



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

**Os principais aspectos do comportamento
financeiro que influenciam no endividamento:
um estudo da classe C**

Elena Pentagna Wajih

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Graduação em Administração de Empresas

Rio de Janeiro, junho de 2017.



Elena Pentagna Wajih

**Os principais aspectos do comportamento financeiro que
influenciam no endividamento: um estudo da classe C**

Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientadora: Liana Ribeiro

Rio de Janeiro
Junho de 2017.

Agradecimentos

Aos meus pais Akmal e Carla, ao meu irmão Aamir e a minha avó Aparecida que sempre me apoiaram nas minhas decisões e estiveram por perto em todos os meus momentos de crescimento.

A minha orientadora Liana Ribeiro dos Santos, pelo apoio neste processo de elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso.

Aos amigos que me acompanharam na trajetória na PUC-Rio no começo ao fim, em especial Maria Clara Cunha e Marina de Freitas que compartilharam de forma mais próxima a etapa final na construção da monografia.

Aos professores do IAG-PUC-Rio, com destaque para Marcus Hemais e Andrea Cherman, pelo crescimento e incentivo no desenvolvimento de trabalhos de excelente qualidade.

A PUC-Rio, por ter proporcionado aprendizado e experiências enriquecedoras a cada dia passado nesta instituição.

Por fim, agradeço a todos meus familiares e amigos que participaram direta ou indiretamente na construção desta jornada.

Resumo

Pentagna, Elena. Os principais aspectos do comportamento financeiro que influenciam no endividamento: um estudo da classe C. Rio de Janeiro, 2017. 45 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Em meio a um cenário de crise econômica em 2017 num país que possui cerca de metade de sua população composta por classe média, também conhecida como classe C, ressalta-se a importância dos cuidados com a gestão de suas finanças pessoais a fim de evitar o endividamento. Sendo assim, o presente estudo tem como objetivo observar os principais aspectos do comportamento financeiro da classe C que influenciam em seu endividamento. Este trabalho inclui uma pesquisa quantitativa realizada com 106 pessoas do Estado do Rio de Janeiro e uma análise dos seguintes aspectos do comportamento financeiro: gestão financeira, utilização de crédito, investimento e poupança, e consumo planejado. Uma possível solução proposta para levar ao comportamento financeiro responsável é incluir disciplinas de educação financeira na grade escolar.

Palavras- chave

Classe C, Endividamento, Comportamento Financeiro, Educação Financeira.

Abstract

Pentagna, Elena. The main factors of financial behavior that lead to indebtedness: a study of the lower-middle class. Rio de Janeiro, 2017. 45 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

In the 2017 scenario of economic crisis, in a country that has about half of its population in the lower-middle class, the importance of carefully managing personal finances increases, in order to avoid indebtedness. This study aims to observe the main aspects of financial behavior of the lower-middle class that might lead to it's indebtedness. This work includes a quantitative survey done with 106 people from the State of Rio de Janeiro and an analysis of the following aspects of financial behavior: personal finances management, credit use, investment and savings, and planned purchases. A possible solution to lead to a responsible financial behavior would be to include financial education in the scholar table time.

Key-words

Lower-Middle Class, Indebtedness, Financial Behavior, Financial Education.

Sumário

1 O tema e o problema de estudo	1
1.1. Introdução ao tema e ao problema do estudo	1
1.2. Objetivo do estudo	3
1.3. Objetivos intermediários do estudo	3
1.4. Delimitação e foco do estudo	4
1.5. Justificativa e relevância do estudo	4
2 Revisão de literatura	6
2.1. Gestão das finanças pessoais	6
2.1.1. Controle de orçamento dos brasileiros	6
2.1.2. Impactos da crise econômica	8
2.2. Comportamento financeiro	8
2.3. Classe C	10
2.3.1. Uma classe consumidora	11
2.4. Principais impulsionadores do endividamento	12
2.4.1. Endividamento da classe C	13
2.4.2. Renda e endividamento	15
2.5. Mercado de crédito	19
2.5.1. Cartão de crédito	20
3 Métodos e procedimentos de coleta e de análise de dados do estudo	23
3.1. Etapas de coleta de dados	23
3.2. Fontes de informação selecionadas para coleta de dados no estudo	24
3.3. Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo	26
3.4. Formas de tratamento e análise dos dados coletados para o estudo	27
3.5. Limitações do estudo	27
4 Apresentação e análise dos resultados	29
4.1. Descrição da amostra	29

4.2. Descrição e análise dos resultados	30
4.2.1. Gestão financeira	30
4.2.2. Utilização de crédito	33
4.2.3. Investimento e poupança	35
4.2.4. Consumo planejado	36
4.3. Comportamento financeiro e dívida	38
5 Conclusões e recomendações para novos estudos	39
5.1. Implicações práticas	40
5.2. Recomendações para futuros estudos	41
6 Referências Bibliográficas	42
7 Anexo 1	46

Lista de Figuras

Figura 2.1 - Endividamento por faixa de renda	16
Figura 2.2 - Dívida de famílias com renda menor que 10 salários mínimos	17
Figura 2.3 - Hábito de poupar.....	18
Figura 2.4 - Reserva no mês de dezembro/16.....	18
Figura 2.5 - Evolução do Crédito Total (% do PIB)	19
Figura 4.1 - Questões – Gestão Financeira	30
Figura 4.2 - Questões - Utilização de Crédito	34
Figura 4.3 - Questões – Investimento e Poupança	36
Figura 4.4 - Questões – Consumo Planejado	37

Lista de Tabelas

Tabela 2.1 - Renda Domiciliar por Classes	11
Tabela 2.2 - Parcela da Renda Comprometida com Dívida	16
Tabela 3.1 - Renda Domiciliar por Classes	25
Tabela 4.1 - nº de Respostas por Classe Social.....	29
Tabela 4.2 - Representatividade Classe C por Questão - Gestão Financeira..	31
Tabela 4.3 - Representatividade Classe C por Questão - Utilização de Crédito	34
Tabela 4.4 - Representatividade Classe C por Questão - Investimento e Poupança	36
Tabela 4.5 - Representatividade Classe C por Questão – Consumo Planejado	38

1 O tema e o problema de estudo

O presente capítulo destina-se à apresentação do tema do Trabalho de Conclusão de Curso e do problema do estudo.

1.1.Introdução ao tema e ao problema do estudo

Nas últimas duas décadas o Brasil passou por um crescimento econômico significativo alavancado principalmente pelas exportações de *commodities*, produto da base comercial brasileira, para uma economia chinesa em alto desenvolvimento. A expansão da China levou a um aumento da oferta de empregos que permitiu que houvesse um salto de poder aquisitivo para os brasileiros, em especial das classes mais baixas (BACCHI; MIRANDA; MORTATTI, 2011). Somado a isso, houve um fator colaborador que também permitiu um aumento da renda, a política de juros baixos e dos financiamentos facilitados a partir do Plano Real em 1994 (YACCOUB, 2011).

Esta ascensão social fez com que, entre 2003 e 2011, houvesse a migração de cerca de 32 milhões de brasileiros das classes D e E para a classe C, de acordo com o estudo Cenário Econômico e Social feito pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2014). Isso contribuiu para que esta classe, também conhecida como a nova classe média, assumisse uma representatividade próxima à metade da população nacional, isto é, segundo a Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP) em 2015, de 47,5 %.

A nova classe média apresenta um comportamento peculiar por ter acesso a uma renda que não tinha antes e isto fez com que desenvolvesse hábitos particulares de consumo e de gasto de seu dinheiro (YACCOUB, 2011). A forma como a classe em questão controla sua renda é, muitas vezes, pelo fato de os integrantes da mesma terem vindo de uma classe social mais baixa com menor disponibilidade de recursos, feita pobremente estruturada, levando a um alto nível de dívidas (OLIVEIRA, 2014).

Uma pessoa deve ser considerada endividada quando se tem parcelas a vencer de compras que foram divididas ou de empréstimos. E quando estas

parcelas se tornam pendentes em função de atrasos no pagamento, o indivíduo passa de endividado para inadimplente (KAWAUITI, 2015).

O percentual de famílias endividadas com renda de até 10 salários mínimos, de acordo com a Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC, 2016) é de 60,3% do total da amostra. Este percentual apesar de ter diminuindo gradualmente desde 2013, quando era de 65,8%, ainda é um número muito representativo de famílias endividadas.

A redução do percentual de famílias com dívidas está, majoritariamente, relacionada ao cenário de crise que o país vive atualmente, com o encolhimento do Produto Interno Bruto (PIB) em 2016 de -3,6%, seguido dos -3,8% em 2015, de acordo com dados do Banco Central do Brasil (BCB). Com a economia desaquecida e a crescente taxa de desemprego, em torno de 12,4% (BCB, 2017), e as altas, apesar de em queda, taxas de juros, a 11,25% (BCB, 2017) ao ano, e inflação, 4,5% (BCB, 2017), o consumidor fica sem confiança para gastar e contrair mais dívidas (PEIC, 2016) por saber que não terá condições de arcar com as que já possui. Ainda segundo a PEIC (2016), o percentual de famílias com renda de até 10 salários mínimos que possui contas em atraso é de 26,2% e 10,2% não terão condições de pagar suas dívidas atrasadas.

No entanto, afirmou-se que em 2013 esta nova classe média movimentou cerca de 58% de toda a concessão de crédito no país, segundo a pesquisa Faces da Classe Média do Data Popular e Serasa Experian (2013), e foi responsável por gastar aproximadamente R\$1,17 trilhão no mesmo ano.

Segundo dados de uma pesquisa feita pela Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (PROTESTE, 2012), a classe C compromete 46,2% da sua renda familiar com o pagamento de dívidas. Esta parcela da renda está muito acima do limite definido por esta associação que é de 30% da renda, e distancia-se também da média nacional que é 42%.

Sendo assim, diante de um país num cenário de economia em recessão que tem aproximadamente metade de sua população com poder aquisitivo aumentado mas com problemas em controlar seus gastos, o presente trabalho busca responder a seguinte questão: quais são os principais aspectos do comportamento financeiro da classe C que influenciam em seu endividamento?

1.2.Objetivo do estudo

Este trabalho tem como objetivo final observar os principais aspectos do comportamento financeiro das pessoas da classe C que influenciam em seu endividamento e, em seguida, propor possíveis soluções para reduzir tal endividamento. Os aspectos observados são: gestão financeira, utilização de crédito, investimento e poupança, e consumo planejado.

1.3.Objetivos intermediários do estudo

Para se alcançar o objetivo final do estudo é necessário se passar por etapas de pesquisas, observações, qualificações e análises. Portanto, há objetivos intermediários, que são os seguintes:

a) Pesquisar e analisar o conteúdo da literatura acadêmica das finanças pessoais relevantes aos fatores de impacto no endividamento da classe C.

Este objetivo intermediário possibilitará identificar como esta classe gerencia suas finanças por meio de pontos de vista de autores e resultados de pesquisas já existentes.

b) Observar o comportamento financeiro de uma amostra da classe C através da elaboração de um questionário.

Esta etapa inclui uma análise de aspectos do comportamento de indivíduos desta classe como consumidores e pagadores de contas.

c) Qualificar o comportamento financeiro da classe estudada através de seu detalhamento em 4 aspectos.

O objetivo acima permite que se encontre uma relação entre comportamento financeiro e a geração de dívidas.

Por fim, como última etapa, tem-se o objetivo:

d) Propor possíveis soluções para maior controle e redução do endividamento através do conhecimento do comportamento financeiro da classe C.

Ao se classificar o comportamento financeiro da classe C e observar suas falhas ligadas ao endividamento, torna-se possível propor soluções para um melhor controle de suas finanças.

1.4.Delimitação e foco do estudo

O presente estudo está delimitado a identificar os aspectos do comportamento financeiro exclusivamente da classe C que levam ao seu endividamento. O critério escolhido para classificação de renda em classes é o Critério Brasil definido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP, 2016). Segundo este critério, a classe C é representada por aqueles que apresentam uma renda média domiciliar de R\$ 2.705 a R\$ 4.852 (C1), e de R\$ 1.625 a R\$ 2.705 (C2), portanto, pertencente ao intervalo de R\$ 1.625 a R\$ 4.852.

Além disso, uma segunda delimitação do presente estudo é a região geográfica. Para tal trabalho considera-se apenas pessoas residentes no Estado do Rio de Janeiro, tendo nascido ou não neste estado, com um escopo de análise delimitado aos comportamentos financeiros.

1.5.Justificativa e relevância do estudo

O trabalho é relevante para a própria classe C, além de ser o grupo de estudo é também aquele que pode ser beneficiado pelos resultados do trabalho. Uma vez que os indivíduos desta classe tiverem um melhor conhecimento sobre os impactos de seu comportamento financeiro na formação das dívidas, torna-se possível alterá-lo a fim de reduzir seu endividamento.

O conhecimento de quais são os principais aspectos do comportamento financeiro da classe C brasileira que levam ao seu endividamento é um assunto também de interesse para as instituições financeiras. Estas instituições podem melhor adaptar suas formas de financiamento à medida que possuem uma previsão de como seus indivíduos agem.

Empresas que comercializam bens e serviços para este grupo também poderão utilizar este trabalho para entender como o comportamento financeiro se dá neste meio e como pode ser usado como uma ferramenta que as beneficie no momento de desenvolverem formas de pagamento que evitem situações como não recebimento e atrasos de pagamento.

Além disso, quando uma sociedade possui uma classe que compõe aproximadamente metade da população nacional que sabe controlar de forma adequada suas finanças, torna-se possível que o país se desenvolva estruturadamente, não somente economicamente, por ter maior estabilidade

financeira, mas também como uma sociedade do consumo e planejamento mais organizados.

2 Revisão de literatura

2.1.Gestão das finanças pessoais

A área de finanças pessoais une o planejamento financeiro de um indivíduo com conceitos e comportamentos financeiros relativos à forma como se aloca seu dinheiro. Alguns dos fatores considerados em estudos de finanças pessoais são: o percentual de dinheiro usado de origem financiada, intensidade do controle de orçamento doméstico, forma de gerenciamento de conta corrente, planejamento da aposentadoria, e controle de gastos rotineiros (LEAL; NASCIMENTO, 2008).

O dinheiro é uma representação de valor necessário para a sobrevivência da sociedade atual e, por isso, caso se possua uma quantia de tal superior à essencial, vive-se com maior conforto. Quando há uma administração equilibrada do dinheiro, é possível se obter maior satisfação e, para muitos, realização de seus sonhos pessoais. Sendo assim, é saudável que se compreenda corretamente a melhor forma de controlá-lo a fim de garantir uma melhor qualidade de vida (VIANA; FILHO, 2003).

Cerbasi (2009) concorda com a importância em se ter um equilíbrio financeiro e afirma ser mais do que simplesmente manter as contas em dia, e sim também estar preparado para lidar com imprevistos financeiros, como desemprego e doenças. Por isso, o autor recomenda que se tenha o chamado Patrimônio Mínimo de Sobrevivência, definido como um conjunto dos recursos necessários para que se consiga lidar com as obrigações financeiras e situações de imprevistos para atingir um estado de saúde e independência financeiras.

2.1.1. Controle de orçamento dos brasileiros

Finanças é definida para Gitman (1997), como “a arte e a ciência de administrar fundos. Praticamente, todos os indivíduos e organizações obtêm receitas ou levantam fundos, gastam ou investem. Finanças ocupa-se do

processo, instituições, mercados e instrumentos envolvidos na transferência de fundos entre pessoas, empresas e governos”.

Já Silva (2004), defende que finanças é um ramo da economia que trata da relação entre a obtenção e a gestão de dinheiro e os recursos ou o capital de uma pessoa ou empresa.

De acordo com a pesquisa anual de Educação Financeira feita pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em 2016, há uma grande parcela da população brasileira que ainda não se preocupa em fazer um controle de seu orçamento financeiro. Isto é, ainda que se saiba da importância em se realizar o controle de gastos, rendimentos mensais e pagamento de juros, somente 51% dos brasileiros afirmam fazê-lo regularmente.

José Vignoli (2015) defende a ideia de que muitas pessoas ainda não enxergam o controle financeiro como prioridade em suas rotinas e diz ser necessário que se passe a ter um entendimento mais profundo da importância de um planejamento da alocação do dinheiro para uma vida financeira saudável e estável.

Este estudo da SPC Brasil e CNDL (2016) apresentou dados que de cada dez entrevistados, seis possuem alguma dificuldade para controlar os ganhos e gastos mensais, principalmente quando se trata de reunir todas as informações e listar todos os pagamentos realizados. A forma mais comum utilizada entre os entrevistados para realizar a gestão de suas finanças é por meio de anotações em caderno ou agenda, com 32% de representatividade.

O percentual encontrado de entrevistados nesta pesquisa que costumam tomar empréstimos, usar o limite do cartão de crédito ou cheque especial para honrar seus compromissos é de 33%, e é realizada três vezes ao ano, em média. Marcela Kawauti (2016) informa que este hábito é uma situação comum enfrentada por brasileiros numa tentativa de arcar com seus compromissos financeiros mensais, mas como consequência de gastos mal planejados, geram novas dívidas ou atrasam o pagamento de contas, fazendo com que se percam num ciclo vicioso.

Kawauti (2016) diz que ainda que estas pessoas sem controle financeiro não gerem novos empréstimos para quitarem dívidas iniciais, estas tendem a usar suas reservas financeiras, destinadas a momentos de necessidade extrema, diferentemente da forma como são usadas em pagamentos de contas mensais.

2.1.2. Impactos da crise econômica

Atualmente o Brasil vive um momento de desaquecimento econômico, com fechamento do ano de 2016 com uma retração do PIB de 3,6%. Este cenário tem como alguns fatores de alimentação o alto endividamento das famílias, somado ao crescimento da taxa de desemprego, que reduzem a confiança para a tomada de crédito e, com isso, torna-se menor a circulação de dinheiro para voltar a aquecer a economia do país (CURY; SILVEIRA, 2017).

Os impactos da crise notados pelos brasileiros, apresentados pela pesquisa “Impacto da crise econômica na gestão das finanças pessoais do brasileiro”, realizada pelo SPC Brasil e Portal Meu Bolso Feliz (2016), são de aumento dos gastos com água, luz, telefone e compras mensais de supermercado. Além disso, a pesquisa também mostrou que a crise foi usada como justificativa para haver contas no vermelho por 50,9% dos entrevistados. Sendo que 17,5% alegaram que não conseguiram pagar suas contas com o salário por estarem mais caras, 15,7% por ter tido uma redução de sua renda, e 11% por ter perdido seu emprego.

2.2. Comportamento financeiro

De acordo com a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2011), alfabetização financeira é definida como uma combinação de consciência, conhecimento, habilidade, atitude e comportamento financeiros necessários para que os indivíduos tomem decisões que os levem alcançar o estado de bem-estar e saúde financeira.

Por ser traduzido do inglês *Financial Literacy*, a alfabetização financeira é, muitas vezes, usada como termo equivalente à educação financeira ou conhecimento financeiro. Contudo, estas duas idéias apresentam conceitos diferentes, uma vez que a alfabetização financeira possui componentes que vão além da definição da educação financeira (POTRICH; VIEIRA; CERETTA, 2013).

Educação financeira e alfabetização financeira, apesar de semelhantes, apresentam definições bem distintas, como explicam Hung, Parker e Yoong (2009) a seguir. O primeiro termo representa um processo de evolução no entendimento e informação das concepções financeiras (produtos e serviços) que permite que a longo prazo seu bem-estar financeiro aumente. Já o segundo conceito, de alfabetização financeira, significa desenvolver a capacidade de usar

as habilidades e conhecimentos obtidos para gerir recursos e se atingir o estado de bem-estar financeiro. Um exemplo deste último conceito, para Lusardi e Tufano (2009), é ser capaz de tomar decisões envolvendo juros compostos em situações rotineiras.

Para Huston (2010) a alfabetização financeira possui duas esferas, a de entendimento, que é a representação do conhecimento financeiro pessoal ou a educação financeira, e a de utilização, ou seja, a aplicação de tais conhecimentos na gestão das finanças pessoais.

Anderloni e Vandone (2010) afirmam que um dos principais objetivos da alfabetização é “agir como medida preventiva para o controle da inadimplência”, já que a mesma enriquece e embasa fortemente a compreensão dos indivíduos sobre suas movimentações financeiras, permitindo uma melhor tomada de decisão.

O presente estudo terá maior ênfase em apenas um dos componentes da alfabetização financeira: o comportamento financeiro. A definição de comportamento financeiro é qualquer comportamento humano que seja relevante para o gerenciamento de dinheiro. Aspectos do comportamento financeiro envolvem gestão de dinheiro, uso do crédito e hábitos de poupança (Xiao, 2008), estes serão analisados com maior profundidade.

Os autores Perry e Morris (2005) defendem que um indivíduo apresenta um comportamento financeiro responsável quando “é capaz de se planejar com a organização de suas finanças com o respeito dos limites de um orçamento, economizar dinheiro e controlar seus gastos e pagar as contas em dia”.

A OECD (2013) afirma que o comportamento financeiro é um elemento essencial e o mais importante da composição da alfabetização financeira. Para Atkinson e Messy (2012) os resultados positivos de se ser alfabetizado financeiramente são movidos por comportamentos como o de planejamento de gastos e criação de uma rede de economias, e, de forma inversa, certos comportamentos, como o uso excessivo do crédito, podem levar a um maior distanciamento do estado de bem-estar e saúde financeiros.

No entanto, Norvilitis e MacLean (2010) e Xiao, Tang, Serido e Shim (2011) afirmam que se ter somente domínio do conhecimento financeiro sem os demais componentes da alfabetização financeira não garante que se administre eficazmente suas finanças. Isso ocorre pelo fato de o impacto do conhecimento financeiro sobre o comportamento ser gerido pelas atitudes financeiras, ou seja, os fatores estão integralmente relacionados como num ciclo.

Shim, Barber, Card, Xiao e Serido (2010) acreditam que as diferenças de perfis socioeconômicos e demográficos influenciam fortemente no comportamento financeiro por estarem relacionados ao nível de alfabetização financeira. Através de uma pesquisa com alunos de graduação, foi possível que Shim et al. provassem que enquanto alguns dos estudantes observados tentavam aprender a gerenciar melhor suas finanças, outros, com diferentes perfis socioeconômicos, assumiam comportamentos mais comprometedores, ultrapassando o limite de seu orçamento e contraindo dívidas em excesso no cartão de crédito.

Atkinson e Messy (2012), de maneira semelhante a Shim et al., confirmam que há uma relação entre os baixos níveis de renda e um menor nível de alfabetização financeira, que pode ser justificada pelo fato de os indivíduos de baixa renda enfrentarem maiores dificuldades no acesso à educação.

2.3. Classe C

Classe social é para Dussart apud Karsaklian (2000), de forma geral, definida como uma divisão homogênea e fixa de uma sociedade, em que é possível classificar indivíduos ou famílias que compartilham valores, estilos de vida, interesses e comportamentos de consumo semelhantes.

A população brasileira é classificada, em critérios gerais, em cinco diferentes classes sociais (A, B, C, D, E) determinada pela renda média domiciliar ou per capita. De acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil (ou Critério Brasil) de 2016 estabelecido pela ABEP, esta classificação varia de “A” com a maior renda média domiciliar até a “D-E” com a menor renda média domiciliar. Este foi o critério escolhido para ser usado no presente estudo.

Ainda segundo esta classificação, a classe C apresenta duas subdivisões: C1, com renda média domiciliar de R\$ 2.705 a R\$ 4.852, e C2, de R\$ 1.625 a R\$ 2.705. Os critérios para classificação, como número de bens duráveis e banheiros se baseiam na Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios (PNAD) de 2013 feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e representam aproximações dos valores que podem ser obtidos em amostras de pesquisas de mercado, mídia e opinião.

REND A DOMICILIAR POR CLASSES	
CLASSE	REND A MÉDIA DOMICILIAR (R\$)
A1	20.888
B1	9.254
B2	4.852
C1	2.705
C2	1.625
D-E	768

Tabela 2.1 - Renda Domiciliar por Classes

Fonte: ABEP (2016)

A classe C, segundo a ABEP (2016), representa 47,5% (22,9% de C1 e 24,6% de C2) da população brasileira, isto é, muito próximo da metade da população total. A maior representatividade desta classe encontra-se na região Sul (53,5% de classe C), seguido por Sudeste (51,2%) e Centro-Oeste (48,5%), regiões onde há maior movimentação econômica e oferta de empregos do país.

O boom do grupo em questão permitiu que, entre 2003 e 2010, 32 milhões de brasileiros deixassem de ser pertencer às classes mais baixas, D e E, e passassem a pertencer às chamadas classes médias (NERI, 2008).

No entanto, segundo um estudo da Tendências Consultoria Integrada de 2015, a recessão pode fazer com que cerca de 3,3 milhões de famílias voltem para as classes D e E por terem tido acesso a produtos e serviços que não tinham condições de adquirir e, em função do desemprego e alta inflação, não terão como arcar com suas obrigações.

2.3.1.Uma classe consumidora

A classe C com seus “novos consumidores”, surgida com as facilidades de acesso ao crédito e redução da inflação com o Plano Real em 1994, seguido de um grande crescimento da economia brasileira, obteve aumento de renda e maior acesso a bens duráveis, que permitiu uma ascensão do status social destes indivíduos. Por meio do consumo, estes buscam a inclusão em outra classificação social, nas camadas médias urbanas (YACCOUB, 2011).

Com a aquisição de eletrodomésticos e eletroeletrônicos possibilitada por mais acesso ao crédito e parcelamentos, a classe em questão passou a comprar mais e, conseqüentemente, suas contas e gastos aumentaram. Antes vinculados a uma falta de bens materiais, e à “luta pela sobrevivência” (SARTI, 2003), agora

recebem uma nova classificação de consumidor e passam a desfrutar do pertencimento a um grupo social com maior valor e prestígio.

Segundo a pesquisa Faces da Classe Média realizada pelo Serasa Experian e o Instituto Data Popular em 2013, a classe C, no ano da pesquisa, foi responsável por movimentar 58% do crédito nacional e gastar R\$ 1,17 trilhão. Ainda em 2013, a classe média consumiu R\$ 223,3 bilhões em alimentos, R\$ 71,8 bilhões em saúde e R\$ 61,6 bilhões em vestuário.

2.4.Principais impulsionadores do endividamento

De acordo com a definição de Marques e Frade (2003), o endividamento é “a utilização de recursos de terceiros para fins de consumo, e, quando se toma posse deste recurso, estabelece-se um compromisso em devolver o montante, que vem, em geral, acrescido de juros e correção monetária, dentro de um prazo previamente estabelecido”.

Segundo Mattos et al (2015), a dívida é o total de débitos contraídos por uma pessoa em certo período de tempo, em qualquer modalidade. Ou seja, inclui-se contas a pagar, como cheque especial, crédito pessoal, financiamento de veículos, imóveis e eletrodomésticos, cartão de crédito, entre outros. De acordo com estes autores, estar endividado significa ter assumido contas a pagar. Sendo assim, se em algum momento assumiu-se débitos, quitados ou não, o indivíduo foi considerado um endividado.

Uma das possíveis situações possíveis a serem desencadeadas a partir do endividamento é o sobre-endividamento, que é definido por falência ou insolvência e ocorre nos casos em que o devedor está totalmente impossibilitado de pagar suas dívidas (MARQUES; FRADE, 2003).

Para Fiorentini (2004) há diversos motivos que levam ao endividamento do consumidor, como desemprego, falta de controle nos gastos, comprometimento da renda com despesas supérfluas, redução da renda, sendo que em momento de crise econômica estes fatores se agravam.

O endividamento pode também estar acompanhado por compromissos descumpridos, que é a inadimplência, ou seja, o não pagamento em dia de seus compromissos financeiros por parte da parcela devedora. É, portanto, classificado como inadimplente o consumidor que possui contas com pagamento atrasado em mais de 90 dias (Política Monetária e Operações de Crédito do Sistema Financeiro Banco Central, 2016).

De acordo com estudo feito em parceria entre a CNDL e a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), 47% dos consumidores inadimplentes no Brasil têm renda familiar que se enquadram na classe média (EXAME, 2012). Esta pesquisa também mostrou que 22% das pessoas consideradas inadimplentes têm empréstimos contratados no sistema bancário e 17% destes estão usando o cheque especial nos bancos.

2.4.1. Endividamento da classe C

Segundo Silva (1995), o consumidor é constantemente influenciado a comprar, principalmente através de propagandas de marketing, como uma tentativa de persuadí-lo a adquirir bens e serviços. Quando não se tem um controle financeiro bem definido, o marketing pode ter um impacto significativo na aquisição desnecessária de bens e serviços e fazer com que se tenha complicações financeiras ao se realizar compras fora de seu orçamento.

Além disso, de acordo com Rodrigues (2004), há também a influência do próprio meio e subdivisão da sociedade em que se vive, fazendo com que haja uma pressão para que se adquira determinados produtos para simbolizar a ideia de pertencimento ou destaque em seu grupo social. Ainda segundo este autor, a realização e satisfação pessoais são saciadas pela posse de bens materiais num mundo onde ter certos produtos podem lhe garantir certo posicionamento e status no meio em que vive.

Há também as compras realizadas de forma impulsiva, que ocorrem, de acordo com Rook (1987), quando um consumidor passa por uma experiência poderosa e de forte urgência para se comprar algo. Para Rook e Hoch (1985), “os consumidores impulsivos são desequilibrados psicologicamente e sentem um sentimento temporário de estarem fora de controle”, além de desconsiderarem as consequências negativas que podem estar associadas ao ato do consumo, como a possibilidade de se gerar possíveis dívidas e de se tornar inadimplente.

Esta nova classe média é vista agora como uma parcela potencial para consumo, reconhecida principalmente pela publicidade e facilitadores de crédito. A necessidade de consumo criada faz com que se adquiram supérfluos e alimentem o endividamento daqueles que precisam recorrer ao crédito, geralmente acompanhado de altas taxas de juros (YACCOUB, 2011).

Pela questão de, muitas vezes, pessoas de classes sociais mais baixas estarem associadas a um nível de escolaridade mais baixo, é comum que estas

tenham também um menor grau de conhecimento ao se tratar das melhores formas de distribuição de sua renda no quesito de poupar versus gastá-la (YACCOUB, 2011).

A classe C, um dos alavancadores do consumo da última década, mostrou-se com altos níveis de endividamento em 2015 (SPC, 2015). Em 2014, 86% dos inadimplentes pertenciam a esta classe social, em 2015, o percentual chegou a 90% impulsionado pelo aumento do desemprego causado pela crise econômica (VALOR ECONÔMICO, 2016).

De acordo com o relatório da pesquisa de Educação Financeira realizada em 2014 pelo Meu Bolso Feliz, “os brasileiros ainda estão muito distantes de uma cultura de educação financeira que os permita ter um controle e um bom planejamento de suas contas pessoais e seu orçamento doméstico”. Cerca de 81% das pessoas têm pouco ou nenhum conhecimento sobre suas finanças pessoais. Dentre estes 81%, 36% sabem pouco ou nada sobre o valor de suas contas pessoais.

A falta de atenção dada à educação financeira e a falta de conhecimento das obrigações a serem cumpridas são os principais motivos que dificultam o pagamento das dívidas atrasadas e a organização do orçamento familiar. De acordo com uma pesquisa (2016) nacional realizada SPC Brasil e pela CNDL, 42,2% dos inadimplentes não têm muito conhecimento sobre o número de parcelas das compras a crédito que serão pagas no mês seguinte ao atual, três em cada dez (33,9%) não sabem ao certo o valor das contas mensais e 40,3% desconhecem até mesmo sua renda total.

De acordo com Vieira, Bataglia e Sereia (2011), o consumidor é informado sobre conhecimentos financeiros de forma precária, e, ainda que haja instituições públicas e privadas que o façam, o conteúdo ensinado ainda não é o suficiente para dar a segurança necessária nas tomadas de decisões financeiras rotineiras. Fernandes e Candido (2004) confirmam que assuntos sobre educação financeira não fazem parte das políticas públicas e diretrizes do Ministério da Educação (MEC) como conteúdo necessário para o desenvolvimento da população por acreditar que a base multidisciplinar já é o suficiente para ensinar a administrar receitas e despesas.

Para Cerbasi (2004) as más decisões reforçadas pela falta de planejamento são as responsáveis pelo endividamento e não estão ligadas diretamente à renda, mas à administração de suas receitas e despesas.

É importante que a pessoa inclua em seu orçamento a meta mensal de investimentos para que estes passem a ser prioridade no orçamento, especialmente se o planejamento estiver ligado a uma futura independência financeira. (Cerbasi 2004, p. 63)

Outra pesquisa (2016) realizada pelo SPC Brasil e pela CNDL informa que a maioria dos brasileiros não sabe ao certo o que é estar endividado e não sabe definir o que é de forma precisa. Foi mostrado que 37,5% dos consumidores se consideraram endividados em 2016 – um aumento expressivo em relação a 2015 (27,8%). No entanto, o estudo revela que 79% dos entrevistados têm o conceito errado de o que é estar endividado. Isto é, apenas 21% dos consumidores compreendem o significado real de ser uma pessoa endividada, aquela que possui parcelas a vencer de compras ou empréstimos.

2.4.2. Renda e endividamento

Segundo a PEIC (2016), em 2016 60,3% das famílias brasileiras com renda inferior a dez salários mínimos estavam endividadas. Este é um número menor, ainda que bastante expressivo, quando comparado ao período equivalente no ano anterior, 2015, com 63,7%. Esta redução, segundo a pesquisa, pode estar relacionada ao momento de crise econômica vivido no país que reduz a segurança do consumidor para se contrair novas dívidas, como informa o relatório gerado.

É possível observar ainda pela pesquisa, que o nível de endividamento das famílias mais ricas é cerca de 10 pontos percentuais (p.p.) menor do que as mais pobres, uma diferença mais significativa em 2016 do que em 2015, 7,5% p.p., conforme ilustra a figura 2.1 abaixo.

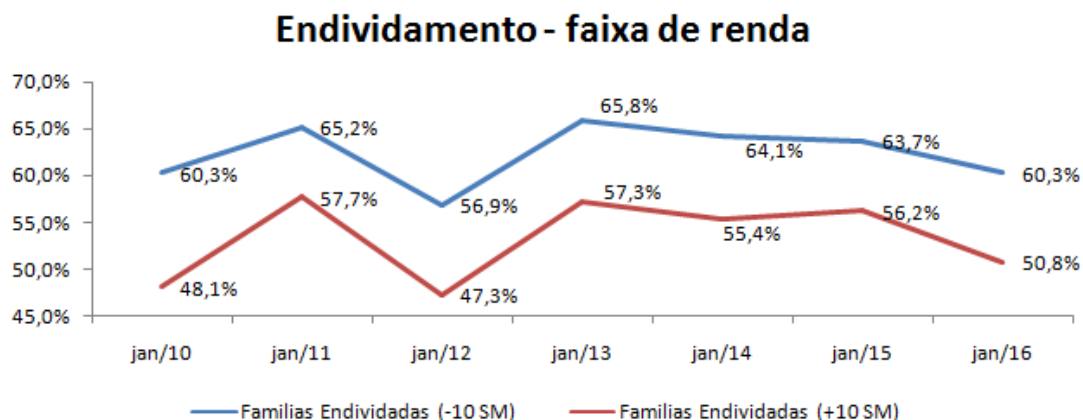


Figura 2.1 - Endividamento por faixa de renda

Fonte: PEIC (2016)

A média da renda familiar mensal de famílias endividadas com até dez salários mínimos comprometida com dívida é em torno de 31%. Este percentual está próximo da média nacional, 30,8%, e 1,5 p.p. maior do que a representatividade da dívida para aqueles com renda familiar mensal superior a dez salários mínimos, 29,5%.

Sendo que aproximadamente um quarto destas famílias endividadas com renda inferior a dez salários mínimos possui mais da metade de sua renda comprometida com dívidas, enquanto metade das famílias possui de 11% a 50% de sua renda comprometida, como ilustra a tabela 2.2 abaixo.

Parcela da Renda Comprometida com Dívida (entre os endividados)			
(Cheque pré-datado, cartão de crédito, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguro)			
2016			
FAIXA	TOTAL	REND A FAMILIAR MENSAL	
		Até 10 SM	+ de 10 SM
Menos de 10%	21,2%	20,9%	22,6%
De 11% a 50%	49,6%	48,5%	55,9%
Superior a 50%	23,5%	24,5%	18,6%
Não sabe/Não respondeu	5,6%	6,1%	3,0%
Parcela média	30,8%	31,0%	29,5%

Tabela 2.2 - Parcela da Renda Comprometida com Dívida

Fonte: PEIC (2016)

As dívidas destas famílias podem ter origem no cheque pré-datado, cartão de crédito, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguro. Os

tipos de dívida mais frequentes nas dívidas das famílias são com cartão de crédito (78,4%), carnês (16,0%), crédito pessoal (9,9%) e financiamento de carro, as demais com percentuais inferiores a 10% da dívida. Sendo que o cartão de crédito, na média brasileira, é apontado como o principal tipo de dívida por 77% das famílias. Os percentuais de tipos de dívida apresentam semelhança com o ano anterior ao da pesquisa (PEIC, 2016), conforme a figura 2.2 comparativa ilustra.

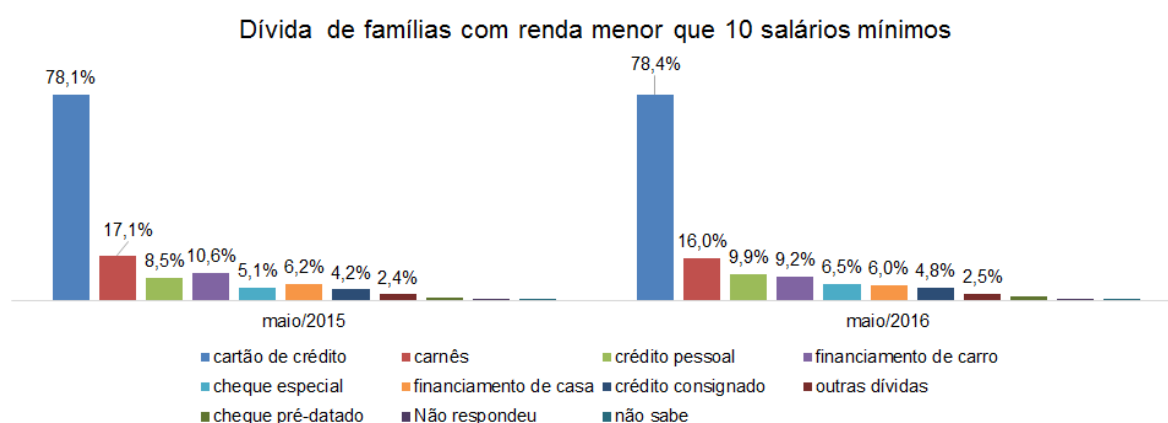


Figura 2.2 - Dívida de famílias com renda menor que 10 salários mínimos

Fonte: PEIC, 2016

De acordo com o indicador mensal de Reserva Financeira divulgado pelo SPC Brasil e CNDL, em 2017, 62% dos consumidores afirmam não guardar dinheiro e nem possuem uma reserva. Já 29% guardam apenas o que sobra do orçamento, enquanto apenas 7% reservam um valor fixo mês a mês – somando-se estes dois percentuais, 36% têm o costume de guardar alguma quantia.

O indicador informa também que há diferenças entre classes sociais: nas classes A e B, os poupadores habituais somaram 58% dos entrevistados, enquanto nas classes C, D e E somaram apenas 30%.

O brasileiro não tem o hábito de poupar e, quando o faz, na maioria das vezes a poupança é o que sobra do orçamento, e não algo planejado. [...] A formação de uma reserva de dinheiro é um tópico fundamental para o equilíbrio das finanças pessoais, mas tende a ser negligenciada por boa parte dos consumidores. A consequência disso é que, se deparados com um acontecimento imprevisto, muitos acabam inadimplentes (Pellizzaro, 2017).

De acordo com os dados, mesmo entre os poupadores habituais, 46% precisaram usar sua reserva financeira no mês de dezembro de 2016. Os principais motivos foram o pagamento de dívidas (13%), despesas extras (11%), de contas da casa (12%), imprevistos (4%) e também o consumo (8%). Os resultados também mostram que a maior parte dos poupadores tem uma reserva para momentos de imprevistos, como doenças, morte de entes (43%) e desemprego (31%).

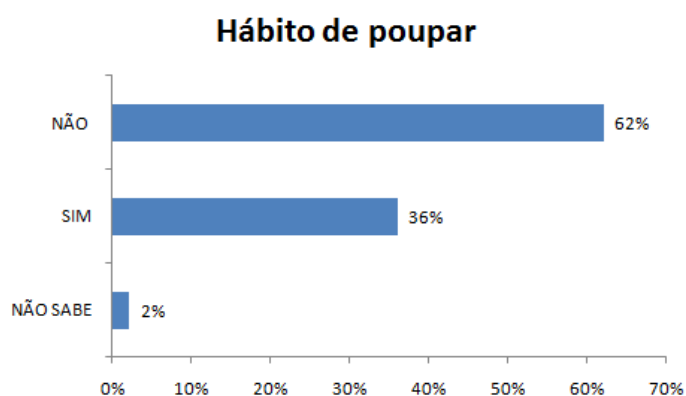


Figura 2.3 - Hábito de poupar

Fonte: SPC (2016)

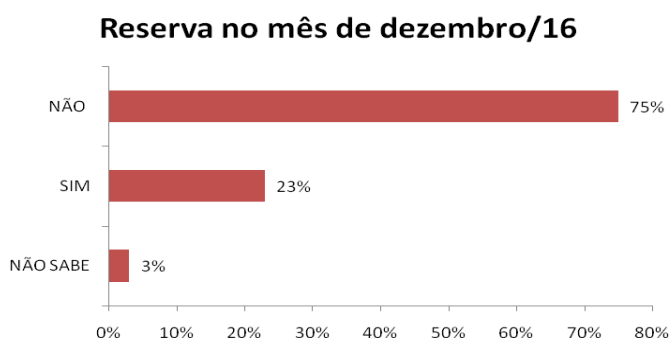


Figura 2.4 - Reserva no mês de dezembro/16

Fonte: SPC (2016)

O indicador mostra que o principal destino do dinheiro reservado continua sendo a caderneta de poupança, citada por 62% dos entrevistados dentre os que possuem reserva. Além disso, é destacado que um a cada cinco dos poupadores não investe seu dinheiro em lugar algum mas o guarda em casa. Já os fundos de investimento foram mencionados por 10% e a Previdência Privada

por 6%. Menos de 5% desses entrevistados informou ter outras opções de investimento em renda fixa e com a Bolsa de Valores.

2.5.Mercado de crédito

Para a Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN, 2016), o crédito é o meio que permite a compra de mercadorias, serviços ou obtenção de importância em dinheiro para pagamento futuro.

Com a estabilidade macroeconômica trazida pelo Plano Real em 1994, a taxa de inflação caiu significativamente e as classes de baixa renda foram favorecidas, passando a ter maior facilidade de acesso ao crédito. Além disso, houve a restauração de mecanismos de crédito, incluindo o alargamento dos prazos de pagamento, levando ao impulsionamento do consumo, principalmente de eletroeletrônicos (OLIVEIRA; TUROLLA, 2003). Desde então, o crédito vinha crescendo até 2016, quando passou a apresentar declínio em função do conservadorismo e desaquecimento econômico causado pela crise.

O gráfico a seguir mostra a evolução da representatividade do crédito frente ao PIB de 2011 até 2016, apresentando movimentos oscilatórios com uma queda de 3 pontos percentuais desde 2015 (FEBRABAN, 2016).

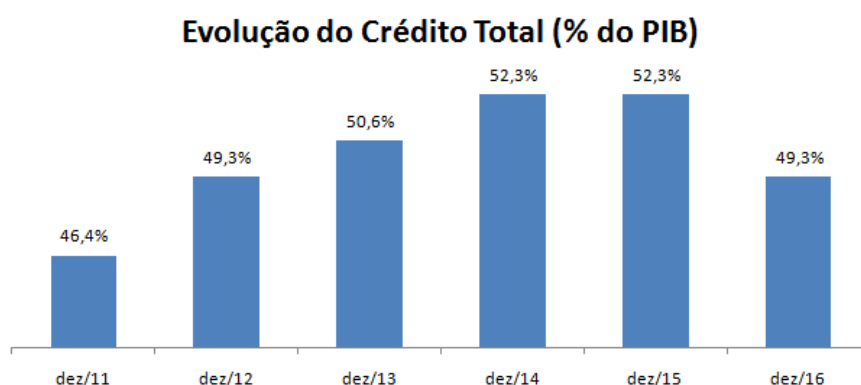


Figura 2.5 - Evolução do Crédito Total (% do PIB)

Fonte: BCB (2017)

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2016) publicou que o aumento da concessão de crédito na última década veio acompanhado de um aumento dos encargos financeiros do endividamento acumulado, em 2005 o

custo da dívida - juros e amortizações - representava 15,8% da renda mensal familiar e em 2016 passou para 22,2%. Isso significa um aumento de 40% de representatividade deste custo no orçamento familiar, que, segundo o estudo, pode fazer com que haja menor espaço para se criar novas dívidas.

O estoque total de crédito do Brasil caiu 3,0% (BCB, 2017) em 2016 como resultado da recessão econômica e do encolhimento do mercado de trabalho, somados ao aumento da cautela dos bancos em financiar e da falta de confiança das famílias e empresas na tomada de empréstimos diante do horizonte econômico incerto. A recessão, o aumento dos juros e a queda da confiança enfraquecem o mercado de crédito brasileiro (FEBRABAN, 2017).

2.5.1. Cartão de crédito

O cartão de crédito “é um instrumento de pagamento que permite que o portador do mesmo adquira bens e serviços dentro de um determinado limite de crédito nos estabelecimentos credenciados que possuem participação de bandeiras e de emissores” (SEBRAE, 2007).

Roque (2016) explica o motivo pelo qual o custo de empréstimos voltados para o consumo, como dos cartões de crédito, são os mais altos do mercado, o autor diz que isso ocorre por estes não criarem uma renda futura, como investimentos e empreendedorismo, e, por isso, sua quitação se torna mais arriscada. Baseando-se nesta explicação e somando-se o contexto econômico atual, em 2017 os juros dos cartões de crédito, principal forma de crédito para consumo, bateram o recorde histórico de maior valor de juros, estando próximo dos 500% ao ano (VALOR ECONÔMICO, 2017).

De acordo com uma pesquisa do SPC Brasil e Meu Bolso Feliz (2016), mais da metade dos brasileiros (53%) utilizam o cartão de crédito para pagar suas compras, em seguida, empréstimos (47%), crediário (45%), empréstimo consignado (28%), financiamento (22%) e cheque pré-datado (9%).

Dentre os entrevistados que fazem uso do cartão de crédito, quatro em cada dez respondentes (40%) possuem dois ou mais cartões, com uma média de 1,76 por pessoa. Um provável fator justificador para tal é a possibilidade de ampliar o poder de compra incentivar uma boa parte dos consumidores a utilizarem esta modalidade de crédito, além disso, 47% dos consumidores parcelam as compras no cartão de crédito ao menos uma vez ao mês,

principalmente na compra de roupas (48%), calçados (44%) e eletrodomésticos (44%).

O estudo também indica que os consumidores não estão bem informados sobre os aspectos financeiros envolvidos no uso do cartão de crédito. Cerca de 34% desconhece o limite de seu cartão de crédito para fazer compras. Além disso, quase o total dos entrevistados (96%) dos usuários de cartão admite não saber quais são as taxas de juros cobradas quando optam por pagar o valor mínimo da fatura mensal, isto é, fazer uso do rotativo.

Os consumidores das classes C, D e E já possuem 60% dos cartões de crédito ativos no Brasil, ante 50% em 2010, de acordo com uma pesquisa do Itaú sobre o mercado de cartões (VALOR ECONÔMICO, 2014).

Apesar de se saber que o cartão de crédito é responsável por altos índices de endividamento, este ainda é visto como uma modalidade de pagamento de benefícios para a maioria dos brasileiros. Um estudo realizado pelo SPC Brasil e pela CNDL mostrou que 76,2% dos consumidores avaliam o cartão de crédito como algo positivo ao mesmo tempo que 47% dos usuários dessa forma de pagamento não realizam um controle efetivo das compras que são feitas no cartão, seja por apenas conferirem a fatura – sem analisá-la em detalhes – ou com um controle somente mental, não havendo um controle sistemático.

Tendo em vista os 76,2% de entrevistados que consideram o cartão de crédito como uma modalidade positiva de crédito, os principais fatores que colaboram com essa visão são o fato de proporcionar a aquisição de bens de alto valor que apresentam dificuldade de se pagar à vista (40,0% do total de entrevistados) e a segurança/conveniência propiciada (22,2%). Ao se levar em conta a parcela minoritária que percebe no cartão de crédito um impacto negativo (20,6%), as justificativas de maior destaque são o descontrole dos usuários que leva ao endividamento (8,5%) e o fato de o cartão incentivar gastos impulsivos e desnecessários (6,5%). Além disso, dentre os entrevistados que utilizam o cartão de crédito como forma de pagamento (69,9%), 44,8% têm dois ou mais cartões.

Já entre os entrevistados que afirmaram não possuir cartão (29,9%), os motivos mais comuns envolvem evitar gastos desnecessários por se ter acesso ao crédito facilitado (18,4%) e por estarem com o nome nos cadastros de inadimplentes (18,3%), o que impede a posse de um cartão de crédito.

O problema não está no cartão, mas sim no uso inadequado que as pessoas fazem dele. O crédito é um eficiente instrumento de acesso ao consumo. Por meio dele, milhões de pessoas concretizam objetivos de curto e médio prazo que, de outra forma, dificilmente poderiam se tornar realidade rapidamente. O cartão de crédito é uma ferramenta muito útil no dia a dia, já que permite ao consumidor entender seu poder de compra, programar datas convenientes de pagamento e contar com maior margem de manobra na gestão do orçamento. (VIGNOLI, 2016)

Ainda segundo este levantamento, 16,1% dos usuários de cartão de crédito têm o hábito de recorrer ao crédito rotativo, situação em que o consumidor opta por pagar somente o mínimo da fatura. Além disso, quando relacionado ao conhecimento do valor dos juros cobrados em caso de atraso no pagamento da fatura do cartão de crédito, 54,7% admitem desconhecer do número, principalmente as pessoas da classe C (56,5%) e os mais jovens, com idade entre 18 e 34 anos (61,6%). Os resultados da pesquisa também mostraram que 38,7% daqueles que possuem cartão de crédito admitem já ter tido seu nome sujo pelo menos uma vez em função de não efetuar o pagamento da fatura.

A pesquisa aponta também que ao se adquirir um cartão de crédito, mais de um quarto (26,5%) dos consumidores não analisa as taxas e juros cobrados nas operações, principalmente as mulheres (31,6%). Em geral, o estudo mostra que o parcelamento é um recurso bastante usado pelos consumidores que usam o cartão de crédito, cerca de 69% o fazem pelo menos uma vez ao mês. Em média, os entrevistados que têm prestações a pagar no cartão de crédito afirmam possuir quatro parcelas no momento da pesquisa.

Segundo o levantamento, 45% dos entrevistados que possuem cartão de crédito o adquiriram por vontade própria, enquanto 44% receberam uma proposta e a aceitaram.

Com isso, pode-se perceber que há um grau significativo de dificuldade do consumidor brasileiro, acentuado na classe C, em fazer um controle de sua renda e gastos, não sendo comum a existência de um orçamento que obrigue o indivíduo a planejar e conhecer seus limites financeiros. Portanto, torna-se importante realizar um estudo que permita entender como o comportamento financeiro da classe C é a fim de usar este conhecimento a favor da redução do endividamento.

3 Métodos e procedimentos de coleta e de análise de dados do estudo

O presente capítulo tem o objetivo de apresentar em detalhes as várias escolhas de como este estudo foi realizado. Está dividido em cinco seções que informam, respectivamente, as etapas da coleta de dados, as fontes de informação selecionadas, os procedimentos e instrumentos de coleta de dados, as formas de tratamento e análise de dados e, por fim, as limitações do estudo. Em seguida, comunica-se à respeito dos processos e instrumentos de coleta de dados realizados em cada etapa, com respectivas justificativas, das formas escolhidas para tratar e analisar dos dados coletados e, por fim, sobre as possíveis repercussões que as decisões sobre como realizar o estudo impuseram aos resultados assim obtidos.

3.1. Etapas de coleta de dados

O presente estudo envolveu uma pesquisa quantitativa realizada por meio da elaboração de um questionário. Para a etapa de coleta de dados, buscou-se realizar, primeiramente, pesquisas das melhores formas de se abordar o assunto de comportamento financeiro por meio de perguntas para entrevistas ou questionários. Em seguida, encontrou-se um questionário elaborado por Potrich, Vieira e Ceretta (2013) usado num estudo de alfabetização financeira com estudantes universitários.

Este questionário usado como modelo foi baseado em estudos de Chen e Volpe (1998), Johnson (2001) e Shockey (2002) e é composto por 20 questões, com 5 possíveis respostas que variam na escala Likert de “nunca” a “sempre”. O questionário é dividido em quatro seções para se avaliar de uma forma mais detalhada o comportamento financeiro de cada indivíduo nas áreas de gestão financeira, utilização do crédito pessoal, consumo planejado, e investimento e poupança.

A partir do questionário modelo foi necessário realizar pequenas alterações a fim de adequá-lo ao público alvo do presente estudo, a classe C, com uma forma de comunicação que facilitasse a compreensão sem ruídos. As alterações envolveram tornar as perguntas compostas por um vocabulário mais

próximo daquele usado cotidianamente pela classe em questão, visto que muitos de seus membros, diferentemente dos estudantes universitários do trabalho original, poderiam não ter cursado o ensino superior.

Além disso, foi preciso também incluir a opção de “não possui cartão de crédito” em duas das perguntas da seção de utilização de crédito, além das 5 opções, já que era possível que muitos dos pertencentes à classe C poderiam não possuir esta modalidade de pagamento.

Somado às 20 questões de comportamento financeiro incluiu-se a pergunta de renda domiciliar média no início do formulário com opções de faixa de renda, para que se soubesse de antemão a que classe social, de acordo com o critério ABEP (2016), o respondente pertence. Não se desconsiderou as respostas daqueles que não eram classificados como da classe social objeto da pesquisa por razões de enriquecimento das análises comparativas.

Após realizar os ajustes no questionário, passou-se para a etapa final da coleta de dados, que consiste em divulgá-lo. Esta etapa foi feita de duas formas, online e pessoalmente.

O meio online foi utilizado para divulgar para amigos e familiares, e estes, por sua vez, foram solicitados que repassassem o questionário para terceiros que pudessem respondê-lo. O outro meio foi o físico, o qual envolveu a sua distribuição pessoalmente.

O questionário elaborado teve como objetivo a compreensão do comportamento financeiro da classe C em aspectos de gerenciamento de sua renda e controle de gastos abordando as noções de gestão financeira, utilização de crédito, investimento e poupança, e consumo planejado, associando-os ao endividamento do indivíduo.

3.2. Fontes de informação selecionadas para coleta de dados no estudo

A pesquisa teve o público-alvo a classe C, mas ainda assim considerou-se as respostas de pessoas de outras classes sociais para se ter uma base para comparação dos indivíduos dos demais estratos sociais em relação à classe em questão. O número de respostas ao final da etapa de coleta de dados foi equivalente a 106, sendo que 61 delas, isto é, aproximadamente 60%, correspondem ao perfil desejado.

Como a pesquisa foi realizada com pessoas de diversas classes sociais, diz-se que o universo são os brasileiros consumidores, sendo que o grupo de estudo é a classe C, e a amostra é composta por moradores do Estado do Rio de Janeiro, tendo nascido ou não no Estado. A faixa de renda domiciliar média utilizada para definir a classe de estudo está de acordo com o critério da ABEP (2016) e varia de R\$ 1.625 a R\$ 4.852, que inclui os estratos sócio-econômicos classificados como C1 e C2, conforme a tabela 3.1 abaixo.

REND A DOMICILIAR POR CLASSES	
CLASSE	REND A MÉDIA DOMICILIAR (R\$)
A1	20.888
B1	9.254
B2	4.852
C1	2.705
C2	1.625
D-E	768

Tabela 3.1 - Renda Domiciliar por Classes

Fonte: ABEP (2016)

Ainda que se tenha utilizado o critério da ABEP, para a pergunta de renda média domiciliar do questionário, fez-se alterações na forma como os intervalos de renda são estruturados com finalidade de trazer facilidades no momento da resposta. Ressalta-se que houve respeito à relação entre classe social e renda média domiciliar como define o critério, apenas reduzindo as opções disponíveis para tal questão a quatro intervalos de valores, correspondente às classes A e B2, B1, C (C1 e C2), e D e E para cada uma das respectivas escolhas como possíveis respostas.

Houve duas formas de divulgação do questionário, online e pessoalmente, que foram feitas em momentos diferentes. A primeira forma, online, por ser um meio de disseminação bastante rápido e eficaz, foi utilizada, apesar de não ser a principal fonte das respostas da classe analisada. Através do espalhamento do questionário do Google Forms via redes sociais, pôde se obter respostas de pessoas de diferentes classes sociais, tanto mais ricas quanto mais pobres, durante o período de uma semana.

Já a segunda forma de obtenção de respostas, feita em pessoa, foi considerada como a principal fonte cujas respostas eram dos indivíduos da classe estudada por envolver um contato direto com aqueles que pertencem ao

grupo analisado. Esta divulgação foi feita em horário comercial e os questionários foram entregues para funcionários de estabelecimentos comerciais da zona sul da cidade do Rio de Janeiro. Em geral, os questionários eram deixados nestes estabelecimentos, como lojas, restaurantes, lanchonetes e bancas de jornal, e recolhidos após o intervalo de uma a duas horas.

3.3. Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo

A etapa anterior à coleta de dados por meio da divulgação do questionário, tanto física quanto via internet, consistiu em se obter dados e informações já existentes a respeito do assunto de endividamento da classe C e comportamento financeiro gerados por pesquisas e estudos de autores em artigos acadêmicos e dissertações. Esta pesquisa está contida dentro do referencial teórico e expõe os resultados e opiniões de instituições e autores, que serviram como embasamento para as análises da autora do presente estudo.

Em seguida, partiu-se para a etapa da pesquisa com o grupo social de estudo, optou-se por realizá-la de natureza quantitativa por meio de um questionário a fim de se obter um número mais alto de respondentes que informariam seus respectivos comportamentos financeiros de acordo com uma escala com variação de frequência de 5 opções. Conforme mencionado anteriormente, o questionário divulgado foi baseado num modelo desenvolvido por Potrich, Vieira e Ceretta (2013), que, por sua vez, fora baseado em estudos de terceiros, e aplicado a um público de estudantes universitários. Por isso, foi necessário realizar adaptações objetivando facilitar a compreensão da classe C, o grupo social em questão.

O questionário foi estruturado no Google Forms por ser uma ferramenta de uso simples e didático, o que evitaria complicações no momento de resposta, principalmente para o público alvo. Este, quando divulgado online, foi enviado com o encaminhamento do link de acesso via redes sociais para amigos e familiares, sendo estes solicitados a repassarem o formulário para aqueles que estivessem dispostos a respondê-lo.

Para a divulgação em sua forma física, foi mantido o formato do questionário do Google Forms para impressão. Foram feitas cópias do formulário para se distribuí-lo nos estabelecimentos comerciais. O total de respostas

obtidas, somando-se as duas formas de veiculação, resulta em 106, compostas por membros e não membros da classe C.

3.4. Formas de tratamento e análise dos dados coletados para o estudo

Os dados obtidos foram analisados por meio da ferramenta do Google Forms, no qual estavam contidos não só os resultados obtidos via online mas também os via distribuição física, que foram passados das cópias físicas para este artifício virtual. Esta ferramenta permite que se receba os resultados da pesquisa em formato de planilha e de gráficos para cada pergunta.

O fato de o produto da pesquisa estar disponível no formato de planilha permitiu que se fizesse o cruzamento dos dados e se analisasse a relação entre os resultados de perguntas da mesma e de diferentes seções do questionário de comportamento financeiro, como gestão financeira, utilização de crédito, consumo planejado e investimento e poupança, e associá-las ao endividamento.

A partir dos dados gerados na planilha, pôde-se fazer uma média de valores percentuais para cada opção (sempre, quase sempre, às vezes, quase nunca, nunca) de resposta para cada classe, isto é, em função da quantidade total de respostas de cada grupo social, permitindo uma análise comparativa entre a distribuição das respostas de cada classe frente às opções disponíveis.

3.5. Limitações do estudo

O presente estudo possui algumas limitações em função da forma como foi realizada a pesquisa para coleta de dados. A primeira delas é a restrição da amostra da pesquisa a funcionários de estabelecimentos comerciais da zona sul da cidade do Rio de Janeiro para as distribuições físicas, e para as distribuições online restringiu-se a aqueles que possuem alguma forma de contato com a autora, direta ou indiretamente, dentro do limite do Estado do Rio de Janeiro.

Por este motivo, não é possível afirmar que o estudo traz representatividade para toda a classe C do país, como é desejado, já que o grupo de respondentes pode possuir um comportamento financeiro que não seja aplicável à realidade em escala nacional. O mesmo vale para os resultados das demais classes sociais, visto que a amostragem dos grupos diferentes da classe C é representada por um número de respondentes pouco significativo.

Outra delimitação do estudo está relacionada ao fato de, no caso das distribuições físicas, haver uma sensação de pressão da parte do respondente em informar a resposta que acredita ser a correta a se responder e não aquilo que de fato representa seu comportamento real nas suas finanças. Isto se deve ao fato de estar se tratando de um assunto pessoal e delicado que pode gerar desconforto para aquele que o responde, além de não se considerar o relativismo da subjetividade.

Como última restrição apontada, a composição de 20 perguntas no questionário era, para muitos, uma quantia que demandava um tempo maior do que o que se estava disposto a disponibilizar para respondê-lo. Muitos dos questionários distribuídos foram recolhidos com páginas em branco ou respondidos pela metade, estes foram, então, desconsiderados para a análise dos dados.

4 Apresentação e análise dos resultados

Este capítulo, organizado em três seções, apresenta e discute os principais resultados alcançados, analisa e discute suas implicações e produz sugestões sobre o estudo previamente selecionado.

4.1. Descrição da amostra

O presente trabalho objetiva analisar o comportamento financeiro da classe C, portanto, conforme apresentado anteriormente, o critério usado para definir se os respondentes do questionário pertencem ou não à esta classe é, segundo a ABEP, possuir renda familiar mensal entre R\$ 1.625 a R\$ 4.852. No entanto, apesar de este grupo ser o objeto de estudo, houve também respostas de pessoas de outras classes sociais que serviram como base comparativa.

De acordo com a tabela abaixo é possível perceber a relação do número de respostas por classe social, sendo a maior representatividade expressada pelo perfil desejado.

nº de Respostas por Classe Social		
Classe Social	Renda domiciliar média	nº de respostas
A-B2	Maior que R\$ 9.250	17
B1	Entre R\$ 4.852 e R\$ 9.250	17
C (C1 e C2)	Entre R\$ 1.625 e R\$ 4.852	61
D-E	Menor que R\$ 1.625	11
TOTAL		106

Tabela 4.1 - nº de Respostas por Classe Social

Fonte: Elaborado pela autora

A amostra é composta por 106 respostas, das quais 61 correspondem ao perfil da classe C, com 56% dos respondentes do sexo feminino e 44% do sexo masculino do total da amostra e 65% de mulheres e 35% de homens do total da classe C. O fato de se haver um maior número de respostas do gênero feminino se deve ao local de distribuição onde se obteve a maior parte dos resultados da classe C ser, em sua maioria, lojas de roupa.

Ratifico que as 61 respostas da classe C obtidas são o centro do estudo e, por ser uma escala pouco significativa, não pode ter seus resultados generalizados para toda a classe C nacional.

4.2.Descrição e análise dos resultados

A análise dos resultados obtidos através do questionário divulgado foi feita de acordo com as quatro partes que o compõe, que envolvem perguntas relacionadas a como o comportamento financeiro pode ser estudado, isto é, nas áreas de gestão financeira, utilização de crédito, investimento e poupança, e consumo planejado.

As respostas da classe C foram o objeto de estudo e, por isso, foram utilizadas como a base comparativa quando relacionadas às respostas de outras classes sociais.

4.2.1.Gestão financeira

A gestão financeira corresponde à primeira e mais essencial forma de se detalhar a análise do comportamento financeiro de determinado indivíduo, sendo assim, este assunto encontra-se no grupo inicial de perguntas, com 7 questões, do questionário e de análises, apresentados abaixo.

Conforme dito anteriormente no capítulo de referencial teórico, os autores Leal e Nascimento (2008) já diziam que a gestão das finanças pessoais está relacionada à forma como os indivíduos utilizam seus recursos financeiros. Portanto, as questões desta seção giraram em torno de como é feito o controle e planejamento dos gastos dos respondentes.

Questões - Gestão Financeira

1. Preocupo-me em gerenciar da melhor forma meu dinheiro?
2. Anoto e controlo os meus gastos pessoais (ex.: anotações de entradas e saídas mensais)?
3. Planejo metas financeiras de longo prazo que impactam na administração de minhas finanças (ex.: poupar uma quantia “X” em 1 ano)?
4. Sigo um orçamento ou plano de gastos semanal ou mensal?
5. Fico mais de um mês sem fazer o balanço dos meus gastos?
6. Estou satisfeito(a) com o sistema de controle de minhas finanças?
7. Pago minhas contas sem atraso?

Figura 4.1 - Questões – Gestão Financeira

Fonte: Elaborado pela autora

Representatividade Classe C por Questão - Gestão Financeira

	Q. 1	Q. 2	Q. 3	Q. 4	Q. 5	Q. 6	Q. 7
Sempre	46%	21%	28%	21%	11%	13%	49%
Quase sempre	43%	36%	15%	21%	26%	16%	26%
Às vezes	7%	18%	21%	21%	23%	33%	11%
Quase nunca	2%	15%	16%	13%	15%	21%	3%
Nunca	3%	10%	20%	23%	25%	16%	10%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabela 4.2 - Representatividade Classe C por Questão - Gestão Financeira

Fonte: Elaborado pela autora

Partindo-se da análise das respostas da classe C de maior relevância, nota-se que na questão 1, sobre preocupação em gerenciar suas finanças da melhor forma, há um peso significativo nas opções de “sempre” e “quase sempre”, com 46% e 43%, respectivamente. Isso significa que há uma parcela representativa afirmando reconhecer a importância dessa gestão.

No entanto, pôde-se observar um baixo percentual de respondentes satisfeitos com o sistema de controle de suas finanças (questão 6), com apenas 13% afirmando ter um sistema de controle financeiro adequado em todos os momentos, enquanto uma maioria de 54% admite não tê-lo de forma contínua.

A interpretação disso é que, mesmo que haja uma preocupação desta classe em gerir bem seu dinheiro, ainda não é o suficiente para que se atinja um nível satisfatório de controle de suas finanças. Esta relação demonstra que há, possivelmente, uma carência de conhecimento de meios de melhorar sua gestão financeira e da noção de importância de se ter um controle de gastos planejados.

A importância dada à necessidade de se ter controle financeiro percebida nos respondentes desta classe, apesar de reconhecida, tem sua fragilidade confirmada ao se observar os resultados das questões 2, 3, 4 e 5, que refletem os comportamentos relacionados a controle e planejamento de seus gastos periódicos com baixa expressividade nas opções com as melhores práticas.

As questões 2 e 4, sobre anotar/controlar gastos pessoais (questão 2) e seguir um orçamento/plano de gastos periódico (questão 4), apresentam o mesmo percentual de 21% na opção de maior comprometimento em fazê-los frequentemente. Enquanto os maiores percentuais mostram que 36% o fazem em muitos, mas não todos, momentos e próximo de um quarto, 25%, não o fazem em momento algum.

Os resultados dessas questões (2, 3, 4 e 5) vão de encontro com os obtidos na questão 1, já que grande parcela da classe C afirma possuir uma preocupação em gerir suas finanças de uma maneira que não é comprovada nem refletida nos comportamentos de planejar e controlar gastos.

Analisando-se os valores dos outros grupos sociais, como A e B2, o de renda mais alta, mostra que não há variação significativa no quesito de satisfação com o sistema de controle de suas finanças (questão 6) e de anotações/controle de gastos (questão 2). Os percentuais para cada questão são 6% e 18%, respectivamente, que afirmam ter tanto satisfação quanto controle total de suas finanças, isto é, valores inferiores aos da classe C, que são 13% e 21%.

Já para as respostas daqueles pertencentes às classes D e E, houve maior destaque para os baixos resultados de 27% tanto para a questão de se preocupar em gerir o dinheiro da melhor forma (questão 1) de forma contínua, quanto para realizar os pagamentos de contas sem atraso (questão 7) em todos os meses. Valor este contra os respectivos 46% e 49% da classe C, ou seja, contra quem apresenta um melhor comportamento.

Na questão de planejamento de metas financeiras de longo prazo (aproximadamente 1 ano) com impactos nas finanças, obteve-se baixo índice de uma existência recorrente deste planejamento em todas as classes, sendo a classe C, com 28%, e a A e B2, com 24%, os valores mais consideráveis. As classes D e E apresentaram maior destaque de 45% relatarem jamais ter este tipo de organização.

Isso significa que, para este aspecto, o comportamento da classe C está, ainda que com valores representando pouca preocupação em se planejar financeiramente no longo prazo, em linha com o de grupos sociais com acesso a mais recursos. E, ao mesmo tempo, apresenta resultados melhores do que as classes mais baixas. Há, portanto, uma necessidade de aumento de conscientização geral das classes sociais.

Além disso, os dados do questionário informam que há uma parcela da classe C, próxima dos 40%, que fica com alta frequência sem fazer o balanço mensal de seus gastos (questão 5). Alinhado a este resultado, uma pesquisa de Educação Financeira realizada pelo Meu Bolso Feliz (2014), mostrou que cerca de 80% das pessoas têm pouco ou nenhum conhecimento sobre suas finanças pessoais.

Estes resultados estão em sintonia com estudos previamente feitos pelo SPC Brasil e CNDL na pesquisa Educação Financeira (2016), apresentada

anteriormente, que informava a baixa preocupação dos brasileiros em realizar um controle dos gastos regularmente, esta ainda não sendo uma preocupação em posição prioritária da população por não se enxergar sua importância.

4.2.2.Utilização de crédito

Esta seção faz referência à análise da segunda parte dos grupos de perguntas de comportamento financeiro, composta por 6 perguntas sobre utilização de crédito. Esta parte é importante por se ter tido, ao longo dos últimos anos, o mau gerenciamento do acesso facilitado ao crédito, principalmente pela modalidade do cartão de crédito, como um dos grandes causadores do endividamento, como foi visto no segundo capítulo do presente estudo.

Questões - Utilização de Crédito

8. Consigo identificar os custos que pago ao comprar um produto a crédito?
9. Tenho utilizado cartões de crédito e cheque especial por não possuir dinheiro disponível para as despesas?
10. Ao comprar a prazo, comparo as opções de crédito disponíveis?
11. Comprometo mais de 10% da minha renda mensal com compras a crédito (exceto financiamento de imóvel e carro)?
12. Pago o(s) meu(s) cartão(ões) de crédito na data de vencimento para evitar a cobrança de juros?
13. Confiro a fatura dos cartões de crédito para averiguar possíveis erros e cobranças indevidas?

Figura 4.2 – Questões Utilização de Crédito

Fonte: Elaborado pela autora

Representatividade Classe C por Questão - Utilização de Crédito

	Q. 8	Q. 9	Q. 10	Q. 11	Q. 12	Q. 13
Sempre	28%	13%	48%	30%	62%	64%
Quase sempre	34%	18%	23%	20%	23%	18%
Às vezes	20%	23%	15%	20%	10%	3%
Quase nunca	7%	15%	8%	13%	2%	5%
Nunca	11%	31%	7%	18%	3%	10%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabela 4.3 – Representatividade Classe C por Questão - Utilização de Crédito

Fonte: Elaborado pela autora

Ao se analisar os resultados de maior relevância da classe C obtidos na seção de utilização de crédito, a começar pela questão (8) de capacidade de

identificar os custos de pagamentos via crédito, pode-se afirmar que há uma parcela mais representativa, 34%, que consegue fazê-lo em muitos momentos, enquanto 11% afirmam nunca estarem cientes destes custos. Apenas 28% dos respondentes desta classe disseram estar continuamente informados a respeito dos custos.

Portanto, há um percentual pouco significativo de pessoas da classe C que afirma ser capaz de identificar o custo do crédito em todas as situações. Esta porcentagem é ratificada ao longo das demais questões da seção que reforçam a pequena consideração dos custos do crédito, que são altos juros, em momentos de tomada de decisões relativas à forma de pagamento.

Esta baixa consideração pode ser percebida na questão 11, que diz que um relevante percentual de 30% dos respondentes da classe C compromete com frequência mais de 10% de sua renda mensal com compras a crédito. De forma semelhante, a PEIC (2016) informa que metade das famílias com até 10 salários mínimos compromete de 11% a 50% da sua renda com dívidas.

Na questão (9) de uso do cartão de crédito e cheque especial em caso de falta de dinheiro disponível para pagamento de despesas, 23% dos respondentes afirmaram fazê-lo às vezes, enquanto encontrou-se um mesmo valor percentual de 31% para grupos que nunca utilizam crédito neste caso e para aqueles que o fazem com alta frequência.

Este percentual de maior regularidade no uso de crédito é menor do que o indicado na pesquisa feita pelo SPC (2016) que afirmou que 33% dos entrevistados recorrem ao crédito para honrar seus compromissos. Isso significa que, pelo presente estudo tratar de uma análise com ênfase na classe C, é possível notar tal diferença pela variação nas amostras.

Sendo assim, ao considerar o valor encontrado na pesquisa do SPC como a média brasileira, pode-se afirmar que a classe C em questão, talvez por ser representada por uma amostra bastante restrita, expressa um comportamento de utilização de crédito mais consciente por demonstrar cautela em seu uso.

Ao se tratar das questões de pagamento do cartão de crédito em dia (questão 12) e de conferência das faturas (questão 13), os resultados mais expressivos, e superiores a 60%, estão em “sempre” fazê-los, com 62% e 64%, para as respectivas perguntas.

Tal comportamento de demonstração de atenção às cobranças evitáveis ou indevidas é notado nas demais classes com uma alta representatividade, com valores maiores para as classes mais altas, 82% e 71%, indicando um

alinhamento entre as classes nesta questão, ainda que as classes mais altas detenham os mais altos percentuais.

Esta atenção a mais dos grupos sociais de maior renda ao uso do crédito indica uma harmonia com os dados apresentados pela PEIC, que relacionam classes mais altas a um menor percentual de endividamento que as mais baixas.

4.2.3. Investimento e poupança

A parte de investimento e poupança é composta por uma análise dos resultados de 3 perguntas que compõem esta seção do questionário, envolvendo questões que analisam a importância de se criar uma reserva financeira sob a visão dos respondentes.

Questões - Investimento e Poupança

14. Poupo mensalmente?
15. Poupo visando à compra de um produto mais caro (ex.: carro)?
16. Posso uma reserva financeira maior ou igual a 3 vezes a minha renda mensal, que possa ser usada em casos inesperados (ex.:desemprego)?

Figura 4.3 – Questões – Investimento e Poupança

Fonte: Elaborado pela autora

Representatividade Classe C por Questão - Invest. e Poupança

	Q. 14	Q. 15	Q. 16
Sempre	13%	10%	10%
Quase sempre	23%	48%	48%
Às vezes	26%	18%	18%
Quase nunca	20%	10%	10%
Nunca	18%	15%	15%
TOTAL	100%	100%	100%

Tabela 4.4 – Representatividade Classe C por Questão - Investimento e Poupança

Fonte: Elaborado pela autora

Como informado no referencial teórico do estudo, de acordo com um indicador de reserva financeira elaborado pelo SPC Brasil e pela CNDL (2017) 62% dos consumidores afirmaram não guardar dinheiro e não possuir uma reserva, e 29% guardam apenas o que sobra do orçamento, enquanto apenas 7% reservam um valor fixo mensal.

Além disso, este indicador também informou a existência de diferenças entre classes sociais: nas classes A e B, os poupadores habituais somaram 58% dos entrevistados, enquanto nas classes C, D e E somaram apenas 30%.

Os resultados da pesquisa feita no presente estudo confirmam o que o indicador de reserva financeiro criado pelo SPC Brasil e CNDL informa, há, de fato, um alto índice de pessoas que não se preocupam em criar uma reserva. As poupanças mensais da classe C estão limitadas a 13% do total deste grupo que sempre guarda algum dinheiro por mês, percentual bastante reduzido quando comparado às classes mais altas, com 41% de poupadores recorrentes.

Numa relação semelhante, ao se associar o planejamento de reserva por um prazo maior para a compra de um bem mais caro, a classe C apresenta 18% de representatividade em “sempre”, contra 35% das classes com renda domiciliar média superior a R\$ 9.250.

Essa relação entre classe social e reserva financeira reforça a idéia de que quanto maior a renda domiciliar, maior a chance de ser destinar uma parcela de sua renda à poupança. Uma possível razão para tal é o conhecimento da importância de se preparar para eventuais imprevistos, além da existência de uma provável folga financeira maior nas classes mais altas.

Quanto às questões relativas à poupança de longo prazo visando a compra de um bem mais caro (questão 15) e possuir uma reserva de pelo menos 3 vezes o valor da renda mensal para casos de emergências (questão 16), os resultados são equivalentes na classe C e apresentam baixos 10% de representatividade que o fazem frequentemente.

Isto é, há o reforço da despreocupação em se poupar neste grupo estudado da classe C, principalmente quantidades mais expressivas e por um período de tempo maior, já que tal comportamento exige um maior controle e planejamento de um período de tempo mais longo.

4.2.4. Consumo planejado

Os resultados obtidos na parte de consumo planejado foram analisados de acordo com as 4 perguntas desta seção no questionário que buscaram retratar como o respondente planeja suas finanças para realizar uma compra, levando em conta comparação de preços, análises da viabilidade da compra dentro de seu orçamento e necessidade de recorrer a um financiamento para fazê-la.

Observou-se, durante a análise deste grupo de questões, que as perguntas deste assunto envolvem uma dependência temporal, sendo que quanto mais tempo reservado e análise feita para o planejamento de certos gastos, maior a chance de se tomar uma decisão melhor.

Questões - Consumo Planejado

17. Comparo preços ao fazer uma compra?
18. Analiso minhas finanças com profundidade antes de fazer alguma grande compra?
19. Compro por impulso?
20. Prefiro comprar um produto financiado a juntar dinheiro para comprá-lo à vista?

Figura 4.4 – Questões – Consumo Planejado

Fonte: Elaborado pela autora

Representatividade Classe C por Questão - Consumo Planej.

	Q. 17	Q. 18	Q. 19	Q. 20
Sempre	51%	49%	7%	8%
Quase sempre	26%	20%	16%	20%
Às vezes	20%	11%	36%	38%
Quase nunca	2%	15%	31%	18%
Nunca	2%	5%	10%	16%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Tabela 4.5 – Representatividade Classe C por Questão – Consumo Planejado

Fonte: Elaborado pela autora

Na análise dos resultados mais relevantes da classe C desta seção, observou-se que nas questões que envolvem a comparação de preços (questão 17) e análise das finanças antes de se realizar a compra (questão 18), a classe C apresenta cerca de 50% de representatividade para ambos os casos em “sempre”, estando sutilmente mais elevada que as demais classes.

Estes valores demonstram uma representatividade significativa da classe C que se afirma como consciente em relação à importância de realizar comparações e análises antes de efetivar uma compra.

Em relação ao grupo social de maior renda, as questões 17 e 18 tiveram 35% e 41%, respectivamente, de representatividade em “sempre”. Estes valores são inferiores aos da classe C e sugerem que, ainda que os percentuais sejam mais representativos que nas demais opções, a classe C estudada apresenta um comportamento mais preocupado em realizar avaliações antes da compra.

Já nas questões que envolvem compra por impulso (questão 19) e preferência por uma compra financiada que à vista (questão 20), nota-se que há maior atenção e consciência de custos, tanto da classe C quanto das outras classes, todas com representatividade inferior a 9% na opção “sempre”.

A classe mais alta apresentou 0% de representatividade para estas duas últimas questões em “sempre”, significando um comportamento mais preparado e disposto a reservar tempo para evitar custos e gastos desnecessários.

4.3.Comportamento financeiro e dívida

Como já diziam Perry e Morris (2005), apresentados no referencial teórico, o comportamento financeiro é considerado responsável quando um indivíduo “é capaz de se planejar com a organização de suas finanças com o respeito dos limites de um orçamento, economizar dinheiro e controlar seus gastos e pagar as contas em dia”. Portanto, quando este conceito não é respeitado, torna-se possível associar o fato de os indivíduos não apresentarem um comportamento financeiro responsável à formação de dívidas. Com isso, deixa de ser responsável, primeiramente, cada aspecto do comportamento financeiro, isto é, gestão financeira, utilização de crédito, poupança e investimento, e consumo planejado.

A partir dos resultados encontrados na pesquisa, calculou-se uma média da representatividade de cada grupo de questões das respostas que estão mais próximas de um comportamento responsável. Com isso, pôde-se chegar aos seguintes valores: 29% em gestão financeira, 42% em utilização de crédito, 11% em investimento e poupança, e 32% em consumo planejado.

Sendo assim, observa-se que, embora muitas perguntas tivessem concentração expressiva nas opções tradutoras de um comportamento mais responsável, a distribuição da parcela majoritária nas opções que se distanciam deste comportamento almejado levou a uma redução da representatividade das médias calculadas.

5 Conclusões e recomendações para novos estudos

O objetivo do presente estudo foi observar os principais aspectos do comportamento financeiro das pessoas da classe C, gestão financeira, utilização de crédito, investimento e poupança, e consumo planejado, que tem influência em seu endividamento. Para atingí-lo foi feita uma pesquisa divulgada vias online e questionários físicos para 106 pessoas do Estado do Rio de Janeiro.

Após analisar os resultados da pesquisa em conjunto com os resultados de estudos dos autores apresentadas no capítulo do referencial teórico, pôde-se concluir que, numa visão macro, a maior parte da amostra da classe C estudada não apresenta um comportamento financeiro responsável, conceito este definido por Perry e Morris (2005).

Para detalhar-se o que não possuir um comportamento financeiro responsável representa, neste caso, é explicado como cada aspecto que o compõe contribui para tal. A começar pela gestão financeira, feita de forma precária pela parcela majoritária da classe em questão por não haver um planejamento e organização que leve a um controle e orçamento de gastos preciso, como o planejamento de metas financeiras periódicas.

Apesar de o grupo da classe C analisado reconhecer a importância de se controlar e planejar seus gastos, este pensamento não é refletido em comportamentos que o leve a efetivamente fazê-los, justificando, então, o baixo grau de satisfação com seu sistema de controle financeiro.

Em seguida, há um percentual pouco significativo de pessoas da classe C que afirma ser capaz de identificar o custo do crédito em todas as situações, que reforça a baixa consideração dos custos do crédito, que são altos juros, em momentos de tomada de decisões relativas à forma de pagamento.

Após este, o aspecto de poupança e investimento foi o que teve os resultados de maior peso no impedimento da formação de um comportamento financeiro responsável. A representatividade da classe C, bem como as demais classes, no grupo dos poupadores é muito pouco significativa por não priorizar este destino com uma parcela de sua renda ao não reconhecer a importância de se preparar para situações imprevistas que levem a dificuldades financeiras.

Por fim, em relação ao planejamento do consumo, diz-se que ainda que haja uma parcela que se preocupa em se informar e pesquisar antes de realizar compras, a parte majoritária da classe estudada ainda não o faz.

Com este trabalho, traz-se à luz os aspectos do comportamento financeiro da classe C cuja fragilidade é relacionada à formação de dívidas, em seguida, propôs-se uma solução para tal.

5.1. Implicações práticas

A partir dos resultados da pesquisa realizada e de opiniões de autores envolvidos com o assunto de estudo, identificou-se os principais aspectos do comportamento financeiro das pessoas da classe C que tem influência em seu endividamento, concluindo que a maior parte desta classe não apresenta um comportamento financeiro responsável.

Portanto, como uma solução para este problema, sugere-se que haja a inclusão de disciplinas obrigatórias relacionadas à educação financeira em escolas de todo o país, públicas e privadas, já que há uma carência de conhecimento e informação sobre o impacto da boa gestão do dinheiro no estado de bem-estar financeiro do indivíduo. Desta forma, os brasileiros serão capazes de aprender a partir de uma idade jovem a gerenciar estruturadamente suas finanças.

Esta solução proposta baseia-se nos resultados de um projeto piloto parte de um programa criado em 2009 pelo Governo brasileiro chamado de Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). Suas metas eram levar ao bem-estar financeiro por meio do desenvolvimento de habilidades financeiras pessoais e do estímulo do comportamento financeiro responsável entre os brasileiros.

O programa foi criado por se perceber que a educação financeira que os brasileiros possuem é inferior à exigida nas tomadas de decisões rotineiras. O projeto piloto de educação financeira foi testado em alunos do ensino médio e incluiu educação financeira no currículo escolar, por meio deste, foi possível analisar o impacto do ENEF sobre as dimensões de proficiência financeira, autonomia financeira, intenção de poupar, poupança efetiva, comportamento de gastos e participação nas finanças domésticas dos alunos.

Os resultados do projeto mostraram que a educação financeira nas escolas aumentou o conhecimento financeiro dos alunos e melhorou suas

atitudes financeiras. Isso foi percebido nos novos comportamentos dos alunos, como maior propensão a poupar e a administrar suas despesas, conversar com seus pais sobre questões financeiras e ajudar a organizar o orçamento familiar.

Apesar de ser uma solução de longo prazo por exigir uma mudança estrutural no sistema educacional do país, é uma ideia defendida por outros autores que também percebem nisso a importância para uma sociedade mais desenvolvida e preparada. Além disso, em um momento futuro após a implementação de disciplinas de finanças pessoais nas escolas, pode-se desenvolver estes assuntos para a alfabetização financeira, que é um conceito mais complexo e exigirá maior preparação para que o conteúdo possa ser bem ensinado.

5.2.Recomendações para futuros estudos

O presente estudo teve como objeto de trabalho a relação de apenas um dos componentes da alfabetização financeira com o endividamento da classe C. É interessante se realizar um estudo futuro que englobe as demais composições (conhecimento, atitude, e habilidade financeiras) e analisar seu impacto de forma individual e em conjunto no nível de dívida desta classe.

Além disso, sugere-se que seja feito um estudo mais detalhado dentro da própria classe C, respeitando suas subdivisões em C1 e C2, de acordo com as classificações do critério ABEP, e analisando as possíveis diferenças de resultados em seus respectivos comportamentos financeiros.

Por fim, é também recomendado que se utilize uma amostra com maior representatividade dessa classe social em âmbito nacional, não havendo restrições de apenas um estado, como no presente trabalho limitou-se somente ao estudo do comportamento financeiro do Estado do Rio de Janeiro. Em adição, para se realizar as análises comparativas entre as classes, recomenda-se fazê-la envolvendo uma amostragem maior e de mesmo tamanho em cada grupo social, a fim de encontrar resultados mais consistentes e de mesmo peso.

6 Referências Bibliográficas

ABEP. **Critério brasil**. Disponível em: <<http://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em: 04 jan. 2017.

ANEFAC. **Pesquisa de juros**. Disponível em: <<https://www.anefac.com.br/pesquisajuros.aspx>>. Acesso em: 08 mar. 2017.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Política monetária e operações de crédito do sfm**. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/notecon2-p.asp>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

BLOOMBERG BRASIL BLOG. **Atual cenário econômico e previsões para 2016**. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com.br/blog/atual-cenario-economico-e-previsoes-para-2016/>>. Acesso em: 01 mar. 2017.

BOA VISTA SERVIÇOS. **85% dos consumidores da classe c controlam orçamento e nível de endividamento, revela pesquisa**. Disponível em: <<http://www.boavistaservicos.com.br/noticias/consumidor-positivo/85-dos-consumidores-da-classe-c-controlam-orcamento-e-nivel-de-endividamento-revela-pesquisa/>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

BOA VISTA SERVIÇOS. **Perfil do consumidor inadimplente -1º trimestre 2016**. Disponível em: <<http://www.boavistaservicos.com.br/wp-content/uploads/2016/04/perfil-consumidor-inadimplente-1otrim16.pdf>>. Acesso em: 02 mar. 2017.

BOA VISTA SERVIÇOS. **Pesquisa hábitos do consumidor da classe c**. Disponível em: <<http://www.boavistaservicos.com.br/wp-content/uploads/2015/01/pesquisa-habitos-classe-c-jan15.pdf>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

CARTA CAPITAL. **Como a ascensão da classe c causou uma revolução social**. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/mais-admiradas/como-a-ascensao-da-classe-c-causou-uma-revolucao-social-2482.html>>. Acesso em: 04 jan. 2017.

CNC. **Pesquisa nacional de endividamento e inadimplência do consumidor (peic) - maio 2016**. Disponível em: <<http://cnc.org.br/central-do-conhecimento/pesquisas/economia/pesquisa-nacional-de-endividamento-e-inadimplencia-do-18>>. Acesso em: 18 jan. 2017.

CONSUMIDOR POSITIVO. **Descontrole financeiro representa 1 em cada 4 casos de inadimplência, segundo pesquisa da boa vista scpc**. Disponível em: <<http://www.consumidorpositivo.com.br/sem-categoria/descontrole-financeiro-representa-1-em-cada-4-casos-de-inadimplencia-segundo-pesquisa-da-boavista-scpc/>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

CORDEIRO, Rafaela Almeida; ALMEIDA, Liliane Matias De; FIGUEIREDO, Júlio César Bastos De. **Classe Média Brasileira: Mais Dinheiro e Menos Dívidas, Sonho ou Realidade?. Encontro de Administração Política**, Vitória da Conquista - Bahia, jul. 2013. Disponível em: <<http://www.uesb.br/eventos/encontroadministracaopolitica/artigos/EAP011.pdf>>. Acesso em: 16 mar. 2017.

EBC. **Pesquisa nacional de endividamento e inadimplência do consumidor.** Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/pesquisa-nacional-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor>>. Acesso em: 01 mar. 2017.

FEBRABAN. **Panorama do mercado de crédito.** Disponível em: <https://cmsportal.febraban.org.br/arquivos/documentos/pdf/panorama%20de%20cr%C3%A9dito_dez16.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2017.

G1. **Inflação oficial fecha 2016 em 6,29%, diz ibge.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/inflacao-oficial-fecha-2016-em-629-diz-ibge.ghtml>>. Acesso em: 09 mar. 2017.

G1. **Meio milhão volta ao bolsa família; doria tem aprovação de 44%. jornais de domingo (12).** Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/blog/matheus-leitao/post/meio-milhao-volta-ao-bolsa-familia-doria-tem-aprovacao-de-44-jornais-de-domingo-12.html>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de orçamentos familiares 2008-2009.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/sipd/oitavo_forum/pof_2008_2009.pdf>. Acesso em: 14 fev. 2017.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Análise mostra trajetória do crédito.** Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=29186>. Acesso em: 15 mar. 2017. **ISTO É. Como os brasileiros gastam.** Disponível em: <http://istoe.com.br/195047_como+os+brasileiros+gastam/>. Acesso em: 14 fev. 2017.

MERCADOS E ESTRATÉGIAS. **Brasil: o cenário econômico atual.** Disponível em: <<http://www.mercadoseestrategias.com/news/brasil-o-cenario-economico-atual/>>. Acesso em: 02 mar. 2017.

MORTATTI, ; MIRANDA, ; BACCHI, . Determinantes do comércio Brasil-China de commodities e produtos industriais: uma aplicação VECM. **Economia Aplicada**, Ribeirão Preto, v. 15, n. 2, abr./jun. 2011.

NERI, Marcelo. A Nova Classe Média. **Centro de Políticas Sociais - FGV**, Rio de Janeiro, ago. 2008. Disponível em: <http://www.cps.fgv.br/ibrecps/M3/M3_ANovaClasseMedia_Port_2.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2017.

NERI, Marcelo. A Nova Classe Média: O lado brilhante dos pobres. **Centro de Políticas Sociais - FGV**, Rio de Janeiro, set. 2010. Disponível em: <http://www.cps.fgv.br/ibrecps/ncm2010/NCM_Pesquisa_FORMATADA.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2017.

PERRY, Vanessa G.. Who Is in Control? The Role of Self-Perception, Knowledge, and Income in Explaining Consumer Financial Behavior. **Journal of Consumer Affairs**, George Washington University, v. 39, n. 2, set. 2005. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Vanessa_Perry2/publication/227633409_Who_Is_in_Control_The_Role_of_Self-Perception_Knowledge_and_Income_in_Explaining_Consumer_Financial_Behavior/links/00b4951f12c378dc0c000000/Who-Is-in-Control-The-Role-of-Self-Perception-Knowledge-and-Income-in-Explaining-Consumer-Financial-Behavior.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2017.

POTRICH; VIEIRA; CERETTA . Nível de alfabetização financeira dos estudantes universitários: afinal, o que é relevante?. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, Santa Maria - RS, Brasil, p. 2-21, set./dez. 2013. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/272911929_Nivel_de_alfabetizacao_financeira_dos_estudantes_universitarios_afinal_o_que_e_relevante>. Acesso em: 26 fev. 2017.

POTRICH ; VIEIRA ; KIRCH . Determinants of Financial Literacy: Analysis of the Influence of Socioeconomic and Demographic Variables. **Scielo**, São Paulo, v. 26, n. 69, set./dez. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1519-70772015000300362&script=sci_arttext&tlng=en>. Acesso em: 17 mar. 2017.

REUTERS. **Mercado de crédito no brasil deve crescer 2% em 2017, após recuar 3% em 2016, diz bc.** Disponível em: <<http://br.reuters.com/article/domesticnews/idbrkbn14c1nk>>. Acesso em: 09 mar. 2017.

RIBEIRO, C. D. A. et al. FINANÇAS PESSOAIS: ANÁLISE DOS GASTOS E DA PROPENSÃO AO ENDIVIDAMENTO EM ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO. **UFRGS Lume Repositório**, Porto Alegre, out. 2009. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/44299>>. Acesso em: 22 mar. 2017.

ROQUE, . Como funciona o mercado de cartões de crédito e por que seus juros são os maiores de todos. **Mises Brasil**, [S.L], dez. 2016.

SANTANA, A. et al. QUER COMPRAR O QUÊ? AGORA COM O CARTÃO DE CRÉDITO A CLASSE C PODE!. **Revistas PUC-SP**, São Paulo, v. 6, n. 1, jan./dez. 2012. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/16948/12570>>. Acesso em: 23 mar. 2017. SERASA EXPERIAN. **Serasa e data popular revelam faces da classe média.** Disponível em: <<http://noticias.serasaexperian.com.br/blog/2014/02/18/dados-ineditos-da-serasa-experian-e-data-popular-revelam-faces-da-classe-media-que-movimentam-58-do-credito-e-injeta-r-1-trilhao-na-economia/>>. Acesso em: 04 jan. 2017.

SCIRÉ, Claudia. Financeirização da pobreza: Crédito e endividamento no âmbito das práticas populares de consumo. **Teoria e Pesquisa**, [S.L], jul. 2014. Disponível em: <<http://www.teoriaepesquisa.ufscar.br/index.php/tp/article/viewFile/244/182>>. Acesso em: 16 mar. 2017.

SILVA, Maria Zênia Tavares Da; DUQUE-ARRAZOLA, Laura Susana; FRANÇA, Marília De Andrade. BENS DE CONSUMO DOMÉSTICO EM FAMÍLIAS DE MORADIAS POPULARES. **Sociedade Brasileira de Sociologia**, Curitiba, jul. 2011. Disponível em: <http://www.sbsociologia.com.br/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=2500&Itemid=170>. Acesso em: 16 mar. 2017.

SPC BRASIL. **42% dos inadimplentes não sabem ao certo o número de parcelas que têm a pagar, mostra spc brasil e cndi.** Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/1983>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

SPC BRASIL. **79% dos consumidores não sabem ao certo o que é estar endividado, diz spc brasil.** Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/1191>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

SPC BRASIL. **Impacto da crise econômica na gestão das finanças pessoais do brasileiro.** Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/analise_educacao_financeira>

_impacto_da_crise.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2017.

SPC BRASIL. **Novo indicador de reserva financeira mostra que 62% dos brasileiros não guardam dinheiro, diz spc brasil e cndi**. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/indice/2546?utm_campaign=&utm_content=spc+brasil+%281%29&utm_medium=email&utm_source=emailmarketing&utm_term=imprensa%3a+desempregado+-+finan%c3%a7as+e+consumo>. Acesso em: 22 mar. 2017.

SPC BRASIL. **Uso do cartão de crédito**. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/analise_cartao_de_credito.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2017.

THE WORLD BANK. **Brasil**. Disponível em: <<http://data.worldbank.org/country/brazil?locale=pt>>. Acesso em: 01 mar. 2017.

VALOR ECONÔMICO. **Desemprego é principal motivo da inadimplência no país, diz pesquisa**. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/4184800/desemprego-e-principal-motivo-da-inadimplencia-no-pais-diz-pesquisa>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

VALOR ECONÔMICO. **Juros e conservadorismo intelectual**. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/cultura/4834784/juros-e-conservadorismo-intelectual>>. Acesso em: 08 mar. 2017.

VALOR ECONÔMICO. **Planejamento é fundamental para quem está endividado**. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/financas/consultorio-financeiro/4793875/planejamento-e-fundamental-para-quem-esta-endividado>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

VALOR ECONÔMICO. **Taxa de desemprego vai a 11,8% no 3º tri, aponta ibge**. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/4757753/taxa-de-desemprego-vai-118-no-3-trimestre-aponta-ibge>>. Acesso em: 01 mar. 2017.

YACCOUB. A chamada "nova classe média": cultura material, inclusão e distinção social. **Horizonte Antropológico**, Porto Alegre, v. 17, n. 36, jul./dez. 2011.

ZERRENNER, Sabrina Arruda. Estudo sobre as razões para o endividamento da população de baixa renda. **Teses USP**, São Paulo, ago. 2007. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-13112007-120236/en.php>>. Acesso em: 16 mar. 2017. ÉPOCA. **Todas as contas da classe c**. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/vida/noticia/2014/07/todas-bcontas-da-classe-cb.html>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

7Anexo 1

Questionário - Comportamento Financeiro

Prezado respondente, sou uma aluna da PUC-Rio trabalhando em um projeto sobre dívidas de um determinado grupo social e utilizo este questionário para reunir dados de comportamentos financeiros, como gestão financeira, uso de crédito, investimento e poupança e consumo planejado, para relacioná-los ao nível de endividamento.

As respostas são anônimas.

Qual a sua renda domiciliar mensal? *

Menor que R\$ 1.625

Entre R\$ 1.625 e R\$ 4.850

Entre R\$ 4.850 e R\$ 9.250

Maior que R\$ 9.250

Qual o seu sexo? *

Masculino

Feminino

Prefiro não dizer

Gestão Financeira

1. Preocupo-me em gerenciar da melhor forma meu dinheiro? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

2. Anoto e controlo os meus gastos pessoais (ex.: anotações de entradas e saídas mensais)? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

3. Planejo metas financeiras de longo prazo que impactam na administração de minhas finanças (ex.: poupar uma quantia “X” em 1 ano)?*

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

4. Sigo um orçamento ou plano de gastos semanal ou mensal? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

5. Fico mais de um mês sem fazer o balanço dos meus gastos? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

6. Estou satisfeito (a) com o sistema de controle de minhas finanças?*

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

7. Pago minhas contas sem atraso? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

Utilização de Crédito

8. Consigo identificar os custos que pago ao comprar um produto a crédito? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

9. Tenho utilizado cartões de crédito e cheque especial por não possuir dinheiro disponível para as despesas? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

10. Ao comprar a prazo, comparo as opções de crédito disponíveis? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

11. Comprometo mais de 10% da minha renda mensal com compras a crédito (exceto financiamento de imóvel e carro)? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

12. Pago o(s) meu(s) cartão (ões) de crédito na data de vencimento para evitar a cobrança de juros? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

Não tenho cartão de crédito

13. Confiro a fatura dos cartões de crédito para averiguar possíveis erros e cobranças indevidas? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

Não tenho cartão de crédito

Investimento e Poupança

14. Poupo mensalmente? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

15. Poupo visando à compra de um produto mais caro (ex.: carro)? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

16. Possuo uma reserva financeira maior ou igual a 3 vezes a minha renda mensal, que possa ser usada em casos inesperados (ex.:desemprego)? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

Consumo Planejado

17. Comparo preços ao fazer uma compra? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

18. Analiso minhas finanças com profundidade antes de fazer alguma grande compra? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

19. Compro por impulso? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca

20. Prefiro comprar um produto financiado a juntar dinheiro para comprá-lo à vista? *

Sempre

Quase sempre

Às vezes

Quase nunca

Nunca