Mundial (*The World Bank*) publicou, em 2012, um documento intitulado *Good Practices for Financial Consumer Protection*<sup>4</sup> para ser usado como uma ferramenta de análise pelos países na área de proteção do consumidor financeiro. O Banco Mundial salienta que a fraca proteção ao consumidor e a ausência de EF, de forma geral, tornam as famílias vulneráveis às práticas abusivas de instituições financeiras e do mercado. A Instituição argumenta que a função da EF seria um meio de defesa para que o consumidor consiga resguardar-se das práticas desleais e também da promoção do bem-estar, auxiliando na tomada de decisões na gestão do próprio dinheiro.

<sup>3</sup> Conforme o código do consumidor. Lei nº 8.078 do Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. §1º. É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/anotada/2331525/art-34-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-lei-8078-90>>. Acesso em: 13 de maio de 2015.

<sup>4</sup> The World Bank: Good Practices for Financial Consumer Protection. Junho de 2012. Disponível: <<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTFINANCIALSECTOR/0,,contentMDK:22876721~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:282885,00.html>>. Acesso em: 20 de junho de 2015.

O desconhecimento financeiro por parte da população, bem como o baixo nível de escolaridade e a desinformação causada pelo mercado, são fatores que acabam reforçando a necessidade de ter ações educativas que possam ensinar à população de diferentes classes sociais e níveis de escolaridade sobre aspectos financeiros pessoais, a fim de auxiliar na tomada de decisões relacionadas ao consumo mais consciente.

Participantes informados ajudam a criar um mercado mais competitivo e eficiente. Consumidores conscientes demandam por produtos condizentes com suas necessidades financeiras de curto e longo prazo, exigindo que os provedores financeiros criem produtos com características que melhor correspondam a essas demandas (SAVOIA, *et al.*, 2007, p. 02).

A EF pode atuar diretamente nas variáveis pessoais e sociais, contribuindo para formar ou amadurecer uma cultura de planejamento de vida, isto é, na identificação de prioridades, no estabelecimento de metas e nas tomadas de decisões. O desenvolvimento desse tipo de atitude permite que as pessoas consigam lidar e resistir aos apelos imediatistas, tendo a consciência de suas decisões de consumo, crédito, poupança e investimento.

Nesse cenário, as classes C, D e vêm desempenhando um papel cada vez mais representativo e atuante na sociedade. Os jovens dessas classes atualmente passaram a participar e a influenciar as decisões relativas à renda e ao consumo familiar (MARQUES, 2012).

Não é por acaso que a EF de jovens tem um peso importante na atual conjuntura do país. De acordo com dados da consultoria BOX<sup>5</sup> (2011), o jovem tem um papel significativo na composição da renda da família e nas decisões de consumo no âmbito familiar. Nas famílias brasileiras de classe média, para cada R\$ 100,00 que os pais ganham, os filhos tendem a ganhar R\$ 53,00.

Essa geração mais jovem representa uma importante força de consumo, principalmente nas classes como a C, D e. Tais classes em ascensão já

---

<sup>5</sup> Pesquisa BOX. Disponível em: <<http://pesquisa.osehobrasileiro.com.br/indexi2.php?id=148>>. Acesso em: 10 de maio de 2015.

correspondiam em 2012 a 53,9% da população. A pesquisa da BOX concluiu que as pessoas da nova classe média, com faixa etária entre 18 e 35 anos, vão desempenhar um papel bastante significativo na definição do comportamento e dos hábitos da sociedade.

Este fato reforça a necessidade da EF, uma vez que o problema não é estritamente o consumo, mas sim, o desconhecimento por parte da população sobre como cuidar do seu orçamento pessoal encontrando um equilíbrio entre o consumir e o poupar. Cuidar do orçamento não é só anotar gastos e ganhos. Antes de tudo, é pensar sobre a vida, é identificar as prioridades para elaborar um planejamento financeiro.

O tema finanças pessoais, segundo Souza (2010), gera certo desconforto nas pessoas por tratar-se de uma invasão de privacidade. Em alguns casos, as pessoas tendem a agravar sua situação financeira devido ao medo do constrangimento que o assunto pode trazer. Vale ressaltar que a desinformação atinge a população de maneira geral, envolvendo todas as classes sociais, independentemente do grau de escolaridade e da renda familiar.

Quando se trata do desconhecimento do assunto de EF na família, a questão torna-se mais complexa. Isso ocorre porque os valores das pessoas que formam o núcleo familiar nem sempre são convergentes, até mesmo pela diversidade de gerações. Atualmente, as características da sociedade tecnológica, a rapidez e a globalização das informações e o crescimento de ofertas e as facilidades de acesso ao consumo, crédito e investimento, evidenciam a necessidade e urgência de dar às pessoas, por meio da EF, as condições necessárias para lidar com seus projetos pessoais e familiares de forma equilibrada, proporcionando-lhes uma melhor qualidade de vida.

A EF, além de poder refletir na vida pessoal e familiar, também poderá contribuir diretamente em alguns resultados do país, como no nível de poupança, no nível de endividamento, na qualidade de vida futura e no consumo consciente. O conhecimento financeiro de uma população é uma ferramenta necessária para

qualquer nação que queira alcançar um melhor nível de desenvolvimento econômico de um país (OCDE, 2005; LUCCI; ZERRENNER; VERRONE & SANTOS, 2006; BRASIL, 2014c).

## **1.2 Questão problema**

A questão problema desta pesquisa é: Como as famílias dos jovens estudantes de uma universidade particular, em um grande centro urbano como São Paulo, relacionam-se com a questão financeira nos aspectos de consumo, crédito, investimentos e tomada de decisão?

A partir dessa questão, surgem outras tais como:

- Esses jovens universitários e suas famílias utilizam o viés mais racional ou psicológico para tomada de decisões financeiras?
- Existe diferença no comportamento financeiro entre as diferentes classes sociais das famílias desses estudantes?

## **1.3 Objetivo**

O objetivo desta pesquisa é analisar a visão familiar de jovens que estudam numa universidade particular situada em um grande centro urbano como São Paulo, em relação à questão financeira, nos aspectos de consumo, crédito, investimentos e tomada de decisão.

Objetivos específicos:

- Identificar se o comportamento da família tem um caráter mais racional ou psicológico nas tomadas de decisão acerca das questões financeiras.
- Identificar se existe diferença no comportamento financeiro entre as diferentes classes sociais.

## 1.4 Justificativa

Nos últimos anos foi possível observar várias ações que surgiram no país relacionadas à EF, tanto de iniciativas privadas como de instituições governamentais (ENEF, 2010; BRASIL, 2012). Apesar dos esforços de tais ações voltadas para incentivar a população para o entendimento sobre as finanças pessoais, elas ainda parecem ser insuficientes e uma parcela significativa da população não possui EF adequada (CROCCO; SANTOS; FIGUEIREDO, 2011; OCDE, 2013).

Vários autores como Britto (2012), Costa e Miranda (2013), Crocco, Santos e Figueiredo (2011), Prado e Famá (2015), Santos (2014) e Cunha (2015) salientam a necessidade de promover EF para que as pessoas tenham conhecimento e consciência de suas ações.

Isso fica mais claro ao observar que a população jovem passa a ser um dos agentes que interferem na tomada de decisão da família. Torna-se imprescindível, portanto, que ele seja capaz de fazer escolhas mais conscientes de forma a se planejar em curto, médio e longo prazo, encontrando um equilíbrio entre o consumo, crédito e investimento (WATNE; LOBO; BRENNAN, 2011; MARQUES, 2012).

Os jovens universitários devem ter uma melhor compreensão do processo que faz com que eles tomem decisões, sejam essas racionais ou emocionais. O conhecimento sobre as finanças pessoais e familiares aliado ao acesso ao conhecimento financeiro pode contribuir para que exista menos assimetria de informação entre os jovens, as empresas e bancos de uma maneira geral.

Partindo da premissa de que os agentes e tomadores de decisões não são totalmente racionais e que o lado emocional pode influenciar na tomada de decisão, a teoria do consumo, as teorias econômicas aliadas a finanças comportamentais podem subsidiar as evidências empíricas contribuindo com área científica e social, gerando benefícios à vida das pessoas.

Este estudo justifica-se também devido à escassez de pesquisas de campo relacionadas ao tema e de sua relevância social e acadêmica, visto que as pessoas têm suas vidas afetadas pelas decisões de natureza financeira. Por exemplo, ao optarem por consumir no presente ao invés de poupar ou, ainda, ao antecipar o consumo futuro mediante a contratação de financiamentos. Sobre ações dessa natureza é importante compreender a forma como ocorrem as escolhas, quais são os conceitos que as pessoas detêm para essa tomada de decisão e, principalmente, se a EF pode, e de que maneira, colaborar na qualidade de suas ações.

### **1.5 Metodologia**

A metodologia desta pesquisa de caráter quanti-qualitativa envolveu primeiramente um estudo bibliográfico e, em seguida, a pesquisa de campo.

A pesquisa bibliográfica está constituída de um levantamento de informações de caráter exploratório, de vários documentos oficiais para identificar e analisar como o Brasil se insere mundialmente em relação à EF. Além disso, a pesquisa envolveu estudos teóricos e trabalhos acadêmicos que contribuíram para a construção do referencial teórico da dissertação.

A pesquisa de campo foi desenvolvida tendo como sujeitos jovens estudantes do curso de administração de uma universidade particular de um grande centro urbano. A partir da coleta de dados foi realizada a análise descritiva e interpretativa buscando compreender a visão familiar desses jovens em relação à questão financeira, nos aspectos de consumo, crédito, investimentos e tomada de decisão.

## 1.6 Estrutura do trabalho

A estrutura deste trabalho está organizada da seguinte forma:

No capítulo 1, **Introdução**, como já foi apresentado, encontra-se a contextualização do tema que aborda, de forma geral, a problemática que deu origem às questões e aos objetivos do presente estudo. Além disso, foi apresentada a metodologia e a justificativa da pesquisa, no sentido de resultar em possíveis contribuições para a área científica, envolvendo a dimensão social.

O capítulo 2, **Educação Financeira no Brasil e no mundo**, apresenta um estudo bibliográfico de caráter exploratório, que envolve um mapeamento das principais iniciativas existentes no Brasil em relação ao tema de EF e compara a situação brasileira com a de outros países, para ter uma visão de como o país está mundialmente inserido em relação à EF.

O capítulo 3, **Fundamentação Teórica**, está constituído pela articulação de conceitos relacionados às três áreas de conhecimento: Economia, Finanças comportamentais e Psicologia, Sociologia e Administração. Essas referências nortearam desde a escolha dos sujeitos, bem como a análise e o resultado dos dados coletados com o propósito de responder às questões da pesquisa.

O capítulo 4, **Metodologia**, descreve os procedimentos metodológicos, o instrumento de coleta e a organização dos dados coletados, bem como a ferramenta utilizada para a consolidação dos dados e a realização da análise.

O capítulo 5, **Análise e Resultados**, apresenta a análise dos dados coletados à luz dos fundamentos teóricos com o propósito de compreender a visão familiar de jovens universitários em relação à questão financeira, nos aspectos de consumo, crédito, investimentos e tomada de decisão.

As considerações finais apresentam as limitações e as sugestões para trabalhos futuros.

## 2. EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO BRASIL E NO MUNDO

---

A crescente importância da EF como objeto de políticas públicas é percebida por meio de várias iniciativas dos governos ao redor do mundo (GRIFONI, 2012). Um exemplo prático disso pode ser observado na realização de diversos fóruns internacionais para disseminação e troca de experiências sobre as ações desenvolvidas na área.

A OCDE criou a rede internacional de Educação Financeira denominada *International Network on Financial Education - INFE*<sup>6</sup>, a qual se destacou como referência internacional na produção de estudos sobre as mais variadas experiências no campo da Educação Financeira. O portal da INFE funciona como uma central que reúne informações, dados e notícias sobre questões e programas de Educação Financeira no mundo inteiro, atualmente o portal conta com mais de 100 países-membros, incluindo o Brasil.

O projeto de Educação Financeira da OCDE foi dividido em duas etapas. Na primeira, a Organização fez um levantamento sobre os programas de Educação Financeira existentes nos chamados países-membros. O objetivo do mapeamento foi conhecer os programas existentes e analisar sua eficácia a fim de desenvolver um manual com uma metodologia que otimizasse a disseminação da EF. A segunda etapa do projeto teve como meta principal conquistar o comprometimento de órgãos reguladores dos países participantes do programa, favorecendo a criação de políticas em prol da EF.

O mapeamento das necessidades da população foi considerado uma ação indispensável para que as estratégias nacionais pudessem definir prioridades e identificar o público-alvo dos programas. Entre as formas encontradas para avaliar as necessidades da população, a maioria dos países consultados realizou pesquisas nacionais, consultou bancos de dados sobre as mais recorrentes reclamações do consumidor e adotou como referência os exemplos de outros países. Alguns países

---

<sup>6</sup> International Network on Financial Education – INFE. Disponível em: <[http://www.financial-education.org/join\\_INFE.html](http://www.financial-education.org/join_INFE.html)>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

mencionaram a dificuldade na coordenação e divisão de responsabilidades entre os diferentes níveis de governo de uma federação (MAFFRA, 2011). Brasil, mesmo enfrentando tal complexidade em sua organização, entende que esse fato não impede a implementação de um programa de EF, no país (ABRUCIO, 2005).

Nos últimos anos, o Brasil passou por um período de grande desenvolvimento econômico, favorecendo a ascensão social da população. Entretanto, esse desenvolvimento tornou-se um motivo de preocupação para o governo devido ao despreparo da população em relação ao planejamento financeiro. Souza (2009), ainda acrescenta que, além do despreparo da população, existe outro componente em evidência que se refere à questão da aposentadoria, uma vez que o aumento do gasto previdenciário vem causando pressões sobre as contas públicas. Esses fatores, reforçam a importância da iniciativa no desenvolvimento de um projeto nacional de Educação Financeira.

No Brasil, o governo criou o Comitê de Regulação e Fiscalização dos Mercados Financeiros, de Capitais, de Seguros, de Previdência e Capitalização (Coremec)<sup>7</sup>, com intuito de dar início a uma Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF<sup>8</sup>, com o propósito de fomentar a cultura financeira no país. Assim, constituiu, em novembro de 2007, o grupo de trabalho com representantes do Banco Central, da Comissão de Valores Mobiliários - CVM, coordenadora do grupo de trabalho, da Secretaria de Previdência Complementar - SPC e da Superintendência de Seguros Privados - SUSEP, para desenvolver uma proposta que prevê a promoção de um inventário nacional de ações e de projetos de Educação Financeira no país.

O decreto que criou a ENEF, ainda instituiu o Comitê Nacional de Educação Financeira - CONEF, com a responsabilidade de definir planos, programas, ações e coordenar a execução da estratégia e o Grupo de Apoio Pedagógico – GAP que

---

<sup>7</sup> Criado pelo Decreto nº 5.685/2006.

<sup>8</sup> Art. 1º Fica instituída a Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF com a finalidade de promover a educação financeira e previdenciária e contribuir para o fortalecimento da cidadania, a eficiência e solidez do sistema financeiro nacional e a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores (ENEF, 2007, s/p).

assessora as equipes nos aspectos pedagógicos relativos à Educação Financeira nas escolas. Com relação à ENEF, o Estado comprometeu-se a promover tanto a Educação Financeira quanto a previdenciária, com a finalidade de contribuir para o fortalecimento da cidadania, a eficiência e solidez do sistema financeiro nacional e a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores. Cabe ressaltar que o objetivo de desenvolver uma cultura previdenciária no âmbito da Educação Financeira revela a preocupação do governo com o envelhecimento da população, decorrente da redução da fecundidade e do aumento da longevidade. O fomento de uma cultura previdenciária na população reacende a discussão sobre a responsabilidade do Estado em garantir a Previdência Social Pública.

Dessa forma, a ENEF enfatiza a importância de aliar a Educação Financeira à previdenciária, como uma estratégia para auxiliar na redução do papel do Estado, na promoção de políticas de proteção social e, em contrapartida, no incentivo para a expansão do mercado de previdência e seguros privados.

A OCDE, desde 2005<sup>9</sup>, publica relatórios contendo diversas recomendações de reformas políticas e estruturais aos países-membros. O relatório mais recente foi publicado em 2013, ele incluiu as seguintes recomendações para o Brasil (OCDE, 2013, p. 08):

- Elevação da idade mínima de aposentadoria;
- Uma força de trabalho com um maior nível de instrução;
- Melhores infraestruturas;
- Menores distorções fiscais;
- Uma intermediação financeira mais eficiente.

Tais recomendações proporcionariam avanços em termos de produtividade, ao mesmo tempo que a utilização de mão-de-obra poderia ser intensificada mediante a elevação das idades de aposentadoria. Supõe-se, também, que as medidas poderiam contribuir para reduzir a pressão sobre os recursos públicos crescentemente alocados à previdência, permitindo recompor a capacidade de gasto

---

<sup>9</sup> A caminho do crescimento – OCDE, 2005.

público em áreas essenciais à retomada do crescimento econômico e em programas sociais.

O Brasil encontra-se no grupo dos países que possuem uma estratégia nacional implementada como: Estados Unidos, Austrália, Espanha e Reino Unido, porém, ainda não consolidada como nos países do Chile e Canadá. A tabela 2, a seguir, mostra a situação das Estratégias Nacionais de alguns países-membros:

Tabela 2: Estratégias Nacionais para a Educação Financeira

<b>Estratégia Nacional - EN</b>	<b>Países</b>
Países que já possuem a EN implantada	Austrália, Brasil, República Checa, El Salvador, Estônia, Gana, Irlanda, Japão, Malásia, Holanda, Nova Zelândia, Nigéria, Portugal, Cingapura, Eslovênia, África do Sul, Espanha, Reino Unido, Estados Unidos, Zâmbia
Países com a EN consolidada	Armênia, Canadá, Chile, Colômbia, Índia, Indonésia, Israel, Quênia, Coréia, Letônia, Líbano, México, Malawi, Marrocos, Peru, Polônia, Romênia, Rússia, Sérvia, Suécia, Tanzânia, Tailândia, Turquia, Uganda, Uruguai
Países com a EN em estágio inicial	Argentina, China, França, Itália, Arábia Saudita

Fonte: Estratégias nacionais para a educação financeira. Tradução Livre do autor - OCDE (2013). Disponível em: <<http://www.oecd.org/finance/financial-education/>>. Acesso em: 20 de junho de 2015.

Embora o Brasil seja um dos países que tenha uma EN implementada, isso não significa que o país esteja numa situação confortável. O próprio Banco Mundial (2012) admite que a Educação Financeira requer um esforço de longo prazo, e considera que seu impacto sobre o comportamento do consumidor ainda é incerto. Uma prova disso pode ser constatada a partir dos resultados de Educação Financeira divulgados pela OCDE (2013). Os resultados dos 18 países<sup>10</sup> que participaram das primeiras avaliações mostraram que um em cada sete alunos não consegue fazer decisões simples de gastos diários e apenas um em cada dez alunos resolve problemas financeiros complexos (MARTINS, 2013).

<sup>10</sup> O Brasil não participou desta avaliação.

Entretanto, indo na contramão do que foi divulgado pela OCDE com relação aos exames realizados em outros países, pode-se constatar pelas informações oriundas de documentos oficiais do governo brasileiro que, após o desenvolvimento do projeto piloto nacional, houve uma melhora de até 7% na capacidade dos alunos em administrar o dinheiro. Também foi registrado que 63% dos estudantes que fizeram parte do programa poupam uma parte de sua renda, contra 59% dos alunos que não participaram (BM&FBOVESPA, 2012).

Os documentos do BM&FBOVESPA (2012) mencionam que o programa piloto da EF no Brasil aumentou significativamente o conhecimento financeiro dos estudantes participantes do piloto. As ações desenvolvidas no programa conseguiram provocar mudanças no comportamento financeiro dos estudantes, no sentido de torná-los mais propensos a poupar e administrar suas despesas, conversar com seus pais sobre questões financeiras e ajudar a organizar o orçamento familiar.

Assim, o Plano de Ação elaborado pela Associação de Educação Financeira do Brasil - AEF e aprovado pelo CONEF propõe um portfólio de projetos de Educação Financeira dirigido aos públicos infantil, juvenil e adulto.

As principais iniciativas do plano de ação são:

- Disseminação do material didático do ensino médio junto às escolas que participaram do projeto piloto no grupo de controle;
- Desenvolvimento de manuais de procedimentos e de capacitação de professores;
- Implantação do Programa de Educação Financeira nas Escolas como projeto piloto no ensino fundamental, tendo como área de abrangência as cinco regiões geográficas do país, localizadas em áreas urbanas e rurais;

- Construção e implantação do Programa de Educação Financeira para Adultos, concebido como projetos pilotos para dois públicos distintos: (1) mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome<sup>11</sup> e, (2) aposentados com renda de até dois salários mínimos;
- Mapeamento das iniciativas nacionais de Educação Financeira com a finalidade de contribuir com as diretrizes da ENEF e desenvolvimento de critérios e selo ENEF de reconhecimento das ações destacadas.

O Plano de Ação aconteceu oficialmente, em sua maior parte em 2013-2014, e apenas as iniciativas nas escolas públicas estão em fase de implementação, os programas voltados para o público adulto ainda se encontram em elaboração. A AEF espera que, a partir de 2015, os resultados devam beneficiar diretamente 8.000 professores, 218.000 alunos, 2.300 escolas públicas e privadas e 6.000 adultos. (BM&FBOVESPA, 2012).

Segundo a própria OCDE (2013), os avanços da Estratégia Nacional da EF no Brasil ainda são incipientes, as pessoas não planejam seus gastos em longo prazo e não se preocupam com a aposentadoria. Além disso, enfrentam dificuldades nas tomadas de decisões sobre empréstimos e investimentos.

Dessa forma, fica evidente a complexidade de se trabalhar com a EF, tanto em relação ao planejamento de ações estruturais quanto à concretização dessas ações. Tal situação demanda a criação de propostas educacionais e, ao mesmo tempo, instiga a descoberta de melhores meios para sensibilizar a busca para o entendimento consciente das finanças pessoais/familiares, uma vez que essa problemática já se encontra exposta na sociedade.

---

<sup>11</sup> Por meio da Deliberação nº 8, de 18 de abril de 2012, o CONEF criou Grupo de Trabalho com o objetivo de prover o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome de apoio técnico para proposição de ações de educação financeira e previdenciária para a população em situação de pobreza e extrema pobreza.

### 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

---

#### 3.1 Desenvolvimento econômico e o consumo

A estabilidade econômica e a rápida expansão do poder de compra dos brasileiros nos últimos anos transformaram o país em um dos principais mercados de consumo. Atualmente, o País possui um Produto Interno Bruto – PIB de R\$ 4,8 trilhões para uma população de mais de 200 milhões de pessoas (IBGE, 2014).

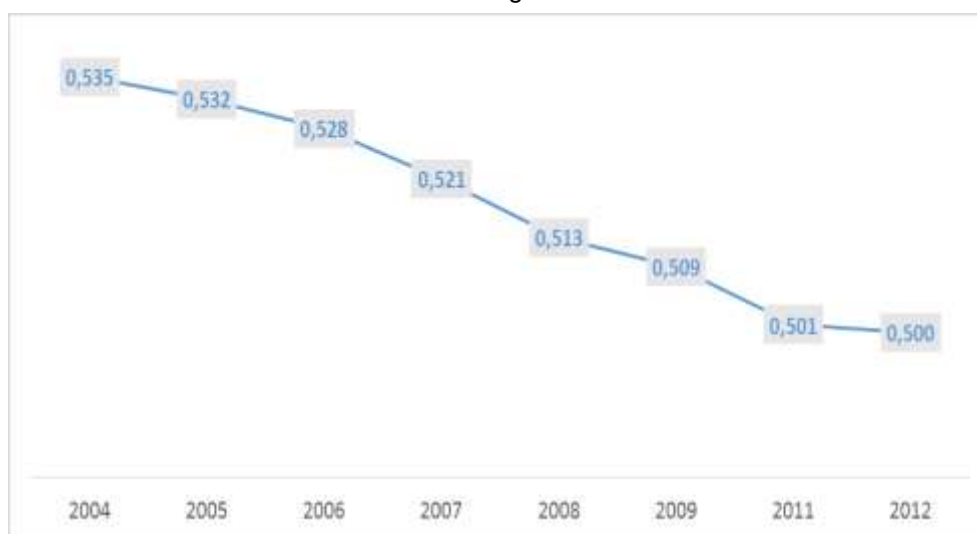
O perfil do brasileiro, como consumidor, passou por diversas mudanças no contexto social, principalmente decorrentes do significativo aumento de renda para as classes sociais<sup>12</sup> C, D e E (IBGE, 2010).

A redução da desigualdade dessas classes pode ser constatada por meio dos estudos do Instituto de Pesquisa Econômica - IPEA (2013) que apontam para o índice GINI no Brasil, o qual vem evoluindo significativamente devido à melhor distribuição de renda no país. O gráfico 1, a seguir, mostra o índice do GINI:

---

<sup>12</sup> A Nova Classe Média: O Lado Brilhante dos Pobres. Classe social por renda: E: menor ou igual a 2 salários mínimos, D: Entre 2 e 4 salários mínimos, C: Entre 4 e 10 salários mínimos, B: Entre 10 e 20 salários mínimos e A: Acima de 20 salários mínimos. (NERI, 2010). Disponível em: <<http://www.cps.fgv.br/cps/ncm/>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2015.

Gráfico 1: Desigualdade Índice GINI



Fonte: IBGE (2012). Disponível em:

<[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2012/sintese\\_defaultpdf\\_rendimentos.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2012/sintese_defaultpdf_rendimentos.shtm)>. Acesso em: 15 de novembro de 2014.

A evolução do índice GINI pode ser explicada pela recente mobilidade social ocorrida nos últimos anos. Segundo a Secretaria de Assuntos Estratégicos – SAE (Brasil, 2014a), entre 2004 e 2010, 32 milhões de pessoas ascenderam à categoria de classes A, B e C, conforme mostra a tabela 3 a seguir:

Tabela 3: Evolução das Classes Econômicas no Brasil 2003 – 2009

	2003-2009	2008-2009
Classe E	-45,50%	-4,32%
Classe D	-11,63%	-3,00%
Classe C	34,32%	2,49%
Classe B	38,51%	3,49%
Classe A	40,99%	0,18%

Fonte: NERI, 2010, p. 30

É possível perceber na tabela 3 que, entre os anos de 2003-2009, houve uma forte migração entre as classes, favorecendo principalmente as pessoas que se encontravam nas classes mais baixas. Assim, um grande número de indivíduos passou a ter acesso a um modo de vida que anteriormente associava-se diretamente às elites sociais: um modo de vida marcado pelo consumo de bens duráveis, de lazer e por prazer.

O aumento significativo do poder de compra gerado pelo maior número de postos de trabalho no mercado formal e informal, melhor qualificação profissional e maiores salários aliados à grande oferta de crédito e à existência de uma demanda reprimida por bens de consumo, passou a despertar o interesse de diversos setores como, por exemplo, do setor financeiro, da indústria, do varejo, do setor de serviços.

Este cenário despertou o interesse da área acadêmica, principalmente devido ao desenvolvimento econômico do país. Nesse sentido, cabe ressaltar os trabalhos de Prahalad e Hammond (2002), que trouxeram o conceito da Base da Pirâmide – BP. Esse conceito, BP, segundo os autores, é composto por pessoas das classes mais baixas, porém com um impacto significativo no consumo.

Para esses autores, as empresas se preocupam principalmente com a parcela da população com mais recursos e deixam em segundo plano a parcela mais pobre, que representa mais de 80 % da população mundial. Prahalad e Hammond (2002) contribuíram com a ideia de que as empresas podem desempenhar um importante papel na redução da pobreza, a partir do desenvolvimento econômico gerado pelo incentivo ao consumo. A abordagem dos autores resultou na ideia de que as empresas podem obter maiores lucros servindo a essa parcela mais pobre do mercado e não apenas aos mais ricos.

A maioria das empresas direciona sua estratégia para as classes mais altas, deixando de lado a base da pirâmide. Entretanto, essa classe mais baixa apesar de ganhar menos de 2.000 dólares por ano, representa um mercado colossal de mais de 4 bilhões de pessoas (PRAHALAD; HAMMOND, 2002, p. 07, tradução nossa)<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Trecho original: “Most companies target consumers at upper tiers of the economic pyramid, completely overlooking the business potential at its base. But though they may each be earning the equivalent of less than \$2.000 a year, the people at the bottom of pyramid make up a colossal market – 4 billion strong – the vast majority of the world’s population” (PRAHALAD; HAMMOND, 2002, p. 07).

A figura 1 ilustra como a população mundial está distribuída na pirâmide do mercado global

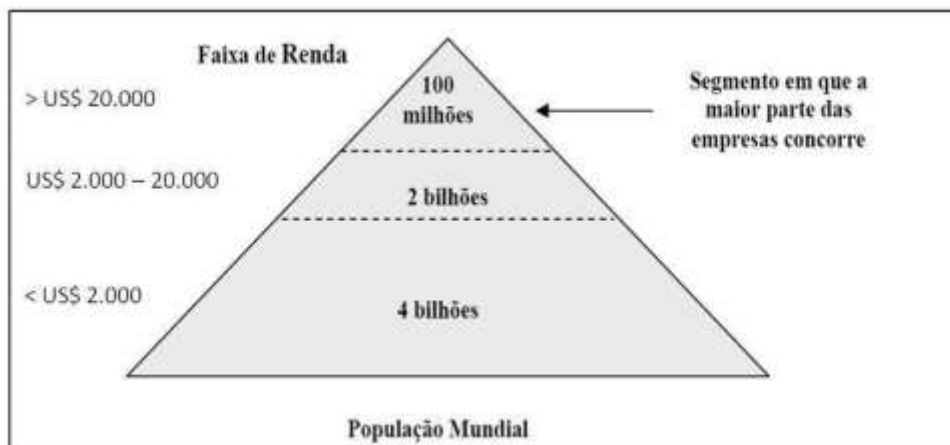


Figura 1: Pirâmide do mercado global  
 Fonte: PRAHALAD; HAMMOND, 2002, p.07, tradução nossa.

Embora a renda média dos brasileiros não seja diretamente comparável com o levantamento de Prahalad e Hammond (2002) demonstrado na figura 1, pode-se dizer que o país tem uma “pirâmide” diferenciada, como mostra a figura 2 a seguir:

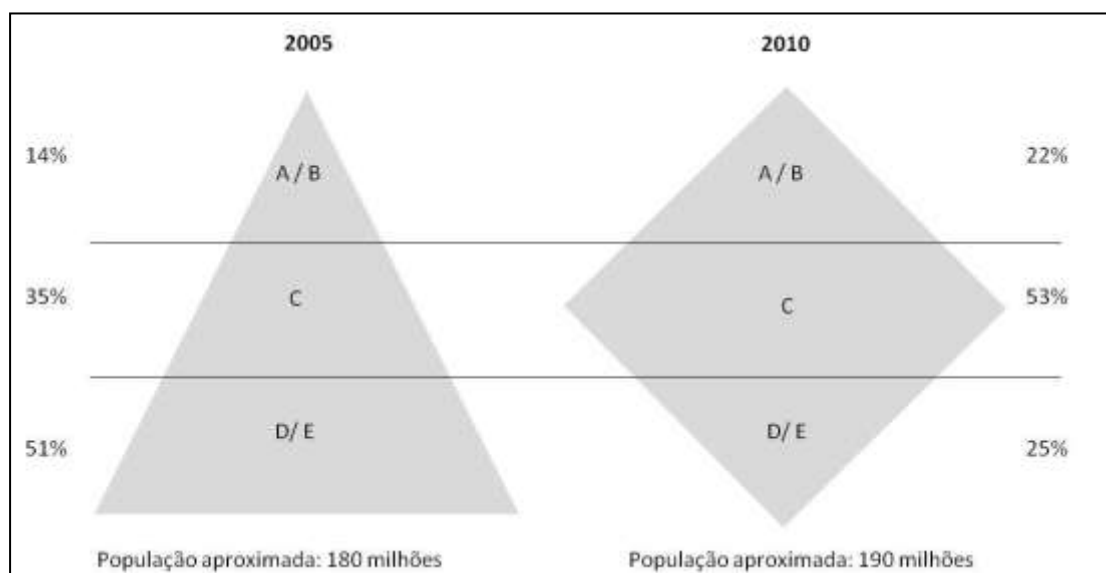


Figura 2: Representatividade das classes sociais no Brasil (2010)  
 Fonte: Adaptada pelo pesquisador, com base nos dados extraídos do IBGE (2014) e NERI (2010). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/paisesat/>> e <http://www.cps.fgv.br/cps/ncm/>>. Acesso em: 19 de novembro de 2014.

A figura 2 caracterizada pela adaptação do modelo da pirâmide de Prahalad e Hammond (2002) para a realidade brasileira, pode-se dizer que a pirâmide atualmente aparenta muito mais um losango. Isso evidencia que o avanço da economia brasileira dos últimos anos constituiu um incremento significativo na renda da população. Esse fato foi constatado como uma oportunidade ampliada para as empresas obterem mais lucros nas classes médias e baixas da população.

No entanto, Santos (2014) alerta que esse modelo de incentivo ao consumo pode não ser o mais sustentável em longo prazo para a sociedade. Com relação às famílias, o despreparo e a falta de planejamento podem desencadear um aumento no índice de comprometimento da renda, assim como da inadimplência. As empresas, por sua vez, podem sentir os efeitos de uma redução do faturamento e margens de lucro devido ao comprometimento das famílias, e o governo pode sentir a redução na arrecadação de impostos das empresas e das pessoas físicas de uma maneira geral.

### **3.2 Consumo e sociedade**

A partir do conceito de sociedade moderna, autores como Bauman (2008) e Campbell (2006) salientam que, nas sociedades contemporâneas ocidentais, as atividades de consumo tornaram-se um modelo pelo qual os indivíduos assumem certo padrão e, segundo Campbell (2006, p. 64), “é justificável afirmar não só que vivemos numa sociedade de consumo, ou somos socializados numa cultura de consumo, mas que a nossa, num sentido bem fundamental, é uma civilização de consumo”.

Para Bauman (2004), o consumo é:

[...] uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos. Visto dessa maneira, o fenômeno do consumo tem raízes tão antigas quanto os seres vivos – e com toda certeza é parte permanente e integral de todas as formas de vida conhecidas a partir de narrativas históricas e relatos etnográficos (BAUMAN, 2004, p. 38).

O consumo não tem apenas a função de suprimento e dispêndio, como se observa na visão utilitarista de que se consome apenas em função das necessidades ou porque a sociedade os produz e, portanto, estes bens precisam ser consumidos. A ampliação do conceito de necessidades, especialmente com as categorias de distinção entre básicas e supérfluas, bem como o rompimento com a visão economicista centrada na produção e no consumo individual para o suprimento de necessidades, trouxeram à tona a necessidade de debruçar-se sobre o consumo em busca de seus aspectos culturais, de seu papel na estrutura social e, até mesmo, na questão emocional como influenciador da tomada de decisão.

Miller (2002, p.19) afirma que "o ato de comprar [...] é visto como um meio de descobrir, mediante observação acurada das práticas das pessoas, algo sobre seus relacionamentos". Para o autor, essa obrigação ou desejo de oferecer o melhor para a família está intimamente ligada à noção de uma demonstração de amor, por isso os indivíduos sacrificam-se. Em uma situação de escassez de dinheiro, a escolha de um determinado bem significa o não consumo de outro. Escolher bens duráveis que trarão conforto e bem-estar para a família é moralmente aceito, pois está sendo feito um investimento na coletividade e não em um consumo individualizado.

A cultura de consumo, segundo Hall (1997), Canclini (1999), Rossi (2014), traduz a palavra 'possuir' em diferentes identidades e momentos por meio daquilo que se consome, favorecendo não apenas o descarte e consumo de objetos, mas também de identidades. Essa ideia vai ao encontro da condição pós-moderna, na qual os sujeitos possuem várias identidades, sendo essas fragmentadas, podendo ainda serem contraditórias. A identidade das pessoas resume-se àquilo que se possui ou àquilo que se pode chegar a possuir.

No capitalismo, as relações de consumo tornam-se um fenômeno central da sociedade e passam a ser entendidas não mais em sua dimensão individual e puramente econômica: o consumo é conduzido no âmbito de uma sociedade de consumidores, da qual ele é uma das principais características.

Ao analisar a relação entre as empresas e a sociedade pode-se observar que, por um lado, as organizações buscam incessantemente maximizar o seu resultado, enquanto a sociedade acaba reduzindo o indivíduo à simples condição de consumidor, moldando, promovendo, encorajando ou reforçando comportamentos e estilos de vida numa perspectiva consumista.

O Capitalismo [...] se identifica com a busca do lucro, do lucro sempre renovado por meio da empresa permanente, capitalista e racional. Pois assim deve ser: numa ordem completamente capitalista da sociedade, uma empresa individual que não tirasse vantagens das oportunidades de obter lucros estaria condenada à extinção (WEBER, 2006, p. 05).

Segundo Bauman (2004), usamos os mais variados recursos para acelerar as satisfações das necessidades. O crédito financeiro, por exemplo, como uma ferramenta que permite conseguir mais rapidamente o que se deseja. O ponto central da discussão é que essas necessidades não são outras senão aquelas criadas pelo capital, e elas são renovadas no mesmo ritmo em que são satisfeitas.

Quando o surgimento dos desejos é abreviado, e o tempo até sua satisfação também torna-se mais curto, o resultado é que “abreviam o tempo de vida dos objetos de desejo, ao mesmo tempo em que suavizam e aceleram sua viagem em direção à pilha de lixo” (BAUMAN, 2004, p.137-138).

Entretanto, Bauman (2008, p. 102) alerta para o fato de que essa garantia de acesso ao consumo é uma condição necessária à manutenção da própria sociedade de consumo, uma vez que “[...] a participação ativa nos mercados de consumo é a principal virtude que se espera dos membros de uma sociedade de consumo”.

Segundo o autor, para sua manutenção, a sociedade de consumo precisa de consumidores ávidos, para os quais os desejos se sobreponham continuamente uns aos outros, em que tenham acesso ao crédito e ao próprio mercado como garantia de que a economia continue em um ritmo de crescimento contínuo.

### 3.3 Crédito e juros

O crédito desde a sua criação foi de extrema importância para o desenvolvimento da sociedade. As operações de crédito podem ser definidas como a troca de bens presentes por bens futuros. O crédito é conhecido também, como forma de antecipar o desejo das pessoas pelo fato de permitir-lhes conseguir ter determinada mercadoria. A expansão e o aumento das facilidades para as vendas a crédito favorecem a criação de um poder de compra adicional.

Para Schumpeter (1997), a definição de crédito é:

[...] essencialmente a criação de poder de compra com o propósito de transferi-lo ao empresário, mas não simplesmente a transferência de poder de compra existente [...] A partir do crédito os empresários obtêm acesso à corrente social dos bens antes que tenham adquirido o direito normal a ela (SCHUMPETER, 1997, p. 74).

O crédito ao consumidor foi parcialmente responsável pela popularização de bens antes considerados inalcançáveis por parte da população. Os bancos, nesse processo, têm papel fundamental como intermediários entre as pessoas que querem abrir mão de certa liquidez no momento presente para poupar e, daquelas pessoas que querem antecipar o seu sonho e não possuem os recursos financeiros suficientes no presente para realizá-lo, desta forma recorrendo ao crédito como uma solução momentânea e facilitadora.

Weber (2006) defende que as pessoas que decidem abrir mão da liquidez, hoje, para poupar, devem ganhar juros como um bônus ou pagamento:

Lembre-se que o crédito é dinheiro. Se um homem deixa seu dinheiro em minhas mãos por mais tempo que o devido, está me dando os juros, ou tudo o que eu possa fazer com ele durante esse tempo. Isso atinge somas consideráveis quando alguém goza de bom e amplo crédito, e faz dele bom uso (WEBER, 2006, p.19).

O juro, na visão de Fisher (1988), seria um prêmio pela renúncia ao consumo imediato e, para Keynes (1985), o juro seria como um prêmio pela renúncia à liquidez. Fonseca (2005) e Ferreira (2013) alegam que o juro é um prêmio pago sobre um determinado valor durante um dado período de tempo, ou, em outras

palavras, expressa um preço na troca entre bens presentes e futuros, levando-se em consideração o custo da oportunidade, o risco de crédito e a inflação.

Fonseca (2005, p. 69) traz o conceito de troca intertemporal em sua obra. Para o autor, o significado de troca intertemporal “[...] consiste na ação de manipular de alguma forma a sequência dos eventos no tempo, de modo a favorecer a realização de um dado fim”.

Esse autor ainda afirma que existem duas modalidades de trocas intertemporais: (1) “Usufruir agora, pagar depois” e (2) “Pagar agora, usufruir depois” (FONSECA, 2005, p. 70). A primeira significa a antecipação do benefício no tempo em detrimento da postergação dos custos. A segunda modalidade, contrariamente da primeira, prioriza os custos que precedem os benefícios. A troca intertemporal implica falar em intercâmbio, a relação entre o que se pagou e o que se recebeu numa transação.

Ainda em relação à teoria dos juros, existe outro aspecto importante para ser considerado que é a oportunidade de investimento. Retomando o pensamento de Weber (2006), existem pessoas com necessidades de antecipar o seu desejo e, existem pessoas, que preferem abrir mão de certa liquidez, hoje, e receber em troca um pagamento por isso.

Keynes (1985, p. 127) traduz em sua obra, numa breve frase, o significado de investimento, poupança e juro: “O investimento constitui a ‘procura da espera’, a poupança a ‘oferta da espera’, e o juro é um ‘preço’ que serve [...] para tornar as quantidades iguais”. O autor não nega que o juro pode contribuir para esse equilíbrio. Porém, ele afirma que o juro não é o único responsável por essa relação e indica que devem ser consideradas outras variáveis, como por exemplo, a variação na renda.

Desta forma, pode-se dizer que uma das funções do juro é o de influenciar em partes no equilíbrio entre o consumo e a poupança, ou ainda, contribuir para o equilíbrio entre a demanda e a oferta na economia. Esse mecanismo resultará numa

taxa de juros que equilibrará o mercado para empréstimos, como também em relação às trocas entre o presente e o futuro, ou seja, pessoas que querem abrir mão da liquidez hoje para ter um montante maior no futuro.

### **3.4 Teoria da Preferência pela Liquidez e a Teoria dos Fundos Empréstáveis**

Este subitem pretende evidenciar duas teorias consideradas fundamentais para a definição do juro e da demanda por moeda na economia, sendo uma delas a Teoria da Preferência pela Liquidez – TPL, como um produto da Teoria Geral de Keynes (1985) e a outra, a Teoria dos Fundos Empréstáveis - TFE, que tem origem no trabalho de Fisher (1988).

Na teoria monetária elaborada por Keynes (1985), não existe a possibilidade de prever posições de equilíbrio, tanto no curto quanto no longo prazo, sem considerar o papel da moeda e da política monetária. Para o autor, a moeda não é apenas um meio de troca, mas também uma reserva de valor, por ter a qualidade de conduzir riqueza ao longo do tempo. Nessa perspectiva, a moeda é mais do que um mero meio de troca, a moeda representa um duplo papel de meio de pagamento e de forma de riqueza (IBIDEM, 1985).

A capacidade da moeda de gerar liquidez funciona como segurança aos agentes econômicos diante de incertezas sobre o futuro. Sendo assim, quanto maior for a incerteza, maior será a retenção de moeda por parte dos agentes.

Em sua teoria, Keynes (1985) demonstra o fato de a moeda não ser um mero facilitador de trocas, pois ela afeta as decisões dos agentes econômicos. Caso uma pessoa utilize parte de sua renda para comprar riqueza não reprodutível, como moeda e outros ativos líquidos, pode acarretar problemas na demanda efetiva da economia. O autor deixa evidente a não neutralidade da moeda e que a busca por moeda e ativos não reprodutíveis são formas de acumulação de riqueza perante a acumulação de bens de capital. Outra situação em que isso ocorre é em momentos de incerteza, quando as pessoas preferem reter a moeda como forma de segurança.

A taxa de juros é um fator responsável pelo nível de preferência pela liquidez dentro de uma economia. De acordo com a teoria, a taxa de juros é um prêmio por abrir mão da riqueza em forma monetária, ou seja, é a recompensa por não entesourar. A taxa de juros na verdade é o que se ganha não pelo simples ato de poupar, mas porque esses recursos são utilizados em outros ativos diferentes da moeda.

A preferência pela liquidez determina a quantidade de moeda que o público deseja reter de acordo com o valor da taxa de juros. Em outras palavras, a taxa de juros torna-se a recompensa da renúncia à liquidez. Para Keynes (1985), a taxa de juros não é o preço que equilibra a demanda de recursos para investir e a propensão de abster-se do consumo imediato, e sim o preço mediante o qual o desejo de manter a riqueza em forma líquida concilia-se com a quantidade de moeda disponível. Isso implica que, se a taxa de juros fosse menor, isto é, se a recompensa da renúncia à liquidez se reduzisse, o montante agregado de moeda que o público desejaria conservar excederia a oferta disponível e que, se a taxa de juros se elevasse, haveria um excedente de moeda que ninguém estaria disposto a reter. Dessa forma, seria possível afirmar que a quantidade de moeda é outro fator, e que, em conjunto com a preferência pela liquidez, contribuem para a determinação da taxa de juros.

A TFE tem origem no trabalho de Fisher (1988) que analisou a determinação da taxa de juros numa determinada economia, verificando a razão pela qual os indivíduos poupam, isto é, não consomem toda a sua renda ou recursos, e também buscou compreender por que outros indivíduos tomam dinheiro emprestado.

A poupança no modelo de Fisher (1988) é uma escolha que as pessoas fazem entre o consumo corrente e futuro de bens e serviços. Os indivíduos poupam parte de seus recursos a fim de serem capazes de consumir mais no futuro. A principal determinante da decisão de poupança dos indivíduos é sua taxa de preferência intertemporal, ou seja, a sua disposição em trocar algum consumo no momento presente por mais consumo no momento futuro.

Outro determinante da decisão de poupança, constatado pelo autor, é a renda. De um modo geral, altas rendas implicam que os indivíduos irão poupar mais, embora as pessoas com a mesma renda possam ter preferências intertemporais diferentes.

Outra variável destacada nesse modelo é a taxa de juros ou a recompensa por poupar, isto é, não consumir toda a sua renda no presente. Os investimentos implicam direcionar recursos para ativos que irão aumentar a capacidade de produção futura das empresas. Um dos fatores que influencia essa decisão das empresas é o ganho de investimento. Esses ganhos são as diferenças positivas entre os recursos usados por um processo na empresa e o total de recursos que ele irá produzir no futuro.

Com base no modelo do Ciclo de Vida, Mankiw (2008) afirma que quanto maior for a renda, menor será a propensão média a consumir, ou seja, se a propensão a consumir é mais baixa, logo, a propensão a poupar é mais alta para indivíduos de renda mais alta. O consumo e a poupança, em determinado período, dependem das expectativas de renda futura, e não apenas da renda corrente. Isso significa que o estágio, ou seja, o momento em que o indivíduo ou a família se encontram no ciclo de vida, determina o nível de poupança. O modelo de escolha ao longo do tempo considera que as pessoas tomam decisões tendo em vista a opção entre consumir e poupar, consumir no presente ou poupar para o futuro.

Em outras palavras, as pessoas jovens gastam mais, tomam emprestado porque ganham menos, mas, com a expectativa de ganhar mais no futuro. Na meia idade, as pessoas atingem o ápice de renda, pagam a dívida e passam a poupar para a aposentadoria, com a expectativa do momento futuro aproximando-se do presente. No período de aposentadoria, com renda zero, o indivíduo “*despoupa*” para satisfazer suas necessidades de consumo (COSTA; MIRANDA, 2013).

Como observado até o momento, as principais variáveis que influenciam na decisão de consumir ou de poupar estão relacionadas à renda, em parte pelo juro e na expectativa de ganho futuro das pessoas. No próximo tópico é possível

evidenciar os fatores psicológicos que influenciam na tomada de decisão entre o consumo e a poupança.

### **3.5 Tomada de decisão: razão vs. emoção**

No tópico anterior foi possível analisar o lado racional pela demanda de moeda, pela preferência entre consumir e poupar. A visão do homem *economicus*, o ser humano racional e utilitarista que busca sempre maximizar e otimizar de forma racional os seus recursos.

Brabazon (2004) alega que por esse modelo de Finanças ter sido amplamente aceito e visto como eficiente para explicar o comportamento do mercado, causou um desinteresse para as pesquisas relacionadas às Finanças Comportamentais ao longo da década de 80. Entretanto, esse cenário passou a mudar com os sinais de desgastes do modelo até então dominante que deixava de considerar em suas premissas as anomalias do mercado financeiro, cada vez mais frequentes e visíveis.

A partir das constatações das anomalias do mercado financeiro surgiu uma nova vertente que deu origem aos trabalhos dos autores Kahneman e Tversky (1979), que criticam a teoria da utilidade esperada como um modelo descritivo na tomada de decisão sob risco, e sugerem um modelo conhecido como a teoria do prospecto ou teoria da perspectiva.

Com isso, a psicologia ganhou mais relevância na área de Finanças, dando origem aos estudos relacionados ao comportamento humano com os conceitos econômicos, criando uma nova linha de pesquisa chamada de Finanças Comportamentais (SAITO; SAVOIA; FAMÁ, 2006).

O campo de estudos das Finanças Comportamentais refere-se à identificação de como as emoções e os erros cognitivos influenciam o processo de tomada de decisão dos agentes. O homem deixa de ser visto como um ser que se utiliza apenas da razão para as tomadas de decisões. Isso porque a racionalidade dos

indivíduos é limitada por fatores emocionais e vieses cognitivos (LUCENA; MARINHO, 2013).

Pesquisas nessa área levam em consideração a natureza humana dos indivíduos tomadores de decisão que estão sujeitos a vieses comportamentais que impossibilitam muitas vezes tomar uma decisão puramente racional (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979). Esses autores salientam que as pessoas geralmente estão à procura de resultados em termos de ganhos e perdas ao invés de riqueza. O homem *economicus*, o ser humano racional e utilitarista que busca sempre maximizar e otimizar de forma racional os seus recursos não é tão direto e calculista como a principal linha do *mainstream* da economia sempre defendeu ou como a teoria de hipótese de mercado eficiente (HME) de Fama (1970).

A economia comportamental faz uma abordagem sobre o comportamento decisório humano ao agregar as descobertas da psicologia, da sociologia, da antropologia, da neurociência e de outros campos do conhecimento. Por essa razão, opõem-se à hipótese da plena racionalidade econômica.

A Educação Financeira tem sido influenciada por essa nova perspectiva teórica. Diante disso, o paradigma da racionalidade econômica sofreu várias críticas ao longo dos anos, isto é, a visão neoclássica por si só não se sustenta na compreensão do mundo real. Entre os vários autores críticos dessa visão destaca-se Simon (1971), que defende que o comportamento humano não alcança plena racionalidade, pelo menos em três aspectos distintos:

- 1) A racionalidade requer um conhecimento completo e antecipado das consequências resultantes de cada opção. Na prática, porém, o conhecimento dessas consequências é sempre fragmentário;
- 2) Considerando que essas consequências pertencem ao futuro, a imaginação deve suprir a falta de experiência em atribuir-lhes valores, embora esses só possam ser antecipados de maneira imperfeita;

3) A racionalidade pressupõe uma opção entre todos os possíveis comportamentos alternativos. No mundo real, porém, apenas uma fração de todas essas possíveis alternativas é levada em consideração.

Particularmente, no aspecto do item (2), o autor explica que um prazer esperado pode diferir do prazer alcançado. A experiência efetiva pode ser consideravelmente mais ou menos desejável do que aquilo que foi antecipado. A antecipação das conseqüências, por mais completa que seja, dificilmente produzirá o mesmo impacto sobre as emoções vivenciadas. Isso ocorre devido à mente humana não conseguir compreender as conseqüências em sua totalidade.

Em suma, a visão crítica da racionalidade indica que quando uma pessoa compra por impulso nem sempre leva em conta sua restrição orçamentária e, muitas vezes, assume dívidas que põem em risco a sua capacidade de pagamento e, até mesmo, fica confusa quanto às suas próprias preferências diante de tantas estratégias comerciais para a venda de produtos e serviços, e quanto às escolhas tomadas por seus familiares e amigos mais próximos.

O processo de tomada de decisão é muito mais complexo do que se imagina e não envolve apenas o lado racional do indivíduo. Exemplificando tal complexidade do processo decisório, considere o contexto de um supermercado que muitas pessoas frequentam várias vezes durante um mês. Será que o que define as escolhas de compra das pessoas é puramente racional? As pessoas compram somente aquilo que de fato precisam? Essas e outras perguntas podem ser aplicadas para inúmeras situações e o mesmo questionamento será observado.

Para explicar esses questionamentos, além da visão crítica da racionalidade, outro aspecto que pode contribuir é aliar o conceito da Contabilidade Mental que está diretamente relacionado às escolhas dos agentes e/ou consumidores, conforme o tópico a seguir.

### 3.6 Contabilidade Mental

A Contabilidade Mental, segundo Miotto (2012), é definida pela integração entre elementos das áreas de economia e psicologia. A Contabilidade Mental refere-se, portanto, ao estudo que incorpora aspectos sociais, cognitivos e emocionais para entender as decisões econômicas de consumidores e agentes financeiros. Thaler (1980) apresenta a Contabilidade Mental dentro de uma perspectiva do comportamento do consumidor, para entender as decisões econômicas de consumidores e agentes financeiros. Na perspectiva da economia comportamental, a Contabilidade Mental é o processo por meio do qual os consumidores avaliam suas transações econômicas e seu orçamento doméstico.

Uma questão de interesse nas pesquisas sobre o tema refere-se à maneira como as pessoas combinam dois ou mais eventos financeiros dentro de uma mesma conta mental. Para exemplificar isso, Thaler (1985) apresentou o seguinte problema a 87 estudantes de uma universidade: “Quem você preferiria ser no cenário a seguir: o Sr. “A”, que ganhou \$50 na loteria, ou o Sr. “B”, que ganhou \$100, mas inesperadamente passa a dever \$50?”

O resultado da pesquisa mostrou que a maioria dos estudantes preferiria ser o “A”. Em um cenário com dois eventos, em que um dos eventos é uma perda e o outro um ganho de maior valor, as pessoas se sentirão melhor se avaliarem os eventos de forma integrada.

O estudo de Thaler (1985) fundamenta-se em dois princípios da teoria dos prospectos de Kahneman e Tversky (1979):

- O primeiro princípio é o da satisfação marginal decrescente. Por exemplo, dois ganhos separados de R\$10,00 implicam uma satisfação maior que um ganho único de R\$20,00.

- O segundo princípio diz que as perdas são sentidas mais intensamente do que os ganhos, por exemplo, perder R\$10,00 causa uma sensação negativa mais intensa do que a sensação positiva de ganhar \$10,00.

Kahneman e Tversky (1992) denominaram essa situação de princípio de aversão a perdas e sugerem, com base em diversos estudos empíricos, que o coeficiente de aversão a perdas é de 2,5. Em outras palavras, a insatisfação de perder “X” é, em geral, 2,5 vezes maior do que a satisfação de receber “X”. O “S” que aparece na imagem não é simétrico, sendo mais íngreme para perdas do que para ganhos. A figura 3 ilustra essa situação:



Figura 3: Representação gráfica da teoria dos prospectos  
Fonte: Kahneman; Tversky, 1984.

Um exemplo mais próximo do dia a dia destacado por Kahneman (2012) é o fato de que as pessoas costumam deixar o dinheiro na poupança mesmo devendo no cartão de crédito. Segundo o autor isso bate de frente com o modelo de agente racional.

A partir da teoria dos prospectos, Thaler (1985) sugere alguns princípios de funcionamento da Contabilidade Mental que, se adotados, maximizam a utilidade do

indivíduo que se encontra numa situação decisória que envolve mais de um evento financeiro.

Um desses princípios refere-se a cenários envolvendo ganhos e perdas. O autor demonstra que integrar perdas menores a ganhos maiores na contabilização mental do cenário é preferível a manter ganhos e perdas separados.

Outra situação observada por Kim (2006) sobre o efeito na decisão de compra é quando o preço de determinado produto é apresentado de forma fracionada ou integral. Como, por exemplo, comunicar que um produto custa R\$140,00 com a taxa de entrega embutida no valor ou falar que esse mesmo produto custa R\$120,00 e que serão cobrados mais R\$20,00 referentes à taxa de entrega. Os resultados mostraram que o consumidor irá preferir a opção que apresenta o preço de forma integral. Nessa mesma linha, Gonçalves (2005) evidenciou que os produtos ofertados em formas de pacotes (apresentando diferentes tipos de serviços) reduzem a percepção de desperdício no caso de o cliente não consumir o serviço comprado.

A Contabilidade Mental pode ser caracterizada como o autocontrole dos consumidores para prevenirem gastos excessivos. Porém, esse processo mental não é linear, podendo não funcionar para casos de algumas despesas específicas (CHEEMA; SOMAN, 2006). O estudo de Duxbury *et al.* (2005) mostra que a Contabilidade Mental funciona quando o consumidor está disposto a poupar dinheiro mesmo que para isso ele tenha que gastar mais tempo, mas o inverso não é observado, isto é, quando o importante é poupar tempo mesmo que para isso seja necessário gastar mais dinheiro.

Tais situações exemplificadas têm o papel de destacar que a questão da tomada de decisão está atrelada tanto ao aspecto psicológico quanto ao racional. Essa situação pode ser observada claramente nas decisões de consumo das pessoas e isso evidencia a importância das pessoas terem consciência de suas decisões financeiras a partir da Educação Financeira, podendo ser um dos caminhos para influenciar na tomada de decisão entre o consumir e poupar.

O próximo capítulo apresenta a metodologia, detalhando os procedimentos e os instrumentos que foram utilizados na coleta de dados para a realização da análise e dos resultados da pesquisa.

## **4. METODOLOGIA**

---

A metodologia da pesquisa de natureza quanti-qualitativa envolveu, primeiramente, um estudo bibliográfico e, em seguida, a pesquisa de campo. O levantamento bibliográfico de caráter exploratório, permitindo identificar e analisar de forma mais ampla como o Brasil se insere mundialmente em relação à EF. Este estudo e a construção do referencial teórico serviram como insumo para a análise dos dados coletados em campo.

Quanto à pesquisa de campo, essa envolveu a participação de jovens estudantes do curso de administração de uma universidade particular da cidade de São Paulo. A coleta de dados foi realizada a partir de um questionário, sendo adotada uma análise descritiva e interpretativa das informações coletadas, buscando compreender a visão familiar desses jovens em relação à questão financeira, nos aspectos de consumo, crédito, investimentos e tomada de decisão.

### **4.1 Organização do questionário**

O questionário foi elaborado contendo 22 (vinte e duas) questões alternativas e uma questão aberta dando a chance ao participante de se explicitar livremente, caso desejasse complementar alguma informação.

As questões do questionário foram organizadas em 5 (cinco) blocos:

- 1) Características pessoais
- 2) Crédito
- 3) Investimento
- 4) Características de consumo
- 5) Conhecimento financeiro

Além dos itens citados acima, foram incluídas questões relacionadas aos aspectos psicológicos, uma vez que esses podem estar direta ou indiretamente relacionados às demais questões. Relembrando que as ideias de Thaler (1980) e

Miotto (2012) destacam a interdependência do componente psicológico com as decisões econômicas de consumidores e agentes financeiros, por meio do qual os consumidores avaliam suas transações econômicas e seu orçamento doméstico.

## **1º Bloco – Características pessoais**

O primeiro bloco do questionário buscou identificar as características dos sujeitos participantes da pesquisa. Para tanto, foram elaboradas perguntas abertas com alternativas sobre os itens apresentados a seguir:

- **Idade:** universitários de até 35 anos de idade.
  
- **Gênero:** sexo feminino e sexo masculino.
  
- **Estado civil:** solteiro, casado/ união estável, separado/divorciado e viúvo.
  
- **Bolsa ou Financiamento estudantil:** Prouni, FIES, bolsa pela Universidade e para quem não possui nenhuma forma de financiamento estudantil.
  
- **Período em que realiza o curso:** matutino ou noturno.
  
- **Em que ano do curso encontra-se:** 1º ao 5º ano.
  
- **Fonte de renda do estudante:** (exemplo: mesada, bolsa).
  
- **Com quem o respondente vive:** (exemplo: família, colegas, sozinho)
  
- **Renda familiar:** a renda foi mensurada segundo classificação do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas – CPS/FGV com os valores atualizados pelo autor, com o salário mínimo nacional de 2014. Sendo classe E uma família que tem renda de até R\$ 1.449,00, classe D de R\$

1.449,00 a R\$ 2.896,00, classe C de R\$ 2.897,00 a R\$ 7.240,00, classe B de R\$ 7.241,00 a R\$ 14.480,00 e a classe A acima de R\$ 14.480,00.

- Participação do jovem nas decisões do consumo familiar

Para compor este bloco foram consideradas as seguintes questões:

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 e 9.

## **2º Bloco – Crédito**

Neste bloco foram realizadas perguntas referentes ao relacionamento do estudante com o dinheiro e sobre a sua influência nas decisões de consumo e crédito de sua família.

Para compor este bloco foram consideradas as seguintes questões:

10, 11, 12, 17 e 17.1.

## **3º Bloco – Investimento**

Neste bloco foram realizadas perguntas referentes ao relacionamento do estudante com o dinheiro e o investimento de sua família.

Para compor este bloco foram consideradas as seguintes questões:

11, 12, 18, 19, 20 e 20.1.

## **4º Bloco – Características de consumo**

Neste bloco foram realizadas perguntas relacionadas ao conhecimento financeiro da família. Como formas de pagamento, produtos de crédito e produtos de investimento.

Para compor este bloco foram consideradas as seguintes questões: 12, 13, 14, 15 e 16.

## **5º Bloco – Conhecimento financeiro**

Neste bloco foram realizadas perguntas relacionadas ao planejamento familiar em relação às decisões de consumo, aposentadoria, crédito e investimentos.

Para compor este bloco foram consideradas as seguintes questões: 21, 22 e 22.1.

Assim, tendo elaborado o questionário contendo as questões constituintes nos respectivos blocos, foi dado o encaminhamento do projeto de pesquisa à Comissão de Ética e, após a sua aprovação, foram desenvolvidos os procedimentos descritos a seguir.

### **4.2 Procedimentos**

O projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa - CEP, Campus Perdizes da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP, e recebeu o parecer favorável, de acordo com a Resolução CNS/MS nº 466/12. Após a aprovação do Comitê e, conforme descrito no registro do projeto na CEP, foi definido que os participantes da terceira etapa da pesquisa seriam voluntários e deveriam aceitar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

O campo amostral da pesquisa – alunos do curso de graduação de Administração do campus Perdizes da PUC-SP - totaliza aproximadamente 2.000 estudantes, sendo que são disponibilizadas 250 vagas para o curso com duração de 4 anos.

Assim, após a definição do público alvo, foi realizado um teste do questionário com dez alunos dos cursos da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária – FEA/PUC-SP. Os resultados não foram considerados na pesquisa, porém, contribuíram para o refinamento da versão final do questionário,

que foi encaminhando posteriormente para os alunos de graduação do curso de Administração.

Para o envio do questionário (Apêndice A) por *e-mail* para os alunos, foi necessário inicialmente formalizar um pedido para a Secretaria Acadêmica Escolar – SAE, juntamente com uma solicitação de autorização para o coordenador do curso. Assim, após a aprovação, o questionário foi encaminhado para os alunos pelo *e-mail* institucional do respectivo departamento. No *e-mail* constava um *link* com o endereço eletrônico com o qual o aluno deveria autorizar o termo de consentimento, para em seguida responder o questionário e enviá-lo automaticamente.

Os participantes foram devidamente orientados em relação ao sigilo e à confidencialidade das respostas. O questionário foi disponibilizado no período de agosto a dezembro de 2014 para os participantes, alunos de graduação de Administração da PUC-SP por meio eletrônico, sendo utilizadas ferramentas como o *Google Docs* e *e-mail*.

Foram descartados os questionários respondidos por alunos de outros cursos, que não estavam na graduação da Administração e/ou questionários que apresentaram algum tipo de erro ou rasura no preenchimento. Diante disso, foram considerados 125 (cento e vinte e cinco) respondentes do questionário eletrônico. Para contemplar o maior número de participantes, o mesmo questionário foi também aplicado de forma presencial na sala de aula do curso de Administração da PUC-SP, no mês de março de 2015, resultando em 106 (cento e seis) respondentes, perfazendo um total de 231 (duzentos e trinta e um), e desses foram considerados 226 (duzentos e vinte e seis) respondentes participantes da coleta de campo da referida pesquisa.

Finalizada a coleta de dados tanto por meio eletrônico como presencialmente, os mesmos foram armazenados em um banco de dados no *software Excel* e, posteriormente, esses dados foram consolidados quantitativamente, gerando gráficos que possibilitaram a realização da análise interpretativa à luz das teorias abordadas nos capítulos anteriores.

## 5. RESULTADOS DA PESQUISA

---

### 5.1 A visão de jovens universitários

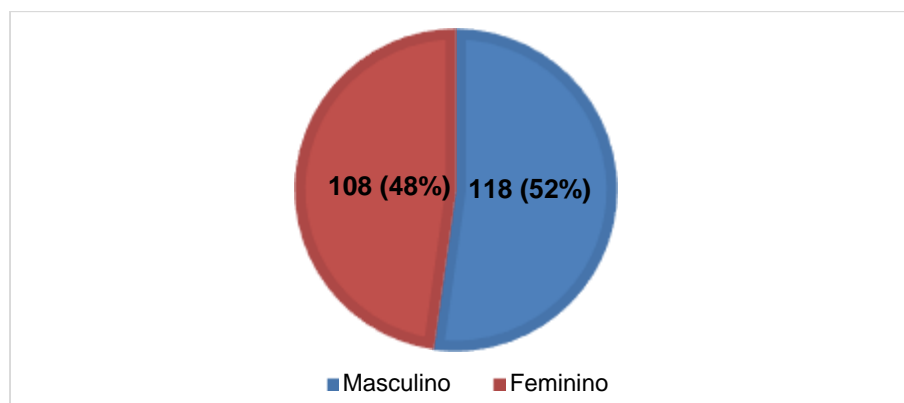
Os dados coletados por meio do questionário foram analisados nos respectivos blocos com o intuito de compreender a visão familiar de jovens em relação à questão financeira, nos aspectos de consumo, crédito, investimentos e tomada de decisão. Nesse sentido, a análise buscou também identificar o comportamento financeiro entre as diferentes classes sociais, e verificar se o comportamento da família tem um caráter mais racional ou psicológico nas tomadas de decisão acerca das questões financeiras.

#### 5.1.1 Características pessoais (1º Bloco)

Este bloco apresenta as características dos jovens e das respectivas famílias:

- Amostra: 226 jovens
- Idade: entre 17 a 35 anos.
- Gênero: O gráfico 2 mostra que há um equilíbrio entre o número de participantes do gênero masculino e feminino.

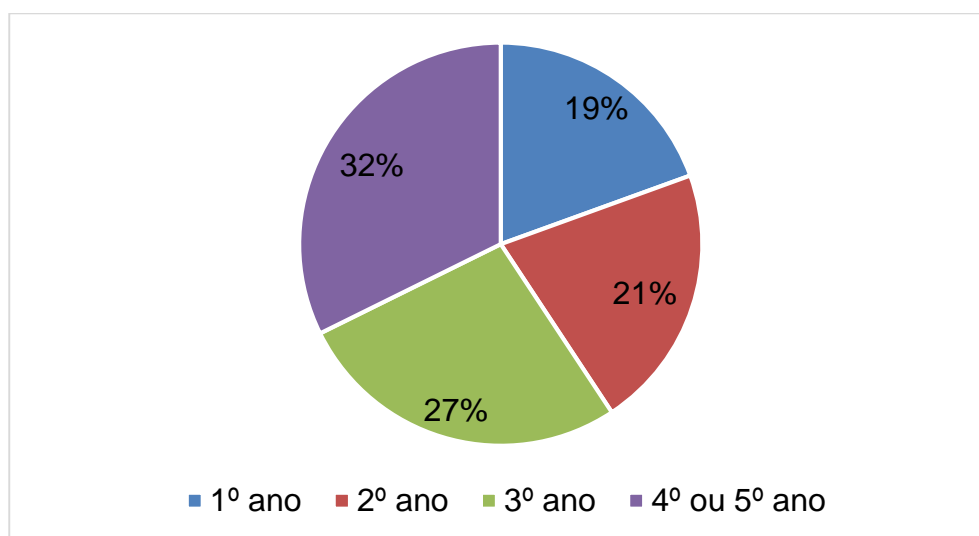
Gráfico 2: Gênero



Fonte: Elaborado pelo autor

- Moradia: 195 (86%) dos jovens vivem com os pais ou com algum parente, enquanto 31 (14%) responderam que vivem sozinhos, com cônjuge ou com colegas.
- Ano de curso: Nota-se, no gráfico 3, que a amostra contemplou os sujeitos participantes dos vários níveis de escolaridade do curso de graduação em Administração, do primeiro ao último ano.

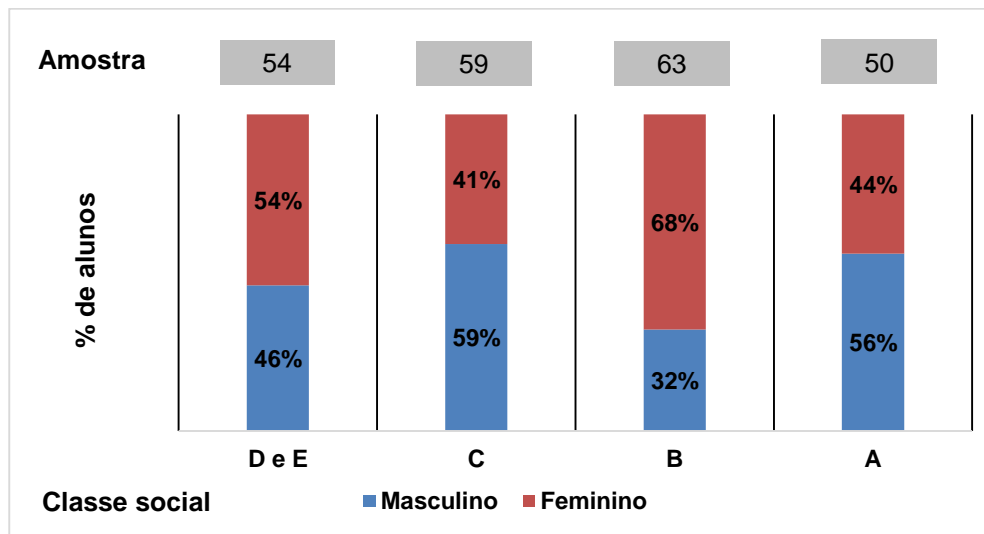
Gráfico 3: Variável escolaridade



Fonte: Elaborado pelo autor

- Classe social: A partir do gráfico 4, observa-se a existência de um equilíbrio entre as classes sociais da amostra. Considerando o valor da mensalidade da Universidade, era esperado obter uma amostra com maiores concentrações nas classes A e B. Tal equilíbrio justifica-se principalmente pela existência de, aproximadamente, 90 (40%) alunos da amostra com alguma bolsa ou financiamento estudantil. As classes “E, D e C” concentram aproximadamente 70% das bolsas ou financiamentos dos alunos da amostra.

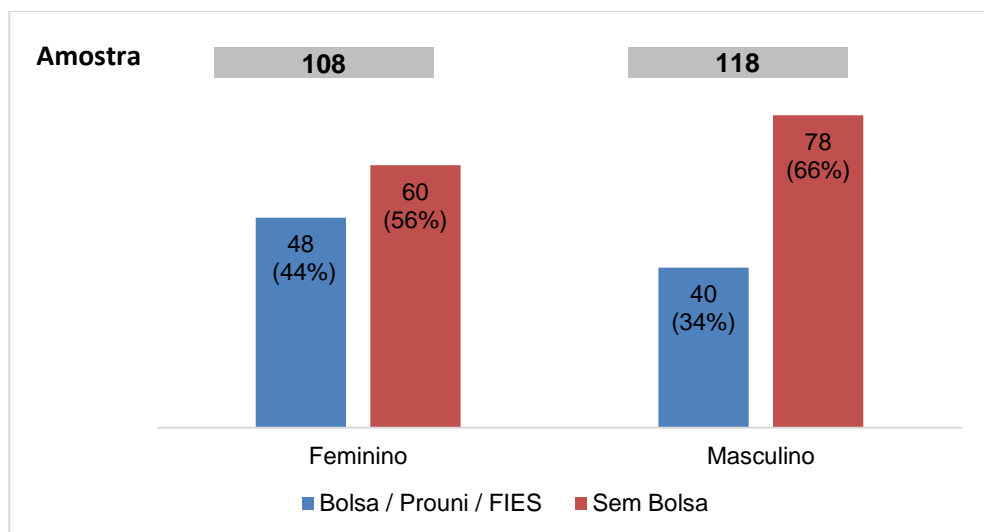
Gráfico 4: Variável classe social



Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico 5 mostra que os alunos do gênero feminino possuem o maior número de auxílio para pagar a universidade quando comparado com os do gênero masculino.

Gráfico 5: Variável Bolsa e Financiamento Estudantil



Fonte: Elaborado pelo autor

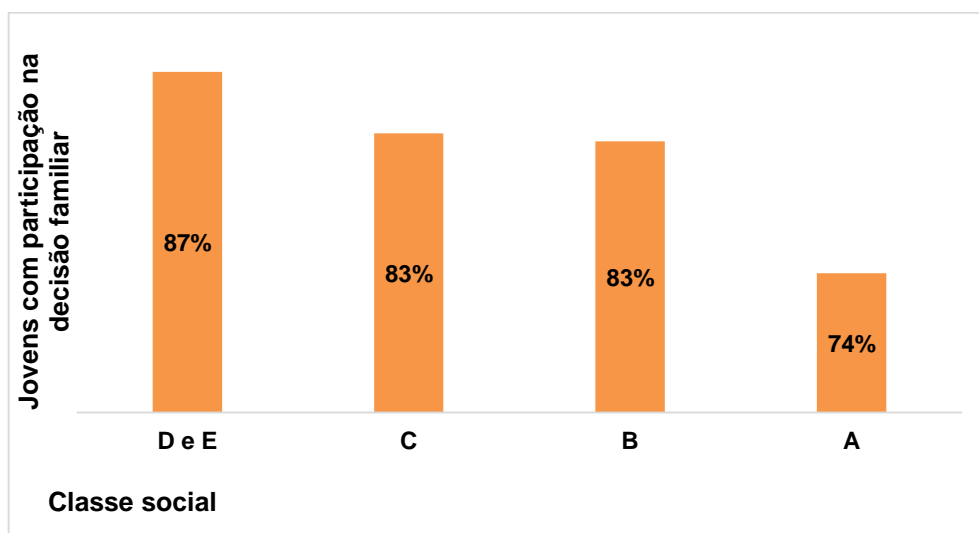
Em relação à fonte de renda, os dados mostraram que 142 (63%) jovens alegaram possuir alguma fonte de renda própria, estágio ou emprego regular. A concentração de jovens que trabalham está nos alunos do 4º ano do curso, que representa 79% (54) de alunos empregados, e nos alunos que cursam o período

noturno com 77% (109) da amostra utilizada. Foi observado também que não existe diferença significativa entre os alunos do gênero feminino e masculino em relação à penetração dos jovens no mercado de trabalho.

Quanto às decisões relativas à renda e ao consumo, foi possível analisar o relacionamento do estudante com o dinheiro e a sua influência nas decisões de consumo, investimento e crédito de sua família. Os dados evidenciaram e reforçaram o estudo apresentado pela consultoria BOX (2011) comentada na introdução deste trabalho, no qual se ressalta a importância do jovem na tomada de decisão das famílias. Segundo a amostra analisada é possível constatar que 184 (82%) desses jovens possuem alguma influência na decisão familiar, não havendo distinção significativa entre os sexos femininos e masculinos.

No entanto, pode-se verificar no gráfico 6 que existe influência por classe social em relação à participação do jovem nas decisões de consumo da família, uma vez que, quanto menor a renda familiar, maior é a participação do jovem.

Gráfico 6: Participação dos Jovens nas decisões de consumo familiar



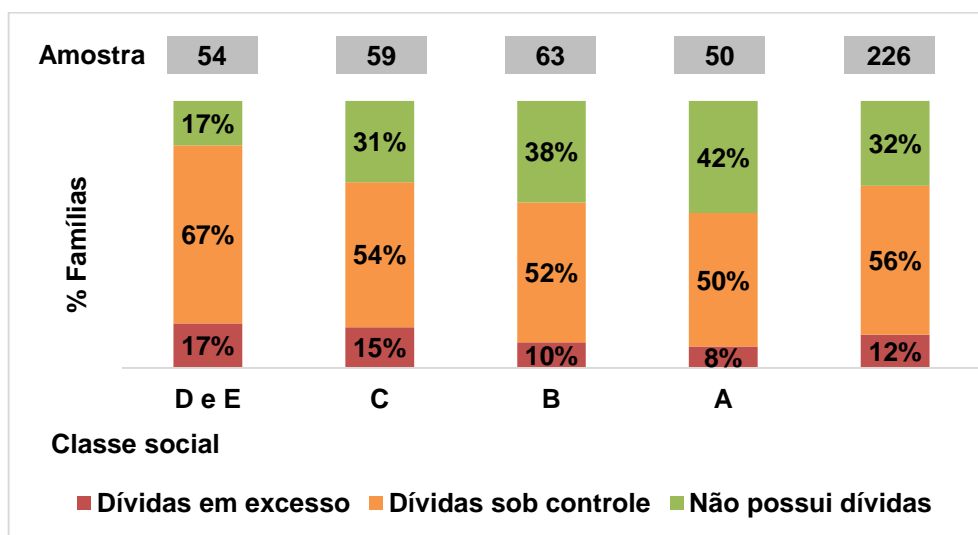
Fonte: Elaborado pelo autor

### 5.1.2 Crédito (2º Bloco)

Este bloco apresenta a análise referente ao relacionamento da família com o dinheiro e o crédito.

No gráfico 7 pode-se visualizar qual é a representatividade das famílias endividadas por classe social. Observa-se que as famílias endividadas concentram-se nas classes mais baixas, sendo D e E com 45 (84%) e C com 41 (69%) das famílias que possuem algum tipo de dívida.

Gráfico 7: Endividamento Familiar



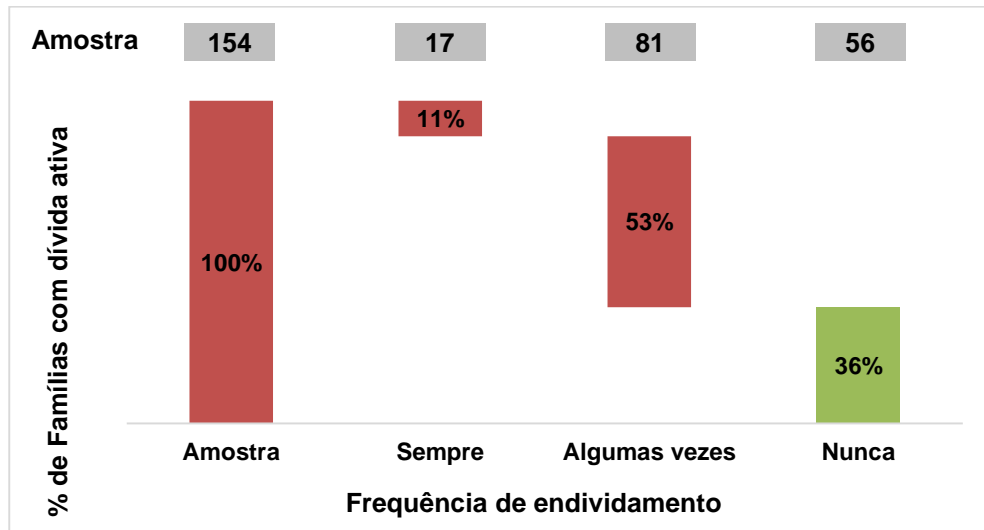
Fonte: Elaborado pelo autor

Ainda ao avaliar o gráfico 7 verifica-se que na barra que representa o total da amostra, com os 226 participantes, 154 (68%) das famílias possuem alguma dívida, enquanto que 72 (32%) não possuem dívidas. Essa situação provavelmente é um retrato que expressa a facilidade do acesso ao crédito, que por um lado contribui para o desenvolvimento econômico, como abordado por Prahalad e Hammond (2002), e, por outro lado, gera um incentivo ao consumo, que por sua vez deixa de ser sustentável em longo prazo, conforme enfatiza Bauman (2004).

Os dados do gráfico 8 também demonstraram que das 154 famílias que possuem alguma dívida ativa, 98 (64%) afirmam ter o hábito de endividar-se contra 56 (36%) que expressaram não ter esse costume. Além disso, os dados mostraram

que não houve diferença significativa entre as classes sociais. Isso evidencia a importância do planejamento para alcançar um equilíbrio financeiro que oriente as decisões em relação ao uso do crédito.

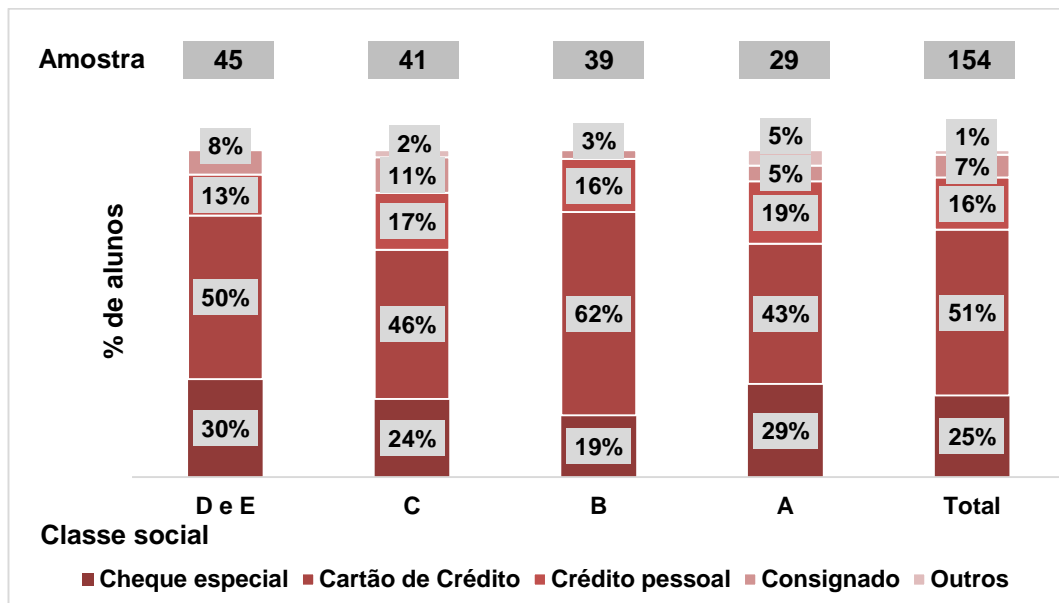
Gráfico 8: Frequência do endividamento familiar



Fonte: Elaborado pelo autor

No gráfico 9 os dados demonstraram que, das 154 famílias que possuem alguma dívida, 23 (20%) têm mais de um produto de crédito, enquanto que 123 (80%) possuem um único produto. Pode-se constatar que os produtos com as taxas de juros mais altos são os mais escolhidos pela amostra. Sendo o cheque especial e o cartão de crédito (rotativo) os mais utilizados pelo público analisado. Observa-se também que não existe diferença na ordem dos produtos mais utilizados entre as classes sociais.

Gráfico 9: Produtos de crédito por classe social



Fonte: Elaborado pelo autor

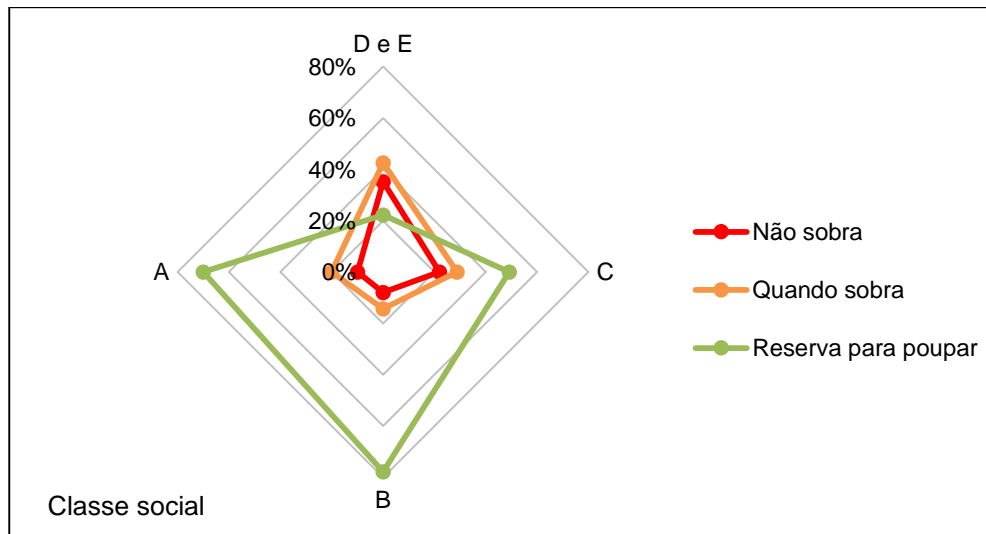
O crédito foi um dos responsáveis pela popularização de bens antes considerados inalcançáveis pelas classes mais baixas da população. De acordo com Bauman (2004), o crédito é visto como uma ferramenta que permite que as pessoas consigam mais rapidamente o que desejam. Entretanto, ao mesmo tempo em que o crédito abrevia a satisfação do desejo, ele pode abreviar também o tempo de vida dos objetos e, conseqüentemente, torná-los mais descartáveis.

### 5.1.3 Investimento (3º Bloco)

Este bloco apresenta a análise referente ao relacionamento da família com o dinheiro e o investimento, bem como o comportamento das famílias com e sem dívidas.

Observa-se no gráfico 10 que as classes A e B conseguem reservar uma parte do salário para gastar e outra parte para poupar, enquanto que as classes D e E conseguem poupar em sua maioria apenas quando sobra dinheiro no final do mês. No caso da classe C, verifica-se que há um comportamento intermediário entre os dois extremos, ou seja, existe uma correlação com a renda da família.

Gráfico 10: Relação da família com o dinheiro

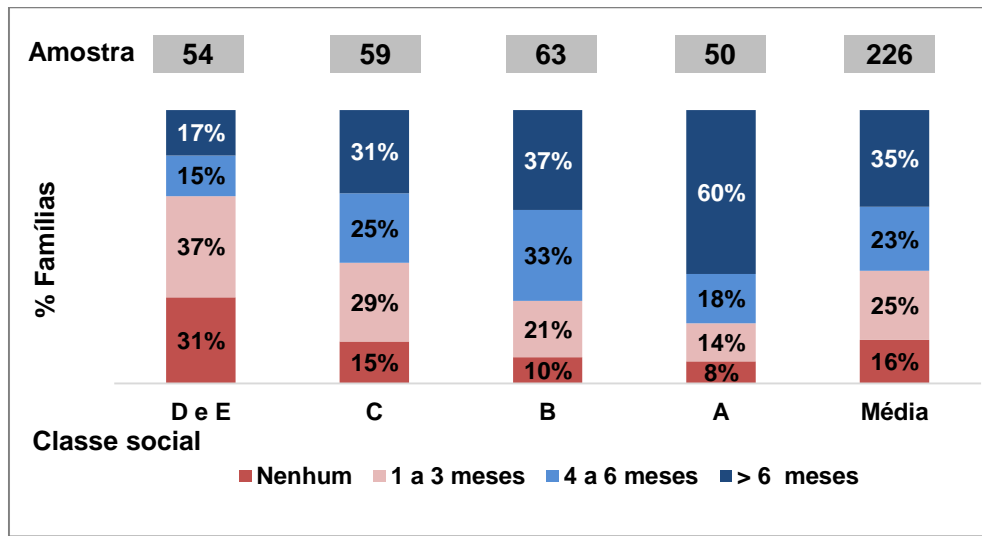


Fonte: Elaborado pelo autor

Todavia, nota-se que, mesmo havendo tal correlação, ainda existem famílias indiferentemente da classe social que não tem o hábito de poupar, isto é, não tem o controle dos seus gastos. Uma das causas prováveis pode ser a falta de uma cultura de planejamento, que requer a identificação de suas prioridades e o estabelecimento de metas em curto, médio e longo prazo, para que as famílias possam avaliar conscientemente as ofertas disponíveis no mercado de modo a resistir aos apelos imediatistas, tendo assim a consciência de suas decisões.

Observa-se que no gráfico 11, assim como no 10, há evidências de que as classes mais altas tendem a ter uma reserva maior se comparadas com as classes mais baixas. Fisher (1988) e Keynes (1985) explicam tal fenômeno a partir da TFE e TPL. Para os autores, uma das variáveis influenciadoras na decisão de poupar pode ser a renda. Isso significa que, quanto maior a renda, mais os indivíduos pouparão.

Gráfico 11: Tempo de reserva salário da família



Fonte: Elaborado pelo autor

Além disso, Fisher (1988) e Fonseca (2005) salientam que uma das principais determinantes da decisão de poupança dos indivíduos é também sua taxa de preferência intertemporal, isto é, a disposição das pessoas trocarem o consumo no presente por mais consumo no futuro.

Entretanto, pode-se ter outra interpretação sobre esse fenômeno. Para isso foi elaborada a figura 4, que é composta por um recorte do gráfico 11 (Tempo de reserva do salário da família) e do gráfico 7 (Endividamento familiar).

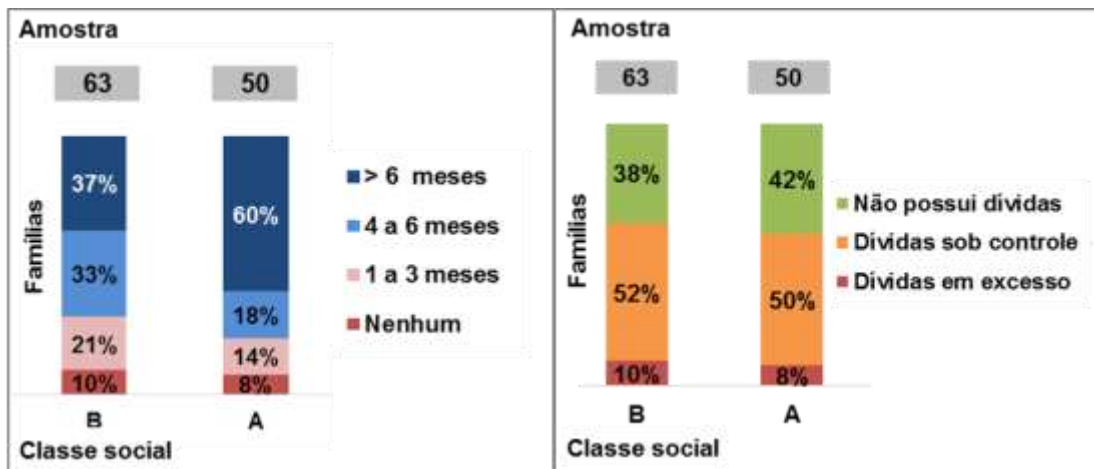


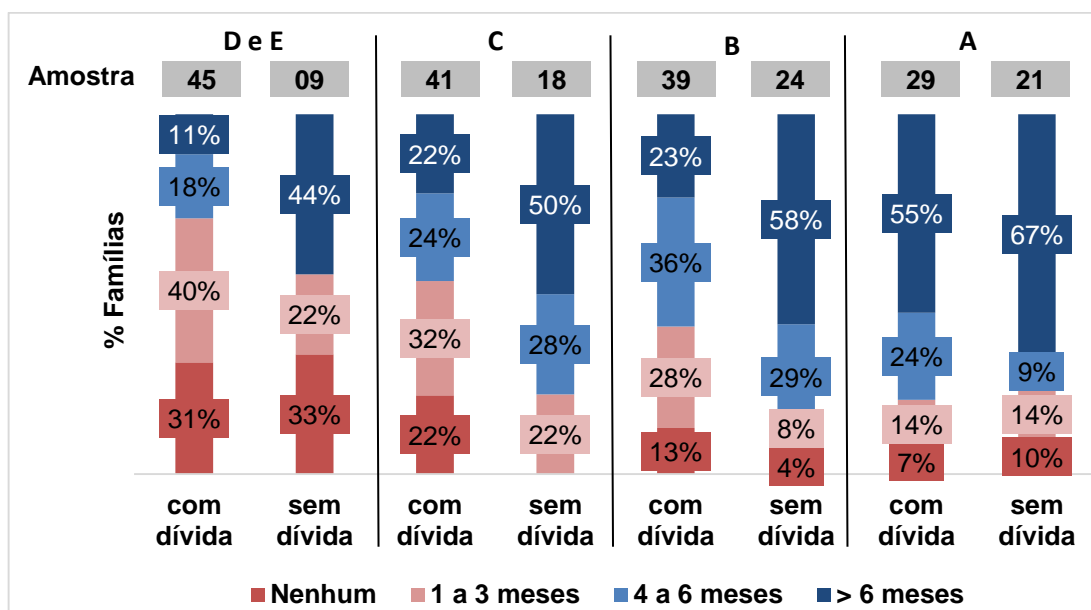
Figura 4: Recorte dos Gráficos 7 - Endividamento Familiar e 11 - Tempo de reserva salário da família

Fonte: Elaborado pelo autor

Observa-se que nas classes mais altas, A e B, existem famílias com dívidas e, ao mesmo tempo, possuem reserva financeira superior a seis meses de renda. Essa situação pode ser entendida a partir da teoria dos prospectos, ela ressalta que a insatisfação da perda é maior do que a satisfação do ganho. Isso esclarece por que existem indivíduos que preferem deixar o dinheiro aplicado ao invés de quitar suas dívidas. Nesse caso, fica evidente que há uma predominância do aspecto emocional em detrimento do aspecto racional, conforme defendido nas teorias de Fisher (1988) e Keynes (1985).

No gráfico 12 esse comportamento fica mais evidente. Como exemplo, percebe-se que das 29 famílias endividadas da classe A, 79% delas possuem uma reserva igual ou superior a 4 meses de seu salário.

Gráfico 12: Tempo de reserva salário da família sem e com dívidas por classe social



Fonte: Elaborado pelo autor

O mesmo comportamento pode ser observado com menos frequência nas demais classes sociais C, D e E, que possuem uma renda mais baixa. No entanto, essa atitude causa certo estranhamento pois, ao mesmo tempo que têm dívidas, elas também possuem uma reserva financeira.

Esse fato dá indícios de que as famílias endividadas acabam, a partir do aspecto emocional, fazendo sua opção por manter uma reserva financeira ao invés de quitar suas dívidas. Isso posto, pode-se ter uma interpretação de que essa atitude representa uma percepção de valor que envolve a sensação de perdas e ganhos conforme a Teoria dos Prospectos de Kahneman e Tversky (1984); Kahneman (2012).

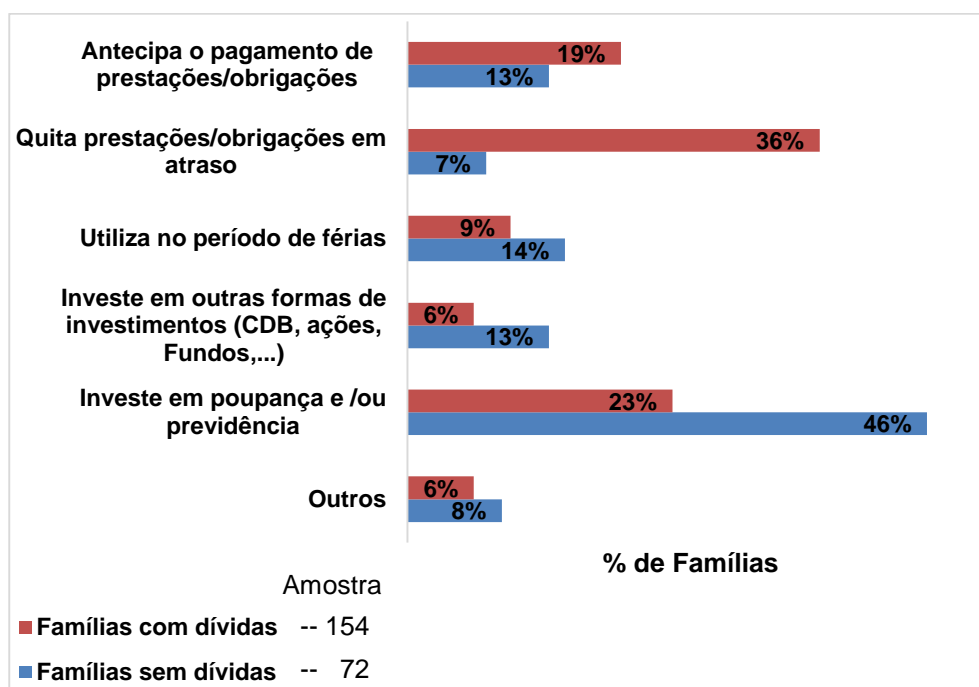
Considerando a análise feita com base na figura 4 e no gráfico 12 percebe-se também que, a falta da EF, pode contribuir para o desequilíbrio entre os aspectos emocionais e racionais nas tomadas de decisões das famílias.

No gráfico 13 pode-se observar que, das 154 famílias endividadas que receberam algum recurso extra<sup>14</sup> ao longo do ano, 85 (55%) delas deram prioridade para a antecipação de pagamentos e prestações em dia e/ou em atraso. Todavia, 45 (29%) famílias preferiram utilizar esses recursos para aplicar na poupança ou em outro investimento financeiro ao invés de quitar suas dívidas. Essa atitude, reforça a teoria do prospecto de Kahneman e Tversky (1984); Kahneman (2012), por ser recorrente em diversas situações.

---

<sup>14</sup> 13º salário, férias, Participação nos lucros e resultados – PLR, ou outro tipo de bonificação.

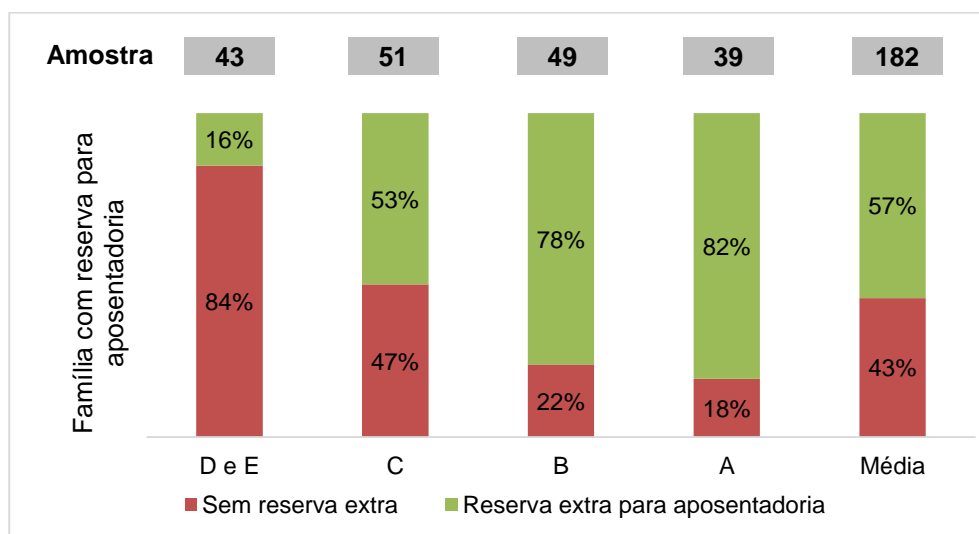
Gráfico 13: Finalidade dada aos recursos extras



Fonte: Elaborado pelo autor

Com relação ao planejamento de uma reserva extra para a aposentadoria, nota-se, no gráfico 14, que também existe uma correlação entre classes sociais. Cabe ressaltar que, respeito a essa questão, 20% dos jovens da amostra não souberam responder. Esse fato revela que existe certo distanciamento com relação a esse tema no âmbito familiar.

Gráfico 14: Reserva extra para aposentadoria



Fonte: Elaborado pelo autor

Pode-se observar que, dos 182 respondentes, 78 (43%) famílias não planejam uma reserva extra para a aposentadoria. Provavelmente essas famílias desconhecem o atual debate em torno da problemática sobre o tema da aposentadoria. Assim como desconhecem as ações governamentais e das instituições internacionais que tentam encontrar estratégias para diminuir a responsabilidade do Estado no que diz respeito à previdência social pública.

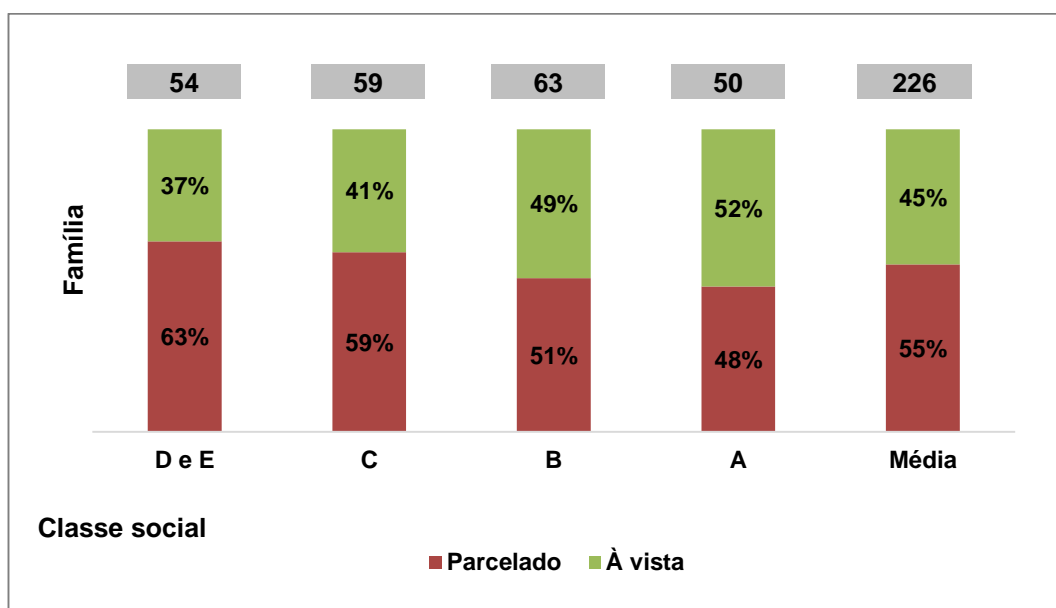
Um fator que agrava a situação da aposentadoria é o aumento da expectativa de vida da população que impulsiona as recentes reformas nos sistemas previdenciários, demandando o desenvolvimento e implementação da EF em vários contextos sociais (OCDE, 2013). Tal situação requer a conscientização das pessoas para que elas possam repensar suas finanças e criarem o hábito de elaborar seus planejamentos assegurando parte da responsabilidade da aposentadoria.

#### **5.1.4 Características de consumo (4º Bloco)**

Este bloco apresenta a análise referente ao comportamento de consumo tanto das famílias com e sem dívidas.

No gráfico 15 verifica-se que, independentemente da classe social, as famílias têm o hábito de realizarem compras parceladas.

Gráfico 15: Forma de pagamento por classe social



Fonte: Elaborado pelo autor

A partir dos conceitos da TPL de Keynes (1985), TFE de Fisher (1988) e a Contabilidade Social de Kahneman e Tversky (1984), é possível determinar a existência de algumas variáveis que determinam a escolha que as pessoas fazem entre o consumo corrente e futuro de bens e serviços.

Essas variáveis podem ter características racionais e/ou emocionais. As variáveis racionais podem ser resumidas nos conceitos de Keynes (1985), Fisher (1988) sobre a Renda e o Juro, e a partir da teoria de Mankiw (2008) sobre o Ciclo de vida. Quanto às variáveis emocionais, essas podem ser descritas com base na teoria da Contabilidade Mental de Thaler (1980), Kahneman e Tversky (1984). Em síntese, estas são as principais variáveis que influenciam na decisão do uso do crédito e/ou da reserva do dinheiro entre o consumo presente ou futuro.

Outro fator que influencia a forma de consumir é evidenciado por Souza (2012), ao se referir à existência de mecanismos utilizados pelo comércio para induzir as pessoas a realizarem a compra a prazo. Um dos mecanismos, por exemplo, é feito quando se destaca visualmente nos anúncios de propaganda os valores parcelados, em vez de darem o mesmo destaque para o valor à vista.

A tabela 4 mostra que das 154 famílias que já estão endividadadas, 94 (61%) optam por realizar compras parceladas; enquanto que das 72 famílias sem dívidas 31 (43%) delas realizam compras parceladas, ou seja, as famílias endividadadas têm uma tendência maior a realizar compras parceladas.

Tabela 4: Perfil de compra das famílias com e sem dívidas

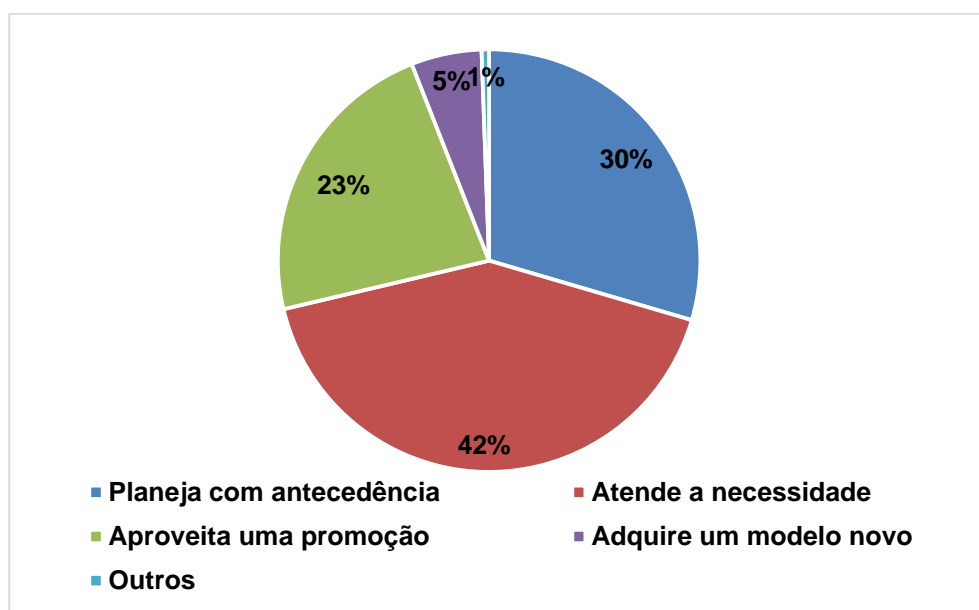
	Famílias com dívida	%	Famílias sem dívida	%
À vista	60	39%	41	57%
Parcelado	94	61%	31	43%
Total	154		72	

Fonte: Elaborado pelo autor

Simon (1971) alega que o processo de escolha das pessoas é sujeito a erros, pois envolve fatores emocionais e ocorre dentro de um contexto social no qual a interação com os familiares, amigos e com a sociedade de uma maneira geral acaba interferindo nos comportamentos. Aliado a isso, o apelo comercial e a oferta de crédito contribuem para criar uma complexa relação entre as decisões de hoje e o amanhã. A complexidade da escolha intertemporal decorre da rivalidade de interesses presente na mente humana que se divide entre uma posição devedora, que antecipa um benefício para satisfação imediata, e outra credora, que sacrifica o presente em favor do prazer futuro (FONSECA, 2005).

O gráfico 16 exemplifica o que foi descrito acima a respeito do que leva as famílias a consumirem. Nota-se que, das 226 famílias, 42% consomem para atender uma necessidade, 30% planeja o consumo com antecedência, 23% aproveita uma promoção e 6% adquire um modelo novo ou outro motivo.

Gráfico 16: Decisão de compra



Fonte: Elaborado pelo autor

Com base nas ideias de Simon (1971), pode-se ressaltar que as pessoas - ao comprarem por impulso - nem sempre levam em conta a sua restrição orçamentária e, muitas vezes, assumem dívidas que põem em risco a sua capacidade de pagamento, podendo até mesmo ficarem confusas quanto às suas próprias preferências diante de tantas estratégias comerciais para a venda de produtos e serviços, assim como com as escolhas feitas por seus familiares e amigos mais próximos. Isto é, o consumidor pode encontrar dificuldades em determinar uma boa oferta ou em entender que aquele bem irá, de fato, atender a uma necessidade.

A tabela 5 demonstra que as pessoas com dívidas tendem a procurar outros meios diferentes do dinheiro em espécie ou do cartão de débito para realizar suas compras. Além de usarem mais o cartão de crédito, há uma tendência das famílias a fazerem uso dos “famosos” carnês, ou até mesmo de outras linhas de crédito. Por outro lado, as famílias sem dívidas - em sua maioria - preferem utilizar o dinheiro ou o débito para realizar suas compras.

Tabela 5: Perfil do meio de pagamento das famílias com e sem dívidas

	Sem dívidas	%	Com dívidas	%
Dinheiro ou débito	38	53%	50	32%
Cartão de crédito	31	43%	75	49%
Outros	3	4%	29	19%
Total	72		154	

Fonte: Elaborado pelo autor

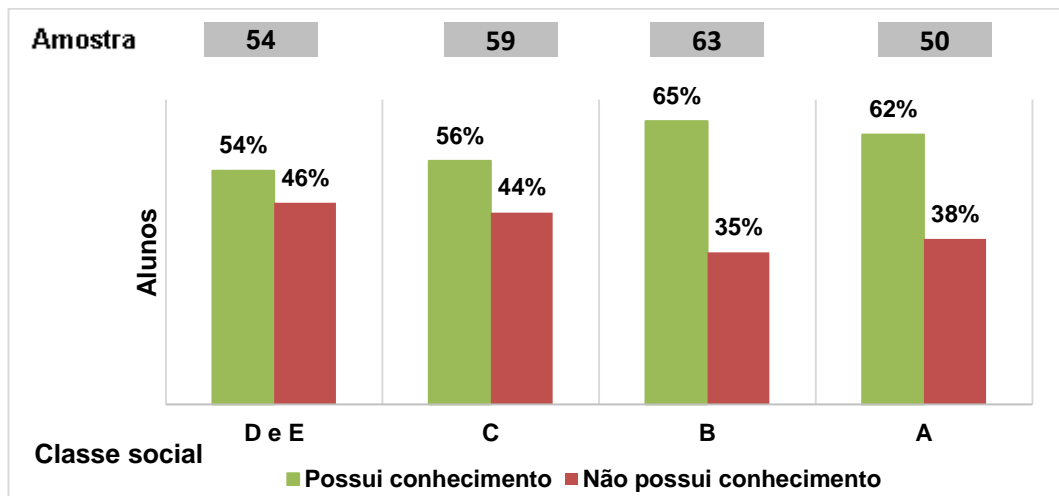
As questões relacionadas ao consumo numa sociedade capitalista, segundo Bauman (2008), requerem para o seu funcionamento a existência de consumidores ávidos, bem como meios para que as pessoas tenham de alguma forma acesso ao crédito e ao mercado, permitindo que satisfaçam seus desejos no curto prazo.

### 5.1.5 Conhecimento financeiro dos estudantes (5º Bloco)

Este bloco apresenta na análise um mapeamento da visão dos jovens universitários sobre o seu conhecimento financeiro.

No gráfico 17, é possível constatar que os estudantes das classes mais baixas, consideram ter menos conhecimento financeiro do que os das classes mais altas. Tal fato indica que a percepção dos estudantes está diretamente relacionada à classe social em que se encontram.

Gráfico 17: Conhecimento financeiro por classe social

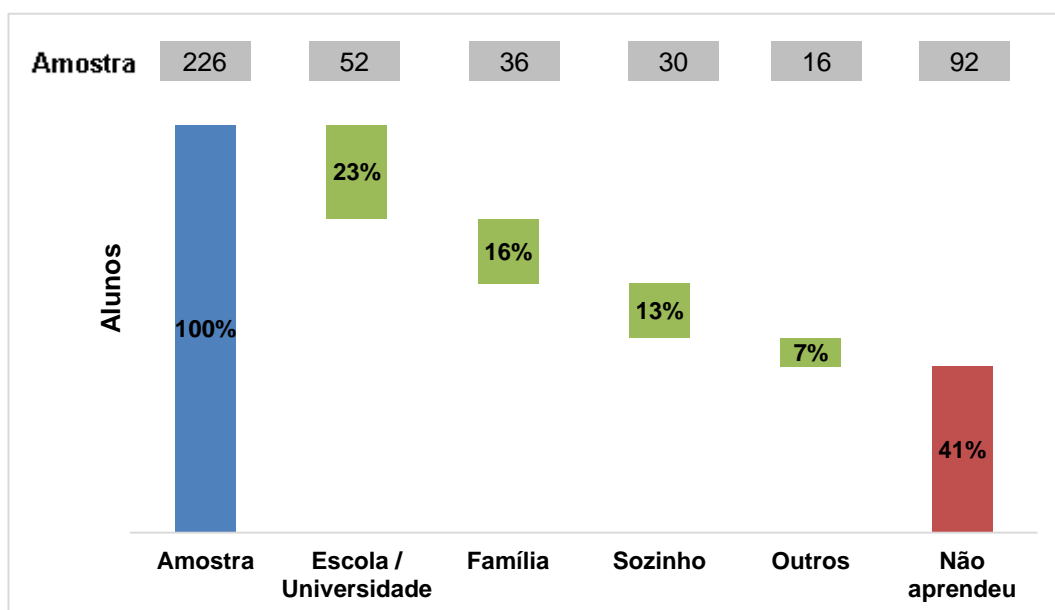


Fonte: Elaborado pelo autor

Em se tratando do local de aprendizagem de Finanças pessoais e/ou familiares, o gráfico 18 mostra que, dos 226 alunos do curso de administração, 52 (23%) responderam ter aprendido sobre Finanças pessoais na Escola ou na Universidade, seguido da família, com 36 (16%); sozinho, com 30 (13%) e outras fontes<sup>15</sup> 16 (7%). Desta forma, a Escola e a Universidade foram a principal fonte para o aprendizado dos alunos. Entretanto, 92 (41%) alunos consideraram não ter o conhecimento financeiro adequado.

<sup>15</sup> Do total da amostra, aqueles que optaram pela alternativa “outras fontes”, 11 (5 %) estudantes detalharam que o local de aprendizagem da EF ocorreu no ambiente de trabalho.

Gráfico 18: Local de aprendizagem



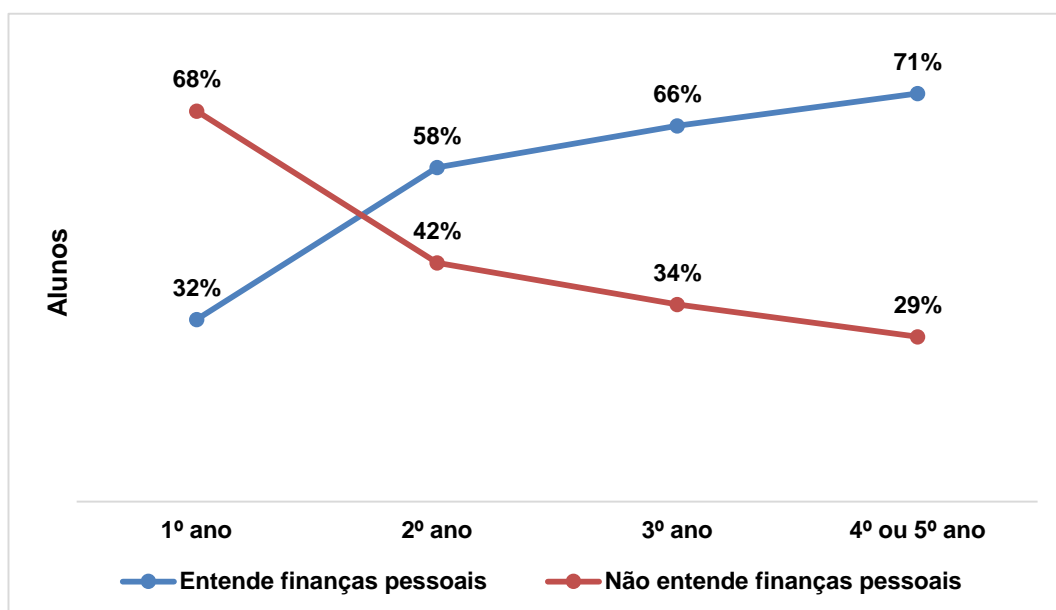
Fonte: Elaborado pelo autor

Apesar de a amostra não ser suficientemente representativa para explicar a situação da EF no âmbito nacional, os dados apresentados no gráfico 18 reforçam o que já foi evidenciado pela OCDE e as instituições ligadas ao governo, principalmente com relação à necessidade de ter uma EN que contribua para a disseminação da EF nas escolas.

Ainda com relação ao gráfico 18, vale ressaltar que os alunos que aprenderam sobre Finanças pessoais na Escola/Universidade, possivelmente na Universidade, uma vez que fazem parte do currículo as disciplinas: Matemática financeira, Finanças I, II, III, IV e Contabilidade.

Essa interpretação é constatada no gráfico 19 que mostra o processo evolutivo da aprendizagem dos alunos no decorrer do curso. Nota-se que os alunos mais novos no curso de Administração possuem um nível de conhecimento financeiro menor do que os alunos que estão nos anos subsequentes. Isto posto, pode-se entender que o curso de Administração consegue suprir, de alguma forma, a falta de EF dos alunos. Os dados demonstram que 32% dos estudantes do 1º ano possuem algum conhecimento financeiro, seguido de 58% dos alunos do 2º ano, 66% dos alunos do 3º ano e 71% dos alunos do último ano do curso.

Gráfico 19: Conhecimento financeiro por período do curso

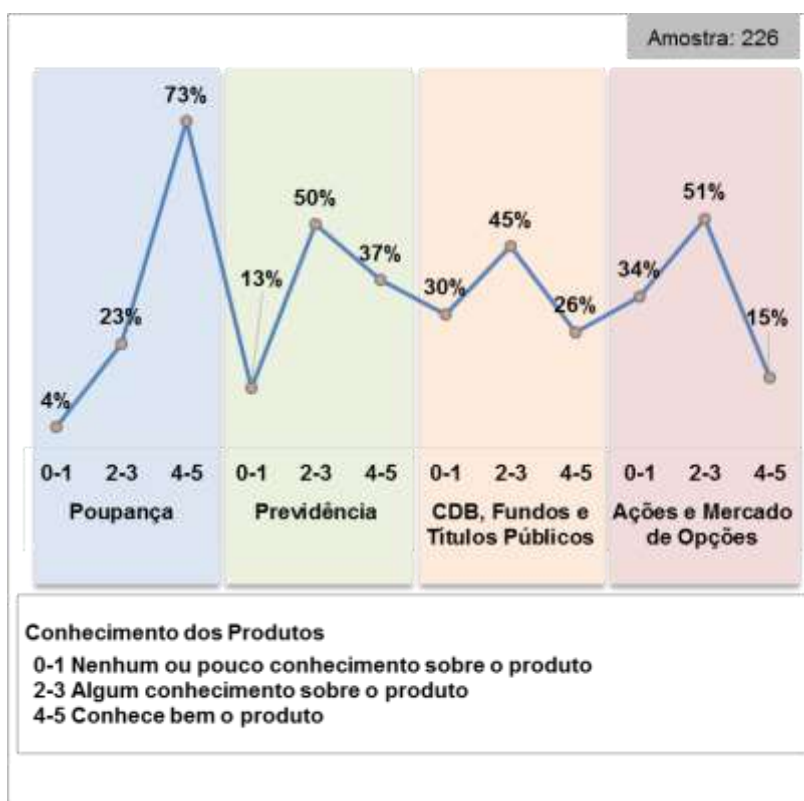


Fonte: Elaborado pelo autor

Sendo assim, pode-se constatar que a Escola não tem contribuído de forma efetiva para o desenvolvimento da EF. Em contrapartida, a Universidade, devido à especificidade do curso de Administração, tem oferecido recursos por meio das disciplinas que tem auxiliado no processo de aprendizagem destes jovens.

No que diz respeito ao conhecimento sobre os produtos de investimentos financeiros, nota-se no gráfico 20 que os alunos entendem pouco sobre os produtos de investimento mais sofisticados, como Ações, CDBs, Mercado de opções, entre outros produtos.

Gráfico 20: Conhecimento dos produtos de investimento

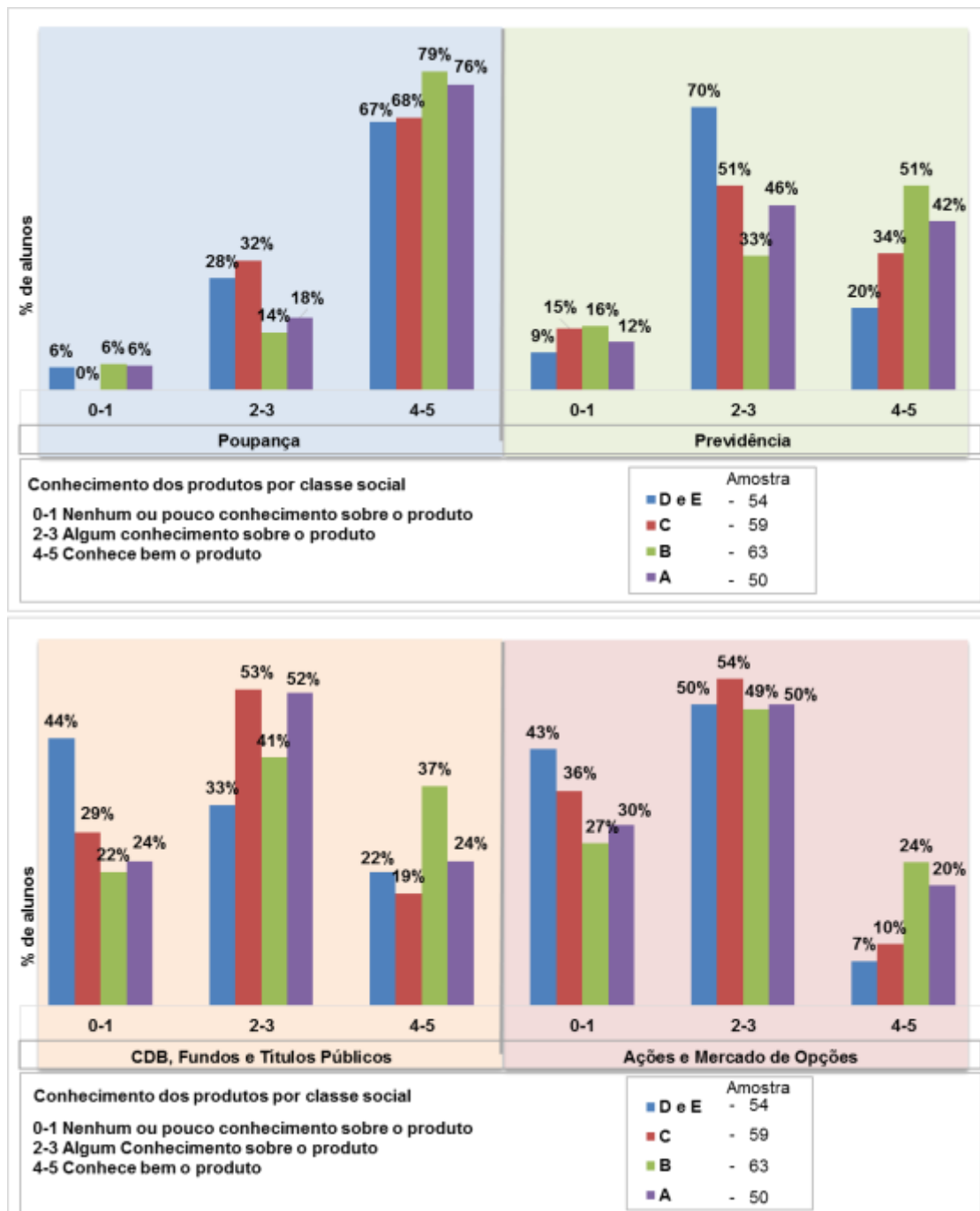


Fonte: Elaborado pelo autor

A Poupança foi o produto sobre o qual 217 (96%) dos alunos avaliaram ter um grau de conhecimento entre 2 a 5 (Algum conhecimento / Conhece bem), na sequência, com relação ao mesmo grau de conhecimento apareceu a Previdência com 197 (87%), CDB, Fundos e Títulos públicos com 160 (71%), e Ações e mercado de opções com 149 (66%).

No gráfico 21, observa-se que existe uma correlação entre o entendimento desses produtos com as classes sociais. Isto é, as classes mais altas (A e B) possuem maior conhecimento, principalmente sobre os produtos mais sofisticados como as Ações, CDBs, Mercado de opções entre outros.

Gráfico 21: Conhecimento dos produtos de investimento por classe social



Fonte: Elaborado pelo autor

Todavia, mesmo havendo tal correlação, o nível de desconhecimento dos produtos de investimento - mesmo nas classes sociais mais altas - é bem significativo, principalmente nos produtos mais sofisticados. Souza (2010) salienta que o desconhecimento e a desinformação atingem a população em geral, envolvendo todas as classes sociais, independentemente do grau de escolaridade e

da renda familiar, ou seja, mesmo que as classes sociais demonstrem um maior conhecimento, ainda existe uma lacuna a ser preenchida com a EF.

## **5.2 Uma síntese da visão dos jovens**

Em síntese, levando em consideração os tópicos anteriores, podem-se destacar os seguintes pontos:

A classe social possui uma relação direta em relação ao planejamento ou à ausência de planejamento financeiro da família do jovem com o dinheiro. Isto é, as classes mais altas conseguem organizar-se e planejar melhor do que as classes mais baixas.

Porém, foi possível observar que, mesmo quando as classes mais altas conseguem ter mais disciplina para planejar-se, acabam fazendo escolhas não tão racionais. Tal fenômeno é explicado a partir da teoria dos prospectos que demonstra ser possível existir uma predominância do aspecto emocional ao aspecto racional na tomada de decisão.

Destaca-se, também, que uma das principais determinantes da decisão de poupança dos indivíduos seria a renda, ou seja, quanto maior a renda, mais os indivíduos pouparão. Outra variável determinante seria a taxa de preferência intertemporal do indivíduo, isto é, a disposição das pessoas trocarem o consumo no presente por mais consumo no futuro.

A partir dos conceitos da TPL e da Contabilidade Mental determinou-se que existem variáveis tanto racionais quanto emocionais que influenciam na escolha que as pessoas fazem entre o consumo presente e o futuro de bens e serviços, sendo dessa forma, as principais variáveis determinantes na decisão do uso do crédito e/ou da reserva do dinheiro para consumo futuro.

Em paralelo às variáveis da tomada de decisão, ainda existem os mecanismos utilizados pelo comércio para induzir as pessoas a realizarem compra

parcelada, ou seja, o apelo comercial e a oferta de crédito contribuem para criar uma complexa relação entre as decisões de hoje e amanhã.

Dessa forma é garantido o funcionamento do capitalismo, sendo necessário que - além da existência de consumidores - existam meios para que as pessoas tenham de alguma forma acesso ao mercado e ao crédito, permitindo que alcancem o seu desejo no curto prazo.

Em linhas gerais, nota-se que os jovens e as famílias participantes da pesquisa de campo têm dificuldades para planejar-se financeiramente em curto, médio e longo prazo. Apesar de a Escola/Universidade, especificamente neste caso os alunos do curso de Administração, contribuírem na formação do jovem com relação à EF, ainda existe uma lacuna a ser preenchida e isso dependerá principalmente da EN para Educação Financeira, conforme evidenciado pela própria OCDE.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

O objetivo do presente trabalho foi verificar como as famílias dos jovens estudantes de uma universidade particular, em um grande centro urbano como São Paulo, relacionam-se com a questão financeira nos aspectos de consumo, crédito, investimentos e tomada de decisão. A partir dessa questão, foi analisado se esses jovens universitários e suas famílias utilizam o viés mais racional ou psicológico para a tomada de decisões financeiras e, por fim, se existe alguma diferença no comportamento financeiro entre as diferentes classes sociais das famílias desses jovens.

A análise da amostra permitiu constatar que esses jovens estudantes influenciam nas decisões de consumo, crédito e investimento da família sendo que, quanto menor for a renda da família, maior é a participação do jovem nas decisões familiares. Entretanto, independentemente da classe social, apresentam dificuldades para planejar-se financeiramente em curto, médio e longo prazo.

Quanto ao uso dos produtos de crédito e de investimento, as famílias mais endividadas são aquelas que possuem menos recursos aplicados, - predominantemente as das classes mais baixas -, embora o endividamento também ocorra nas famílias de classes mais altas. No entanto, não existe diferença significativa ao avaliar o tipo de produto de crédito e de investimento contratado pelas famílias. No geral, tanto as famílias das classes mais baixas quanto as das mais altas, acabam optando por utilizar os produtos de créditos mais caros e produtos de investimentos menos sofisticados (poupança e previdência).

As famílias das classes mais altas, mesmo possuindo uma reserva financeira, acabam contraindo dívidas. Tal situação retrata a percepção de valor descrita pela teoria dos prospectos, ou seja, expressa a sensação de que o ato de desaplicar o dinheiro do investimento financeiro causaria uma sensação de perda maior do que se a pessoa usasse o crédito para satisfazer a sua necessidade.

Quanto à utilização do viés racional ou psicológico para a tomada de decisões financeiras das famílias, observou-se que não foi possível determinar se um é mais utilizado que o outro na tomada de decisões das famílias. No entanto, ambos os aspectos, racional e emocional, são utilizados na tomada de decisão, tanto para o consumo (consumir no presente ou no futuro), como para decisões financeiras (poupar ou tomar crédito emprestado) e para o planejamento financeiro como, por exemplo, a decisão da construção de uma reserva futura para a aposentadoria (curto, médio e longo prazo), reforçando principalmente os conceitos das Finanças comportamentais que defendem que a tomada de decisão é tanto racional quanto emocional. A utilização da emoção em relação à racionalidade ocorrerá, principalmente, quando o homem não alcançar sua plena racionalidade, dando abertura para a tomada de decisão não racional.

As dificuldades dos jovens e de suas famílias para planejar-se financeiramente em curto, médio e longo prazo podem ser entendidas como um problema cultural. As políticas governamentais, que hoje visam propiciar um ambiente de incentivo ao consumo a favor do desenvolvimento econômico, e, ao mesmo tempo, as empresas/mercado que contribuem para a manutenção da desinformação para aproveitar-se do desconhecimento da população, acabam dificultando o processo de mudança cultural com relação ao comportamento das famílias na hora de lidarem com o consumo, crédito, investimento e tomada de decisão.

Sendo assim, para as pessoas e famílias, a adoção da prática de planejamento não é algo tão simples de ser feito pois requer o desenvolvimento de um novo modo de pensar e de agir. Nesse sentido, fica evidente a importância da proposta da EF a ser implementada nos diversos contextos sociais, principalmente nas Escolas de Educação Básica que têm um papel preponderante na formação das crianças e jovens de todas as classes sociais, para assim criar indivíduos capazes de tomarem decisões mais assertivas, melhorando a gestão de suas finanças pessoais e tornando-se mais integrados à sociedade, onde suas escolhas tornam-se mais conscientes.

Os resultados destacados nesta pesquisa podem contribuir para o avanço da ciência à medida que agregam novas evidências sobre a influência da emoção na tomada de decisão com relação ao consumo, crédito, investimento e planejamento financeiro.

Este trabalho teve como limitação a amostra, por envolver apenas o curso de Administração de uma Universidade particular da cidade de São Paulo. Por essa razão, é importante ampliar as pesquisas sobre este tema e, como sugestão, recomenda-se realizar estudos em escolas públicas ou em universidades localizadas em outros centros urbanos. O estudo poderia ser realizado, também, considerando uma das escolas que se encontram no programa da ENEF citado no capítulo 2, ou até mesmo utilizar os resultados para comparar com uma escola que ainda esteja fora do projeto de EF.

## REFERÊNCIAS

---

ABRUCIO, F. L. A coordenação federativa no Brasil: a experiência do período FHC e os desafios do governo Lula. *Revista de Sociologia Política*, Curitiba, nº 24, Junho/2005. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-44782005000100005>>. Acesso em: 22 de junho de 2015.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS EXECUTIVOS DE FINANÇAS, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE – ANEFAC. *Pesquisa de Juros*. 2014. Disponível em: <<http://www.anefac.com.br/uploads/arquivos/2014109152549760.pdf>>. Acesso em: 05 de novembro de 2014.

BAUMAN, Z. *Vidas Desperdiçadas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

\_\_\_\_\_. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BM&FBOVESPA. *Resultados da avaliação de impacto do projeto piloto de educação financeira nas escolas*. 2012. Disponível em: <[http://www.aefbrasil.org.br/wp-content/uploads/Release\\_BMFBOVESPA.pdf](http://www.aefbrasil.org.br/wp-content/uploads/Release_BMFBOVESPA.pdf)>. Acesso em: 15 de novembro de 2014.

BRABAZON, T. Behavioral Finance: A new sunrise or a false dawn? *The ICFAI Journal of Behavioral Finance*. v.1, p.7-14, 2004.

BRASIL, REPÚBLICA FEDERATIVA DO. Lei n. 8078/90, Art. 34. *Código de Defesa do Consumidor de 11 de Setembro de 1990*. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/ anotada/2331525/art-34-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-lei-8078-90>>. Acesso em: 10 de setembro de 2014.

\_\_\_\_\_. Banco central do Brasil – BACEN. *O Programa de Educação Financeira do Banco Central*. 2012. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?bcedfin>>. Acesso em: 13 de novembro de 2014.

\_\_\_\_\_. Secretaria de Assuntos Estratégicos - SAE. *Social e Renda: A Classe Média Brasileira*. Brasília, 2014a. Disponível em: <<http://www.sae.gov.br/imprensa/noticia/destaque/assuntos-estrategicos-social-e-renda-a-classe-media-brasileira/>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2015.

\_\_\_\_\_. Banco central do Brasil – BACEN. *Implementando a estratégia nacional de educação financeira*. 2014b. Disponível em: <[http://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/Estrategia\\_Nacional\\_Educacao\\_Financeira\\_EN\\_EF.pdf](http://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/Estrategia_Nacional_Educacao_Financeira_EN_EF.pdf)> Acesso em: 13 de novembro de 2014.

\_\_\_\_\_. Banco central do Brasil – BACEN. *Taxas de juros de operações de crédito*. 2014c. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?TXJUROS>>. Acesso em: 05 de novembro de 2014.

BRITTO, R. R. *Educação Financeira: Uma Pesquisa Documental Crítica*. 2012. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, 2012. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/mestradoedumat/files/2011/05/DISSERTA%C3%87%C3%83O-REGINALDO-RAMOS-BRITTO.pdf>>. Acesso em: 20 de maio de 2015.

CAMPBELL, C. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Orgs.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

CANCLINI, N. G. *Consumidores e Cidadãos*. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CHEEMA, A; SOMAN, D. Malleable mental accounting: the effect of flexibility on the justification of attractive spending and consumption decisions. *Journal of Consumer Psychology*, v. 16, n. 1, p. 33-44, 2006.

CHIZZONI, I. B. *Consciência Financeira: Consumo responsável*. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre, 2012.

COSTA, C. M.; MIRANDA, C. J. Educação financeira e taxa de poupança no Brasil. *Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade (RGFC)*, v. 3, n. 3, 2013.

CROCCO, M. A; SANTOS, F; FIGUEIREDO, A. *Exclusão financeira no Brasil: uma análise regional exploratória*, 2011. Belo Horizonte: UFMG/CEDEPLAR, 2011 Disponível em: <<http://www.cedeplar.ufmg.br/component/content/article/191-textos-para-discussao/1139-exclusao-financeira-no-brasil-uma-analise-regional-exploratoria.html>>. Acesso em: 20 de junho de 2015.

CUNHA, C. L. A Matemática Financeira Caminha para a Educação Financeira. *Anais do XIV CIAEM – Conferência Interamericana de Educação Matemática*. Chiapas, México, 2015.

DOWBOR, L. *Educação e Desenvolvimento Local*. Abril de 2006. Disponível em: <<http://dowbor.org/>>. Acesso em: 20 de junho de 2015.

DUXBURY, D; KESEY, K; ZHANG, H.; CHOW, S. Mental accounting and decision making: evidence under reverse conditions where money is spent for time saved. *Journal of Economic Psychology*, v. 26, n. 4, p. 466-580, 2005.

ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA – ENEF. *Decreto nº 7.397, de 22 de dezembro de 2010*. 2007. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm)>. Acesso em: 13 de agosto de 2014.

\_\_\_\_\_. *Plano Diretor da ENEF: anexos*, 2010. Disponível em: <<http://www.vidaedinheiro.gov.br/Legislacao/Arquivo/Plano-Diretor-ENEF-anexos-1.pdf>>. Acesso em: 08 de novembro de 2014.

FAMA, E. F. Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. *The Journal of Finance*, v.25, n. 2, p. 393-417, 1970.

FERREIRA, T. F. S. C. *A Importância dos Serviços de Consultoria Imobiliária Financeira na Busca das Melhores Soluções para Créditos e Aplicações: O caso das Decisões e Soluções*. Dissertação (Mestrado em Economia). Faculdade de Economia da Universidade do Porto, 2013. Disponível em: <[http://sigarra.up.pt/fep/pt/teses.tese?P\\_ALUNO\\_ID=99399&p\\_processo=16944](http://sigarra.up.pt/fep/pt/teses.tese?P_ALUNO_ID=99399&p_processo=16944)>. Acesso em: 10 de maio de 2015.

FISHER, I. *A Teoria do Juro: Determinada pela Impaciência por Gastar Renda e pela Oportunidade de Investi-la*. Tradução Wanda Nogueira Caldeira Brant, Rosely Rodrigues e Ana Maria BuschIversson. São Paulo: Nova cultural, 1988.

FONSECA, E. G. *O Valor do amanhã: ensaio sobre a natureza dos juros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

GONÇALVES, D. *A influência dos pacotes de preço na decisão de consumo de serviços*. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

GRIFONI, A. MESSY, F. Current Status of National Strategies for Financial Education: A Comparative Analysis and Relevant Practices. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 16*. OECD Publishing, 2012. Disponível: <<http://dx.doi.org/10.1787/5k9bcwct7xmn-en>>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

HALL, S. *Identidades culturais na pós modernidade*. Rio de Janeiro: DP & A, 1997.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. *Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF. 2010*. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2008\\_2009/POFpublicacao.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2008_2009/POFpublicacao.pdf)>. Acesso em: 18 de agosto de 2014.

\_\_\_\_\_. PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS – PNAD. 2012. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=40](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40)>. Acesso em: 08 de maio 2014.

\_\_\_\_\_. *Países@*. 2014. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/paisesat/>>. Acesso em: 08 de maio 2014.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA – IPEA. *Duas décadas de desigualdade e pobreza no Brasil medidas pela PNAD/IBGE*. Nº 159. 2013. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/comunicado/131001\\_comunicad\\_ipea159.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/comunicado/131001_comunicad_ipea159.pdf)>. Acesso em: 17 de novembro de 2014.

INTERNATIONAL NETWORK ON FINANCIAL EDUCATION – INFE. *Joining the INFE*, s/a. Disponível em: <[http://www.financial-education.org/join\\_INFE.html](http://www.financial-education.org/join_INFE.html)>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

KAHNEMAN, D. *Rápido e Devagar duas formas de pensar*. Tradução Cássio de Arantes Leite. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2012.

KAHNEMAN, D; TVERSKY, A. Prospect Theory: Na Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, v. 47, n. 2, p. 263-292, 1979.

\_\_\_\_\_. Choices, values, and frames. *American Psychologist*, v. 39, n. 4, p. 341-350, 1984.

\_\_\_\_\_. Reference points, anchors, norms, and mixed feelings. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 51, p. 296-312, março 1992.

KEYNES, J. M. *A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda: Inflação e Deflação*. 2ª ed. Tradução de Rolf Kuntz. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

KIM, H. The effect of salience on mental accounting: how integration versus segregation of payment influences purchase decisions. *Journal of Behavioral Decision Making*, v. 19, n. 4, p. 381-391, out. 2006.

LUCCI, C. R.; ZERRENNER, S. A.; VERRONE, M. A. G.; SANTOS, S. C. A influência da Educação Financeira nas decisões de consumo e investimento dos indivíduos. *IX SEMEAD*, 2006. Disponível em: <[http://www.ead.fea.usp.br/Semead/9semead/9semead/resultado\\_semead/trabalhosPDF/266.pdf](http://www.ead.fea.usp.br/Semead/9semead/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/266.pdf)>. Acesso em: 20 de janeiro de 2015.

LUCENA, W. G. L.; MARINHO, R. A. L. Competências financeiras: uma análise das decisões financeiras dos discentes no tocante as finanças pessoais. 2013. *XVI SEMEAD - Seminários em Administração*. Disponível em: <<http://semead6.tempsite.ws/16semead/resultado/trabalhosPDF/696.pdf>>. Acesso em: 08 de novembro de 2014.

MAFFRA, L. C. A. *O papel do Banco Mundial na Formação da Agenda de Reformas em C&T e Ensino Superior: a experiência da Argentina e Brasil com comunidades epistêmicas*. Dissertação (Mestrado). Universidade de São Paulo - USP. 2011. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/84/84131/tde-18122012-092657/pt-br.php>>. Acesso em: 21 de junho de 2015.

MANKIW, N. G. *Macroeconomia*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

MARQUES, P. F. A. *Influência reversa no consumo entre gerações: Um estudo exploratório sobre a influência dos filhos no processo de decisão de compras das famílias*. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/55119/000852297.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 08 de junho de 2015.

MARTINS, A. Q. N. *A Formação da Estratégia Nacional de Educação Financeira do Governo Brasileiro*. Dissertação (Mestrado). Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca - FIOCRUZ, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <<http://www.ensp.fiocruz.br/portal-ensp/informe/site/materia/detalhe/32599>>. Acesso em: 10 de junho de 2015.

MILLER, D. *Teoria das compras: o que orienta as escolhas dos consumidores*. São Paulo: Nobel, 2002.

MIOTTO, A. P. Economia comportamental e contabilidade mental. *Revista de Administração de Empresas*, v. 52, n. 4, 2012.

NEGRI, A. L. L. *Educação para o Ensino Médio da Rede Pública: uma proposta inovadora*. Dissertação (Mestrado em Educação). Centro Universitário Salesiano de São Paulo - UNISAL, 2010. Disponível em: <[http://unisal.br/wp-content/uploads/2013/04/Disserta%C3%A7%C3%A3o\\_Ana-Lucia-Lemes-Negri.pdf](http://unisal.br/wp-content/uploads/2013/04/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Ana-Lucia-Lemes-Negri.pdf)>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

NERI, M. C. *A Nova Classe Média: O Lado Brilhante dos Pobres*. Rio de Janeiro: FGV – Fundação Getúlio Vargas, 2010. Disponível em: <<http://www.cps.fgv.br/cps/ncm/>>. Acesso em: 02 de novembro de 2014.

ORGANIZAÇÃO DE COOPERAÇÃO E DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO – OCDE. *Recommendation on principles and good practices for financial education and awareness*. Julho 2005. Disponível em: <[www.oecd.org/](http://www.oecd.org/)>. Acesso em: 05 de novembro de 2014.

\_\_\_\_\_. *Advancing National Strategies for Financial Education*, 2013. Disponível em: <<http://www.oecd.org/finance/financial-education/>>. Acesso em: 24 de novembro de 2014.

PESQUISA BOX. *O sonho brasileiro*. 2011. Disponível em: <<http://pesquisa.oesonhobrasileiro.com.br/indexi2.php?id=148>>. Acesso em: 10 novembro de 2014.

PRADO, A. B. B.; FAMÁ, R. Consumo e a Educação Financeira no Brasil. *Revista Sodebras*. v. 10, n. 109, p-105-108, 2015. Disponível em: <<http://sodebras.com.br/edicoes/N109.pdf>>. Acesso em: 08 de março de 2015.

PRAHALAD, C.; HAMMOND, A. Serving the world's poor, Profitably. *Harvard Business Review*. v. 80, n. 9, 2002.

PROVISÃO PARA DEVEDORES DUVIDOSOS – PDD. *Banco Central do Brasil: Juros e Spread Bancário no Brasil*. 2000. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/ftp/jurosread112000.pdf>>. Acesso em: 26 de maio de 2015.

ROSSI, R. C. A invenção das juventudes – a construção de 'juventude' na Modernidade e o desmoronamento dessa categoria na Pós-Modernidade. *Revista Espaço Acadêmico*. n. 156, p.148-153, 2014. Disponível em: <<http://eduem.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/21997/12980>>. Acesso em: 05 de dezembro de 2014.

SAITO, A. T.; SAVOIA, J. R. F.; FAMÁ, R. A Evolução da Função Financeira. *Revista de Gestão USP*, v. 13, n. especial, p. 31-44, 2006.

SANDRONI, P. *Novíssimo Dicionário de Economia*. 8ª ed. São Paulo: Editora Best Seller, 2002.

SANTOS, J. O. *Finanças pessoais para todas as idades: Um guia prático*. São Paulo: Atlas, 2014.

SAVOIA, J. R.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. *Paradigmas da educação financeira no Brasil*. Outubro de 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-76122007000600006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-76122007000600006&script=sci_arttext)>. Acesso em: 10 de agosto de 2014.

SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. Tradução Maria Silvia Possas. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SIMON, A. H. *Comportamento administrativo: estudo dos processos decisórios nas organizações administrativas*. Rio de Janeiro. FGV, 1971.

SOUZA, J. F. *Seleção Natural Contemporânea: Cenários e Desafios da Sociedade Moderna*. [SYN] Theses Caderno do centro de ciências sociais. Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, 2012. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/ojs/index.php/synthesis/article/view/7440/5393>>. Acesso em: 10 de maio de 2014.

SOUZA, O. *Em paz com as finanças: educação financeira familiar – gestão da própria renda*. Piracicaba: Equilíbrio, 2010.

SOUZA, T. R. *Conformando Professores Eficazes: A Relação Política entre o Brasil e a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)*. 2009. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói.

SPC Brasil. *Indicadores econômicos*, 2014. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/indices-economicos>>. Acesso em: 13 de novembro de 2014.

THALER, R. Toward a Positive Theory of Consumer Choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*, v.1, n.1, p. 39-60, 1980.

\_\_\_\_\_. Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, v. 4, n. 3, p.199- 214, 1985.

THE WORLD BANK. *Good Practices for Financial Consumer Protection*. Junho de 2012. Disponível em: <<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTFINANCIALSECTOR/0,contentMDK:22876721~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:282885,00.html>>. Acesso em: 20 de Junho de 2015.

WATNE, T.; LOBO, A.; BRENNAN, L. Children as agents of secondary socialization for their parents. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, v. 12, n. 4, p. 285-294, 2011.

WEBER, M. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Editora Martin Claret, 2006.

## APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

---

1) Indique entre as opções abaixo a sua faixa etária

- ) Abaixo de 25 anos
- ) Entre 25 e 34 anos
- ) Entre 35 e 44 anos
- ) Entre 45 e 54 anos
- ) Acima de 54 anos

2) Qual o seu sexo?

- ) Feminino
- ) Masculino

3) Estado Civil:

- ) Solteiro
- ) Casado/União Estável
- ) Separado/Divorciado
- ) Viúvo

4) Atualmente você possui algum tipo de bolsa ou financiamento estudantil na Universidade?

- ) Prouni
- ) FIES
- ) Bolsa pela Universidade
- ) Não possui bolsa

5) Qual curso você realiza na Universidade?

- ) Matutino
- ) Noturno

5.1) Em que ano se encontra no curso?

- 1º ano
- 2º ano
- 3º ano
- 4º ou 5º ano
- Formado

6) Usualmente, qual a sua principal fonte de renda?

- Emprego regular
- Mesada
- Não tenho renda pessoal
- Outras

Qual função você exerce?

\_\_\_\_\_

7) Qual a sua renda familiar?

- Menor que R\$ 1.448
- Entre R\$ 1.449 – R\$ 2.896
- Entre R\$ 2.897 – R\$ 7.240
- Entre R\$ 7.241 – R\$ 14.480

8) Você vive com:

- Família
- Sozinho
- Colegas
- Outra opção \_\_\_\_\_

9) Você influencia nas decisões relativas à renda e ao consumo familiar?

ex: decisões de compra, investimentos, crédito etc.

- Sim
- Às vezes
- Não

- 10) Qual resposta descreve melhor a relação da sua família com o dinheiro?
- Gastamos tudo e muitas vezes precisamos utilizar outros meios para conseguir passar o mês
  - Gastamos tudo e não sobra nada para guardar
  - Gastamos tudo e guardamos um pouco quando sobra
  - Reservamos parte do salário para gastar e guardar

- 11) Atualmente sobra dinheiro para juntar e realizar os objetivos da família?
- Sim, todo mês
  - Sim, as vezes
  - Não sobra
  - Não sobra e falta para gastos comuns

- 12) Como considera a situação de endividamento atual da sua família?
- Não tem dívidas
  - Sob controle
  - Excessivo (muitas dívidas)

- 13) Você ou sua família tem o hábito de fazer acompanhamento dos gastos mensais?
- Sim
  - Não

- 14) Ao realizar uma compra, você e sua família:
- Planeja com antecedência
  - Atende a necessidade
  - Aproveita uma promoção
  - Adquire um modelo novo
  - Outros

15) Qual a FORMA de pagamento vocês costumam utilizar com maior frequência para adquirir produtos? (ex: Eletroeletrônicos, eletrodomésticos, móveis, etc)

À vista

Parcelado

16) Qual MEIO de pagamento vocês utilizam com mais frequência: (ex: Eletroeletrônicos, eletrodomésticos, móveis, etc).

Dinheiro ou débito

Cartão de crédito

Carnê

Boleto

Outros \_\_\_\_\_

17) Você ou sua família costumam se endividar?

Sempre

algumas vezes

Nunca

17.1) Se sim, em qual modalidade?

Cheque especial

Crédito pessoal

Cartão de crédito (paga o mínimo do cartão ou o parcelado)

Consignado

Outros \_\_\_\_\_

18) Qual finalidade sua família costuma dar para o 13º salário, férias, PLR (Participação nos Lucros e Resultados) ou outro tipo de bonificação?

Investe em poupança e/ou previdência

Investe em outras formas de investimento (CDB, ações, Fundos,...)

Quita prestações/obrigações em atraso

Antecipa o pagamento de prestações/obrigações

Utiliza no período de férias

Outros

19) No caso de perda total da fonte de rendimentos da sua família (salário, bolsa, pró-labore, outros), por quantos meses vocês conseguem manter o atual padrão de vida:

- Nenhum
- 1 a 3 meses
- 4 a 6 meses
- 7 a 9 meses
- 10 a 12 meses
- Mais que 12 meses

20) Você ou sua família reservam parte da renda mensal, além do INSS para complemento de aposentadoria?

- Sim
- Não
- Não sei

20.1) Se sim, qual dessas modalidades utilizam para complementar a aposentadoria:

- Poupança
- Previdência privada
- CDB / Fundos / títulos públicos
- Ações, mercado de opções
- Outros

21) Como você classificaria o conhecimento da sua família de 0 a 5

(0 nenhum conhecimento – 5 Conheço tudo)

0 1 2 3 4 5 - Poupança

0 1 2 3 4 5 - Previdência

0 1 2 3 4 5 - CDB, Fundos e Títulos públicos

0 1 2 3 4 5 - Ações e mercado de opções

22) Você entende de finanças pessoais?

- Sim
- Não

22.1) Se sim, onde você aprendeu?

Escola / Universidade

Família

Sozinho

Outros \_\_\_\_\_

## ANEXO A

PERÍODO	ATIVIDADES PEDAGÓGICAS / DISCIPLINAS - ADMINISTRAÇÃO
1	CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS A ADMINISTRAÇÃO I (SOCIOLOGIA)
1	ESTATÍSTICA I
1	MATEMÁTICA APLICADA A ADMINISTRAÇÃO I
1	MICROECONOMIA
1	PSICOLOGIA APLICADA À ADMINISTRAÇÃO I
1	TEORIA DA ADMINISTRAÇÃO
2	CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS A ADMINISTRAÇÃO II (ANTROPOLOGIA)
2	CONTABILIDADE GERAL
2	ESTATÍSTICA II
2	FILOSOFIA DAS CIÊNCIAS
2	INSTITUIÇÃO DE DIREITO PÚBLICO E PRIVADO
2	MACROECONOMIA
2	MATEMÁTICA APLICADA A ADMINISTRAÇÃO II
2	PSICOLOGIA APLICADA A ADMINISTRAÇÃO II
2	TEORIA DAS ORGANIZAÇÕES
3	CONTABILIDADE DE CUSTOS
3	DIREITO COMERCIAL
3	GESTÃO DE FINANÇAS I
3	GESTÃO DE MARKETING I - FUNÇÕES DE MARKETING
3	GESTÃO DE OPERAÇÕES I
3	GESTÃO DE PESSOAS I
3	GESTÃO ESTRATÉGICA E DAS ORGANIZAÇÕES I
3	INTRODUÇÃO AO PENSAMENTO TEOLÓGICO I
3	MATEMÁTICA FINANCEIRA
3	PESQUISA I
4	ECONOMIA BRASILEIRA
4	ESTATÍSTICA III
4	ÉTICA NOS NEGÓCIOS
4	GESTÃO DE FINANÇAS II
4	GESTÃO DE MARKETING II - PESQUISA E SISTEMAS DE INFORMAÇÕES
4	GESTÃO DE OPERAÇÕES II
4	GESTÃO DE PESSOAS II
4	GESTÃO ESTRATÉGICA E DAS ORGANIZAÇÕES II
4	INTRODUÇÃO AO PENSAMENTO TEOLÓGICO II
4	LEGISLAÇÃO SOCIAL
4	PESQUISA II
5	GESTÃO DE FINANÇAS III
5	GESTÃO DE MARKETING III - GESTÃO DE PRODUTOS E MARCAS
5	GESTÃO DE OPERAÇÕES III
5	GESTÃO DE PESSOAS III
5	GESTÃO ESTRATÉGICA E DAS ORGANIZAÇÕES III
5	PLANEJAMENTO CONTÁBIL TRIBUTÁRIO

PERÍODO	ATIVIDADES PEDAGÓGICAS / DISCIPLINAS
6	GESTÃO DE FINANÇAS IV
6	GESTÃO DE MARKETING IV - CANAIS DE MARKETING
6	GESTÃO DE OPERAÇÕES IV
6	GESTÃO DE PESSOAS IV
6	GESTÃO ESTRATÉGICA E DAS ORGANIZAÇÕES IV
6	ORIENTAÇÃO DE ESTÁGIO
7	GESTÃO DE FINANÇAS V
7	GESTÃO DE MARKETING V
7	GESTÃO DE OPERAÇÕES V
7	GESTÃO DE PESSOAS V
7	GESTÃO ESTRATÉGICA E DAS ORGANIZAÇÕES V
7	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO I
8	OPTATIVA I
8	OPTATIVA II
8	OPTATIVA III
8	SUSTENTABILIDADE
8	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO
8	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II