



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO**

**Finanças Pessoais:  
Um estudo com acadêmicos da PUC-Rio**

**Leonardo Pereira Xavier**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS**  
**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**  
Graduação em Administração de Empresas

Rio de Janeiro, Junho de 2017.



**Leonardo Pereira Xavier**

**Finanças Pessoais:**

**Um estudo com acadêmicos da PUC-Rio**

**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.

Orientador: Antonio Carlos Figueiredo Pinto

Rio de Janeiro

Junho de 2017.

Seu lugar no futuro depende das suas escolhas de hoje. Portanto, cuida da sua educação financeira.  
José Pio Martins

## Resumo

Xavier, Leonardo Pereira. Finanças Pessoais: um estudo com acadêmicos da PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2017. 53 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O tema da pesquisa é finanças pessoais. Na revisão de literatura, aborda o comportamento de consumo e o processo de decisão de compra, o fenômeno da financeirização da economia e seus impactos, além de investigar possíveis razões que expliquem a dificuldade em lidar com o dinheiro e as finanças. Ainda na revisão de literatura são analisados os temas educação financeira e planejamento financeiro individual. Apresenta estudo empírico sobre finanças pessoais, realizado por meio de pesquisa de campo com 50 jovens acadêmicos da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Conclui que alguns resultados desse estudo são positivos, mas que outros indicam que a maioria dos participantes não demonstra ter conhecimento efetivo sobre educação financeira e planejamento financeiro.

Palavras-chave: Finanças pessoais, educação financeira, planejamento financeiro pessoal.

## Abstract

Xavier, Leonardo Pereira. Personal Finances: a study with academics from PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2017. 53 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The research theme is personal finance. In the literature review, it addresses consumer behavior and the purchasing decision process, the phenomenon of financialization of the economy and its impacts, as well as investigating possible reasons that explain the difficulty in dealing with money and finances. Also in the literature review are analyzed the topics financial education and individual financial planning. It presents an empirical study on personal finances, conducted through field research with 50 young academics from Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. It concludes that some results of this study are positive but others indicate that most participants do not demonstrate effective knowledge about financial education and financial planning.

Key-words: personal finance, financial education, personal financial planning.

## 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	2
1.3. Objetivos intermediários do estudo	2
1.4. Delimitação e foco do estudo	2
1.5. Justificativa e relevância do estudo	3
2 Revisão de literatura	4
2.1. Comportamento de consumo e o processo de decisão de compra	4
2.2. A financeirização da economia	7
2.2.1. Impactos do processo de financeirização	9
2.3. Por que é difícil lidar com o dinheiro e as finanças?	13
2.4. Educação financeira	16
2.4.1. Educação financeira no mundo e no Brasil	18
2.5. Planejamento financeiro	22
3 Métodos e procedimentos de coleta e de análise de dados do estudo	26
3.1. Método de pesquisa utilizado	26
3.2. Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo	26
3.3. Tratamento e análise dos dados coletados para o estudo	27
3.4. Limitações do estudo	27
4 Apresentação e análise dos resultados	28
4.1. Dados gerais dos participantes	28
4.2. Resultados e análise	29
5 Conclusões e recomendações para novos estudos	42
6 Referências Bibliográficas	44

Anexo 1	47
---------	----

## Lista de Figuras

Figura 1: Fatores que influenciam o comportamento do consumidor.....	5
Figura 2: Percentual de homens e mulheres que participaram da pesquisa .....	28
Figura 3: Percentual dos que trabalham e dos que não trabalham.....	29
Figura 4: Como os participantes se consideram em relação ao consumo .....	29
Figura 5: Forma preferencial de pagamento.....	32
Figura 6: Como o participante paga suas compras.....	33
Figura 7: Como o participante resolve uma emergência financeira .....	34
Figura 8: Situação financeira atual do participante .....	37
Figura 9: Preocupação com o futuro (aposentadoria e renda).....	37
Figura 10: Possui planejamento financeiro? .....	38
Figura 11: Como é feito o planejamento financeiro.....	39
Figura 12: Busca informações sobre educação financeira e finanças pessoais.	40

## Lista de Tabelas

Tabela 1: Impactos do processo de financeirização sobre a economia .....	9
Tabela 2: Impactos do processo de financeirização sobre as empresas .....	10
Tabela 3: Recomendações e princípios da OCDE sobre educação financeira ..	17
Tabela 4: Fatores importantes na decisão de compra dos participantes da pesquisa.....	30

# 1 O tema e o problema de estudo

## 1.1. Introdução ao tema e ao problema do estudo

A maioria dos estudos sobre globalização destaca a sua dimensão financeira entendendo ser ela a origem da hegemonia financeira sobre todos os setores produtivos da economia, situação que refletiria a centralidade e a abrangência dos fenômenos financeiros na atualidade.

De acordo com esses estudos, o fenômeno da financeirização, principal característica do capitalismo contemporâneo, o capitalismo conduzido pelas finanças, é um processo irreversível e que atinge a sociedade como um todo. Nessa condição, impacta a economia e os agentes produtivos, empresas, famílias e indivíduos, tornando estes últimos participantes da configuração financeira global, ainda que em graus e intensidades variáveis. (HARO, 2012).

Para as pessoas, a financeirização da economia afeta significativamente tanto o modo de obtenção de dinheiro quanto a forma pela qual os ativos financeiros são administrados. (BROCHIER, 2012). O fenômeno tem impactos negativos, principalmente quanto ao comportamento de consumo, que se torna mais volátil, pondo em risco o orçamento doméstico. Ou seja, ao crescimento dos gastos corresponderia o aumento do endividamento, uma vez que a renda disponível não é suficiente para pagar aquilo que é consumido. (HARO, 2012).

Este é o caso de boa parte dos indivíduos que compõem a população brasileira. Pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), realizada junto a brasileiros de todas as capitais, com idade igual ou superior a 18 anos, de ambos os sexos e de todas as classes sociais, indica:

1. Que metade dos brasileiros tem dificuldade em lidar com as finanças pessoais e compatibilizar ganhos e gastos mensais seja qual for a faixa de renda;
2. Que metade dos brasileiros ainda não possui atitude compatível com um comportamento adequado em relação ao uso do dinheiro, embora isso seja essencial para manter o orçamento pessoal e familiar; e

3. Que esse contingente populacional não tem controle sobre suas finanças pessoais. Apesar de entender a importância de um comportamento que garanta uma vida financeira saudável, essa parcela de brasileiros nem sempre coloca em prática esse comportamento. (SPC/CNDL, 2017).

Esta pesquisa aborda assuntos e aspectos relacionados ao tema das finanças pessoais. As considerações apresentadas levam ao seguinte problema: qual a percepção dos jovens brasileiros sobre finanças pessoais?

## **1.2. Objetivo do estudo**

O principal objetivo do estudo é conhecer o que pensa um grupo de jovens estudantes da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro sobre finanças pessoais, de que maneira eles lidam com o seu próprio dinheiro, se gerem suas finanças e, em caso positivo, como.

## **1.3. Objetivos intermediários do estudo**

Os objetivos intermediários da pesquisa são: a) analisar o fenômeno da financeirização da economia no qual consiste no aumento da complexidade financeira do dia a dia (como novas modalidades de investimentos, modalidades de adesão à crédito, entre outros) e seus impactos, especialmente sobre indivíduos e famílias; b) refletir sobre o comportamento de consumo na atualidade e o uso do dinheiro; e c) reunir conhecimentos sobre educação financeira, que levam à administração e ao planejamento financeiro individual.

## **1.4. Delimitação e foco do estudo**

O gerenciamento das finanças pessoais é um assunto debatido em todos os países ocidentais em decorrência do desenvolvimento dos mercados financeiros: mudanças tecnológicas, regulatórias e econômicas elevaram a complexidade dos serviços financeiros. (SAVOIA et al., 2007). Apesar disso, a pesquisa delimita-se à análise do tema no contexto brasileiro, que revela a dificuldade da população em lidar com o dinheiro e a ausência de administração e planejamento das finanças pessoais, vide a ocorrência do consumo por impulso. O recorte da pesquisa diz respeito à percepção de um grupo de jovens estudantes da PUC-Rio sobre o assunto.

### **1.5. Justificativa e relevância do estudo**

A pesquisa se justifica porque, em âmbito nacional, o tema suscita maior reflexão frente aos resultados da pesquisa já mencionada, desenvolvida recentemente pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) no ano de 2016.

A relevância do estudo se expressa no fato de pelo menos 40 milhões de jovens brasileiros serem consumidores ativos. Pesquisa desenvolvida pelas mesmas instituições citadas revelou que três em cada dez jovens brasileiros de 18 a 30 anos não fazem controle sistemático financeiro, informação que reforça a percepção de que entre nós os jovens têm dificuldade no uso do dinheiro, impactando o consumo, e de que, em função de não serem educados financeiramente, também não se planejam financeiramente. (SPC/CNDL, 2016).

Apesar de merecerem atenção especial no mundo das finanças pessoais, os jovens cometem erros financeiros devido à extrema vulnerabilidade financeira a que estão submetidos: eles são diariamente bombardeados por publicidade e tentativas diversas de persuasão; têm o consumismo aflorado com maior agressividade; demonstram certa fragilidade no que diz respeito à renda, uma vez que em geral têm dificuldade em fazer parte da força de trabalho; e formam um público que historicamente e na maior parte do mundo não liga para educação financeira e gestão das finanças pessoais, tendendo a subestimar riscos e a tomar decisões mais baseadas na paixão do que na razão. (MASSARO, 2017).

## **2 Revisão de literatura**

Este capítulo analisa de um ponto de vista teórico assuntos que se relacionam ao tema central da pesquisa. São abordados o comportamento de consumo e o processo de decisão de compra. Aborda-se também a financeirização da economia e seus impactos sobre o consumo e as finanças de indivíduos e famílias. Finaliza-se com a análise da educação financeira e do planejamento financeiro, que podem mitigar a dificuldade de lidar com as finanças, bem como transformar a relação com o dinheiro numa relação responsável. A abordagem é relevante, pois serve como ponto de partida para a investigação empírica realizada no capítulo 3.

### **2.1. Comportamento de consumo e o processo de decisão de compra**

Consumo é o ato ou efeito de consumir. Corresponde ao conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. (CANCLINI, 2010). No entanto, esta é uma atividade complexa, razão pela qual tem sido estudada por vários autores, principalmente da área de marketing, que buscam compreender o comportamento do consumidor e o processo de decisão de compra.

Mowen e Minor (2003) definem comportamento do consumidor como o estudo das unidades compradoras e dos processos de troca envolvidos na aquisição, no consumo e na disposição de mercadorias, serviços, experiências e ideias, atividades que incluem os processos decisórios que antecedem e sucedem essas ações.

Já para Schiffman e Kanuk (2009, p. 46), comportamento do consumidor é o comportamento que os consumidores apresentam “na procura, na compra, na utilização, na avaliação e na destinação dos produtos e serviços que eles esperam que atendam a suas necessidades”. Relaciona-se a como os indivíduos tomam decisões de gastar seus recursos disponíveis (tempo, dinheiro, esforço) em itens relacionados ao consumo.

O comportamento do consumidor é influenciado por diferentes fatores. Segundo Kotler e Armstrong (2008), fatores culturais, sociais, pessoais e

psicológicos são determinantes nesse sentido, bem como os elementos que compõem cada um deles, conforme a Figura 1.

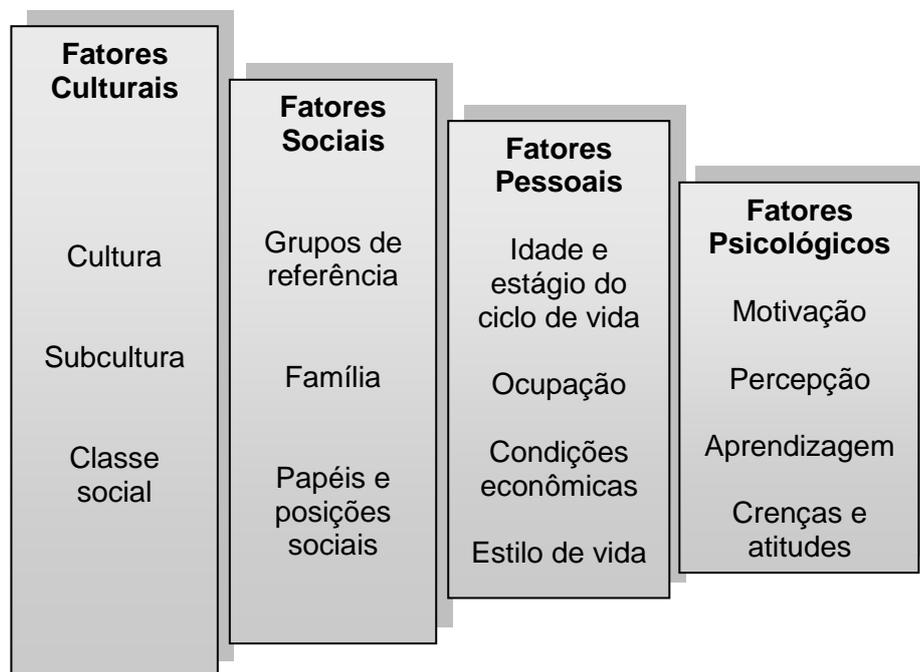


Figura 1: Fatores que influenciam o comportamento do consumidor

Fonte: Kotler e Armstrong (2008).

Segundo Kotler e Armstrong (2008), os fatores culturais são os que mais influenciam o comportamento do consumidor. A cultura (valores, preferências, percepções e atitudes) tem grande importância nas necessidades e no comportamento do indivíduo. Em toda cultura existem subculturas que são formadas por grupos de pessoas que compartilham os mesmos sistemas de valor “com base em situações e experiências de vida em comum”. (KOTLER e ARMSTRONG, 2008, p. 120). Elas podem expressar-se através de nacionalidades, regiões geográficas, religiões, grupos raciais etc., e influenciam o comportamento do consumidor, tanto quanto a classe social a que ele pertence.

Os fatores sociais incluem influências de grupos de referência (por exemplo, amigos, vizinhos e colegas de trabalho); da família, maior variável do comportamento de consumo do indivíduo, e dos papéis e posições sociais por ele assumidos, por exemplo, na sua profissão ou em relação aos produtos e marcas que consome. (KOTLER e ARMSTRONG, 2008).

Outra influência no comportamento de consumo diz respeito aos fatores pessoais, que correspondem à situação particular do consumidor. Incluem-se

nesse contexto a idade e fase da vida, a ocupação, a condição econômica, padrão de vida, personalidade (características psicológicas que distinguem uma pessoa da outra) e autoconceito (imagem que o indivíduo possui sobre si mesmo, principalmente em relação ao que ele possui). (KOTLER e ARMSTRONG, 2008).

Fatores psicológicos também se associam ao comportamento de consumo. Eles incluem motivação, percepção (pela qual o indivíduo seleciona, organiza e interpreta informações recebidas), aprendizagem com experiências passadas e crenças e atitudes em relação a alguma coisa e a avaliações, sentimentos e tendências em relação a um objeto ou ideia. (KOTLER e ARMSTRONG, 2008).

As definições de comportamento do consumidor mencionadas associam-no ao processo de decisão de compra, que, em resumo, envolve a escolha de uma opção entre duas ou mais alternativas disponíveis. (SCHIFFMAN e KANUK, 2009). No entanto, esse processo também não é simples como possa parecer: o consumidor passa por diversas etapas antes da compra.

Vários autores propõem modelos de decisão de compra. Destaca-se aqui o modelo desenvolvido por Blackwell, Miniard e Engel (2005), composto por sete etapas (reconhecimento de um problema ou de uma necessidade; busca de informações sobre o produto ou serviço; avaliação pré-compra; compra; consumo; avaliação pós-consumo; e descarte), por ser uma referência nos estudos sobre o tema.

O reconhecimento de uma necessidade ou de um problema é a fase em que o consumidor percebe que falta um produto ou serviço na sua condição atual em relação ao que ele considera ideal. Na sequência, o consumidor busca informações sobre este produto ou serviço. (BLACKWELL, MINIARD e ENGEL, 2005). Essa busca pode ocorrer interna e externamente. Na busca interna, o consumidor procura na sua memória, em experiências passadas, informações que possam auxiliá-lo na tomada de decisão. Na busca externa ele procura essas informações com familiares, amigos ou pessoas próximas e ainda indicações do mercado e em propagandas e anúncios. (BLACKWELL, MINIARD e ENGEL, 2005).

Na avaliação pré-compra o consumidor busca respostas para perguntas do tipo 'quais são as minhas opções?' e 'qual a melhor delas?'. Nessa etapa ele avalia e seleciona alternativas que atendam à sua necessidade, com base na sua própria experiência ou em avaliações externas. A quarta etapa corresponde à compra, que é a efetivação da escolha dentre as alternativas. A compra pode ser inicial (compra de primeira vez), repetida (de segunda ou mais vezes) e ser

uma compra por impulso, motivada pela espontaneidade, pelo poder econômico, compulsão ou mesmo descaso com as consequências da aquisição. (BLACKWELL, MINIARD e ENGEL, 2005).

O consumo é a quinta etapa do processo de decisão de compra proposto por Blackwell, Miniard e Engel (2005). Caracteriza-se pelo uso do produto adquirido. Nessa fase o consumidor faz o seu julgamento sobre a compra, concluindo sobre aspectos positivos e negativos, avaliando se foi ou não compensatória. Na sexta etapa o consumidor faz a avaliação pós-consumo, exprimindo satisfação ou insatisfação com o que foi adquirido, processo que ocorre na comparação com as suas expectativas. Esta avaliação pode influenciar futuras decisões. Finalmente na sétima etapa ocorre o descarte, que é o despojamento do produto ou de partes dele seja por meio de reciclagem ou revenda. Segundo Blackwell, Miniard e Engel (2005), o descarte é importante atualmente por causa dos impactos dos produtos sobre o meio ambiente.

## **2.2. A financeirização da economia**

Nas últimas décadas do século XX o sistema financeiro passou por intensas transformações, caracterizando-se basicamente pela desregulamentação dos mercados e liberalização dos fluxos de capitais. Essas mudanças permitiram que o capital transitasse com maior liberdade entre os países, com a adoção de novos instrumentos financeiros e as facilidades proporcionadas pelos avanços das telecomunicações e da informática. Esta multiplicidade de fenômenos ficaria conhecida como globalização, que, apesar de ter redefinido diferentes dimensões da vida em sociedade, foi associada pela literatura à esfera econômico-financeira. (MINELLA, 2003).

Segundo Minella (2003), a essência da globalização está na elevada transferência de excedentes para a órbita financeira. A hegemonia financeira resultante da globalização tem suas bases em quatro fontes: 1) na universalidade do capital como recurso; 2) no papel único do capital como mercadoria, pois, diferentemente de outros recursos negociados pelas empresas, o capital financeiro é trocado por ele mesmo; 3) no fato de empresas não financeiras e governos buscarem capital principalmente nos bancos, que coordenam suas atividades; e 4) na urgência de relacionamento, pois sem capital as empresas podem falir. (MINELLA, 2003).

O quadro mais amplo onde se inscrevem todas as transformações especialmente ocorridas na década de 1990 corresponderia à fase atual do

capitalismo, um capitalismo conduzido pelas finanças. Há autores inclusive que, associando a globalização à esfera financeira, denominam essa fase do capitalismo de financeirização global da riqueza ou financeirização da economia. (MINELLA, 2003).<sup>1</sup>

O conceito de financeirização – *financialization*, em inglês – é relativamente recente na literatura econômica internacional. As primeiras análises que o utilizaram apareceram nos anos 1990, justamente coincidindo com as primeiras análises sobre globalização. (BRUNO, 2011).

De maneira geral, o processo de financeirização é entendido como a interposição das finanças nos diferentes aspectos e setores da economia, influenciando e moldando as decisões dos agentes econômicos, mesmo daqueles que não estão diretamente ligados ao âmbito financeiro. (BROCHIER, 2012). Ou seja, a característica central da financeirização seria a influência crescente do setor financeiro sobre todos os demais setores da economia – a hegemonia financeira impõe sua própria dinâmica, subordinando todos os demais movimentos à sua lógica de acumulação. (LACERDA, 2002). É como se as finanças passassem a definir, ao menos em parte, o processo de produção, as tomadas de decisão dos agentes econômicos e até mesmo as políticas macroeconômicas. (BROCHIER, 2012).

Segundo Bruno (2011), a financeirização:

Manifesta-se pela vigência de um padrão de funcionamento das economias onde a acumulação de riquezas desenvolve-se, de forma preponderante, por canais financeiros, e não através das atividades diretamente produtivas (indústria, comércio e agricultura). (BRUNO, 2011, p. 1).

Tal perspectiva é ratificada por outros autores. Lacerda (2002), por exemplo, afirma que um dos fatos marcantes da década de 90 foi a percepção de que os ativos financeiros adquiriram uma expressão sem precedentes na história do capitalismo mundial. O crescimento significativo da participação dos haveres financeiros na composição da riqueza privada, inclusive nos ativos das famílias, seria uma evidência dessa expressão. Corazza (2005), por sua vez,

---

<sup>1</sup> O capitalismo é definido como o sistema de organização da economia que pressupõe tanto a existência de proprietários individuais dos meios de produção quanto a de trabalhadores emancipados. (CATANI, A.F. **O que é Capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 2008).

também identifica que com a globalização os fenômenos financeiros assumiram centralidade, abrangência e profundidade na virada do século XXI.

Para a maioria dos autores, a financeirização da economia é um processo irreversível devido à natureza do próprio capital, que possui caráter expansivo, à sua lógica financeira e fictícia de valorização e à sua capacidade de articulação e domínio sobre as demais formas de capital. (CORAZZA, 2005). Por conta disso, o processo produz impactos, em geral considerados negativos como se verá a seguir.

### 2.2.1. Impactos do processo de financeirização

O processo de financeirização impacta negativamente a economia, as empresas e também indivíduos e famílias. Os dois primeiros são brevemente mencionados, enfatizando-se mais os impactos sobre indivíduos e famílias no interesse da pesquisa.

São vários os impactos da financeirização sobre a economia, que podem afetar negativamente o seu desempenho. A Tabela 1 resume os principais impactos de acordo com a literatura.

Tabela 1: Impactos do processo de financeirização sobre a economia

Valorização financeira superior ao crescimento do produto real
Acúmulo de um volume crescente de riqueza monetária e financeira
Crescimento da renda das elites que compõem o setor financeiro e consequente desigualdade na riqueza
Desenvolvimento internacional do modelo bancário 'originar para distribuir', <i>originate to distribute model</i> , de concessão de crédito bancário, que aumenta a quantidade de empréstimos, mas, por outro lado, repassa os riscos de insolvência para o mercado
Proliferação de inovações financeiras que expandem a base de empréstimos dos bancos
Emergência de investidores institucionais como <i>players</i> do mercado financeiro
Oportunidades de ganhos especulativos
Expansão (e retração) dos mercados de ativos
Ciclo de valorização e desvalorização dos ativos financeiros comandando o ciclo econômico real
Riscos mais elevados de fragilidade financeira em nível mundial
Maior frequência de crises – estudos têm demonstrado que o aprofundamento do processo de financeirização aumenta a frequência de crises financeiras e bancárias, impedindo as economias de alcançarem trajetórias sustentáveis de crescimento com distribuição equitativa de renda. Como as crises financeiras se tornaram autônomas elas passaram a ser elas mesmas as causas das crises econômicas reais

Fonte: Brochier (2012); Bruno (2011); Corazza (2005).

A literatura também destaca impactos da financenrização sobre as empresas, agentes mais influentes do processo produtivo, diante de um mercado global cada vez mais competitivo. A Tabela 2 apresenta alguns desses impactos.

Tabela 2: Impactos do processo de financeirização sobre as empresas

Desvalorização de produtos frente à supervalorização dos ativos financeiros. A finalidade do capital dinheiro não é a produção de mercadorias. A produção é apenas um meio de valorizar e ampliar o capital na forma de dinheiro
Ultrapassagem com amplitude do valor dos ativos financeiros sobre o valor real da produção empresarial
Forte influência do capital sobre o nível e a direção dos investimentos produtivos e sobre a participação no lucro das empresas
Predomínio de investidores institucionais nas finanças das empresas em função do regime de 'crescimento patrimonial' inerente à financeirização
Produção sob intensa pressão, pois a financeirização repercute no comportamento do mercado, tornando-o turbulento e instável
Acirramento crescente da competição e da concorrência em escala mundial
Intensificação da rivalidade entre concorrentes exigindo a adoção de um novo padrão concorrencial em nível internacional
Competitividade como um atributo dos mais valorizados pelas empresas e prioritário no delineamento de suas políticas e estratégias
Supremacia da dimensão financeira sobre a dimensão produtiva nas empresas, evidenciada pelo fato de a cada 100 dólares que hoje circulam pelo mundo 98 pertencerem ao sistema financeiro e apenas dois serem retidos pela economia produtiva
Domínio do "capital portador de juros" (ou a "forma moderna do capital dinheiro") sobre a organização e sobre a lógica de funcionamento das empresas
Endividamento das empresas

Fonte: Corazza (2005); Lacerda (2002); Haro (2012).

Além dessas dimensões, o processo de financeirização impacta fortemente indivíduos e famílias, pois o cidadão comum, com graus e intensidades variáveis, tem sido convertido em mais um participante na configuração financeira global, embora como protagonista mais discreto. (HARO, 2012).

A financeirização afeta os indivíduos e famílias tanto no modo de obter dinheiro (de outra fonte que não seja a renda corrente) quanto na forma pela qual os ativos financeiros são administrados. (BROCHIER, 2012). As evidências disso ocorrem em algumas situações cotidianas, por exemplo, no caso de hipotecas, no uso de cartões de crédito, poupança, *leasing* e os empréstimos para consumo. (HARO, 2012).

As atitudes de indivíduos e famílias se modificam, sobretudo, quanto ao comportamento de consumo. Segundo Brochier (2012), é notável a forma como os fatores que influenciam o consumo são alterados sob a perspectiva da

financeirização da economia, verificando-se uma crescente separação entre a capacidade de gastos de indivíduos e famílias e a sua renda corrente e disponível, num contexto em que os instrumentos financeiros se baseiam no binômio consumo/endividamento ou endividamento/consumo.

Autores como Brochier (2012) e Haro (2012) consideram que um dos pontos cruciais nesse sentido, e aspecto fundamental da financeirização, são a expansão do mercado de crédito e a facilidade de crédito. Segundo Sciré (2011), os bancos buscaram estratégias para aumentar seus resultados financeiros e optaram pelo mercado de crédito como eixo norteador da mudança. Foi assim que, no Brasil, assistiu-se (a partir de meados dos anos 90) a um aumento da oferta de produtos financeiros, sobretudo aos mais pobres, como contas-poupança e contas simplificadas. Esse movimento gerou novas formas de concessão de crédito e então os empréstimos puderam se expandir.

As administradoras de cartões de crédito, por sua vez, também ampliaram a sua clientela, não só devido ao aumento de contas bancárias, mas também à estratégia de incorporar certas faixas da população como forma de expansão de suas bandeiras. O fenômeno da emergência dos cartões requalificou o consumo popular, inserindo a financeirização nas dinâmicas cotidianas. Ao possibilitarem aos seus possuidores dispor da existência de um valor fictício a mais todo mês, o limite de crédito destes cartões acabou se tornando incluso em parte do orçamento doméstico em si, significando que as famílias passaram a calcular seus orçamentos contando com esta renda a mais. (SCIRÉ, 2011).

Daí a enorme proliferação destes artefatos, pois constituem, para muitos, a forma mais rápida e segura de contar com um dinheiro extra em momentos de necessidade. Estes elementos, dentre outros, tornam os cartões objetos quase que indispensáveis. Sem ele, fecha-se uma série de possibilidades, pois a partir do momento que se conta apenas com a renda bruta mensal, qualquer possibilidade de ousar e gastar um pouco mais do que se tem, torna-se praticamente impossível. (SCIRÉ, 2011, p. 73).

Para a consolidação desse processo também contribuiu a associação das redes de varejo aos bancos, esquema que garantiu o fortalecimento das operações de concessão de crédito aos consumidores, sem comprometer os lucros dos varejistas e proporcionando vantagens aos bancos. (SCIRÉ, 2011).

A dinâmica do consumo com cartões de crédito é diferente da dinâmica do consumo em dinheiro, pois o dinheiro vivo inibe os gastos, você está vendo

quanto está gastando. Nesse sentido, é curioso notar que temos a tendência a segurar quantias maiores na carteira. Assim, por exemplo, entre uma nota de R\$100,00 e dez notas de R\$10,00 em geral acaba-se preferindo gastar as notas menores, pois se tem a impressão de que se está usando pouco dinheiro, embora a quantia total seja a mesma. (FERREIRA, apud SILVEIRA, 2012).

Não que o acesso ao crédito propriamente dito seja um problema. Problema é a confiança demasiada no crédito por parte do consumidor, que leva ao endividamento. Hoje, o acesso ao endividamento pelo consumidor tornou-se o meio principal que ele tem de facilitar seus gastos. Com isso, o comportamento de consumo deixou de ser relativamente estável; as decisões de consumo se tornaram mais voláteis, pondo em risco o orçamento doméstico. (BROCHIER, 2012).

Em outras palavras, a financeirização permitiu que o crescimento dos gastos se descolasse do crescimento da renda disponível, aumentando a capacidade de endividamento de um grupo cada vez maior de consumidores. O consumo financeirizado, alimentado por condições de crédito favoráveis, devido “[...] às estratégias predatórias das instituições financeiras para manter sua lucratividade”, retroalimenta o capitalismo dominado pelas finanças. (BROCHIER, 2012, p. 17).

Este quadro é particularmente sensível no Brasil. Segundo a “Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor”, da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, em 2016, o endividamento das famílias aumentou em relação a 2015, atingindo 58,2%, mesmo com altas taxas de juros, elevado custo do crédito, instabilidade no mercado de trabalho e retração do consumo. (OLIVEIRA, 2016). Em janeiro deste ano (2017), o endividamento sofreu ligeira queda, atingindo 55,6%. (BORGES, 2017).

Esses dados, apesar de oferecerem uma ideia sobre o endividamento no processo de financeirização, não dão conta do número dificilmente quantificável de indivíduos envolvidos neste processo. (HARO, 2012).

A chegada da financeirização parece ter alterado em grande medida o gerenciamento do orçamento doméstico e as formas de lidar com a renda. Se antes a gestão da renda era baseada no esquema poupança/crédito/consumo – onde a poupança era o elemento estruturador da relação – atualmente parece estar-se diante de um outro esquema, crédito/consumo/endividamento contínuo. (SCIRÉ, 2011).

### **2.3. Por que é difícil lidar com o dinheiro e as finanças?**

Segundo Noel (2016), estudos sugerem que o brasileiro não possui uma relação sustentável com o dinheiro. Geralmente suas decisões de consumo e investimento são determinadas mais pelas respostas a desejos e menos por decisões racionais que levem a um planejamento financeiro de longo prazo. Essa realidade não deve ser associada apenas à baixa escolaridade média da população do país. Mais do que um eventual conhecimento parcial sobre o tema, existiria também entre nós uma dificuldade cultural de lidar com o dinheiro e as finanças pessoais, obstruindo colocar em prática a tarefa de preparar-se para o futuro. (NOEL, 2016).

Este viés cultural também é compartilhado por Sousa e Torralvo (2004), para quem esta dificuldade associa-se à própria história política e econômica do Brasil. Eles argumentam que desde o período colonial a população foi subjugada a interesses de minorias oligárquicas e elites, sempre beneficiadas em detrimento da maioria dos indivíduos. Durante o século XX, o país foi alvo de golpes de Estado, resultando novamente na condução da política em função de interesses minoritários, e, apesar da posterior redemocratização, a sociedade esteve representada por entidades que buscaram influenciar as decisões dos políticos em prol dos grupos que representavam (os lobistas). Ou seja, à margem do processo político, o povo não teria tido a chance de se capacitar para lidar com suas finanças.

Os acontecimentos na área econômica contribuíram para aprofundar esse processo. (SOUSA e TORRALVO, 2004). A inflação corroeu os salários e o valor das mercadorias. O surgimento de diversas moedas não garantiu o controle da inflação. Essas instabilidades políticas e econômicas fizeram com que a população em geral não adquirisse a cultura da poupança, principalmente diante dos longos períodos de hiperinflação, em que se preferiu não economizar para minimizar as perdas em função da desvalorização real da moeda. (SOUSA e TORRALVO, 2004).

Em um processo inflacionário, o curto-prazismo é a característica dominante nas decisões financeiras, levando os indivíduos a buscarem mecanismos de defesa do seu poder aquisitivo e do seu patrimônio. A escolha de ativos reais e a procura por liquidez tendem a tornar essas decisões imediatistas e a encurtar o horizonte de planejamento. Desse modo, passa-se a priorizar o consumo, deixando de se criar uma cultura de poupança de longo prazo. (SAVOIA et al., 2007, p. 1123).

A poupança também ficaria desacreditada no Brasil diante do confisco monetário realizado pela equipe econômica do governo Collor de Mello, em 1990, cujos efeitos foram traumáticos para as finanças pessoais, familiares e empresariais. Já na época do Plano Real, que trouxe certa estabilidade econômica, se por um lado, houve um aumento nos investimentos em caderneta de poupança, por outro, também houve aumento no consumo, principalmente de bens materiais, devido à contenção do aumento dos preços. (SOUSA e TORRALVO, 2004).

Outro fator que merece ser mencionado em relação à dificuldade em lidar com dinheiro e finanças é o psicológico. Segundo a psicanalista e psicóloga econômica Vera Rita de Mello Ferreira, poucas pessoas têm uma vida financeira saudável. A maioria tem algum tipo de conflito com o dinheiro, e a relação com ele varia de indivíduo para indivíduo. Além da influência cultural, isso ocorre também pelas representações psíquicas individuais, ou seja, em função de aspectos psíquicos e emocionais de cada um. (FERREIRA apud SILVEIRA, 2012).

O lado emocional influencia nossas decisões sobre dinheiro. Embora não nos demos conta disso, absolutamente todas as nossas decisões na vida passam antes por uma avaliação emocional. Se algo vai de acordo com nossas crenças, aspirações e valores, aceitamos. Se incomoda, frustra, e não corresponde aos nossos desejos. É por isso que muita gente endividada não consegue consultar o extrato bancário ou abrir a fatura do cartão de crédito. A tendência é protelar o sofrimento e resolver o problema lá na frente. (FERREIRA apud SILVEIRA, 2012, p. 1).

De acordo com Ferreira, quem passa por dificuldades financeiras costuma ficar emocionalmente abalado – podendo apresentar quadros de estresse, ansiedade, desânimo, depressão e infelicidade profunda – sobretudo porque existe todo um contexto que nos leva a acreditar que nossa vida depende do dinheiro, o que agrava essa situação. O dinheiro é uma abstração e lidar com ele exige um bom desenvolvimento emocional e cognitivo. Por conta disso, ele pode tanto despertar sentimentos positivos quanto negativos, como o medo. Há quem lide bem com ele e há os que o consideram um peso. (FERREIRA apud SILVEIRA, 2012).

Do ponto de vista psicológico, quando o endividamento for muito grande ou houver a sensação de perda de controle, a terapia pode ser uma alternativa. Também auxilia procurar grupos de apoio, como os Devedores Anônimos, ou realizar atividades que ajudem a reduzir a ansiedade e a acalmar a mente, tais como exercícios físicos e meditação. “Com a cabeça em ordem, todo o resto do desafio de organizar as finanças começa a parecer muito mais fácil”. (FERREIRA apud SILVEIRA, 2012, p. 1).

A vulnerabilidade aos apelos de consumo constitui outro fator mencionado pela literatura para explicar a dificuldade de lidar com dinheiro e finanças. Além das facilidades de crédito, o forte apelo da propaganda impulsiona o consumo, levando uma pessoa a desejar acompanhar determinado estilo de vida ou a pertencer a determinado grupo social e a corresponder às expectativas desse grupo. Muita gente acha que não há saída a não ser viver com determinado padrão, mesmo que isso signifique endividar-se. (FERREIRA apud SILVEIRA, 2012).

No contexto do “compro, logo existo”, ou do domínio da cultura do “ter” sobre a cultura do “ser”, que caracteriza a sociedade contemporânea, é cada vez mais difícil ter autodisciplina para poupar, e, como resultado, vem o endividamento. Imersa em uma sociedade de massa e submetida a toda a sorte de apelo do mercado, a população, premida por gastos cada vez maiores, vem reservando parcela menor de sua renda à acumulação, ou nem isso. A combinação entre mais acesso ao crédito e propaganda pode resultar em gastos pessoais insustentáveis, com consequências negativas para o indivíduo: inadimplência e superendividamento. (ENEF, 2010).

Sousa e Torralvo (2004) consideram que a maior dificuldade da população brasileira em lidar com dinheiro e suas finanças é a pouca tendência a poupar. No entanto, Noel (2016) afirma que mesmo entre indivíduos e famílias que têm conseguido formar poupança, a dificuldade não costuma ser muito diferente, pois geralmente eles não estão preparados para decidir corretamente o que fazer com a poupança acumulada.

Fato é que as dificuldades financeiras dos indivíduos não afetam apenas sua família. Suas consequências também são negativas para a sociedade, pela perda do potencial de desenvolvimento humano, pela sobrecarga das redes de proteção social e pelos efeitos sistêmicos de natureza econômica, que podem ter reflexos para a solidez e a eficiência do sistema financeiro. (ENEF, 2010).

Todos esses fatores e aspectos, acrescidos dos diagnósticos das pesquisas sobre endividamento no Brasil – o desempenho financeiro da maioria

dos indivíduos e famílias brasileiras não é positivo, fato que compromete as decisões financeiras cotidianas e produz resultados inferiores ao desejado – levam à análise do tema educação financeira, pouco explorado no país do ponto de vista pedagógico, mas fundamental para a sociedade brasileira. Este é o ponto a partir do qual será possível reverter essa situação no futuro. (SOUSA e TORRALVO, 2004).

## **2.4. Educação financeira**

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) conceitua educação financeira como o processo mediante o qual os indivíduos melhoram a sua compreensão em relação aos conceitos e produtos financeiros, de maneira que, com informação, formação e orientação, possam desenvolver valores, competências e habilidades necessários para se tornarem mais conscientes das oportunidades e riscos neles envolvidos, e, então, poderem fazer escolhas bem informadas, saber onde procurar ajuda e adotar outras ações que melhorem o seu bem-estar financeiro. (SAITO et al, 2006).

Visando contribuir para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro, a educação financeira extrapola o simples oferecimento de informações financeiras e recomendações, pois se trata de um processo que estimula o desenvolvimento habilidades, formando indivíduos críticos acerca dos serviços financeiros disponíveis, bem como preparados para melhor gerenciar suas finanças pessoais. Quando aprimoram essas habilidades, eles se tornam mais integrados à sociedade e mais atuantes no âmbito financeiro, ampliando o seu bem-estar. (SAVOIA et al., 2007).

Nos últimos anos a importância da educação financeira aumentou devido ao desenvolvimento dos mercados financeiros, à inclusão bancária e maior acesso a instrumentos bancários como crédito e poupança, às mudanças demográficas, econômicas e políticas. (SAVOIA et al., 2007; ENEF, 2010). Por isso, atualmente, abrange iniciativas conjuntas entre escolas, empresas, governos, instituições financeiras e organizações não governamentais. (SAITO et al., 2006).

Reconhecendo esta importância, a OCDE, criou em 2003 o *Financial Education Project* para estudar programas existentes em seus países membros ou não, com a finalidade de analisar a sua efetividade e desenvolver técnicas que permitissem a comparação dos programas existentes, de modo a prover um

conjunto de recomendações sobre as melhores práticas para a sua implantação. (SAITO et al., 2006; SAVOIA et al., 2007).

O resultado desse projeto foi o relatório *Improving Financial Literacy: analysis of issues and policies*, publicado em 2005, que constatou que, embora os países pesquisados viessem adotando políticas para melhor instruir a população quanto a conceitos importantes para as finanças (por exemplo, crédito, poupança e investimentos), ainda havia obstáculos para o êxito da educação financeira, em geral devido ao orçamento para a execução de programas e à reduzida percepção da população sobre seus benefícios. (SAITO et al., 2006; SAVOIA et al., 2007). As pesquisas realizadas pela OCDE no âmbito deste projeto originaram dez recomendações e princípios, conforme a Tabela 3.

Tabela 3: Recomendações e princípios da OCDE sobre educação financeira

A educação financeira deve ser promovida de uma forma justa e sem vieses, ou seja, o desenvolvimento das competências financeiras dos indivíduos precisa ser embasado em informações e instruções apropriadas, livres de interesses particulares
Os programas de educação financeira devem focar as prioridades de cada país, isto é, se adequarem à realidade nacional, podendo incluir, em seu conteúdo, aspectos básicos de um planejamento financeiro, como as decisões de poupança, de endividamento, de contratação de seguros, bem como conceitos elementares de matemática e economia. Os indivíduos que estão para se aposentar devem estar cientes da necessidade de avaliar a situação de seus planos de pensão, necessitando agir apropriadamente para defender seus interesses
O processo de educação financeira deve ser considerado pelos órgãos administrativos e legais de um país como um instrumento para o crescimento e a estabilidade econômica, sendo necessário que se busque complementar o papel exercido pela regulamentação do sistema financeiro e pelas leis de proteção ao consumidor
O envolvimento das instituições financeiras no processo de educação financeira deve ser estimulado, de tal forma que a adotem como parte integrante de suas práticas de relacionamento com seus clientes, provendo informações financeiras que estimulem a compreensão de suas decisões, principalmente nos negócios de longo prazo e naqueles que comprometam expressivamente a renda atual e futura de seus consumidores
A educação financeira deve ser um processo contínuo, acompanhando a evolução dos mercados e a crescente complexidade das informações que os caracterizam
Por meio da mídia, devem ser veiculadas campanhas nacionais de estímulo à compreensão dos indivíduos quanto à necessidade de buscarem a capacitação financeira, bem como o conhecimento dos riscos envolvidos nas suas decisões. Além disso, precisam ser criados sites específicos na internet oferecendo informações gratuitas e de utilidade pública
A educação financeira deve começar na escola. É recomendável que as pessoas se insiram no processo precocemente
As instituições financeiras devem ser incentivadas a certificar que os

clientes leiam e compreendam todas as informações disponibilizadas, especificamente, quando forem relacionadas aos negócios de longo prazo ou aos serviços financeiros com consequências relevantes
Os programas de educação financeira devem focar, particularmente, aspectos importantes do planejamento financeiro pessoal, como a poupança e a aposentadoria, o endividamento e a contratação de seguros
Os programas devem ser orientados para a construção da competência financeira, adequando-se a grupos específicos, e elaborados da forma mais personalizada possível

Fonte: Saito et al. (2006); Savoia et al. (2007).

A OCDE tem estimulado que os países promovam programas de promoção da educação financeira voltados ao aprimoramento das competências/capacidades financeiras da população com vistas à disseminação de um comportamento que é necessário sob vários pontos de vista: desde as atividades econômicas mais triviais até a interação e socialização da população. (HOFMANN e MORO, 2012).

A familiaridade com noções como propriedade, valor, preço e juros, por exemplo, e a capacidade de leitura e interpretação de documentos financeiros são exemplos de elementos que fazem parte da educação financeira da população, seja de forma institucionalizada, em ambientes de ensino como a escola, seja informalmente, mediante processos sociais e familiares de introdução à lógica econômico-financeira. (HOFMANN e MORO, 2012, p. 47).

Das recomendações e princípios da OCDE, e do levantamento das experiências internacionais, infere-se que o reconhecimento de educar financeiramente os cidadãos está relativamente disseminado no mundo. (ENEF, 2010). Há países que se anteciparam ao perceber a importância da educação financeira para seus cidadãos, como se verá a seguir.

#### **2.4.1. Educação financeira no mundo e no Brasil**

Segundo Saito et al. (2006) e Savoia et al. (2007), o processo de educação financeira está aparentemente mais desenvolvido nos Estados Unidos e em países da Europa Central, especialmente Reino Unido e França. Esses países perceberam a importância do tema e, por conta disso, vêm desenvolvendo uma grande variedade de programas que utilizam ferramentas de treinamento – como sites, panfletos e brochuras – além de campanhas na mídia, para esclarecer os

indivíduos sobre assuntos como crédito, seguro, investimento e poupança previdenciária. (SAVOIA et al., 2007, p. 1128).

Nos Estados Unidos, há uma grande diversidade de grupos envolvidos no processo de educação financeira, de modo que a participação de órgãos governamentais, instituições financeiras e do chamado Terceiro Setor ocorre concomitantemente com a ação do sistema formal de ensino. (SAITO et al., 2006; SAVOIA et al., 2007).

Entre 1957 e 1985, 29 estados norte-americanos (de um total de 50 estados e 1 Distrito) tornaram a educação financeira obrigatória nas escolas secundárias. Em 2002, 48 estados e o distrito de Columbia incluíram a Economia como disciplina da grade curricular das escolas, sendo que 31 delas introduziram a disciplina Finanças Pessoais nos parâmetros curriculares. (SAITO et al., 2006).

Em 2008, foi criado o Conselho de Assessoramento sobre Educação Financeira dos Estados Unidos, reunindo representantes dos setores envolvidos com o desenvolvimento da educação financeira naquele país, e durante este mesmo ano, o Conselho promoveu diversas iniciativas de educação financeira. Em 2009, o Conselho formulou recomendações para o novo presidente dos Estados Unidos no âmbito de várias propostas, dentre elas, a expansão e o aprimoramento da educação financeira nas instituições de ensino, desde o ensino básico até o nível superior. (ENEF, 2010). Pode-se dizer que o processo de educação em finanças está avançado no sistema oficial de ensino dos Estados Unidos. (SAITO et al., 2006; SAITO et al, 2007).

No Reino Unido, a *Financial Services Authority* (FSA) é a agência não governamental líder da estratégia de educação financeira. Adotando o conceito de capacidade ou habilidade financeira, o planejamento de educação financeira no Reino Unido propõe, entre outras ações, a priorização de públicos-alvo, principalmente os jovens por considerar que eles fazem parte de uma camada da população que é menos capacitada no conceito adotado. (ENEF, 2010).

A educação financeira foi introduzida no Reino Unido de forma facultativa no sistema de ensino a partir de setembro de 2001, uma vez que os currículos escolares dos países que o compõem são flexíveis para que possam incluir novos conteúdos e temas transversais. (SAITO et al., 2006). Por isso, ela não é obrigatória nos currículos escolares e não há nenhuma exigência legal para que seja lecionada nas escolas. De maneira geral, cada país do Reino Unido (Inglaterra, País de Gales, Escócia e Irlanda do Norte) desenvolve o seu currículo.

Na Inglaterra, por exemplo, há iniciativas no sentido de difundir os conceitos de educação financeira por meio de disciplinas como matemática, cidadania (*citizenship*), e outras atividades curriculares, sem status de uma disciplina regular. O *Department for Work and Pensions* (DWP), similar ao Ministério do Trabalho e Previdência, concentra seus esforços no desenvolvimento de políticas de educação financeira para sistema de ensino oficial e para indivíduos que não estão inseridos neste contexto, procurando tornar a população apta a interpretar informações e recomendações de natureza financeira. (SAITO et al, 2007).

Nas escolas da França é possível aprender noções rudimentares sobre finanças, não como uma matéria autônoma, mas através de algumas disciplinas podem apoiar a educação financeira, como a matemática. Naquele país, a educação financeira é tratada como um saber transversal cujos fundamentos podem ser discriminados por nível de ensino, implementando-se por meio de diferentes disciplinas escolares. O objetivo da educação financeira na França não é fazer de cada cidadão um especialista em finanças, mas sim possibilitar que ele disponha de bases necessárias para a compreensão das principais noções e operações a respeito. (HOFMANN e MORO, 2012).

Segundo o documento “Plano Diretor”, da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) do Brasil, apesar dessas iniciativas, o grau de educação financeira em países desenvolvidos é baixo:

Em geral, as pessoas não planejam seus gastos para longo prazo, demoram a se preparar financeiramente para a aposentadoria, não estão plenamente conscientes dos riscos e dos instrumentos para a sua proteção, enfrentam dificuldades ao tomar decisões quanto a crédito e investimentos e são vulneráveis a fraudes. (ENEF, 2010, p. 12).

No Brasil, historicamente nunca houve preocupação com a educação financeira, nem nas escolas nem em casa. No entanto, seguindo princípios e recomendações da OCDE (o Brasil não é um de seus países membros, mas participa de comitês e grupos de trabalho da entidade), e referenciado em experiências internacionais, o Brasil criou em 2009 a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), construída em conjunto com representantes do governo, da iniciativa privada e da sociedade civil. (HOFMANN e MORO, 2012; ENEF, 2010).

A ENEF incorpora a crescente importância da educação financeira no atual contexto brasileiro. Propõe estabelecer uma política de Estado de caráter permanente, com necessidade de ação conjunta, pública e privada, por meio de gestão centralizada (visando assegurar coerência metodológica entre programas e ações) e execução descentralizada visando à efetividade da própria estratégia. (ENEF, 2010). Seus objetivos são: promover e fomentar a cultura de educação financeira no país; ampliar a compreensão do cidadão para efetuar escolhas conscientes relativas à administração de seus recursos financeiros; e contribuir para a eficiência e solidez dos mercados financeiro, de capitais, de seguros, de previdência e de capitalização. (ENEF, 2010).

Levando em conta esses objetivos, bem como a estrutura do sistema financeiro nacional, a extensão territorial do país, o tamanho da população, a diversidade cultural, as diferenças sociais, as características do sistema educacional brasileiro, a multiplicidade de temas vinculados à educação financeira, além da necessidade de se buscar a efetividade da estratégia no curto, médio e longo prazos, a ENEF contempla dois segmentos de público-alvo. (ENEF, 2010).

O primeiro, constituído por crianças e jovens, partindo da premissa de que é na escola que se começa a formar o cidadão de amanhã (a ideia é de atendê-lo através de programas desenvolvidos nas escolas de ensino fundamental e médio, sob orientação do Ministério da Educação). O segundo, constituído por adultos, expressiva parcela da população que apresenta carências significativas de informações financeiras (por meio de campanhas publicitárias, cursos, programas de TV e rádio, seminários e encontros). (ENEF, 2010).

Segundo a ENEF (2010), cidadãos com maior grau de educação financeira são menos propensos a sustentar padrões de consumo incompatíveis com sua renda. Por outro lado, o melhor desempenho de cada cidadão em sua vida financeira contribui para o bem-estar coletivo, seja porque dessa melhor qualificação resultará um sistema financeiro mais sólido e eficiente seja porque cada pessoa estará em melhores condições para lidar com as vicissitudes e os momentos difíceis da vida. (ENEF, 2010).

Para a ENEF (2010), a educação financeira, além de estimular a poupança, pode conscientizar os indivíduos para a importância do planejamento financeiro, que contribui para o desenvolvimento de uma relação equilibrada com o dinheiro, bem como para a adoção de decisões de boa qualidade sobre finanças e consumo.

O planejamento financeiro é analisado a seguir.

## 2.5. Planejamento financeiro

O conceito de planejamento teve origem na administração das empresas da primeira metade do século XX nos Estados Unidos. A partir da década de 1970, o planejamento passou a ser visto como uma estratégia empresarial de longo prazo, isto é, um caminho ou ação formulada e adequada para alcançar, “preferencialmente de maneira diferenciada”, as metas, os desafios e os objetivos estabelecidos para o melhor posicionamento da empresa. O conceito foi associado ao ato de projetar no presente visando uma situação futura. (OLIVEIRA, 2010, p. 181).

Sousa e Torralvo (2008, p. 75-76) afirmam que o planejamento “é um processo que envolve tomada de decisões no presente que terão reflexos no futuro, geralmente de maneira a se obter o melhor resultado”. Sua finalidade é:

[...] o desenvolvimento de processos, técnicas e atitudes administrativas, as quais proporcionam uma situação viável de avaliar as implicações futuras de decisões presentes em função dos objetivos empresariais que facilitarão a tomada de decisão no futuro, de modo mais rápido, coerente, eficiente e eficaz. (OLIVEIRA, 2010, p. 36).

Oliveira (2010) estabelece três tipos de planejamento: o estratégico (referente à formulação da missão, visão, objetivos e políticas da empresa, portanto de domínio da alta direção); o tático (que foca a otimização dos resultados de determinada área da empresa); e o operacional (voltado à produção/execução adequada das atividades da empresa). Seja em que nível for planejar sempre implica racionalidade, pois se volta à definição de objetivos de ações; à forma pela qual essas ações serão desenvolvidas; aos meios necessários para isso; aos prazos de execução de cada etapa do plano; e aos responsáveis por essa execução. (BRAGA, 1995).

O exercício sistemático do planejamento tende a reduzir a incerteza envolvida no processo decisório, e, conseqüentemente, “provocar o aumento da probabilidade de alcance dos objetivos, desafios e metas estabelecidas para a empresa”. (OLIVEIRA, 2010, p. 36).

O fundamento conceitual do planejamento, isto é, a ideia de um plano de ação presente projetado para um futuro que se deseja, é substancialmente o mesmo que se aplica ao campo financeiro das organizações, só que numa

perspectiva tática, pois as decisões neste âmbito se destinam a alcançar objetivos previamente estabelecidos e otimizar resultados financeiros. (OLIVEIRA, 2010). A função financeira nas empresas – conjunto de atividades relacionadas com a gestão dos fundos movimentados por todas as áreas da empresa, e responsável pela obtenção dos recursos necessários e pela formação de uma estratégia voltada para a otimização do uso desses fundos – tem um papel relevante no desenvolvimento de todas as atividades, “contribuindo significativamente para o sucesso do empreendimento”. (BRAGA, 1995, p. 23).

Daí pensar-se em planejamento financeiro, definido como a “[...] programação avançada de todos os planos da administração financeira e a integração e coordenação desses planos com planos operacionais de todas as áreas da empresa”. (BRAGA, 1995, p. 230). O processo de planejamento financeiro estabelece e formaliza diretrizes financeiras e orçamentárias, a maneira pela qual os objetivos financeiros podem ser alcançados numa perspectiva atual e futura. Trata-se de um dos aspectos mais importantes para o funcionamento e sustentação das empresas, pois fornece roteiros para dirigir, coordenar e controlar suas ações na consecução de seus objetivos. (GITMAN, 2001).

No entanto, o conceito de planejamento financeiro não se restringe ao ambiente organizacional. Ele se expande para outras dimensões, inclusive porque, conforme Gitman (2001), virtualmente, tanto as organizações quanto os indivíduos estão envolvidos no processo financeiro, uma vez que ganham ou captam, gastam ou investem dinheiro. Portanto, existe um paralelo entre o planejamento financeiro organizacional e o planejamento financeiro pessoal.

A ENEF (2010) define planejamento financeiro pessoal como o processo pelo qual o indivíduo desenvolve estratégia de decisões de consumo, de poupança, investimento e proteção contra riscos, que aumenta a probabilidade de dispor dos recursos financeiros necessários ao financiamento de suas necessidades e à realização de seus objetivos de vida. No âmbito familiar, envolve o orçamento doméstico, abrangendo análise de recursos e gastos correntes e futuros; definição de metas e objetivos de curto, médio e longo prazos; tomada de decisões quanto a gastos e investimentos; avaliação da execução do plano; e eventual adoção de medidas corretivas. (ENEF, 2010).

Já Sousa e Torralvo (2008), afirmam que planejamento financeiro pessoal “significa estabelecer e seguir uma estratégia dirigida para atingir objetivos e

acumular riquezas que irão formar um futuro patrimônio pessoal”. Por isso requer disciplina e determinação.

O planejamento financeiro auxilia na análise da renda e das despesas do indivíduo ou família. (ENEF, 2010). Para elaborar um bom planejamento financeiro pessoal, Sousa e Torralvo (2008) sugerem cinco etapas, a saber:

1. Defina claramente seus objetivos – principal fator para motivar a elaboração do planejamento e dar início a este processo. Tal definição determinará a tomada de decisões para que os objetivos e metas propostos sejam alcançados;
2. Identifique os meios que serão usados para atingir os objetivos. Por exemplo, se o objetivo for uma viagem, deve-se identificar a disponibilidade para viajar, se a viagem será feita de carro, de avião ou outro meio, qual será o roteiro etc.;
3. Faça um levantamento dos recursos necessários para atingir os objetivos e como esses recursos serão obtidos. No caso de uma viagem, quanto dinheiro será preciso para viajar (incluindo transporte, hospedagem, alimentação etc.) e se esses recursos virão de salário, empréstimo etc.;
4. Coloque seu plano em prática – etapa de implantação do planejamento, que envolve a determinação e organização de procedimentos para a tomada de decisão. Ainda no caso de viagem, esta etapa corresponderia, por exemplo, à aquisição de passagem, hospedagem, roteiro a ser seguido etc.;
5. Controle para certificar-se de que tudo está saindo como o planejado – etapa que corresponde ao monitoramento e revisão do planejamento de modo a verificar se ele está sendo seguido.

Visando à garantia da tranquilidade econômico-financeira de indivíduos famílias, e a exemplo do que ocorre em âmbito organizacional, o planejamento financeiro proporciona benefícios, tais como: aquisição de uma cultura de disciplina com gastos; aprimoramento do processo de tomada de decisão; racionalização do uso do dinheiro; prevenção contra situações inesperadas; formação de uma poupança para a aposentadoria; independência financeira; e sentimento de liberdade e de melhoria da qualidade de vida. (SOUSA e TORRALVO, 2008).

No entanto, a capacidade de elaborar e implementar um planejamento financeiro pessoal tem estreita relação com o grau de educação financeira

individual. (ENEF, 2010). De acordo com Sousa e Torralvo (2008), paralelamente à ausência deste conhecimento (e de disciplina financeira) tem-se a percepção de que muitos brasileiros cultivam a prática financeira de curto prazo e voltada para o consumo. Estas e outras questões são verificadas a seguir.

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

Este capítulo refere-se à pesquisa empírica realizada, dedicada à exposição de uma realidade específica. Apresenta o método utilizado, os procedimentos e instrumentos de coleta de dados, o tratamento e análise dos dados coletados e as limitações do estudo, ou seja, o conjunto de atividades sistemáticas e racionais que permite alcançar os objetivos propostos. (MARCONI e LAKATOS, 2011).

#### **3.1. Método de pesquisa utilizado**

Utilizou-se como método de pesquisa a pesquisa de campo, um tipo de pesquisa que adota o levantamento de dados no próprio local onde ocorrem os fenômenos estudados. A pesquisa de campo é utilizada para obter informações sobre um problema para o qual se procura respostas, sobre hipóteses que se queira comprovar ou para descobrir novos fenômenos e a relação entre eles. Pode ser realizada por procedimentos tais como observação direta, entrevistas, aplicação de questionário. (MARCONI e LAKATOS, 2011).

A presente pesquisa de campo foi motivada pelo interesse em observar as percepções de um grupo de jovens brasileiros sobre finanças pessoais.

#### **3.2. Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo**

A coleta de dados tem início com a aplicação de procedimentos e instrumentos destinados a este fim. (MARCONI e LAKATOS, 2011). O procedimento empregado foi a seleção do público-alvo adequado aos propósitos do estudo. O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário composto por dez questões de múltipla escolha, sendo o primeiro estudo sobre o comportamento do público alvo (não realizado antes) aplicado pessoalmente e por e-mail a 50 universitários da PUC-Rio. (Anexo 1).

O questionário foi elaborado com base nos assuntos analisados na revisão de literatura. As questões foram organizadas nas seguintes áreas: consumo;

compra e decisão de compra; finanças pessoais; planejamento financeiro; e educação financeira.

### **3.3. Tratamento e análise dos dados coletados para o estudo**

Os dados coletados tiveram tratamento e análise qualitativos, embora em alguns momentos tenham sido mensurados e quantificados, oferecendo possibilidade de realizar comparações. Esse tipo de tratamento e análise propicia interpretações, pois trabalha com a subjetividade, com opiniões, crenças, valores culturais, hábitos e comportamentos. (MARCONI e LAKATOS, 2011).

A abordagem qualitativa possibilita compreender em maior profundidade as percepções e experiências dos respondentes acerca dos temas e aspectos tratados no questionário. Com ela é possível também estabelecer relações entre a opinião dos respondentes e o ponto de vista dos autores, o que implica em uma discussão que pode levar a proposições.

### **3.4. Limitações do estudo**

A primeira limitação do estudo relaciona-se à análise do tema no contexto de um grupo de jovens acadêmicos da PUC-Rio com idades entre 18 e 30 anos, apenas um entre os milhares de grupos de jovens estudantes universitários no Brasil em qualquer circunstância. Outra limitação diz respeito à amostra, composta por 50 jovens, cujo tamanho pode ser considerado pequeno tendo em vista o universo de jovens brasileiros.

Como consequência, os resultados do estudo limitam-se às percepções do grupo focado, apesar de poderem contribuir com outras pesquisas que investigam o tema finanças pessoais.

## 4 Apresentação e análise dos resultados

Este capítulo apresenta os resultados obtidos na pesquisa de campo. Na primeira seção são descritos os dados gerais dos participantes. Na segunda, desenvolve-se a apresentação e análise dos resultados que fundamentam as considerações finais e recomendações do capítulo 5.

### 4.1. Dados gerais dos participantes

Dos 50 participantes da pesquisa, 30 são homens e 20 são mulheres. Assim, no grupo focado, o gênero masculino é numericamente maior do que o feminino. (Figura 2).

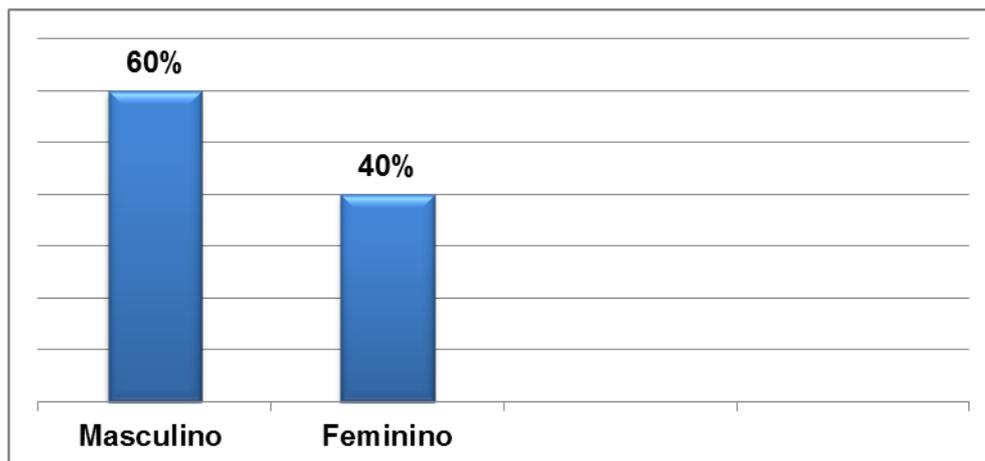


Figura 2: Percentual de homens e mulheres que participaram da pesquisa

46 participantes (92%) têm idades entre 18 e 25 anos e apenas quatro (8%) têm entre 26 e 30 anos. A maioria (34, correspondendo a 68%) está cursando Administração na PUC. Sete (14%) cursam Economia; três (6%) Engenharia de Produção; dois (4%) Comunicação; um (2%) Engenharia Ambiental; um (2%) Engenharia Química; um (2%) Química Industrial; e um (2%) Ciências Contábeis.

Dos 50 participantes, 31 não trabalham e 19 trabalham. (Figura 3).

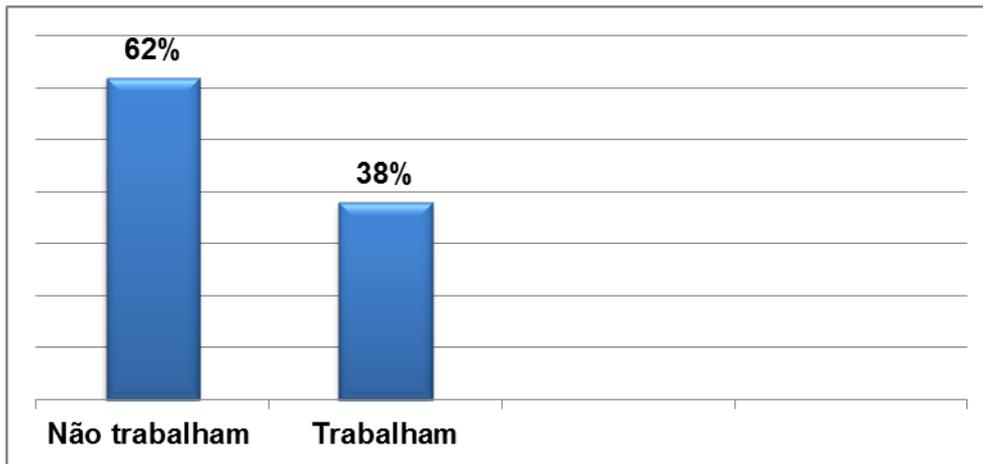


Figura 3: Percentual dos que trabalham e dos que não trabalham

## 4.2. Resultados e análise

Questão 1: Foi indagado ao participante como ele se considera em relação ao consumo diante de quatro alternativas: uma pessoa que compra pouco; que só compra o que necessita; que compra por impulso; e uma pessoa que compra compulsivamente. Ninguém assinalou a opção: compra compulsivamente. A maioria, 29 participantes, declarou que só compra o que necessita; 14 admitiram que compram por impulso; e sete assinalaram que compram pouco. (Figura 4).

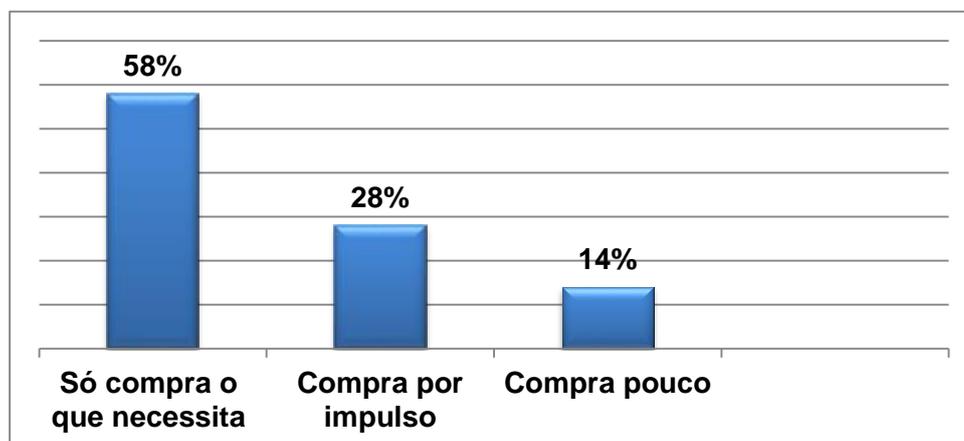


Figura 4: Como os participantes se consideram em relação ao consumo

Questão 2: Foi perguntado ao participante que fatores são importantes na sua decisão de compra. Quatro alternativas foram colocadas: minhas próprias experiências de consumo; recomendação da família, amigos e colegas; indicações de propaganda e anúncios; e promoções. Como o enunciado da questão não fez qualquer advertência sobre assinalar apenas uma das

alternativas, alguns participantes (poucos) assinalaram mais de uma. Assim, o total de opções assinaladas ultrapassou o número de participantes (50). Houve 53 marcações.

A opção promoções foi assinalada 21 vezes e a opção minhas próprias experiências de consumo foi assinalada 15 vezes. Seguiram-se indicações de propaganda e anúncios, com 11 marcações, e recomendação da família, amigos e colegas, com seis. A Tabela 4 mostra o número de marcações obtido por cada fator e o respectivo percentual, na ordem de importância atribuída pelos participantes.

Tabela 4: Fatores importantes na decisão de compra dos participantes da pesquisa

<b>Fatores</b>	<b>Número de Marcações</b>	<b>%</b>
Promoções	21	42
Minhas próprias experiências de consumo	15	30
Indicações de propaganda e anúncios	11	22
Recomendação da família, amigos, colegas	6	12

As questões 1 e 2 tratam dos temas comportamento de consumo e decisão de compra e têm relação direta com os fatores que influenciam o consumidor, propostos por Kotler e Armstrong (2008), e com as etapas do modelo de decisão de compra proposto por Blackwell, Miniard e Engel (2005), ambos analisados na revisão de literatura.

Pode-se afirmar que a forma como os participantes se enxergam como consumidores tem a ver com os fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos mencionados por Kotler e Armstrong (2008) e com o modelo de decisão de compra proposto por Blackwell, Miniard e Engel (2005).

O fato de nenhum participante ter assinalado que compra compulsivamente pode ser encarado como um resultado bastante positivo, (apesar do termo “compulsivo” poder induzir ao jovem remeter à negatividade na escolha da resposta, foi considerado como uma forma de remeter uma modalidade de compra fora do comum na resposta) pois a compra compulsiva, mais do que uma compra por impulso, denota transtornos psicológicos graves e não raramente dependência. Solomon (2016, p. 50) afirma nesse sentido que “os shopaholics (compradores compulsivos) recorrem às compras de maneira muito parecida com a forma como dependentes químicos recorrem às drogas e o álcool”. Já para Silva e Coiro (2014, p. 208), comparados com outros compradores, os compulsivos têm autoestima baixa e são mais depressivos, “tendem a

fantasias, experimentam uma ação emocional maior no momento da compra, sentindo remorso pós-compra, e acumulam uma dívida muito maior”.

Também pode ser encarado como um resultado positivo o fato de a maioria dos participantes ter assinalado que só compra o que necessita, posicionamento compatível com a primeira etapa do modelo de decisão de compra de Blackwell, Miniard e Engel (2005), que corresponde à fase de reconhecimento de uma necessidade ou de um problema, quando o consumidor percebe que falta um produto ou serviço que ele considera que irá beneficiá-lo. Já a compra por impulso, admitida por 28% dos participantes na questão 1, além de constituir um dos tipos de compra mencionados por Blackwell, Miniard e Engel (2005) na quarta etapa de seu modelo de decisão de compra, vai ao encontro de Massaro (2017), quando este afirma que o consumismo é aflorado nos jovens com maior agressividade.

Levando-se em consideração a literatura, o resultado da questão de número 2 surpreendeu. As promoções alcançaram o primeiro lugar em termos de importância atribuída pelos participantes na sua decisão de compra. De fato, a promoção é uma estratégia utilizada pelas empresas (podendo se desenvolver através de propaganda, promoção de vendas ou merchandising) para induzir o consumidor a comprar. Trata-se de uma comunicação persuasiva que influencia a decisão de compra. (KOTLER e ARMSTRONG, 2008).

Segundo Blackwell, Miniard e Engel (2005), na segunda e terceira etapas de seu modelo de decisão de compra (busca de informações sobre produto ou serviço e avaliação pré-compra, respectivamente), o consumidor pode se valer de suas próprias experiências na tomada de decisão, o que justifica o fator minhas próprias experiências ter sido colocado em segundo lugar na ordem de importância pelos participantes na questão 2. Também é compreensível o fator indicações de propaganda e anúncios ter sido colocado em terceiro lugar. Conforme visto, é grande o apelo da propaganda sobre o consumidor, sobretudo os jovens, que são mais vulneráveis aos bombardeiros da propaganda e publicidade com sua linguagem persuasiva. (MASSARO, 2017).

O que chama a atenção é o fator recomendação da família, amigos e colegas ter ficado em último lugar na ordem de importância determinada pelos participantes (denotando uma certa fragilidade e influência) pois entre os fatores sociais que mais influenciam o comportamento do consumidor estão grupos de referência como amigos, colegas, vizinhos e família, sendo a família o elemento de maior peso nesse processo. (KOTLER e ARMSTRONG, 2008). Este resultado também não é compatível com o que dizem Blackwell, Miniard e Engel

(2005) sobre a etapa de busca de informações sobre produto ou serviço do modelo de decisão de compra, uma vez que a busca pode ser entre familiares, amigos ou pessoas próximas.

Questão 3: A questão quis saber qual a forma preferencial de pagamento no momento da compra, sendo formuladas duas alternativas: à vista e a prazo, em parcelas. 37 participantes assinalaram a opção à vista enquanto 13 assinalaram a opção a prazo, em parcelas. A Figura 5 ilustra a diferença percentual entre as marcações dos participantes.

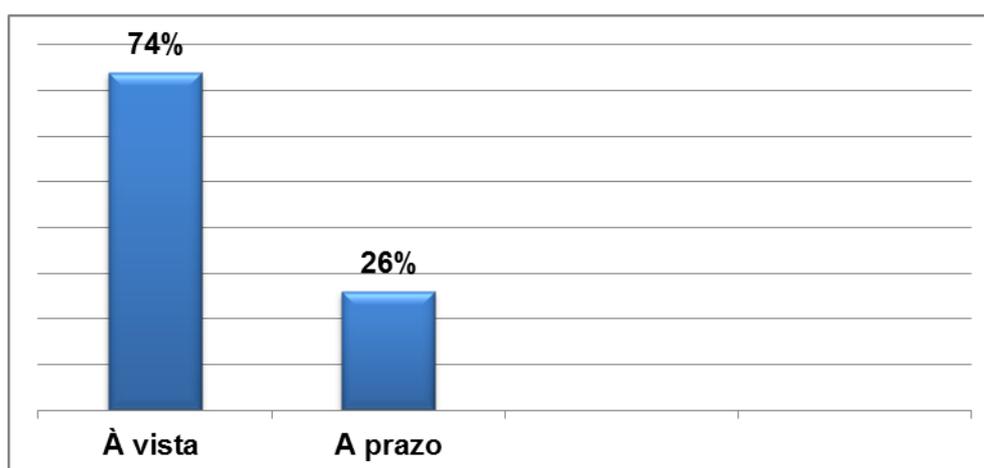


Figura 5: Forma preferencial de pagamento

O resultado desta questão denota que a maioria dos participantes da pesquisa vê vantagens no pagamento à vista em relação ao pagamento a prazo, posição de acordo com a literatura. Sousa e Torralvo (2008), por exemplo, consideram que na maioria das vezes esta forma de pagamento é mais vantajosa, uma vez que nas compras a prazo existem juros que são embutidos no valor total do produto. Outra vantagem do pagamento à vista é que ele pode reverter em desconto para o consumidor. Para esses autores, esta forma de pagamento pode evitar um eventual endividamento nos pagamentos a prazo.

Questão 4: Indagou-se ao participante como ele paga suas compras: se em dinheiro, no cartão de crédito, no cartão de débito ou em cheque. Como não se limitou a marcação a apenas uma dessas alternativas, um dos participantes assinalou duas opções, totalizando 51 marcações.

As alternativas em dinheiro e em cheque não foram assinaladas. De fato, percebe-se que o pagamento em espécie vem sendo cada vez menos utilizado pelas pessoas talvez pela insegurança de andar com dinheiro vivo. Já os talões de cheque (o chamado dinheiro de papel), embora ainda existam nas transações financeiras, vêm tendo seu uso cada vez mais reduzido, tendendo a uma

utilização residual, principalmente em operações nas quais é necessário manter um registro formal do pagamento. (BRANCO, 2016).

A alternativa no cartão de débito foi assinalada 41 vezes enquanto a alternativa no cartão de crédito foi assinalada nove vezes. Portanto, a grande maioria dos participantes prefere utilizar o cartão de débito. (Figura 6).

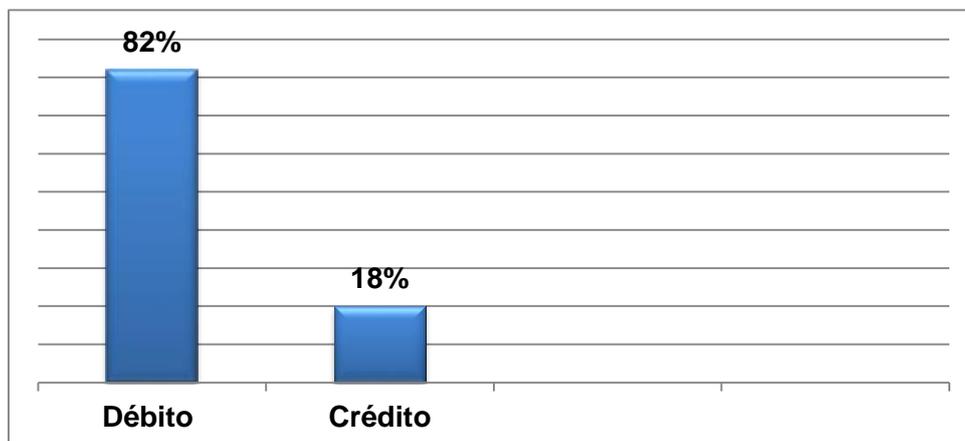


Figura 6: Como o participante paga suas compras

Esse resultado reforça com o resultado da questão anterior, pois o pagamento com o uso do cartão de débito é uma forma de pagamento à vista. Por outro lado, mostra que efetivamente a ampliação no uso dos cartões (de débito ou de crédito) foi de tal ordem que na atualidade eles são objetos indispensáveis para as pessoas. (SCIRÉ, 2011). Isso se explica não apenas em razão da menor utilização de dinheiro e cheque nas compras, mas também porque os cartões têm ficado mais seguros, apresentando mecanismos de proteção, como o chip, e porque num mesmo cartão é possível optar pelo débito ou pelo crédito. Por isso, o uso do chamado dinheiro de plástico é uma tendência irreversível. (BRANCO, 2016).

Questão 5: Indagou-se ao participante como ele supre uma emergência financeira dentre quatro alternativas: tiro dinheiro de investimentos; uso o limite do cartão de crédito; peço emprestado para meus pais, familiares ou amigos; uso o limite do cheque especial. 31 participantes afirmaram usar o limite do cartão de crédito; nove pedem emprestado; sete afirmaram tirar da caderneta de poupança; e três afirmaram usar o limite do cheque especial. A Figura 7 mostra o percentual obtido por cada alternativa.

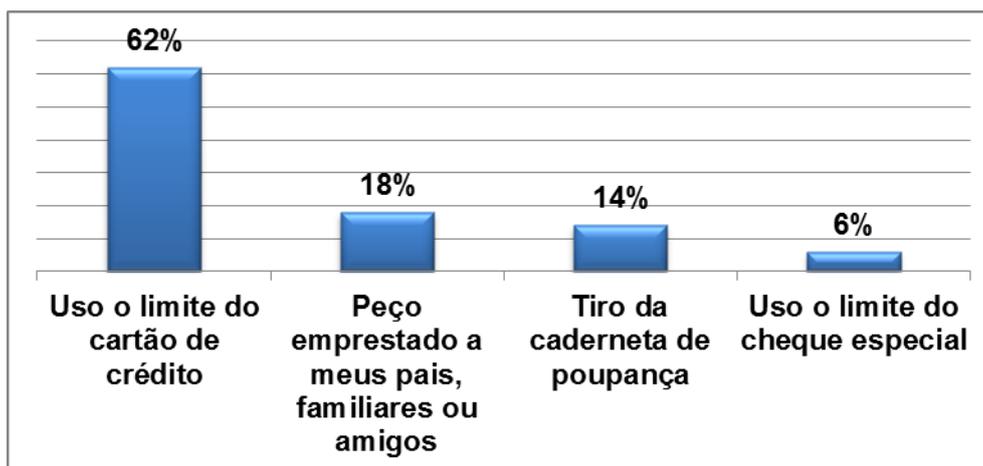


Figura 7: Como o participante resolve uma emergência financeira

De pronto verifica-se incoerência num dos resultados, que, na verdade, não se pode explicar: o fato de a opção uso o limite do cheque especial ter sido assinalada por três participantes enquanto que nenhum deles assinalou a alternativa de pagamento das compras em cheque, conforme mostrado na questão 4.

Quanto aos outros resultados, sacar recursos de investimentos para suprir uma emergência financeira, apesar de compreensível para um momento emergencial. A formação de poupança como tipo de investimento faz parte da educação financeira – a educação financeira estimula a aplicação em investimentos – e do planejamento financeiro pessoal, um recurso voltado ao longo prazo que redundará em benefícios futuros. (SAITO et al., 2006; SAVOIA et al., 2007; ENEF, 2010). Também é compreensível que jovens com idades entre 18 e 25 anos (maioria dos participantes da pesquisa) recorram aos pais, familiares e amigos num momento de aperto financeiro.

O que não pode ser considerado compreensível muito menos positivo e saudável do ponto de vista da administração das finanças pessoais é o fato de 62% dos participantes recorrerem ao limite do cartão de crédito numa situação emergencial em termos financeiros. É o caso de indagar-se se esse grupo desconhece que as taxas de juros do cartão de crédito são as maiores no Brasil, sobretudo quando o indivíduo opta pelo pagamento no formato rotativo (quando paga menos do que o valor integral da fatura do cartão) cujas taxas chegam a 481,5% ao ano. (OLIVEIRA, 2017). Atualmente, já há novas regras para a utilização do rotativo do cartão, o que proporciona juros menores através de parcelas fixas.

Como mencionado na revisão de literatura, um dos impactos do processo de financeirização da economia é o modo que indivíduos e famílias obtêm dinheiro de outra fonte que não seja a renda corrente. Nesse contexto se inclui o uso do cartão de crédito. (BROCHIER, 2012; HARO, 2012). Porém, a renda a mais todo o mês apregoada pelos cartões de crédito ilude o indivíduo fazendo-o acreditar que possui uma reserva financeira que na verdade não existe, é fictícia. (SCIRÉ, 2011). Desta forma, o uso do limite de crédito dos cartões leva à inadimplência e ao endividamento em função dos juros cobrados. (OLIVEIRA, 2016; BORGES, 2017).

Questão 6: foi pedido que o participante assinalasse com um X se concorda ou discorda de dez afirmações sobre como lida com suas finanças pessoais. 38 participantes (76%) concordam com a proposição gostaria de economizar dinheiro, mas tenho dificuldade. 12 (24%) discordam. De fato, economizar demanda determinação e autodisciplina e esta não é uma tarefa fácil num mundo onde o ato de comprar praticamente se equipara ao próprio existir. (ENEF, 2010). Mas, independentemente desse contexto, a pouca tendência à poupança é a grande dificuldade do brasileiro na lida com o dinheiro e as finanças, segundo Sousa e Torralvo (2004), para a qual fatores históricos podem ter contribuído. Essa falta de cultura da poupança pode ser verificada pelos resultados em relação à afirmação consigo poupar. 13 participantes, 26% do grupo, concordam com essa afirmação enquanto 37 (74%) discordam. Portanto, a maioria reconhece que não consegue poupar.

Outra dupla de afirmações proposta foi: sou um(a) bom(oa) administrador(a) do meu dinheiro e sou péssimo(a) administrador(a) do meu dinheiro. Quanto à primeira afirmação, 32 participantes, 64% concordam que são bons administradores do seu dinheiro enquanto 18,36% discordam. Já quanto à segunda afirmação, 44 participantes (88%) discordam que são péssimos administradores do seu dinheiro enquanto que apenas seis (12%) concordam. Vê-se neste caso que a maioria se considera bom(oa) administrador(a) do seu dinheiro e que a maioria não se considera péssimo(a) administrador(a) do seu dinheiro. Isso leva a pensar que a maioria do grupo talvez se considere administradores razoáveis do seu dinheiro, isto é, nem excelentes e nem péssimos.

Foram propostas duas outras afirmações: não sei nada sobre conceitos financeiros (inflação, juros, investimentos, riscos, retornos etc.) e tenho conhecimento sobre conceitos financeiros (inflação, juros, investimentos, riscos, retornos etc.). 36 participantes (72%) discordaram da primeira afirmativa

enquanto 14 (28%) concordaram com ela. Quanto à segunda afirmativa, um participante não assinalou. Dos 49 que assinalaram, 29 participantes (59,1%) discordaram e 20 (40,8%) concordaram. Portanto, a maioria do grupo não admite não saber nada sobre conceitos financeiros, mas, ao mesmo tempo, afirma não ter conhecimentos sobre conceitos financeiros, resultado que expressa certa contradição e que possivelmente são considerados maus administradores do dinheiro.

Dois afirmativas propostas se complementam para efeito de análise: gasto tudo o que ganho e gasto mais do que ganho. 48 participantes discordam da primeira afirmativa enquanto apenas dois (4%) concordam. Quanto à segunda afirmação, 30 participantes (60%) discordam e 20 (40%) concordam. Pode-se concluir que a maioria esmagadora do grupo não gasta tudo o que ganha, o que permite cogitar se o excedente dos ganhos poderia ir para a poupança. Mas se 76% admitem ter dificuldade de economizar, conclui-se que não. Por outro lado, a maioria afirma não gastar mais do que ganha, resultado que em tese indica não endividamento. Deve-se atentar, porém, que não é tão grande a diferença entre aqueles que discordam que gastam mais do que ganham e os que concordam com essa proposição, 20%.

Dois últimas proposições podem ser analisadas em conjunto nesta questão: planejo o uso do meu dinheiro e não pesquiso preços e não planejo minhas compras. 38 participantes (76%) concordam com a primeira afirmativa enquanto 12 (24%) discordam. Já 42 participantes (84%) discordam da segunda proposição enquanto oito (16%) concordam. Os resultados indicam que a maioria dos participantes planeja o uso do dinheiro e que pesquisa preços, aspectos relevantes da educação financeira. Segundo a ENEF (2010), entre outros benefícios, a educação financeira conscientiza as pessoas para a importância do planejamento financeiro, levando não só a uma relação mais equilibrada com o dinheiro, mas também a melhores decisões financeiras e de consumo. Isso é particularmente importante na sociedade brasileira, onde não existe uma relação sustentável com o dinheiro. (NOEL, 2016).

Questão 7: Esta questão quis saber como está a situação financeira atual dos membros do grupo. Três alternativas foram colocadas: a) organizada, tenho controle sobre o meu dinheiro e não tenho dívidas; b) um pouco desorganizada, não sei quanto gasto por mês e tenho algumas dívidas que consigo pagar; c) desorganizada, não sei quanto gasto por mês e tenho dívidas que não estou conseguindo pagar. 29 participantes assinalaram a primeira opção; 20

assinalaram a segunda opção e apenas um assinalou a terceira opção. Na Figura 8 é possível observar os percentuais das três alternativas assinaladas.

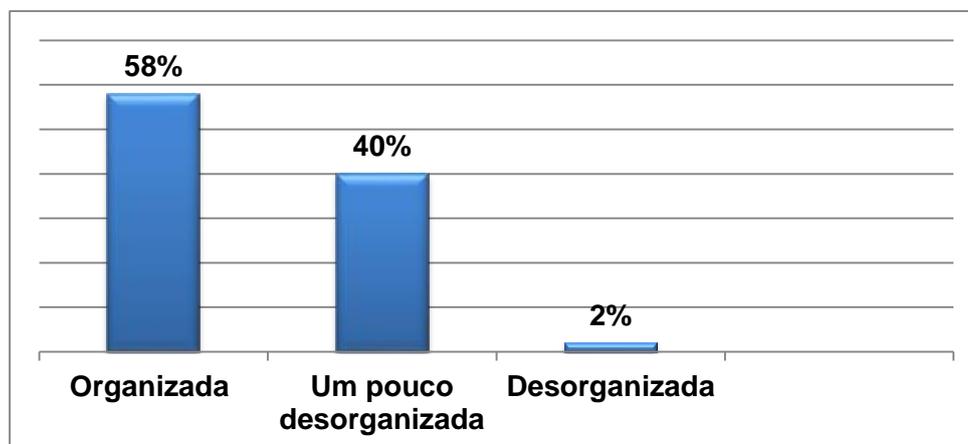


Figura 8: Situação financeira atual do participante

Os resultados apontam para a predominância de dois grupos distintos: um que acredita que sua situação financeira está organizada, presumindo-se que tenha controle sobre o dinheiro e ausência de dívidas, e outro que admite que sua situação financeira atual está meio desorganizada, presumindo-se que não sabe quanto gasta por mês e que tenha dívidas que acha que pode pagar. É fato que a maioria do grupo afirma que atualmente sua vida financeira está organizada. No entanto, chama a atenção a diferença relativamente pequena entre aqueles que acreditam que sua vida financeira está organizada e aqueles que acreditam que está um pouco desorganizada, 18%.

Questão 8: Indagou-se se o participante já pensou no futuro em termos de aposentadoria e renda. Duas alternativas foram apresentadas: sim e não. 41 participantes assinalaram a opção não e nove assinalaram sim. (Figura 9).

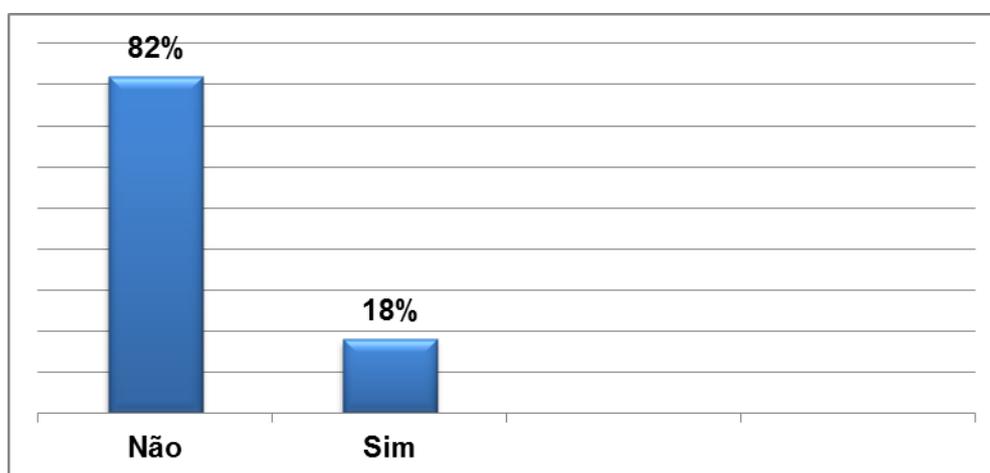


Figura 9: Preocupação com o futuro (aposentadoria e renda)

É significativa a diferença entre aqueles que já pensaram no futuro e aqueles que não. A grande maioria não se mostra preocupada com o futuro. Esse resultado não é um bom indicativo levando-se em conta o conceito de planejamento financeiro pessoal, que tem na aposentadoria um de seus principais focos. (SAITO et al., 2006; SAVOIA et al., 2007). Ou seja, planejar-se financeiramente também implica estabelecer metas para a formação de uma poupança para a aposentadoria e segui-las. (SOUSA e TORRALVO, 2008).

Segundo a ENEF (2010), mesmo em países desenvolvidos, em geral as pessoas costumam a se preparar financeiramente para a aposentadoria. No Brasil, entretanto, esta parece ser uma providência que deve ser tomada desde cedo, pois uma aposentadoria satisfatória não é provida integralmente pelo Estado: é preciso poupar por conta própria. Nesse sentido, os indivíduos serão cada vez mais responsáveis pela sua renda na aposentadoria. (SAVOIA et al., 2007). Assim, a formação de reservas para aposentadoria no regime de previdência privada, de caráter facultativo e complementar, é cada vez mais relevante para complementar o regime geral da previdência social, de filiação obrigatória no país. (ENEF, 2010).

Questão 9: Foi perguntado se o participante possui planejamento financeiro. Duas alternativas foram apresentadas: sim e não. Caso assinalasse sim, o participante deveria indicar como realiza o planejamento de suas finanças dentre quatro alternativas: faço uma planilha com o que eu ganho e com o que eu gasto; faço anotações em um caderno; arquivo as contas a pagar e todos os recibos dos meus gastos; outros. 40 participantes assinalaram sim e dez assinalaram não. (Figura 10).

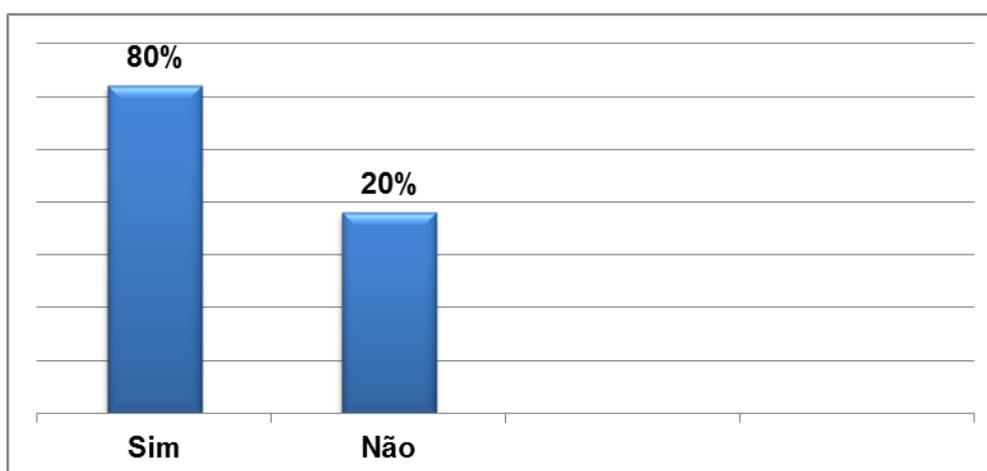


Figura 10: Possui planejamento financeiro?

Dos 40 que responderam afirmativamente, apenas um não assinalou a segunda parte da questão (como é feito o planejamento de suas finanças). Os resultados ficaram assim: a opção outros foi a mais assinalada (32 vezes). Seguiram-se: faço uma planilha com o que eu ganho e com o que eu gasto (com 17 marcações); faço anotações em um caderno e arquivo as contas a pagar e todos os recibos dos meus gastos, cada qual com uma marcação. No total foram 51 marcações. Na Figura 11 é possível observar os percentuais obtidos por cada alternativa.

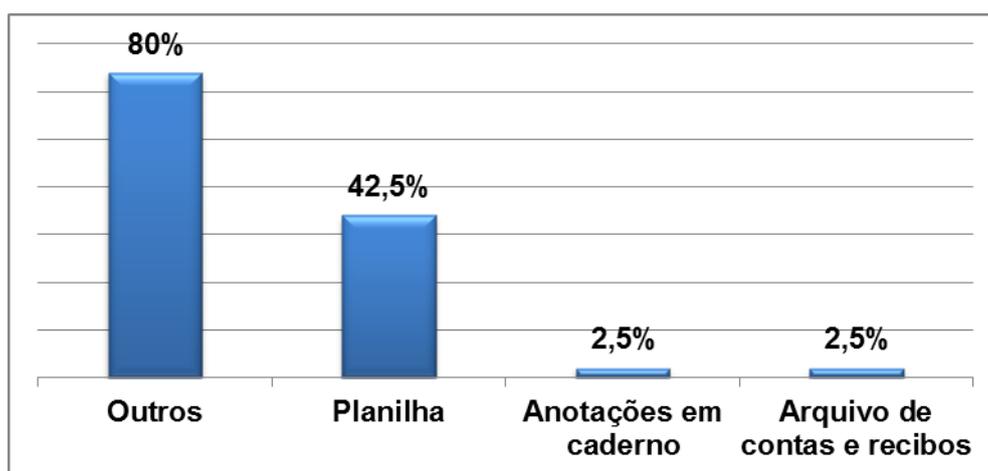


Figura 11: Como é feito o planejamento financeiro

Pode-se dizer que os resultados da primeira parte da questão parecem auspiciosos, pois a maioria afirmou elaborar seu planejamento financeiro. No entanto, não há certeza sobre esta percepção, sobretudo porque os resultados da segunda parte da pergunta não confirmam os da primeira. Vejamos por que.

Segundo Cerbasi (2009), não existe uma forma ideal (ou mais correta) de realizar/desenvolver um planejamento financeiro pessoal. Ele pode ser feito por meio de anotações em cadernos, softwares específicos ou planilhas como as do programa Microsoft Excel. Este autor sugere o uso de planilhas pessoais do programa Microsoft Excel, que considera mais simples e acessíveis do que softwares e mais elaboradas e de melhor resultado do que as anotações de próprio punho. Adverte, porém, que o planejamento deve ser mensal e ter os seguintes itens: relação das receitas líquidas; relação das despesas fixas; relação de despesas eventuais; saldo disponível; sobra de recursos do mês anterior; relação de aplicações (se houver); e total do que sobrou. (CERBASI, 2009).

Ora, dos participantes que responderam à segunda parte da questão, 42,5% afirmaram fazer planilhas contendo o que ganham e o que gastam. Acredita-se que essas planilhas não devam contemplar todos os itens sugeridos por Cerbasi (2009), mas o resultado indica maior compatibilidade com o proposto por este autor. Tendo isso em vista, não parece significativo que 80% desse grupo tenham assinalado a opção outros. Esta opção, colocada propositadamente, não oferece consistência, é vaga e não indica que um plano financeiro esteja sendo realizado.

A capacidade de elaborar e implementar o planejamento financeiro pessoal está em estreita associação com o grau de educação financeira que um indivíduo possui. (ENEF, 2010). E, apesar de alguns resultados positivos encontrados nesta pesquisa de campo, outros evidenciam que o grupo como um todo não possui educação financeira. Por exemplo, a maioria dos participantes recorre ao limite do cartão de crédito numa emergência financeira (questão 5), situação que pode levar ao endividamento; a maioria tem dificuldade de economizar e reconhece que não consegue poupar (questão 6); 40% admitem que sua vida financeira não está organizada (questão 7); e a maioria não se preocupa com questões como aposentaria e renda no futuro (questão 8).

Os resultados da pergunta número 10 confirmam essa percepção.

Questão 10: Foi indagado se o participante busca informações sobre educação financeira e finanças pessoais para melhorar a gestão do seu dinheiro. Três alternativas foram apresentadas: sim, sempre, às vezes, nunca. 32 participantes assinalaram às vezes, 17 assinalaram sempre e um assinalou nunca. (Figura 12).

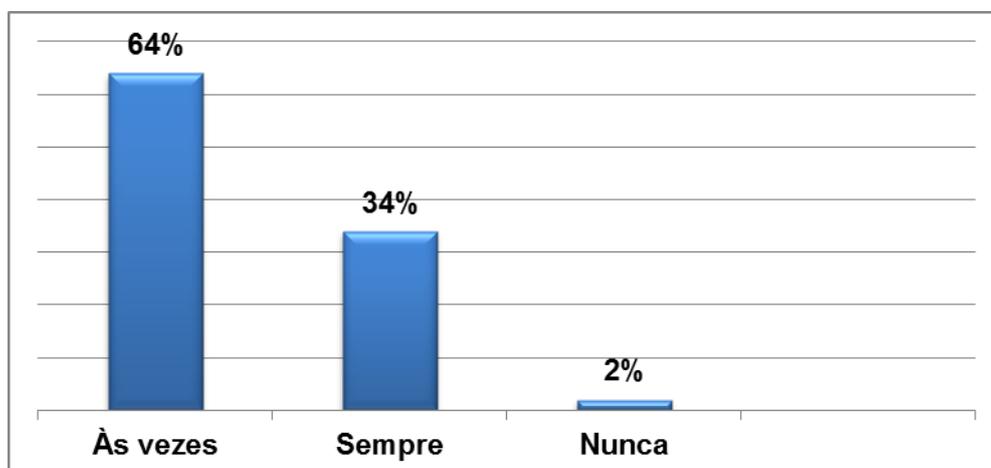


Figura 12: Busca informações sobre educação financeira e finanças pessoais

Portanto, a maioria dos participantes apenas eventualmente busca informações a respeito, ocasião em que demonstra algum interesse sobre educação financeira.

## 5 Conclusões e recomendações para novos estudos

Esta pesquisa abordou o tema finanças pessoais. O foco recaiu sobre a população jovem, tida como mais vulnerável aos apelos do consumo, menos segura na relação com o dinheiro, e por isso com maior dificuldade em gerir suas finanças, e menos atenta à educação financeira e seus benefícios presentes e futuros.

O principal objetivo foi conhecer a percepção de um grupo de jovens sobre o tema, sua forma de lidar com o seu dinheiro, se conseguem gerir suas finanças e de que forma. Especificamente, pretendeu-se realizar um estudo que refletisse sobre o comportamento de consumo e o processo de decisão de compra; que analisasse o fenômeno da financeirização da economia e seus impactos, principalmente sobre indivíduos e famílias; que investigasse possíveis razões que justificam a dificuldade das pessoas em lidar com o dinheiro e as finanças; e que reunisse conhecimentos sobre educação financeira e planejamento financeiro pessoal.

Basicamente, a pesquisa foi dividida em duas partes. Na primeira, relativa à revisão de literatura, os temas acima mencionados foram analisados de um ponto de vista teórico, ou seja, à luz das concepções de diferentes autores. Na segunda parte, realizou-se um estudo empírico que utilizou como método uma pesquisa de campo da qual participaram 50 jovens universitários da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro com idades entre 18 e 30 anos. Acredita-se, que, juntas, essas abordagens contribuíram para aprofundar a análise do tema, para a obtenção dos objetivos propostos, bem como para a elaboração das conclusões e recomendações aqui elaboradas.

Considerando-se o referencial destacado na revisão de literatura, os resultados da pesquisa de campo permitiram tirar algumas conclusões principais. São elas:

1. A maioria do grupo tem uma conduta positiva em relação ao consumo (embora alguns tenham admitido a compra por impulso, a maioria declarou que só compra o que necessita) e, ao contrário dos prognósticos da literatura, não considera as recomendações da família, amigos, colegas como um fator relevante na sua decisão de compra;

2. Optando pelo pagamento à vista, a maioria evita a inadimplência e o endividamento, riscos presentes nos pagamentos a prazo em parcelas. O mesmo pode ser afirmado em relação à opção da maioria pelo pagamento através de cartão de débito;
3. A maioria gostaria de economizar, mas tem dificuldade em fazê-lo, não conseguindo poupar – reconhece-se que este é um objetivo de difícil alcance tendo em vista o atual contexto da economia brasileira;
4. Que a maioria dos participantes se considera bom ou boa administrador/a do seu dinheiro;
5. A maioria do grupo não admite que seus conhecimentos sobre conceitos financeiros são nulos, mas, ao mesmo tempo, afirma não ter conhecimentos sobre conceitos financeiros;
6. Grande parte não gasta tudo o que ganha tampouco mais do que ganha, resultado que, em tese, leva ao não endividamento;
7. Apesar dos resultados positivos, outros resultados apontam que a maioria dos participantes não demonstra ter conhecimento efetivo sobre educação financeira e planejamento financeiro, haja vista que: a maioria usa o limite do cartão de crédito para suprir emergências financeiras, correndo riscos de inadimplência e endividamento em função dos juros; no mais, 40% dos participantes admitem não estar com sua situação financeira organizada; e a grande maioria dos participantes não pensa em aposentadoria e renda futura; por fim, que a maioria apenas eventualmente busca informações sobre educação financeira e finanças pessoais para melhor gerir o seu dinheiro.

Não houve pretensão de esgotar o tema tratado, inclusive porque acredita-se que ele é suscetível de outras abordagens. Diante dos poucos trabalhos sobre finanças pessoais voltados aos jovens, sugere-se o desenvolvimento de novas pesquisas que tenham este foco. Além de confirmar ou refutar os resultados aqui obtidos, elas podem contribuir para a sistematização de conhecimentos sobre como os jovens lidam com suas finanças pessoais.

## 6 Referências Bibliográficas

BLACKWELL, R.D.; MINIARD, P.W.; ENGEL, J.F. **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro: Pioneira Thomson Learning, 2005.

BORGES, A. Endividamento das famílias cai ao menor nível em quase sete anos. **Portal Brasil**. 02/02/2017. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/02/endividamento-das-familias-cai-ao-menor-nivel-em-quase-sete-anos-1> Acesso em: abril de 2017.

BRAGA, R. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 1995.

BRANCO, M. Para especialistas, uso do cheque em transações bancárias não será extinto. **Agência Brasil**. 31/01/2016. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-01/para-especialistas-uso-do-cheque-em-transacoes-bancarias-nao-sera-extinto> Acesso em: maio de 2017.

BROCHIER, L. A financeirização do consumo e a crise financeira nos Estados Unidos: o fim do padrão de crescimento puxado pelo consumo? **Anais do V Encontro Internacional da Associação Keynesiana Brasileira (AKB)**. São Paulo, 22 a 24 de agosto de 2012.

BRUNO, M. Financeirização e crescimento econômico: o caso do Brasil. **Revista ComCiência**, n. 128, p. 1-4, Campinas, 2011.

CANCLINI, N.G. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

CERBASI, G. **Como Organizar Sua Vida Financeira**: inteligência financeira pessoal na prática. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2009.

CORAZZA, G. Globalização Financeira: a utopia do mercado e a re-invenção da política. **Revista Economia Ensaios**, v. 19, n. 2, p. 125-140, 2005.

ENEF, Estratégia Nacional de Educação Financeira. **Plano Diretor**. Brasília, 2010. Disponível em: <http://www.vidaedinheiro.gov.br/docs/PlanoDiretorENEF.pdf> Acesso em: abril de 2017.

GITMAN, L. **Princípios de Administração Financeira**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

HARO, F.A. Desconhecimento e responsabilidade no sistema financeiro: uma aproximação sociológica às explicações morais e técnicas sobre a crise. **Revista Sociologias e-Working Paper**, n. 7, p. 1-29, Instituto Superior de Ciências Sociais, Lisboa, 2012.

HOFMANN, R.M.; MORO, M.L.F. Educação matemática e educação financeira:

perspectivas para a ENEF. **Zetetiké, Revista de Educação Matemática**, v. 20, n. 8, p. 37-54, Campinas, UNICAMP, julho/dezembro de 2012.

LACERDA, A.C. Globalização e o Brasil: riscos, oportunidades e desafios. **Economia & Relações Internacionais**, vol. 1, n. 1, São Paulo, julho de 2002. Disponível em: [http://www.faap.br/revista\\_faap/rel\\_internacionais/rel\\_01/lacerda.htm](http://www.faap.br/revista_faap/rel_internacionais/rel_01/lacerda.htm) Acesso em: abril de 2017.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2011.

MASSARO, A. Erros financeiros que os jovens cometem. **Exame.com**. 24/02/2017. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/blog/voce-e-o-dinheiro/erros-financeiros-que-os-jovens-cometem/> Acesso em: março de 2017.

MINELLA, A.C. Globalização financeira e as associações de bancos na América Latina. **Revista Civitas**, v. 3, n. 2, p. 245-272, julho/dezembro de 2003.

MOWEN, J.C.; MINOR, M. S. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

NOEL, R. Brasileiros têm dificuldade cultural em lidar com o dinheiro. **UOL Notícias Opinião**. 18/01/2016. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/opiniao/coluna/2016/01/18/brasileiros-tem-dificuldade-cultural-de-lidar-com-o-dinheiro.htm> Acesso em: maio de 2017.

OLIVEIRA, D.P.R. **Planejamento Estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, K. Mesmo com queda, juros do rotativo do cartão de crédito ficam em 481,5% ao ano. **Agência Brasil**. 20/03/2017. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-03/juros-do-rotativo-do-cartao-de-credito-caem-e-chegam-4815-ao-ano> Acesso em: maio de 2017.

OLIVEIRA, N. Endividamento das famílias cresce e atinge 58,2%. **Agência Brasil**. 28/09/2016. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-09/endividamento-das-familias-cresce-e-atinge-582> Acesso em: abril de 2017.

SAITO, A.T.; SAVOIA, J.R.F.; PETRONI, L.M. A educação financeira no Brasil sob a ótica da Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). **Anais do IX Semead**. São Paulo, FEA-UPS, 10 e 11 de agosto de 2006.

SAVOIA, J.R.F.; SAITO, A.T.; SANTANA, F.A. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **Revista de Administração Pública**, v. 41, n. 6, p. 1121-1141, Rio de Janeiro, novembro/dezembro de 2007.

SCHIFFMAN, L.G.; KANUK, L.L. **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

SCIRÉ, C.D.O. Financeirização da pobreza: crédito e endividamento no âmbito das práticas populares de consumo. **Revista Teoria & Pesquisa**, v. 20, p. 65-78, 2011.

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO (SPC); CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE DIRIGENTES LOJISTAS (CNDL). **Educação Financeira dos Brasileiros: gestão do orçamento pessoal.** São Paulo, 2017.

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO (SPC); CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE DIRIGENTES LOJISTAS (CNDL). **Comportamento dos jovens brasileiros frente ao uso do dinheiro e às finanças pessoais.** São Paulo, 2016.

SILVA, I.S.; COIRO, S.D.P. O uso compulsivo do cartão de crédito por estudantes universitários. **Revista Universo Acadêmico**, v. 7, n. 1, p. 203-214, Taquara, janeiro/dezembro de 2014.

SILVEIRA, A.N. Saúde Financeira: entrevista com Vera Rita de Mello Ferreira. **One Health**. Setembro de 2012. Disponível em: <http://www.onehealthmag.com.br/index.php/saude-financeira/> Acesso em: maio de 2017.

SOLOMON, M.R. **Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo.** Porto Alegre: Bookman, 2016.

SOUZA, A.F.; TORRALVO, C.F. A gestão dos próprios recursos e a importância do planejamento financeiro pessoal. **Anais do VII Semead**. São Paulo, FEA-USP, 10 e 11 de agosto de 2004.

SOUSA, A.F; TORRALVO, C.F. **Aprenda a Administrar o Próprio Dinheiro: coloque em prática o planejamento financeiro pessoal e viva com mais liberdade.** São Paulo: Saraiva, 2008.

## Anexo 1

Caro colega,

Sua participação neste questionário é muito importante para o desenvolvimento de um Trabalho de Conclusão de Curso de Administração de Empresas da PUC-Rio. Não há necessidade de identificar seu nome e assegure-se total sigilo das informações coletadas. Peço que responda com sinceridade. Agradeço a colaboração.

Leonardo Xavier

Dados Gerais:

Gênero:

Masculino  Feminino

Faixa etária:

Entre 18 e 25 anos

Entre 26 e 30 anos

Curso da PUC: \_\_\_\_\_

Trabalha?

Sim  Não

1. Em relação ao consumo, você se considera uma pessoa que:

Compra pouco

Só compra o que necessita

Compra por impulso

Compra compulsivamente

2. Na sua decisão de compra que fatores são importantes?

Minhas próprias experiências de consumo

Recomendação da família, amigos e colegas

Indicações de propaganda e anúncios

Promoções

3. Ao fazer uma compra, qual a forma de pagamento que você prefere?

- ( ) À vista  
 ( ) A prazo, em parcelas

4) Como você paga suas compras?

- ( ) Em dinheiro  
 ( ) No cartão de crédito  
 ( ) No cartão de débito  
 ( ) Em cheque

5) Que meio você usa para suprir uma emergência financeira?

- ( ) Tiro dinheiro da caderneta de poupança  
 ( ) Uso o limite do cartão de crédito  
 ( ) Peço emprestado para meus pais, familiares ou amigos  
 ( ) Uso o limite do cheque especial

6) Assinale com um X se concorda ou discorda das afirmações abaixo sobre como lida com suas finanças pessoais

	Concordo	Discordo
Gostaria de economizar dinheiro mas tenho dificuldade		
Sou um(a) bom(oa) administrador(a) do meu dinheiro		
Não sei nada sobre conceitos financeiros (inflação, juros, investimentos, riscos, retornos etc.)		
Sou péssimo(a) administrador(a) do meu dinheiro		
Tenho conhecimento sobre conceitos financeiros (inflação, juros, investimentos, riscos, retornos etc.)		
Gasto tudo o que ganho		
Consigo poupar		
Planejo o uso do meu dinheiro		
Não pesquiso preços e não planejo minhas compras		
Gasto mais do que ganho		

7) Sua situação financeira atual está:

- ( ) Organizada. Tenho controle sobre o meu dinheiro e não tenho dívidas  
 ( ) Um pouco desorganizada. Não sei quanto gasto por mês e tenho algumas dívidas que consigo pagar  
 ( ) Desorganizada. Não sei quanto gasto por mês e tenho dívidas que não estou conseguindo pagar

8) Você já pensou no futuro em termos de aposentadoria e renda?

Sim

Não

9) Você possui um planejamento financeiro?

Sim

Não

Se sim, como é feito o planejamento das suas finanças?

Faço uma planilha com o que eu ganho e com o que eu gasto

Faço anotações em um caderno

Arquivo as contas a pagar e todos os recibos dos meus gastos

Outros

10) Você busca informações sobre educação financeira e finanças pessoais para melhorar a gestão do seu dinheiro?

Sim, sempre

Às vezes

Nunca