

Área: Sustentabilidade | Tema: Educação e Sustentabilidade

A EDUCAÇÃO FINANCEIRA E SUA RELAÇÃO COM O COMPORTAMENTO DE CONSUMIDORES

FINANCIAL EDUCATION AND ITS RELATIONSHIP WITH CONSUMER BEHAVIOR

Matheus Dos Santos Pires, Márcia Bandeira Landerdahl Maggioni e Gabriel Rossatto Puchale Fernandes

RESUMO

Na sociedade moderna, a escola é o espaço em que alunos têm contato com saberes científicos, levando-os também a refletir sobre o mundo em que se encontram. Portanto, a escola exerce grande influência ao preparar crianças e adolescentes para as provocações da vida moderna. Dentre um dos principais destaques, está a educação financeira, pelo contexto político, econômico e social em que o país se encontra. A educação financeira na base das escolas torna-se uma estratégia para auxiliar as pessoas a realizarem seus sonhos individuais e coletivos, desenvolvendo competências que permitem consumir, poupar e investir de forma inteligente e consciente. O presente estudo tem como objetivo principal compreender os impactos da presença ou da insuficiência de educação financeira no comportamento dos consumidores. Foram utilizadas diversas bases teóricas e fontes bibliográficas para reforçar as análises dos resultados. Para alcançar esse objetivo, foi realizada uma pesquisa com aplicação de um questionário online com abordagem quantitativa e qualitativa, com 416 respondentes. Com relação a análise dos resultados foi possível identificar o perfil dos consumidores participantes, as influências e impactos do entendimento e conhecimentos sobre educação financeira na postura dos consumidores. Acredita-se que por questões culturais e pela falta de uma ênfase significativa em relação a educação financeira, a população consegue identificar o que deveria ser feito para manter um balanço financeiro pessoal harmonioso, mas devido à carência de informação, às crenças limitantes e à grande facilidade na concessão de crédito sem uma orientação de uso correta, acaba por retornar aos mesmos hábitos de consumo, que as impedem de prosperar financeiramente. Por fim, espera-se que esse estudo seja de grande valia para a sociedade e corpo docente, fornecendo uma melhor compreensão sobre o que é a educação financeira e quais os impactos de sua falta desde a base educacional.

Palavras-Chave: Educação financeira. Comportamento do consumidor. Concessão de crédito.

Endividamento.

ABSTRACT

In modern society, the school is the space where students have contact with scientific knowledge, also leading them to reflect on the world in which they find themselves. Therefore, the school has great influence in preparing children and adolescents for the provocations of modern life. One of the main highlights is financial education, due to the political, economic and social context in which the country is located. School-based financial education becomes a strategy to help people realize their individual and collective dreams by developing skills that enable them to consume, save and invest intelligently and consciously. The present study aims to understand the impacts of the presence or insufficiency of financial education on consumer behavior. Several theoretical bases and bibliographic sources were used to reinforce the analysis of the results. To achieve this goal, a survey was conducted using an online questionnaire with quantitative and qualitative approach, with 416 respondents. Regarding the analysis of the results, it was possible to identify the profile of the participating consumers, the influences and impacts of the understanding and knowledge about financial education in the consumers posture. It is believed that due to cultural issues and the lack of significant emphasis on financial education, the population can identify what should be done to maintain a harmonious personal financial statement, but due to lack of information, limiting beliefs and large The ease of lending without proper usage guidance ultimately returns to the same spending habits that prevent them from thriving financially. Finally, this study is expected to be of great value to society and faculty, providing a better understanding of what financial education is and the impacts of its lack from the educational base.

Keywords: Financial education. Consumer behavior. Granting credit. Indebtedness.

A EDUCAÇÃO FINANCEIRA E SUA RELAÇÃO COM O COMPORTAMENTO DE CONSUMIDORES

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, pesquisas têm mostrado que o Brasil está centralizado em uma constante e variante concessão de crédito, resultando em um volume exacerbado de consentimentos, fazendo o nível de endividamento do consumidor passar dos 44,82% (FRANCISCHETTI *et al.*, 2016). Em 2016, a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) revelou que a população endividada no país chegava a cerca de 84,4% em relação ao total de famílias, e mais de 27% das famílias estavam com dívidas em atraso (Ibid.).

Com tais dados, pode-se compreender a importância da educação financeira na base da população, observando-se que se trata de um processo que estimula o entendimento de como aplicar, investir e reservar o dinheiro no cotidiano individual e familiar (FRANCISCHETTI; CAMARGO; SANTOS, 2014). Com a inflação em meados dos anos 1990, o povo brasileiro, especialmente a classe assalariada, estava acostumado a receber seu salário e utilizá-lo o mais rápido possível, pois os preços, muitas vezes, subiam em poucas horas (PORTAL BRASIL, 2012). Com isso, deixaram de ser criados hábitos de planejamento financeiro, investimentos e afins. Por mais que o Plano Real tenha eliminado esse alto nível de inflação, a falta de hábito de planejar as finanças pessoais perdura até os dias de hoje com uma prática excessiva de consumo (Ibid.).

Na sociedade moderna, a escola é o espaço em que alunos têm contato com saberes científicos, levando-os também a refletir sobre o mundo em que se encontram. Portanto, a escola exerce grande influência ao preparar crianças e adolescentes para as provocações da vida moderna. Dentre um dos principais destaques, está a educação financeira, pelo contexto político, econômico e social em que o país se encontra (VILLA; SILVA; DARROZ, 2018). A educação financeira na base das escolas torna-se uma estratégia para auxiliar as pessoas a realizarem seus sonhos individuais e coletivos, desenvolvendo competências que permitem consumir, poupar e investir de forma inteligente e consciente (Ibid.).

Em vista disso, surge o seguinte problema de pesquisa: Quais os impactos da presença ou da insuficiência de educação financeira no comportamento dos consumidores? Buscando responder a esse questionamento, o objetivo geral do estudo é identificar os impactos da presença ou da insuficiência de educação financeira no comportamento dos consumidores. Os objetivos específicos incluem: identificar o entendimento e a percepção de importância da educação financeira segundo os participantes da pesquisa; reconhecer o comportamento dos consumidores quanto ao seu contexto financeiro, incluindo gastos pessoais e investimentos; identificar a existência ou a ausência de conhecimentos básicos da educação financeira juntos aos respondentes da pesquisa; refletir sobre a importância da educação financeira na formação de cidadãos para o adequado comportamento de consumo.

Nesse sentido, busca-se compreender o contexto de educação financeira que leva cerca de 63,4 milhões de brasileiros a encontrarem-se endividados, sendo destes, 4,8 milhões jovens entre 18 e 24 anos (CNDL; SPC BRASIL, 2018). Isso amparado no entendimento de que sem uma base em finanças os consumidores tornam-se vulneráveis a crises financeiras mais graves, além do comprometimento de seu bem-estar pessoal, saúde e até mesmo seu futuro (LUCCI *et al.*, 2014).

Há uma grande e variada oferta de produtos financeiros disponíveis no mercado. Além de todos os avanços tecnológicos, a internet tornou-se a principal responsável pela expansão e solidificação dessa oferta. Para se beneficiar de tais inovações, os consumidores precisam de um nível básico de conhecimento em finanças, não apenas para identificar e acessar as

informações, como também para ter o discernimento de avaliar as fontes dessas informações (Ibid.).

Além disso, como a produção científica tem por objetivo apropriar-se da realidade para melhor analisá-la e, posteriormente, produzir transformações, a discussão sobre o tema ressalta a relevância para a literatura, principalmente para os jovens consumidores. Aborda os impactos e fatores decorrentes do comportamento impulsivo e pouco instruído do consumidor, alinhando a importância de uma base estruturada em finanças e reconhecendo como o dinheiro pode ser utilizado, guardado e investido de forma correta.

O presente trabalho está estruturado em cinco seções, sendo a primeira a introdução, que procura desencadear um interesse do leitor perante ao trabalho desenvolvido, apresentando a problemática do estudo. Segue com a revisão de literatura, que apresenta o embasamento teórico do estudo, e com a metodologia, que procura apresentar os procedimentos metodológicos escolhidos para este trabalho. Posteriormente são apresentados e discutidos os resultados da aplicação da pesquisa junto a consumidores, visando compreender o impacto da educação financeira em seus comportamentos de consumo, e a seção de encerramento apresenta as considerações finais do estudo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Nesta seção são abordados os conceitos que foram utilizados no estudo, iniciando pelo conceito de comportamento do consumidor e, posteriormente, a educação financeira.

2.1 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Os consumidores podem afirmar algo em um determinado momento e depois realizar de forma oposta. Isso ocorre devido às influências que fazem com que essa mudança aconteça no último momento. Entender o comportamento do consumidor depende de entender as atividades físicas e mentais, pois existem muitos gatilhos mentais que trabalham no inconsciente, que faz com que os indivíduos, por instinto, acabem sentindo necessidade de consumir algum produto de determinada marca (COBRA, 2009).

O campo do comportamento do consumidor trata, basicamente, da satisfação de necessidades e desejos dos indivíduos, fazendo parte de um processo. No início, esse campo de pesquisa era conhecido como comportamento do comprador, que tentava mostrar uma relação entre consumidor e produtor no momento de fechar um negócio (SOLOMON, 2011). Nos dias atuais, entende-se o comportamento do consumidor como algo contínuo e que não se encerra ao efetuar o pagamento de produto ou serviço, de modo que o processo de compra envolve o consumidor antes, durante e depois da compra (Ibid.).

O ambiente econômico em que o indivíduo está inserido é uma variável influenciável para o comportamento do consumidor, afetando diretamente a conduta de uma pessoa ou de um grupo e, conseqüentemente, afetando o mercado (SANTOS, 2017). Uma pessoa introduzida em uma cultura adquire aspectos do grupo, como crenças, gírias, cortes de cabelo, vestuário, valores e afins, mesmo que inconscientemente esses aspectos são adquiridos pelo convívio em determinados grupos, refletindo em seu comportamento de compra (Ibid.).

Santos (2017) afirma que a sociedade tem sofrido constantes mudanças ao longo de sua história, as quais se refletem no perfil do consumidor, que vem se atualizando constantemente e, com isso, o mercado precisa se adequar para atender essas novas e constantes necessidades do novo consumidor. A família é o elemento que tem maior parcela de influência sobre o comportamento do consumidor, estando presente desde os primórdios, e é de onde saem os primeiros valores; é no ambiente onde acontecem as primeiras aprovações ou reprovações que, mais tarde, refletirão no comportamento e decisões de compra do indivíduo (Ibid.).

Compreender o comportamento do consumidor não é uma tarefa fácil, visto que ele não costuma seguir sempre o mesmo padrão de compra e que a decisão pode depender de inúmeros fatores. Para Kotler e Keller (2012), existem diversos fatores que podem influenciar na escolha de um produto, dentre os quais estão os culturais, sociais, pessoais e psicológicos.

Pessoas são induzidas por seus grupos de referência, que lhes apresentam comportamentos e estilos de vida diferentes, influenciando as atitudes e criando uma pressão condescendente que influencia suas escolhas de produtos e marcas. Existem, também, grupos que influenciam pessoas sem que elas pertençam a eles, chamados de grupo de aspiração, aquele grupo ao qual o indivíduo gostaria de pertencer, e grupo de dissociação, que diz respeito a valores e comportamentos contrários aos do indivíduo (KOTLER, 2008).

Os fatores pessoais, segundo Engel, Blackwell e Miniard (2000), correspondem às decisões que o indivíduo toma diante dos vários sistemas de valor aos quais ele é submetido, isto é, ele escolhe valores sociais para poder desenvolver seus próprios valores pessoais. Contudo, Cobra (1992) afirma que fatores pessoais são aqueles que mostram que as pessoas respondem de diferentes maneiras a incentivos iguais, e isso se dá pelo fato de as pessoas serem diferentes umas das outras e terem uma maneira particular de entender e responder aos estímulos que lhes são apresentados.

Algumas características que podem influenciar esse fator incluem o estágio do ciclo de vida, quando o indivíduo tem um padrão comportamental ou de compra de acordo com o momento em que vive. Sua ocupação também é um importante definidor do padrão de consumo, pois, além de determinar sua condição financeira, estabelece suas prioridades. Outro quesito importante que influencia as decisões ligadas aos fatores pessoais é a personalidade, pois cada indivíduo tem uma personalidade diferente dos demais, que define o seu comportamento diante das escolhas de compra (KOTLER, 2008).

Escolhas financeiras de curto a longo prazo afetam a vida dos consumidores. Decisões comuns do dia a dia, como dar início a algum curso, comprar determinado material ou adquirir uma casa são alguns dos exemplos de situações nas quais as pessoas decidem gastar ou investir dinheiro. Comportamentos financeiros não planejados podem trazer graves consequências pessoais e financeiras para os indivíduos, o que justifica o enfoque nesse aspecto de comportamento de compra (FERREIRA *et al.*, 2013).

Segundo Lynch Jr. (2011), poupar tem como objetivo abrir mão dos prazeres do consumo presente para uma possibilidade futura. Poupar tem uma relação muito próxima com a renda, sendo resultante de um conjunto de fatores que envolvem autocontrole, prospecção de vida, metas para poupar e futuro. Esses aspectos levam à próxima seção desta revisão, a educação financeira e sua relação com o consumo.

2.2 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

A educação financeira é entendida, dentre outras formas, como um processo de estímulo à busca de conhecimento em como aplicar e investir o dinheiro do cotidiano da melhor forma possível, possibilitando às pessoas a lidarem com a sua renda da melhor maneira plausível, acumulando riquezas e garantindo uma segurança financeira para o futuro. O estudo das finanças pessoais diverge sobre diversos conceitos de gestão de recursos pessoais e/ ou familiares. A poupança pode produzir certo grau de segurança para a vida do indivíduo, mas existem outras opções de investimentos, que trazem tanta segurança quanto a poupança (FRANCISCHETTI; CAMARGO; DOS SANTOS, 2014).

Conhecimento sobre educação financeira não se resume somente em verificar as contas bancárias ou estipular orçamentos para poupanças futuras. Trata-se de estabelecer objetivos e metas a serem alcançados, além da reflexão sobre o próprio dinheiro. Trata-se de como o indivíduo lê e utiliza as informações relacionadas às suas finanças pessoais (HUSTON, 2010).

A educação financeira passa a ter um peso maior considerando o contexto econômico e social em que os indivíduos estão inseridos. A falta de educação financeira pode levar a um caminho de descontrole e de dívidas, comprometendo o presente e o futuro das pessoas e suas famílias. De acordo com um estudo realizado pelo Serasa Experian, em 2018, o Brasil tem índices de pessoas com dívidas atrasadas distribuídas por todas as regiões, mas com uma concentração maior na região sudeste, correspondendo a 45,2% do volume de dívidas atrasadas, onde há maior concentração de pessoas. O restante da dívida está distribuída nas demais regiões, sendo 25,2% na região nordeste, 12,8% na sul, 8,8% na norte e 8,1% na centro-oeste (SERASA, 2018).

Com um histórico de décadas de inflação e preços que subiam de forma anormal quase que hora-a-hora nos anos de 1980 e 1990, as pessoas não haviam criado o hábito de guardar dinheiro, afinal, com preços em constante aumento gastavam seus salários o mais rápido possível, estocando alimentos para o período vivido entre um salário e outro (FRANCISCHETTI; CAMARGO; SANTOS, 2014). A situação mudou a partir da implantação do Plano Real em 1º de Julho de 1994 (IVO *et al.*, 2015).

Com isso, a estabilização econômica começou a se desenhar de forma rápida, e a inflação foi reduzindo rapidamente com o passar dos meses. É, válido ressaltar que, em 1993, a inflação atingia 2700% no país e, após a implantação da nova moeda, o valor da inflação média dos governos seguintes manteve-se em 12,6% no governo Fernando Henrique Cardoso e 6,3% no governo Lula (Ibid.). Com a estabilização da inflação, a economia voltou a crescer e, aos poucos, as pessoas foram adquirindo o hábito de guardar o seu dinheiro na poupança, visando economizar para um evento futuro (IVO *et al.*, 2015).

Para Britto (2014), o pouco conhecimento financeiro está diretamente ligado ao endividamento dos indivíduos, por isso, desenvolver um alicerce mesmo que básico em finanças pode impactar de forma considerável o orçamento pessoal e familiar. No ambiente educacional, a educação financeira tem sido deixada de lado de forma preocupante, impactando a economia de maneira considerável. O autor aponta que contabilidade e investimentos são assuntos importantes para a vida das pessoas, mas a maioria sabe muito pouco sobre isso, afinal as escolas se atentam às habilidades acadêmicas e profissionais e deixam totalmente de lado as habilidades financeiras. Tal fato pode explicar os motivos que levam a serem encontrados, na sociedade, tantos profissionais altamente qualificados e bem-sucedidos totalmente endividados (Ibid.).

Além do pouco conhecimento sobre finanças, os brasileiros precisam trabalhar, em média, o equivalente a cinco meses do ano para pagar impostos ao governo, sendo que a maior parte vem embutida diretamente no consumo de serviços e mercadorias (BASSOTTO, 2018). Um exemplo disso é a compra de um automóvel. Os impostos, em alguns casos, chegam até a 50% do valor final do carro, tornando difícil o pagamento à vista, levando o consumidor à contratação de um financiamento.

Isso pode ser o início das dívidas de muitos brasileiros, por muitas vezes, não terem a percepção real do quanto de impostos estão pagando em seus veículos, assim como de quanto gastam com juros e encargos no financiamento. Observa-se que os impostos sobre veículos superam os 40% no Brasil, enquanto, em diversos outros países, esses tributos somam pouco mais de 5%. Todas essas taxas em conjunto com a depreciação dos veículos e altas taxas de juros de financiamento culminam no rápido endividamento das pessoas.

Na faixa entre 18 e 24 anos, o SPC Brasil indica que cerca de 6,3 milhões de jovens se encontram com algum tipo de restrição no CPF por atrasos financeiros. Tal número representa mais de 26% da população brasileira jovem, mas ao longo dos anos esse número vem diminuindo consideravelmente, tendo em 2014 uma diminuição de 7% no atraso de pagamento de dívidas (CRUZ *et al.*, 2017).

Saito (2007), por sua vez, aponta para a existência de uma lacuna ao dizer: “não há especificamente trabalhos sobre a implantação da Educação em Finanças Pessoais nos currículos nacionais.” (SAITO, 2007, p. 7). O Projeto de Lei nº 3401, de 2004, é citado no trabalho de Saito (2007). Esse Projeto de Lei propõe a criação da disciplina educação financeira nos currículos das quatro séries finais do ensino fundamental e também no ensino médio. Depois de diversas alterações, a proposta é que a educação financeira seja abordada junto ao conteúdo de matemática.

Campos (2012) afirma que a educação financeira ainda não é uma realidade no currículo escolar brasileiro. Apesar da grande importância da introdução do tema perante os jovens desde a base, existe uma grande negligência e omissão dos gestores do sistema de ensino no que consiste na importância da educação financeira. Cerbasi (2004) defende que é inexplicável a educação financeira não estar inserida na base curricular do ensino do país, visto que a falta de poupança e de investimentos é a nascente de muitos problemas nacionais, como a falta de crédito e os juros elevados.

Segundo Godfrey (2007), a educação financeira pode ser entendida como algo divertido, acompanhando o crescimento dos filhos. Ela diz ainda que os pais devem sempre se questionar: “O que devo dizer ao meu filho sobre finanças que eu gostaria que alguém tivesse me dito quando eu tinha a idade dele?” (GODFREY, 2007, p. 170). A autora defende que a educação financeira não seja um assunto vago e passageiro, e sim uma proposta que deve ser muito enfatizada desde o princípio com questionamentos e exercícios simples, como a mesada que pode ser uma forma de aprenderem a gerenciar seu orçamento, para conquistar objetivos, além de um diário com todas movimentações financeiras para que as crianças saibam para onde vai cada centavo gasto, já incentivando-as a auto responsabilidade.

Com isso, após as definições dos conceitos referentes ao comportamento do consumidor e a educação financeira, apresenta-se a metodologia, que mostrará a caracterização da pesquisa, bem como a forma de coleta e tratamento dos dados obtidos na pesquisa.

3 METODOLOGIA

A realização do estudo classifica-se, conforme os objetivos, em uma pesquisa descritiva, por meio de uma abordagem utilizando o método misto, no qual são combinadas as abordagens quantitativa e qualitativa. Para Gil (2010), a pesquisa descritiva registra e transcreve os fatos observados sem qualquer tipo de interferência, visando descrever os comportamentos e as características de estipulada população, fenômeno ou empresa a fim de estabelecer relações e ligações de variáveis.

Ainda, a pesquisa descritiva envolve instrumentos de coletas de dados padronizados, como o questionário e a observação sistemática. A pesquisa descritiva observa, registra, analisa e ordena dados sem qualquer tipo de interferência do pesquisador, objetivando verificar a frequência, a natureza, as características, as causas e as relações com que um fato ocorre (GIL, 2010). Partindo disso, foi utilizada uma pesquisa descritiva para coletar e analisar dados relativos aos consumidores sobre seus hábitos financeiros mediante a insuficiência de educação financeira básica desde a base escolar.

A abordagem quantitativa, segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 69), “considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las”. Utiliza técnicas estatísticas, principalmente para buscar relações de causa e efeito entre fenômenos, analisar variáveis, compreender e classificar processos, influenciar no processo de mudança, interpretando as particularidades dos comportamentos e ou atitudes dos indivíduos (Ibid.).

Para Marconi e Lakatos (2011), a coleta de dados é a etapa que se inicia no levantamento de dados a partir de mecanismos e técnicas selecionadas, que faz necessário um rigoroso

controle durante a aplicação dos instrumentos de coletas de dados para evitar erros, fraudes e informantes tendenciosos. Para esta pesquisa, foi utilizado como mecanismo de coleta de dados um questionário de perguntas fechadas distribuído online, via Google Docs, para os consumidores.

Portanto, a presente pesquisa levantou e quantificou as informações coletadas por meio de um questionário de perguntas fechadas e abertas, analisando a forma de consumo de 416 consumidores em diversas faixa-etárias de idade que responderam à pesquisa. Para Perovano (2016), a coleta de dados em uma pesquisa quantitativa normalmente é realizada por meio de questionários com perguntas fechadas, o que requer uma estrutura de questionário com um desenho de codificação, que será utilizada na matriz da construção de dados.

Na abordagem qualitativa, Pradanov e Freitas (2013) afirmam que existe uma relação dinâmica entre um mundo real e o sujeito, uma subjetividade que não pode ser traduzida em apenas números, que não requer métodos e técnicas estatísticas, considerando que o ambiente natural é o principal instrumento de coleta. A abordagem qualitativa, segundo Marconi e Lakatos (2011), age focada em analisar e interpretar os dados com maior relevância.

Bogdan e Biklen (2003) ainda afirmam que o ambiente natural é a fonte direta dos dados, e essa coleta de dados foi feita de maneira descritiva, mostrando situações e acontecimentos descritos pelas pessoas, tornando todo dado real importante. A preocupação com o processo vem da disposição de pesquisar o problema e ver a maneira como se comporta; já a preocupação com o significado está relacionada ao valor que as pessoas dão às coisas e à sua vida, tentando captar nas informações do informante a sua real perspectiva em relação ao que está sendo abordado, de modo que processo de análise dos dados segue um método indutivo. Dessa maneira, uma abordagem complementa a outra na execução deste estudo.

Marconi e Lakatos (2010) afirmam que a pesquisa de campo objetiva adquirir informações e/ou conhecimentos de um problema em questão, que procura uma resposta ou sobre uma hipótese que queira se validar ou descobrir novas interligações entre ela. O que leva a citar novamente o motivo geral deste estudo que é identificar os impactos da insuficiência de educação financeira no consumo dos consumidores.

Explicitados os aspectos metodológicos que nortearam este estudo, a próxima seção apresentará os resultados coletados e a discussão destas informações sobre a educação financeira e seus impactos no comportamento dos consumidores participantes da pesquisa.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção são apresentados os resultados obtidos por meio dos questionários aplicados através de um formulário online de perguntas abertas e fechadas, a fim de responder aos objetivos propostos no início do estudo. Inicialmente serão apresentados os dados que correspondem ao perfil dos respondentes participantes deste estudo, para então demonstrar e discutir os resultados sobre a educação financeira e seus impactos no comportamento dos consumidores pesquisados.

4.1 ANÁLISE DO PERFIL DOS RESPONDENTES

A primeira parte do questionário teve como foco principal caracterizar os respondentes do pesquisa. Segundo as respostas obtidas, 67,80% dos respondentes são do sexo feminino, 30,76% masculino e 1,44% se absteve a responder a questão, o que demonstra um maior interesse por parte do sexo feminino com relação a questões sobre educação financeira.

Quanto à faixa etária dos participante, a maior concentração de respondentes tem de 20 a 25 anos (34,7%), seguida pelos respondentes de 26 a 35 anos (28,4%) e menores de 20 anos (14,3%). A faixa etária de 36 a 45 anos teve uma porcentagem significativa na pesquisa, com

13,8%, seguida pelas faixa etárias respondentes menos expressivas que se detêm entre 46 a 55 anos (5,8%), acima de 56 anos (2,0 %) e as abstenções com 0,9%. Esse resultado demonstra que o público jovem, entre 20 e 35 anos, tem um maior interesse com relação a educação financeira.

Os dados quanto ao estado civil mostram que grande parte dos respondentes é de solteiros (64,18%), o que condiz com o fato da maioria do público respondente pertencer a uma faixa etária mais jovem, como já mencionado, seguido pelos casados, com 24,30%. Além disso, obteve-se cerca de 4,80% dos respondentes informando que se encontram em uma união estável, 1,68% de divorciados e 5,04% absteve-se de responder a questão.

O último aspecto levantado sobre o perfil dos respondentes foi sobre o nível de escolaridade. Percebe-se que a grande maioria do público respondente possui Ensino Superior Incompleto (46,63%), seguido dos que possuem Ensino Superior Completo e Ensino Médio Completo com 16,10% e 13,70% respectivamente. Além disso 12,01% dos respondentes possui Pós Graduação Completa, 6,25% possui Pós Graduação Incompleta, 2,64 % possuem Ensino Médio Incompleto e 3% dos respondentes estão divididos igualmente em parte de (1%) em Ensino Fundamental, Mestrado / Doutorado e Abstenção. Mostrando que o público jovem e em grande parte ainda universitário demonstra interesse por conhecer mais sobre a educação financeira.

4.2 ANÁLISE PERGUNTAS ESPECIFICAS DOS RESPONDENTES

Nesta seção são apresentados os resultados obtidos em relação às formas que os respondentes lidam e entendem por educação financeira e seus afins através das afirmações feitas no questionário.

A Tabela 1 mostra os resultados obtidos diante de questões fechadas, com alternativas correspondendo a sim ou não, realizadas no questionário.

Tabela 1 – Perguntas fechadas (sim/não)

	Frequência	Sim	Não	Abstenção	Total
Já ouviu falar sobre educação financeira.	412	87,25%	11,77%	0,98%	100%
Faltou conhecimento sobre educação financeira em sua formação.	412	85,82%	13,22%	0,96%	100%
Possui contas parceladas atualmente.	411	69,23%	29,57%	1,20%	100%
Se considera endividado (a).	411	22,36%	76,44%	1,20%	100%
Possui prestações / obrigações em atraso.	410	19,71%	78,85%	1,44%	100%
Já repactuou/renegociou alguma prestação/obrigação.	412	32,45%	66,59%	0,96%	100%
Utiliza empréstimo para pagamento de obrigações.	412	22,84%	76,20%	0,96%	100%
Mantem controle sobre os gastos mensais.	412	77,64%	21,39%	0,96%	100%
Faz investimentos.	412	31,97%	67,07%	0,96%	100%

Fonte: elaborado pelos autores.

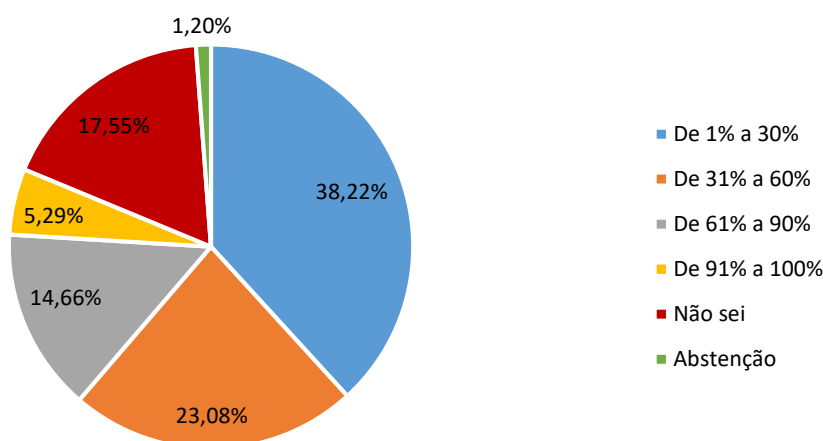
Na Tabela 1 pode-se analisar os resultados obtidos nas perguntas fechadas de resposta “Sim ou Não” realizadas no questionário, onde 87,25% dos respondentes afirma já ter ouvido falar sobre educação financeira em algum momento, enquanto 11,77% nunca ouviram falar da mesma, tem-se ainda 0,98% de abstenção dos respondentes nessa questão. Nesta mesma linha, pode-se verificar que a grande maioria dos respondentes (87,25%) já ouvir falar sobre educação financeira mas praticamente a mesma quantidade de respondentes (85,22%) afirma que faltou sim conhecimento sobre educação financeira em sua formação.

Também é possível analisar que grande parte dos respondentes possui contas parceladas atualmente (69,23%), mas que uma pequena parte (22,36%) se considera endividado. Foi possível verificar que uma parte relevante dos respondentes (19,71%) possui prestações/obrigações em atraso e que quase um terço (32,45%) dos respondentes já renegociou alguma prestação/obrigação por não conseguir cumprir com as suas obrigações dentro do período esperado com relação a seus proventos recebidos.

É possível analisar também que a maioria dos respondentes (77,64%) afirma manter o controle sobre seus gastos mensais, mas esta porcentagem cai para menos na metade (31,97%) quando questionados sobre realizarem algum tipo de investimento; em antemão vê-se quase 1/4 dos respondentes (22,84%) utilizando alguma forma de empréstimo para conseguir pagar suas obrigações.

O Gráfico 1 demonstra os resultados obtidos do questionamento sobre o percentual do rendimento mensal comprometido com prestações/obrigações.

Gráfico 1 – Percentual de rendimentos mensais comprometido com obrigações

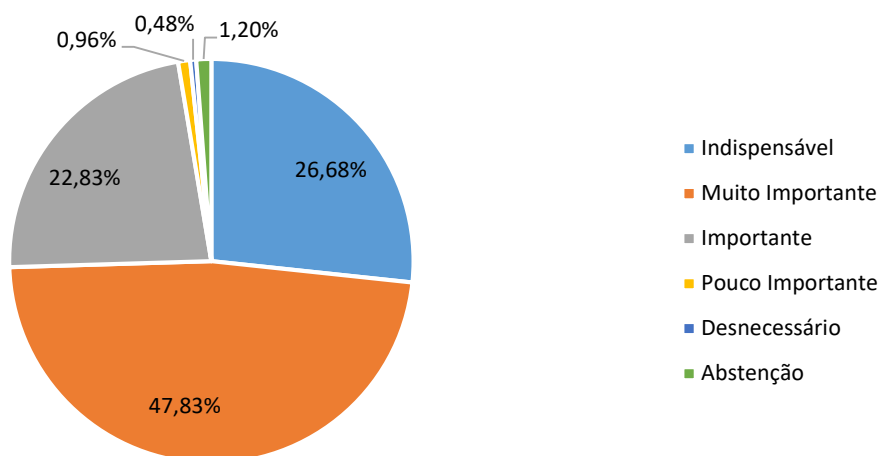


Fonte: elaborado pelos autores.

Verifica-se que há uma parte relevante dos respondentes (38,22%) que afirma ter entre 1% e 30% de seus rendimentos mensais comprometidos com prestações/obrigações, 23,08% afirma ter entre 31% e 60% de seus rendimentos comprometidos com suas obrigações. É possível analisar uma porcentagem expressiva de cerca de 19,95% dos respondentes que afirmam ter mais de 60% de seus rendimentos mensais comprometidos com obrigações e prestações; também pode-se visualizar um número preocupante, onde mais de 17% do público respondentes não sabe informar a porcentagem que suas prestações e obrigações ocupam de seus proventos mensais.

No Gráfico 2 é possível identificar os resultados obtidos do questionamento sobre o grau de importância sobre a educação financeira no processo de ensino básico de educação.

Gráfico 2 – Grau de importância da educação financeira no ensino básico de educação

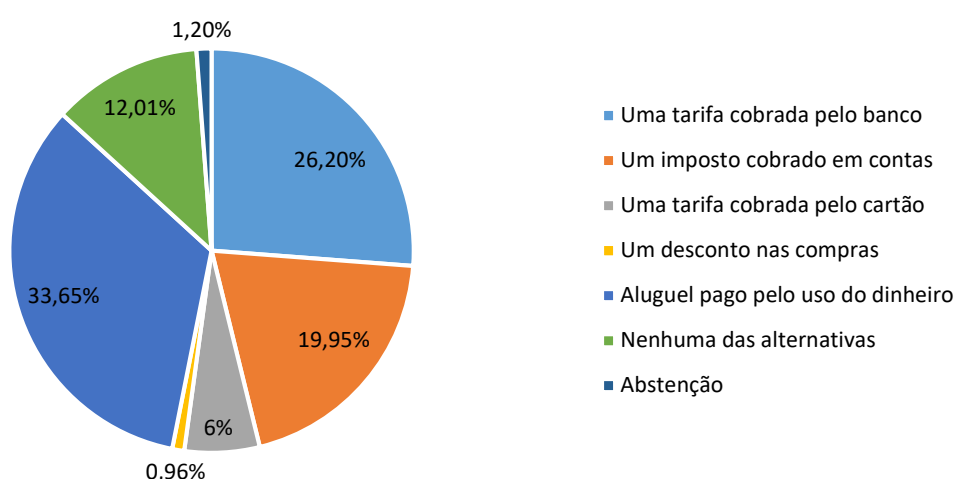


Fonte: elaborado pelos autores.

No Gráfico 2 pode-se visualizar que mais de 97% dos respondentes julga pelo menos importante a existência de uma base sobre educação financeira no processo de ensino básico de educação. A educação financeira como base curricular nas escolas se torna uma estratégia fundamental na formação dos indivíduos, lhes auxiliando a realizar seus sonhos individuais e coletivos. Indivíduos financeiramente educados podem vir a se tornar independentes em relação a suas finanças pessoais, e menos suscetíveis a passivos descontrolados que possam comprometer sua qualidade de vida e de outras pessoas (BRASIL, 2010, p. 8).

O Gráfico 3 apresenta os resultados derivados do questionamento com relação ao que entendem por juros.

Gráfico 3 – Entendimento sobre juros



Fonte: elaborado pelos autores.

No questionamento sobre o que seriam juros, houve uma ampla divisão de opiniões dos respondentes. É possível verificar que uma parte significativa (26,20%) acredita que juros são uma tarifa cobrada pelo banco, e que outros 19,95% dos respondentes acredita ser um imposto cobrado em contas; apenas 33,65% dos respondentes afirmou que juros são o aluguel pago pelo

uso do dinheiro. Para Vieira Sobrinho (2000), juros são quaisquer proventos derivados de capital emprestado, sendo compreendido de forma mais clara, como sendo o aluguel pago pelo uso do dinheiro.

Portanto, é possível visualizar como a falta de educação financeira pode impactar os indivíduos em situações simples do dia-a-dia e que são vistas cotidianamente como a questão dos juros, que são nada menos do que o aluguel pago pelo uso/empréstimo do dinheiro, esse sendo por exemplo: o banco emprestando dinheiro para um indivíduo e cobrando juros sobre esse empréstimo, ou o indivíduo emprestando dinheiro para o banco e recebendo juros sobre o valor emprestado.

A Tabela 2 a seguir demonstra a maior frequência de respostas decorrentes de questões relacionadas gestão financeira pessoal.

Tabela 2 – Gestão financeira pessoal

	Resposta	%	Frequência
Melhor forma de organizar gastos pessoais	Criar uma Planilha	81,73%	411
Para obter um bom planejamento e acompanhamento financeiro	Deve ser feito diariamente	65,86%	412
Entendimento sobre como é possível acabar com as dívidas de uma pessoa que está endividada.	Fazendo um planejamento financeiro e priorizando o pagamento das dívidas, evitando gastos supérfluos.	89,66%	412

Fonte: elaborado pelos autores.

Na Tabela 2 é possível visualizar as respostas com maior relevância dos três questionamentos realizados na pesquisa, que tem relação com a gestão financeira pessoal. Como mostram os resultados, a maioria dos respondentes possuem ciência de como devem gerir seus gastos pessoais e como deve realizar um bom planejamento e acompanhamento financeiro, criando uma planilha para a organização dos gastos pessoais (81,73%) e que para obter um bom acompanhamento financeiro o mesmo deve ser feito diariamente (65,86%). Também é possível visualizar que cerca de 89,66% dos respondentes entende que para acabar com as dívidas de uma pessoa que se encontra endividada, deve ser feito um planejamento financeiro, priorizando o pagamento das dívidas e evitando gastos supérfluos.

A Tabela 3 a seguir demonstra os motivos que normalmente levam o consumidor a realizar uma compra, os dados foram extraídos através de uma questão de múltipla, com escolha multi-resposta.

Tabela 3 – Motivos para compra

	%	Frequência
Tem Necessidade	67,78%	416
Planejou com antecedência	43,50%	416
Promoção	33,17%	416
Liquidação	16,10%	416
Tem Crédito pré-aprovado	5,76%	416
Abstenção	5,28%	416

Fonte: elaborado pelos autores.

Como se pode observar na Tabela 3, grande parte dos respondentes alega realizar compras por motivos de necessidade (67,78%) e planejamento com antecedência (43,50%). Vale ressaltar que 33,17% e 16,10% informaram realizar compras por motivos de promoções e liquidações respectivamente, e outros 5,76% por terem crédito pré-aprovado.

A Tabela 4 traz os resultados decorrentes do questionamento de como os respondentes costumam realizar suas compras a prazo, a coleta dos dados foi através de uma questão de múltipla escolha multi-resposta.

Tabela 4 – Formas de compras a prazo

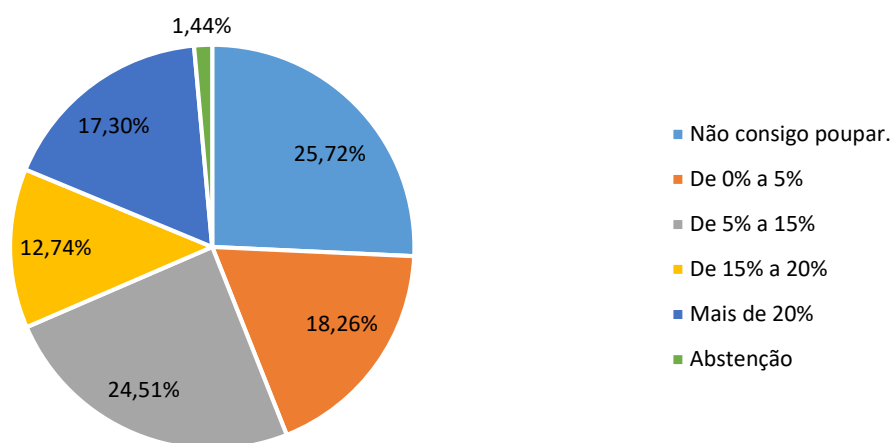
	%	Frequência
Cartão de crédito	66,34%	416
Crediário	19,47%	416
Somente compras à vista	22,35%	416
Empréstimo bancário	1,44%	416
Abstenção	3,36%	416

Fonte: elaborado pelos autores.

Através da Tabela 4, obtêm-se as principais formas que os respondentes realizam compra a prazo, destacando-se a compra através do cartão de crédito com 66,34%, tem-se ainda a compra por meio de crediário com 19,47% e uma porcentagem expressiva de cerca de 22,35% dos respondentes afirmando não realizar compras a prazo, e sim somente à vista; é possível visualizar uma mínima que afirma realizar compras a prazo através de empréstimos bancários (1,44%).

A seguir, no Gráfico 4, está expresso a porcentagem mensal que os respondentes conseguem poupar de seus proventos.

Gráfico 4 – Porcentagem mensal poupado de proventos



Fonte: elaborado pelos autores.

No Gráfico 4 nota-se uma ampla divisão no que diz respeito à porcentagem mensal que os respondentes conseguem poupar de seus proventos, ressaltando que cerca de 25,72% dos respondentes não consegue poupar nada de seus proventos mensais. É possível visualizar

também que 24,51% dos respondentes consegue poupar de 5% a 15% de seus proventos, 18,26% consegue poupar de 0% a 5%, 17,30% consegue poupar mais de 20% e 12,74% consegue poupar entre 15% e 20% de seus proventos mensais.

A Tabela 5 apresenta um resumo do perfil de investimentos dos respondentes.

Tabela 5 – Perfil de investimentos dos respondentes

	Resposta	%	Frequência
Investimentos representam quantos meses do salário	Não faz investimentos	60,57%	416
	Menos de um mês	8,17%	416
	De 1 a 3 meses	10,33%	416
Onde são aplicadas as economias	Não faz aplicação	46,20%	416
	Caderneta de Poupança	38,90%	416
	Fundos de Investimento	11,70%	416

Fonte: elaborado pelos autores.

Na Tabela 5 percebe-se que 60,57% dos respondentes não faz nenhum tipo de investimento, que 8,17% dos respondentes possuem menos de um mês do valor de seus proventos investidos e que cerca de 10,33% possuem de um a três meses de valor investidos. Também é possível visualizar que 38,90% dos respondentes que investem suas economias aplicam na caderneta de poupança, e 11,70% em fundos de investimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo principal identificar os impactos da presença ou da insuficiência de educação financeira no comportamento dos consumidores. Para alcançar esse objetivo, optou-se pela realização de uma pesquisa, com aplicação de um questionário online, em que foram abordadas questões fechadas e abertas com a finalidade de colher todas as informações necessárias para cumprir o objetivo do trabalho.

Através dessa pesquisa foi possível identificar que o impacto gerado decorrente da alta inflação do Brasil entre os anos de 1980 e 1990 ainda perpetuam com resquícios na população, influenciando seus hábitos de consumo e poupança. Foi possível analisar que a maior parte do público já ouviu falar sobre educação financeira e a considera de suma importância, mas sente uma carência muito grande da mesma em sua base de educação, que foi mínima ou em muitos casos até nula.

Por conta desta cultura inflacionária criada no decorrer dos anos e sem uma ênfase significativa em relação a educação financeira a população sabe identificar o que deve ser feito para manter um balanço financeiro pessoal harmonioso em suas vidas, mas pela carência de informação, crenças limitantes e grande facilidade na concessão de crédito sem uma orientação de uso correta, acaba por retornar aos mesmos hábitos de consumo, que as impedem de prosperar financeiramente.

Em relação às limitações do trabalho, pode-se apontar a dificuldade de obter respondentes para responder ao questionário, tendo em vista que por se tratar de um questionário online é necessário fazer um apelo maior para conseguir as respostas. Contudo, isso não é um grande limitador, dado o fato que a distribuição do questionário se deu por diversos meios e veículos de informação, necessitando apenas de tempo hábil para a coleta dos dados. Por fim, espera-se que o trabalho seja de grande valia para a sociedade e corpo docente e que possa assim contribuir para uma sociedade mais e educada e satisfeita financeiramente.

REFERÊNCIAS

- BASSOTTO, D. Estudo da relação das famílias com o controle financeiro de recursos. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, V. 1, N°2, jul.- dez. 2018.
- BOGDAN, R. S.; BIKEN, S. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. 12. ed. Porto: Porto, 2003.
- BRASIL. **Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF)**. 2010. Disponível em: <http://www.vidaedinheiro.gov.br/>. Acesso em: 10 jun. 2019.
- BRITTO, R. R. **Educação Financeira: uma pesquisa documental crítica**. 2014. 263 f. Dissertação de Mestrado - Universidade Federal de Juiz de Fora - Instituto de Ciências Exatas, 2014.
- CAMPOS, M. B. **Educação financeira na matemática do ensino fundamental: Uma análise da produção de significados**. 2012. 180f. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Matemática) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012.
- CERBASI, G. P. **Casais inteligentes enriquecem juntos**. São Paulo: Gente, 2004.
- CNDL; SPC BRASIL, 2018. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/inadimplencia-do-consumidor-inicia-2018-em-queda-revela-serasa>. Acesso em: 23 out. 2018.
- COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- COBRA, M. **Administração de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.
- CRUZ, A.H *et al.* A educação financeira como estratégia de análise do perfil do jovem consumista. In: VI SINGEP Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade. **Anais do VI SINGEP**, São Paulo – SP, Brasil, 13 e 14 nov. 2017.
- ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do Consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- FERREIRA, J. C. *et al.* A importância da educação financeira pessoal para a qualidade de vida. **Caderno de Administração**. Revista do Departamento de Administração da FEA, 2013.
- FRANCISCHETTI, C. E. *et al.* Endividamento de mercado: a necessidade de conscientização da educação financeira no Brasil. **Revista de Administração do Sul do Pará**, v. 3, n. 2, p.2 Mai/Ago – 2016.
- FRANCISCHETTI, C. E.; CAMARGO, L. S. G; SANTOS, N. C. Qualidade de vida, sustentabilidade e educação financeira. **Revista de Finanças e Contabilidade da Unimep Reficont**, v. 1, n. 1, p.36 Jul/Dez 2014.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GODFREY, N. S. **Dinheiro não dá em árvore**: um guia para os pais criarem filhos financeiramente responsáveis. Tradução de Elizabeth Arantes Bueno. São Paulo: Jardim dos Livros, 2007.

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

IVO, G. A. *et al.* A expansão do crédito no brasil: uma ferramenta para o desenvolvimento socioeconômico. **Gestão & Regionalidade**, v. 32, nº 95, maio-ago/2015.

KOTLER, P.; KELLER, K. L **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Afiliada, 2012.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LUCCI, C. R. *et al.* **A influência da educação financeira nas decisões de consumo e investimento dos indivíduos**, v.22, n.5, jan./fev. 2014.

LYNCH JR., J. G. **Management Science**, v. 60, n. 8, p. 1861- 1883, 2011.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011

PEROVANO, D. G. **Manual de metodologia de pesquisa científica**.1. ed. InterSaberes, 2016.

PORTAL BRASIL, 2012. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/04/inflacao>. Acesso em: 14 set. 2018.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2º ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SAITO, A. T. Paradigmas da Educação Financeira no Brasil. **RAP**. Rio de Janeiro, 41. nov-dez 2007. Disponível em www.scielo.br/pdf/rap/v41n6.pdf. Acesso em: 21 out 2018.

SANTOS, P. G. **Comportamento do consumidor**: fatores que influenciam na decisão de compra no segmento de casamentos. Anhanguera. Jacareí, 2017.

SERASA, 2018. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/inadimplencia-do-consumidor-bate-recorde-e-atinge-618-milhoes-revela-serasa>. Acesso em: 18 set. 2018.

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do consumidor**: comprando, possuindo ou sendo. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

VIEIRA SOBRINHO, J. D. **Matemática financeira**. São Paulo: Atlas, 2000.

VILLA, L.; SILVA, J. T.; DARROZ, L. M. **Educação financeira no Ensino Médio**: uma proposta fundamentada na teoria da aprendizagem significativa, v. 20, n.1, jan./fev. 2018.