

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO –

FECAP

MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

RAFAEL SANDINI AUGUSTO

**HÁBITOS FINANCEIROS DE UNIVERSITÁRIOS: ESTUDO
EM TRÊS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DE
MASSA DE SÃO PAULO**

São Paulo

2015

RAFAEL SANDINI AUGUSTO

**HÁBITOS FINANCEIROS DE UNIVERSITÁRIOS: ESTUDO
EM TRÊS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DE
MASSA DE SÃO PAULO**

Dissertação apresentada à Fundação Escola de
Comércio Álvares Penteado - FECAP, como requisito
para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Edson Sadao Iizuka

São Paulo

2015

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO – FECAP

Reitor: Prof. Edison Simoni da Silva

Pró-reitor de Graduação: Prof. Dr. Ronaldo Frois de Carvalho

Pró-reitor de Pós-graduação: Prof. Edison Simoni da Silva

Diretor da Pós-Graduação Lato Sensu: Prof. Alexandre Garcia

Coordenador de Mestrado em Ciências Contábeis: Prof. Dr. Cláudio Parisi

Coordenador do Mestrado Profissional em Administração: Prof. Dr. Heber Pessoa da Silveira

FICHA CATALOGRÁFICA

A923h	<p>Augusto, Rafael Sandini</p> <p>Hábitos financeiros de universitários: estudo em três instituições de ensino superior de massa de São Paulo / Rafael Sandini Augusto. - - São Paulo, 2015.</p> <p>123 f.</p> <p>Orientador: Prof. Dr. Edson Sadao Iizuka.</p> <p>Dissertação (mestrado) – Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP - Mestrado Profissional em Administração.</p> <p>1. Estudantes universitários - Finanças pessoais – Brasil. 2. Educação financeira – Brasil. 3. Educação financeira – Ensino superior - Estudo de casos.</p> <p>CDD 332.024</p>
-------	---

RAFAEL SANDINI AUGUSTO

**HÁBITOS FINANCEIROS DE UNIVERSITÁRIOS: ESTUDO EM TRÊS
INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DE MASSA DE SÃO PAULO**

Dissertação apresentada à Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Administração.

COMISSÃO JULGADORA

Prof. Dr. Andre Taue Saito

Universidade Federal de São Paulo - UNIFESP

Prof. Dr. Edson Ricardo Barbero

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

Prof. Dr. Edson Sadao Iizuka

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

Professor Orientador – Presidente da Banca Examinadora

São Paulo, 27 de Agosto de 2015.

RESUMO

Este estudo trata dos hábitos financeiros de estudantes universitários, que estudam em Instituições de Ensino Superior de Massa. O objetivo, foi averiguar o conhecimento financeiro e a prática financeira de jovens universitários que frequentam três universidades de massa na cidade de São Paulo – SP. Participaram do estudo 426 alunos que responderam ao questionário. Como foi observado neste estudo a amostra não demonstrou um comportamento homogêneo e apresentou indícios da utilização de princípios da educação financeira, tais como, a conferência da fatura de cartões de crédito realizada por 62,44% dos jovens, 62,91% tem a rotina de pagar as contas em dia e 66,9% tem o hábito de comparar o preço antes de realizar uma compra, porém também apresentam características contrárias a estes princípios como a não comparação da taxa de juros entre as opções de compra a prazo, identificada em 56,34% da amostra, 50,46% apresentaram tendências a realizar compras por impulso, o que demonstra fortes indícios da não alfabetização dos jovens universitários de massa. Ainda é possível observar um percentual significativo de jovens que se mostram a margem da utilização dos princípios de educação financeira, pois apresentam hábitos contrários a tais, como a utilização do limite do cheque especial constatado em 11,03%, o empréstimo do nome à terceiros relatados por 28% dos entrevistados e a incidência de 30,04% já tiveram seu nome cadastrado nos serviços de proteção ao crédito. O trabalho se torna relevante para os gestores das instituições de ensino pesquisadas, pois poderá orientá-los na implementação de programas de educação financeira para os alunos, visando tornar estes jovens mais capacitados para a tomada de decisões financeiras, contribuindo na redução da evasão e inadimplência desses alunos, uma vez que passaram a planejar seus gastos e a distribuir sua renda de acordo com suas demandas pessoais.

Palavras-chave: Hábitos financeiros. Educação financeira. Estudantes.

ABSTRACT

This study deals with the financial habits of college students, studying in Mass Higher Education Institutions. The aim was to ascertain the financial knowledge and financial practice of university students who attend three mass universities in São Paulo - SP. The study included 426 students who responded to the questionnaire. As noted in the study, the sample did not show a homogeneous behavior and also provided some evidence of the use of principles of financial education, such as the invoice conference credit cards held by 62.44% of young people, 62.91% have routine to pay the bills on time and 66.9% have the habit of comparing prices before making a purchase, however they also have contrary characteristics to these principles as no comparison in interest rates between the forward options, identified in 56.34% of the sample, 50.46% had a tendency to make impulse purchases, which shows strong evidence of non-literacy of mass university students. It is still possible to observe a significant percentage of young people who show the margin of use of the principles of financial education, they present contrary habits such as the use of overdraft limit found in 11.03%, the third party the name of the loan reported by 28% of respondents and the incidence of 30.04% already had their name registered in the credit protection services. The work is relevant to managers of the surveyed educational institutions, as this could guide them in implementing financial education programs for students, to make them more qualified young people for making financial decisions, contributing to the reduction of evasion and delinquency of these students since they began to plan their spending and to distribute their income according to your personal demands.

Keywords: Financial habits. Financial education. Students.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil.....	25
Figura 2 - Classes sociais brasileiras descritas como uma pirâmide por renda domiciliar mensal	43
Figura 3 - Representação gráfica da pirâmide populacional em estratos econômicos	44
Figura 4 - Ascensão das Classes Médias: C, D e E.....	45
Figura 5 - Representação gráfica do registro de inadimplentes	53
Figura 6 - Representação gráfica dos setores em que os jovens possuem maiores índices de inadimplência	55

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa etária dos participantes da pesquisa.....	61
Gráfico 2 - Estado civil dos participantes da pesquisa	62
Gráfico 3 - Situação de moradia dos participantes da pesquisa ... Erro! Indicador não definido.	
Gráfico 4 - Quantidade de pessoas que moram na mesma residência dos participantes da pesquisa	63
Gráfico 5 - Quantidade de filhos dos participantes da pesquisa	63
Gráfico 6 - Renda familiar dos participantes da pesquisa.....	64
Gráfico 7 - Renda individual dos participantes da pesquisa.....	65
Gráfico 8 - Escolarização dos pais dos participantes da pesquisa	65
Gráfico 9 - Escolarização das mães dos participantes da pesquisa	66
Gráfico 10 - Profissão das mães dos participantes da pesquisa.....	67
Gráfico 11- Profissão dos pais dos participantes da pesquisa.....	67
Gráfico 12 - A educação financeira é essencial para meu desenvolvimento financeiro	68
Gráfico 13 - Diferença entre educação financeira e a alfabetização financeira .	69
Gráfico 14 - Uso dos princípios da educação financeira para o controle de despesas mensais.....	70
Gráfico 15 - Possui meta financeira para o futuro.....	71
Gráfico 16 - Fica mais de um mês sem fazer o balanço dos gastos.....	72

Gráfico 17 - Consegue identificar os juros que paga ao comprar um produto a crédito	73
Gráfico 18 - Confere a fatura dos cartões de crédito para averiguar erros e cobranças indevidas	73
Gráfico 19 - Segue um plano mensal de gastos preestabelecidos	74
Gráfico 20 - Anota e controla os gastos pessoais	74
Gráfico 21 - Compara as taxas de juros entre as opções de compra à prazo ...	75
Gráfico 22 - Cumprimento do planejamento financeiro mensal.....	76
Gráfico 23 - Pagamento de contas em dia, sem atrasos	77
Gráfico 24 - Utilização do cartão de crédito ou cheque especial por falta de recursos suficientes para as despesas mensais	77
Gráfico 25 - Comparar preços para fazer uma compra.....	78
Gráfico 26 - Analisa as finanças com profundidade antes de fazer alguma grande compra	79
Gráfico 27 - Compra por impulso.....	79
Gráfico 28 - Compra com carnê de loja de crediário.....	80
Gráfico 29 - Prefere comprar financiado do que à vista	81
Gráfico 30 - Possui empréstimo de financeira ou banco.....	81
Gráfico 31 - Se preocupa após tomar uma decisão sobre dinheiro	82
Gráfico 32 - Gosta de comprar coisas que o faz se sentir bem	83
Gráfico 33 - Dispõe a gastar dinheiro com coisas que considera importantes.	84
Gráfico 34 - Usa limite do cheque especial atualmente.....	84
Gráfico 35 - Já efetuou empréstimo para quitar outra dívida.....	85

Gráfico 36 - Já ficou com o nome negativado nos serviços de proteção ao crédito	86
Gráfico 37 - Usou nome de terceiro conhecido para efetuar empréstimo	86
Gráfico 38 - Emprestou o nome para algum conhecido contratar empréstimo e/ou comprar no crediário	87
Gráfico 39 - Usa a maior parte da renda para pagar dívidas	88
Gráfico 40 - Se incomoda se não consegue comprar tudo o que quer	89
Gráfico 41 - Gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida	89
Gráfico 42 - Admira as pessoas que possuem casas, carros e roupas caras...	90
Gráfico 43 - Gosta de gastar dinheiro com coisas caras.....	91
Gráfico 44 - Poupa dinheiro mensalmente.....	92
Gráfico 45 - Estabelece metas financeiras de longo prazo que influenciam na administração das finanças pessoais	93
Gráfico 46 - Possui reserva financeira ≥ 3 vezes a renda mensal.....	93
Gráfico 47 - Poupar é impossível para a família	94
Gráfico 48 - Acredita que o modo como administra o dinheiro pode afetar o seu futuro	95

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Dimensões de alfabetização financeira.....	27
Quadro 2 - Categorização dos serviços financeiros utilizados.....	48
Quadro 3 - Uso do cartão de crédito pelos consumidores pela renda e por setor	49
Quadro 4 - Perfil contemporâneo dos consumidores.....	53
Quadro 5 - Descrição dos procedimentos de coleta de dados	59

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Acesso a contas bancárias.....	30
Tabela 2 - Exemplo de orçamento	38
Tabela 3 - Exemplo de orçamento	38
Tabela 4 - Fontes de informação sobre educação financeira.....	57

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 CONTEXTO	13
1.2 OBJETIVOS	15
1.2.1 OBJETIVO GERAL	15
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
1.3 JUSTIFICATIVA	16
1.4 PROBLEMA	18
1.5 ENSINO SUPERIOR DE MASSA	19
1.6 APRESENTAÇÃO DO TRABALHO	21
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	22
2.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA	22
2.2 ALFABETIZAÇÃO FINANCEIRA VERSUS EDUCAÇÃO FINANCEIRA	26
2.3 INADIMPLÊNCIA	28
2.4 FATORES DE ENDIVIDAMENTO	29
2.4.1 CULTURA	33
2.4.2 PLANEJAMENTO FINANCEIRO PESSOAL	36
2.4.3 FLUXO DE CAIXA PESSOAL	40
2.5 CRÉDITO PARA BAIXA RENDA	42
2.6 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR UNIVERSITÁRIO	51
3 MATERIAIS E MÉTODOS	59
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	61
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	97
REFERÊNCIAS	102
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO	109

ANEXO A - INFORMAÇÕES SOBRE AS INSTITUIÇÕES UNIVERSITÁRIAS DOS ALUNOS PARTICIPANTES DA PESQUISA.....	115
---	------------

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTO

No contexto brasileiro, principalmente nos últimos anos, evidenciaram-se novos consumidores, principalmente em razão da ascensão as classes de baixa renda para as classes e camadas médias da sociedade. Essas transformações sociais afetam o processo e a constituição econômica do país, além disso, despertam o interesse para o aparecimento de novas oportunidades de negócio, que estão direcionados a atender as novas demandas desses segmentos.

Junto às mudanças sociais, a relação estabelecida entre os prestadores de serviços financeiros e as classes médias e baixas sofreu sensíveis modificações. Para ampliar a participação nos novos mercados, podendo capitalizar com o crescimento da renda disponível nessas classes sociais, as instituições financeiras passaram a criar estratégias que atendessem, especificamente, esses clientes.

Dentro desse panorama, os jovens de instituições de ensino superior de massa (IESM) têm sido considerados como um segmento do público consumidor a despertar o interesse das campanhas publicitárias e outros meios de acesso das organizações financeiras e comerciais.

As empresas buscam no contingente das classes de baixa renda oportunidades de ampliar seus mercados e lucros, como uma saída para se destacarem na competição que os mercados tradicionais vêm enfrentando, nos últimos anos. Conforme os mercados tradicionais ameaçam entrarem em esgotamento, as organizações direcionam suas campanhas para as camadas de baixa renda, na tentativa de compreender as particularidades desse nicho do mercado, para atendê-los e, assim, expandir suas riquezas (ALVES, 2008).

A capacidade de compra dos consumidores de baixa renda é um nicho de especulação das empresas, contudo, em muitos casos esses consumidores não conseguem controlar suas finanças e acabam acumulando dívidas. O consumo desenfreado e o acúmulo de dívidas podem prejudicar a ascensão financeira dos jovens de IESM.

A educação financeira é uma das variáveis responsável por fornecer ao indivíduo subsídios para seu sucesso financeiro. A estabilidade do ambiente econômico, dos últimos anos, possibilitou o aumento da oferta de produtos e serviços financeiros, dentre eles, o crédito, que levou à ampliação da capacidade de compra de grande parcela da população brasileira, a incluir aqueles indivíduos que eram excluídos do sistema financeiro.

Para atingir os benefícios propostos pela educação financeira, é preciso que os consumidores sigam alguns comportamentos básicos, quais sejam: entender o funcionamento do mercado e de como os juros são capazes de influenciar a vida financeira do indivíduo; aprender a consumir de forma consciente, para evitar o consumo compulsivo; saber utilizar os financiamentos disponíveis, administrar as opções de crédito para evitar o endividamento; compreender a importância e as vantagens de planejar a utilização dos recursos financeiros; de maneira a manter uma boa gestão financeira (BANCO CENTRAL DO BRASIL - BACEN) (2013).

A educação financeira é uma forma de fornecer os conhecimentos e informações acerca dos comportamentos básicos que melhoram a qualidade de vida das pessoas e de suas comunidades. Assim, ela pode contribuir para o desenvolvimento econômico, já que as decisões financeiras de cada pessoa influenciam, em um conjunto, toda a economia nacional, já que está diretamente ligada aos níveis de inadimplência e endividamento das pessoas com a capacidade de investimento do país (SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007).

A contemporaneidade trouxe um contexto e um mundo financeiro mais complexo que das gerações anteriores, principalmente no período de constante avanço tecnológico e da economia globalizada, que acirrou a concorrência entre as empresas em escala mundial. Apesar disso, o nível de educação financeira da população não acompanhou o aumento da complexidade. Muitos autores consideraram que a ausência da educação financeira, em conjunto com as políticas de facilitação de crédito, causou o endividamento excessivo (FUSTAINO, 2009; SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007; BACEN, 2013; SANTOS; SOUZA, 2014).

Em um país em desenvolvimento, o contexto apresentado faz com que a população, de maneira geral, não esteja preparada para reagir as instabilidades que o cenário econômico tende a enfrentar. Dessa forma, surge o interesse do Governo e de Instituições bancárias em programas que possam criar subsídios para

realização de alfabetização financeira de sua população (POTRICK; VIEIRA; PARABONI, 2013).

No que se refere às instituições de ensino superior no Brasil, existem as instituições públicas, as instituições privadas de elite (que possuem um custo elevado da mensalidade) e as instituições de ensino superior privado de massa (que possuem mensalidades à preços menores, facilitando o acesso dos jovens de baixa renda ao ensino superior).

Os esforços para melhorar a educação financeira são agora suportados por uma ampla gama de organizações, incluindo as instituições de ensino superior, bancos, empresas, entre outros. Como o interesse na educação financeira cresce, no entanto, é importante que os decisores políticos e organizações interessada entendam os pontos fortes e fracos dos indivíduos em relação ao seu planejamento financeiro, de modo a empregar novas abordagens de alfabetização financeira que podem melhorar a qualidade de vida financeira desses indivíduos (LUSARDI; MITCHELL; CURTO, 2010; GALE; LEVINE, 2010).

Este estudo é relevante para os gestores das instituições de ensino de massa, pois poderá orientá-los na implementação de programas de educação financeira para os alunos, auxiliando-os na elaboração do planejamento financeiro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GERAL

Averiguar o conhecimento financeiro e a prática financeira dos jovens universitários em instituições de ensino superior de massa (IESM) de São Paulo-SP.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Identificar, sob o ponto de vista financeiro, quem é o jovem universitário de IESM;

- b) Verificar o nível de alfabetização financeira dos jovens universitários de IESM;
- c) Analisar os hábitos de consumo e investimento financeiros dos jovens universitários de IESM.

Com os objetivos específicos supracitado pretende-se apresentar um perfil dos jovens universitários de IESM, limitado à amostra pesquisada, que pode demonstrar como seus hábitos financeiros podem influenciar na sua ascensão econômica.

1.3 JUSTIFICATIVA

Um dos fatores mais importantes para que um país se desenvolva é a preocupação com as grandes diferenças sociais. De acordo com a Fundação Getúlio Vargas (FGV) (2010), há ainda uma grande discussão do que seria considerado baixa renda. Na literatura é encontrado conceituações de baixa renda como famílias que ganham em média 2 dólares por dia, e outras que chegam até 8 dólares por dia, porém, procurando a média e analisando o contexto nacional, a FGV (2010) considerou como sendo a população de baixa renda, famílias onde a renda representam menos de 5 dólares ao dia por pessoa.

A partir do momento que esse contingente populacional de baixa renda passa a receber maior atenção das organizações, surge o questionamento acerca de suas especificidades, isto é, essas empresas se deparam com o desconhecimento das necessidades, desejos e características particulares desse segmento do mercado. Alves (2008) lança a hipótese de que essas classes de baixa renda não consomem o mesmo que as camadas mais abastadas da população ou mesmo da mesma forma. Entretanto, o autor levanta a questão de que não se conhece o comportamento desses indivíduos, ainda que se busque o conhecimento para estabelecer o devido planejamento orçamentário.

No Brasil, a população de baixa renda ainda representa cerca de 85% da população (PLANO CDE; BANKABLE FRONTIER ASSOCIATES, 2012; KAWAI JUNIOR, 2007). A expressividade desta parcela, e o aumento de seu endividamento,

principalmente dos jovens (SANTOS; SOUZA, 2014) faz com que sejam necessários estudos sobre as percepções, anseios e planejamento de como os indivíduos de baixa renda comportam-se perante a acessibilidade de crédito.

Como existe uma escassez de materiais e estudos acerca da constituição dos segmentos de consumidores de baixa renda, em especial, dos indivíduos mais jovens, os resultados obtidos com a presente pesquisa contribuirão para o conhecimento do perfil e comportamento dos consumidores universitários de baixa renda, contribuindo para com a compreensão das transformações econômicas e sociais do país.

Sabe-se que esse nicho de mercado tornou-se um alvo lucrativo das estratégias de marketing das organizações e, de acordo com Fustaino (2009), os indivíduos de baixa renda representam, para a economia brasileira, um contingente de 41% da capacidade total. Além disso, a autora estima que 45% dos gastos com eletrodomésticos e móveis são realizados por esses consumidores. Isso demonstra como esta temática oferece impacto direto nos números do consumo e da oferta de crédito, principalmente quando direcionadas a esse mercado consumidor.

Para que o país se desenvolva de forma plena, analisar o crescimento econômico não é suficiente, é preciso observar o aumento do Produto Interno Bruto (PIB) per capita, em conjunto com a melhoria da qualidade de vida da população.

Para a ORGANIZAÇÃO DE COOPERAÇÃO E DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE) (2005), a educação financeira auxilia os indivíduos, proporcionando uma melhora da compreensão sobre produtos financeiros, conceitos e riscos, para que habilidades sejam desenvolvidas para melhorar o bem-estar financeiro, a partir das informações e recomendações estudadas.

A justificativa do estudo também aponta sua expressividade a partir da necessidade de buscar subsídios em discussões sobre o assunto para que sejam criadas ferramentas de análise de crédito e ações que possam conduzir a educação e alfabetização financeira.

1.4 PROBLEMA

De acordo com o Banco Central do Brasil (BACEN) (2014), a partir do ano 2000 se iniciou uma política de concessão a crédito a famílias de baixa renda com o objetivo de impulsionar a economia e desnivelar as diferenças entre as classes sociais. Junto com esse crescimento econômico, e poder de acessibilidade foi constatado o aumento do endividamento das classes D e E. Para Santos e Souza (2014), acredita-se que o crescimento de endividamento entre os jovens esteja ligado ao otimismo exacerbado da estabilidade e do cenário econômico como um todo (SANTOS; SOUZA, 2014).

Em 2008, o potencial de consumo das classes C, D e E brasileiras atingia o número de R\$ 410 bilhões, e em complemento, Fustaino (2009) afirma que essas classes, por serem o segmento que mais se submete às taxas de juros, esse mercado acabará se tornando o principal alvo de instituições financeiras ou empresas que oferecem como opção de compra os pagamentos a prazo. Dessa maneira, quando aumenta o consumo, conseqüentemente, ocorre o crescimento de novas dívidas, em razão, principalmente, da adoção de modalidades como financiamento, cartão de crédito, empréstimos, dentre outros que comprometem a renda mensal dos indivíduos.

O Brasil passou por um período de recuperação econômica, com uma redução nos índices de pobreza, em razão das políticas sociais implantadas pelo governo vigente então, principalmente a partir de 2003 e 2004. Durante esse período, 1,1 milhão de novas contas foram abertas na Caixa Econômica Federal, sendo que, dessas, 85% pertenciam a pessoas com renda mensal inferior a R\$ 500,00 (PLANO CDE; BANKABLE FRONTIER ASSOCIATES, 2012).

Em muitos casos, a atuação dessas financeiras contava com o apoio dos bancos. Para acessar clientes de baixa renda, diversos bancos formaram parcerias com varejistas, visando a concessão de crédito ao consumidor. Através dessas parcerias, os bancos tinham a oportunidade de compartilhar as informações desses clientes, como o histórico de crédito, com os varejistas, que a partir disso, tornaram-se os principais emissores de cartões de crédito no país, alcançando a marca de 127 milhões de usuários, em comparação aos 91 milhões de cartões de banco emitidos em 2004 (PLANO CDE; BANKABLE FRONTIER ASSOCIATES, 2012).

Até o ano de 2010, os brasileiros possuíam 628 milhões de cartões de crédito, incluindo os cartões emitidos por lojas de varejo. Atualmente, a maior parte dos varejistas oferece alguma espécie de crédito para seu cliente, mesmo em alimentos. Nas famílias de menor renda, percebe-se uma percepção de que o crédito obtido através dos varejistas é mais fácil e menos burocrático.

O caso da rede de lojas das Casas Bahia, por exemplo, que estão entre os maiores varejistas desse segmento, seus consumidores de baixa renda representam 80% das vendas, e a rede possui uma carteira ativa de 11 milhões de tomadores de crédito. As Casas Bahia, ao oferecer o crédito ao cliente, não exigem prova de renda ou fiador para liberação de crédito. Em casos específicos existem medidas como entrega obrigatória dos produtos, para confirmar os endereços dos clientes e exigir referência dos vizinhos. A partir dessas estratégias, essas redes de varejo alcançam as áreas mais remotas do país, mirando clientes de menor renda (PLANO CDE; BANKABLE FRONTIER ASSOCIATES, 2012).

Em razão dos diversos apelos do mercado para o consumo dos produtos, na atualidade, existe um conflito constante entre o que se deseja adquirir e o que os recursos financeiros realmente permitem. Por isso, é necessário realizar um planejamento do consumo, considerando que os recursos são limitados, portanto, faz-se necessária a educação financeira do indivíduo, para que administre seus recursos e saiba direcioná-los de maneira consciente.

Em razão deste cenário, o presente estudo deparou-se com a seguinte questão-problema: **quais são os hábitos financeiros dos jovens universitários de massa de São Paulo?**

1.5 ENSINO SUPERIOR DE MASSA

A história do ensino superior desde a Segunda Guerra Mundial, tanto nos Estados Unidos como na Europa tem sido de expansão do acesso (TROW, 2000).

A demanda por vagas especializadas no mercado de trabalho refletiu o crescimento em todas as sociedades modernas de ocupações que exigem mais do que o ensino secundário, fato marcado sobretudo nas últimas décadas, por um crescimento do número de alunos não-tradicionais, que estudam em tempo parcial e

com o objetivo de emprego rápido. Esses alunos definem por suas origens e aspirações dos sistemas emergentes de ensino superior de massa, sendo orientados principalmente para ganhar habilidades e conhecimentos úteis, em vez de aderir uma elite cultural marcada por organismos comuns de conhecimento arcano e formas cultivadas de pensar e sentir (TROW, 2000).

No Brasil, na década de 1960 haviam apenas uma centena de instituições de ensino superior em todo o país, sendo que a grande maioria era de pequeno porte. Em 1999, o sistema de ensino público brasileiro contava com 1097 estabelecimentos, com 2,4 milhões de alunos de graduação e 80.000 alunos nos cursos de pós-graduação *stricto sensu* (MARTINS, 2002).

Com o avanço das tecnologias da informação e comunicação, no início do século XXI, as instituições de ensino tornaram-se ainda mais massificadas, possibilitando aos alunos realizar seus estudos à distância. De acordo com dados do Ministério da Educação, em 2013 o número de instituições de ensino superior chegou a 2391, destas, 2090 (87,4%) pertencentes à rede privada. Essas instituições de ensino superior totalizaram em 2013: 7.526.681 alunos matriculados em 32.049 cursos de graduação; 16.987 cursos de formação específica; e 203.717 cursos de pós-graduação *stricto sensu* (MEC, 2015).

Nesse sentido, Sampaio (2000) enfoca em seu livro:

A complexa heterogeneidade acadêmico-institucional que se formou ao longo das últimas três décadas no funcionamento do ensino superior brasileiro. Tal característica essa encontra-se subjacente à diversidade na oferta de curso, às diferenciadas expectativas de formação profissional, às distintas características dos cursos e das carreiras oferecidas pelas instituições, à composição e qualificação do corpo docente e à pluralidade de vocações acadêmico-institucional que tem estruturado os estabelecimentos de ensino superior no país (SAMPAIO, 2000 *apud* MARTINS, 2002, p. 198).

A expansão do ensino superior facilitou o acesso à essas instituições, sobretudo, aquelas de ensino privado que oferecem cursos mais rápidos, a baixo custo, com acesso facilitado.

1.6 APRESENTAÇÃO DO TRABALHO

O presente estudo foi dividido em cinco capítulos principais. O primeiro capítulo é a própria introdução que apresenta as informações gerais sobre o tema e o que se pretende com a realização desta pesquisa.

O segundo capítulo compreende a revisão de literatura que abrange as seguintes temáticas: educação financeira; alfabetização financeira versus educação financeira; inadimplência; fatores de endividamento (cultura; planejamento financeiro pessoal; fluxo de caixa pessoal); crédito para baixa renda; comportamento do consumidor universitário de IESM.

O terceiro capítulo aborda os materiais e métodos utilizados para a efetivação desta pesquisa.

O quarto capítulo contém a discussão dos resultados obtidos com a pesquisa junto aos estudantes universitários de IESM.

Por fim, o quinto capítulo apresenta as considerações finais sobre o estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

No cenário econômico atual, onde a economia globalizada exige atenção e conhecimento da situação econômica e financeira do mundo todo capazes de atingir direta ou indiretamente o Brasil, bem como, a sensível instabilidade econômica que o Brasil enfrenta, é necessário que se entendam os aspectos que envolvem a educação financeira.

Entende-se por educação financeira a aprendizagem de gerir finanças pessoais, seja para tomada de decisão de compra, forma de pagamento (à vista ou a prazo), aposentadoria, investimentos etc. (LOPES et al., 2014).

A alfabetização financeira ou conhecimento financeiro é tipicamente um acesso para modelar a necessidade de educação financeira e explicar a variação nos resultados financeiros. A alfabetização financeira é fundamental para compreender o impacto educacional, bem como as barreiras para a escolha financeira eficaz. (HUSTON, 2010).

Aumentar a alfabetização financeira dos consumidores por meio da educação financeira é fundamental para melhorar a tomada de decisão sobre compras, investimentos e a gestão de valores financeiros em geral. (HUSTON, 2010).

As pesquisas recentes sobre riqueza e finanças domésticas procuram misturar modelos neoclássicos com uma compreensão das imperfeições do mundo real para responder a perguntas sobre por que algumas pessoas conseguem obter a estabilidade financeira e outras não. (LUSARDI, 2003; LUSARDI; MITCHELL, 2006; LUSARDI; MITCHELL; CURTO, 2010).

Segundo Lusardi, Mitchell e Curto (2010), os consumidores devem enfrentar decisões financeiras complicadas quando são jovens, devido ao complicado ambiente financeiro que se apresenta atualmente, e os erros financeiros realizados no início da juventude podem custar caro ao longo da vida adulta. Atualmente, os jovens frequentemente têm grandes quantidades de empréstimos estudantis ou dívidas de cartão de crédito, e tais complicações precoces podem dificultar a sua capacidade de acumular riquezas. Para os consumidores mais jovens, é

fundamental para os investigadores explorar qual o conhecimento deles em relação ao controle de suas finanças e seus investimentos. Compreender os fatores que contribuem ou prejudicam a aquisição de conhecimento financeiro pode ajudar os formuladores de políticas e projetar intervenções eficazes dirigidas à população jovem.

A educação financeira é importante para a gestão das finanças pessoais. Em diversos países como Estados Unidos, Canadá e outros, a educação financeira faz parte do currículo escolar desde as séries iniciais. Mas, no Brasil as crianças, adolescentes e jovens não recebem educação financeira na escola e, conseqüentemente, a maioria dos adultos não sabe gerenciar suas finanças pessoais.

Nesse sentido, Savoia, Saito e Santana (2007, p. 1129):

- 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. (...).

A educação financeira é o alicerce para a boa gestão das finanças pessoais, deve ser um processo contínuo, que acompanha a evolução do mercado. Portanto, o processo de educação financeira deveria ser realizado nas escolas, para que as crianças e adolescentes, desde cedo, aprendessem a gerenciar suas finanças pessoais.

Os programas de educação financeira devem investir no planejamento financeiro pessoal, demonstrando as opções de investimento, poupança e aposentadoria, evitando o endividamento da população.

Outro ponto importante, é que os programas de educação financeira sejam voltados para a construção da competência financeira, de forma personalizada.

Países desenvolvidos investem em programas diretos de educação financeira, pois consideram nos cidadãos a responsabilidade conjunta quanto ao sucesso econômico de seu país. É normal então que qualquer cidadão seja informado quanto ao andamento econômico de seu país, bem como, se preocupe com investimentos e aposentadorias, obtendo assim, estratégias de finanças pessoais que lhe proporcione conforto imediato e futuro, influenciando no comportamento direto e efetivo de uma sociedade como um todo.

A preocupação com o nível da educação financeira, principalmente em função do contexto econômico conturbado em que os países se encontram, evita que decisões financeiras mal informadas sejam tomadas, ou então, prevenindo repercussões negativas ou futuros prejuízos consequentes das más escolhas. (POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2003).

Não são apenas os países e seus governos que se preocupam com esse tema, recentemente, percebe-se a adoção de organismos internacionais e pesquisadores com interesse. A Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) considera a educação financeira um processo em que os indivíduos aprimoram seu entendimento sobre produtos financeiros, conceitos e riscos. Assim, esses indivíduos têm a possibilidade de desenvolver capacidade para a tomada de decisões que melhorem seu bem-estar e daqueles ao seu redor. (OCDE, 2005).

De acordo com Lopes et al. (2014), a educação financeira envolve questões de conhecimento para estabelecer orçamentos, planos de poupança, investimentos e estratégias que apoiem as tomadas de decisão, objetivando sempre em ampliar o bem-estar. Ela possibilita o conhecimento de ferramentas para a tomada de decisões, tornando os indivíduos aptos à prática de seu controle financeiro.

Nos Estados Unidos existem diversos websites, instituições financeiras, ações governamentais e escolas que possuem programas de educação financeira. No Brasil ainda são poucas instituições que investem em programas de educação financeira e tal atividade não faz parte do currículo escolar. A seguir são apresentados alguns programas de educação financeira voltados para as finanças

peçoais realizados no Brasil. O Banco Central do Brasil apresenta alguns textos que servem para orientar os indivíduos a gerenciar suas finanças pessoais (vide figura 1).

FIGURA 1 - PROGRAMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA DO BANCO CENTRAL DO BRASIL

The screenshot shows the website of the Banco Central do Brasil. At the top, there is a navigation bar with links for 'Acesso à Informação', 'BRASIL', 'Sobre a Instituição', 'Perguntas frequentes', 'Glossário', 'Mapa do site', 'Sisbacen', 'Fale conosco', 'Links', and 'English'. Below this is a search bar with the text 'Busca:' and a 'Busca avançada' button. The main header features the Banco Central do Brasil logo and the mission statement: 'Missão: Assegurar a estabilidade do poder de compra da moeda e um sistema financeiro sólido e eficiente.' A horizontal menu lists various services: 'Acesso à Informação do BCB', 'Sistema de Metas para a Inflação', 'Economia e finanças', 'Câmbio e Capitais Internacionais', 'Sistema de Pagamentos Brasileiro', 'Sistema Financeiro Nacional', 'Supervisão do SFN', and 'Intervenções, liquidações e privatizações'. The breadcrumb trail reads: 'Início » Educação e cultura » Programa de Educação Financeira » O Banco Central e a Educação Financeira'. The main heading is 'O Programa de Educação Financeira do Banco Central'. Below this, there is a sub-heading 'O que é Educação Financeira' followed by a paragraph explaining the concept. Another sub-heading 'Por que promover a Educação Financeira do brasileiro' is followed by three paragraphs discussing the economic context and the role of the Banco Central in promoting financial education through the National Strategy (Enef) and the National Committee (Conef).

Fonte: BACEN (2015).

O programa de educação financeira do Banco Central do Brasil apresenta uma série de textos informativos sobre a importância da gestão das finanças pessoais, e como organizar as despesas/receitas aproveitando melhor os recursos financeiros. Mas, são apenas textos, a pessoa precisa ter interesse em realizar a leitura dos textos, e interpretá-los e, então, passar a gerenciar as finanças pessoais.

Além do Banco Central do Brasil, outros bancos apresentam programas de educação financeira, mas isso não é suficiente, pois a grande maioria dos jovens não buscam essas informações para gerenciar suas finanças pessoais e modificar seus hábitos financeiros.

2.2 ALFABETIZAÇÃO FINANCEIRA VERSUS EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Embora a discussão pela conceituação de alfabetização financeira e educação financeira tenha proporcionado concordância de uma diferença tênue entre os dois termos. Faz-se fundamental para o entendimento desse estudo que sejam abordados esses aspectos, pois são através deles que será possível entender o comportamento e hábitos financeiros da parcela aqui estudada.

De acordo com Lopes et al. (2014, p.55), deve-se considerar que estudos tem demonstrados que há diferença entre a educação financeira e a alfabetização financeira: “a alfabetização financeira é uma combinação de consciência, conhecimento, habilidade, atitude e comportamentos necessários para a tomada das decisões financeiras e, finalmente, alcançar o bem-estar financeiro individual”.

O termo “alfabetização financeira”, em inglês, é traduzido para *Financial Literacy*, e esta, portanto, seria a soma dos conceitos de educação financeira, como o conhecimento teórico e as habilidades para a efetiva tomada de decisão. Ela vai além da educação financeira, pois a alfabetização diz respeito à aplicação desses conhecimentos na prática. (LOPES et al., 2014).

A alfabetização financeira é constituída por duas dimensões: o entendimento, isto é, o conhecimento financeiro pessoal (que seria a educação financeira); e sua utilização, que nada mais é que a aplicação dos conhecimentos na administração das próprias finanças. Como uma ferramenta, a alfabetização moldaria as necessidades da educação financeira, explicando os retornos financeiros. (LOPES et al., 2014).

Segundo os dizeres de Potrich, Vieira e Paraboni (2003), a alfabetização financeira não é somente saber construir orçamentos para uma poupança futura, ou checar as contas bancárias; é necessário aprender a escolher alternativas que estabeleçam os objetivos financeiros, refletindo os próprios valores do dinheiro. A alfabetização, portanto, envolveria os aspectos do conhecimento financeiro, atitude financeira, comportamento financeiro e habilidade financeira.

Para Lopes et al. (2014) a maior diferença entre os dois termos está em seu aprendizado como teoria e sua alfabetização como a prática diária do que foi exposto na teoria. Infelizmente no cenário nacional, tanto a educação financeira

como a alfabetização financeira são aspectos escassos e de pouca atenção, o que proporciona um cenário econômico, e entraves para o crescimento ainda mais preocupante.

A alfabetização financeira desempenharia um papel fundamental quanto às decisões financeiras, já que representa um esforço sistemático que objetiva o desenvolvimento de alternativas financeiras positivas. Além disso, ela poderia ser colocada como uma medida preventiva que controla a inadimplência, já que proporciona o entendimento dos indivíduos quanto suas transações financeiras. (POTRICH; VIEIRA; PARABONI, 2003).

Apesar dos diversos estudos realizados atualmente, buscando a compreensão da área da alfabetização financeira, ainda há pouca consistência sobre sua definição, já que vários autores tratam essa temática de maneira distinta, com uma variedade de conotações, sem contar os usos ambíguos da expressão.

O estudo de Potrich, Vieira e Paraboni (2003) demonstrou a dimensão e os conceitos da alfabetização financeira, encontrando como as principais dimensões da alfabetização financeira às apresentadas no quadro 1.

QUADRO 1 - DIMENSÕES DE ALFABETIZAÇÃO FINANCEIRA

Dimensões
Conhecimento financeiro e aplicação do conhecimento.
Conhecimento financeiro e habilidades.
Decisões cotidianas.
Compreensão e decisão.
Conhecimento, comportamento e atitudes.
Escolha eficaz.
Decisões financeiras.
Conhecimento financeiro.
Conhecimento financeiro, comportamento financeiro e atitude financeira.

Fonte: Adaptado de Potrich, Vieira e Kirch (2003).

2.3 INADIMPLÊNCIA

O acatamento no pagamento de dívidas expressa uma função social de relevante importância; ele permite o retorno do capital ao mercado e esse fato, em consequência, aquece o mercado corporativo, gerando emprego e possibilitando uma política de crédito mais flexível com maior prazo de contratação. A lei e a doutrina pregam que os contratos devem ser cumpridos à risca. Quando a vontade é exposta obriga o contratante, com base no princípio de que o contrato faz lei entre as partes, tendo como principal objetivo a segurança e a ética dos negócios. Entretanto, o oposto, ou sejam a inadimplência (não cumprimento das obrigações) é um fenômeno cada vez mais comum. Em regra, as obrigações são espontaneamente cumpridas, seja por iniciativa do devedor ou após a convocação de autoridades feita pelo credor. (MAIA, 2007).

Inadimplência é definida, pelo Banco do Brasil (2015), como a impossibilidade de completar uma transferência de fundos ou de valores mobiliários em conformidade com os termos acordados por razões que não são técnicas ou temporárias.

Mesmo que a palavra inadimplência apresente um único sentido; a falta de cumprimento de uma obrigação, a missão de obter uma definição operacional de inadimplência para fins de julgamento de risco de crédito não é simples. É complicado obter um consenso entre analistas de crédito referente a uma definição operacional de inadimplência, uma vez que os objetivos dos analistas podem ser conflitantes. Alguns elegem critérios mais rigorosos com a finalidade de obter um sistema de classificação de risco que aprove operações de crédito de maneira mais econômica. Em contrapartida, outros analistas, mais preocupados com a implantação de um sistema que limite os prováveis negócios de uma IF (instituição financeira), tendem a utilizar uma definição menos restritiva (BACEN, 2015).

O componente ligado à inadimplência representa percentual concebível, sendo essa pauta relacionada ao risco de crédito incorrido pela instituição bancária em suas operações de empréstimo. Ao disponibilizarem créditos, os bancos não têm certeza quanto ao recebimento do valor emprestado mais juros. Ainda que possa haver arbitrariedade na escolha da metodologia utilizada por cada banco para a análise desse risco, essa avaliação é mais minuciosa em caso de empréstimos de

maior valor e as grandes empresas. No caso de empréstimos de valor mais baixo, em geral se utiliza uma avaliação uniformizada, como parâmetros fixos para cada classe de clientes e valor do crédito. (BACEN, 2015).

2.4 FATORES DE ENDIVIDAMENTO

O comportamento do consumidor, muitas vezes, obedece a um padrão egoísta e maximizado, as escolhas de consumo se baseiam em uma busca de um benefício maior (prazer e sofisticação) ao menor (desconforto ou sofrimento). O consumidor acaba tentando atingir, com esse consumo, um prazer psicológico em adquirir um produto ou um serviço. À medida que este serviço ou produto for consumido, o indivíduo vai perdendo o interesse de utilizá-lo, e conseqüentemente, perde a falsa sensação de prazer, fazendo, deste modo, com que compre produtos ou peça novos serviços. (CUNHA; SANTOS; CERQUEIRA, 2012).

A pessoa que se encontra endividada torna-se muito mais vulnerável a incidentes pessoais, por exemplo, a separação, o desemprego, alguns problemas de saúde, entre outras coisas. Isso pode levar o indivíduo ao seu limite, tornando-se impossibilitado de cumprir suas obrigações. A população de baixa renda tem essa situação agravada, pois além de ter uma dificuldade maior para conseguir se manter, enfrentam, também, complicações resultantes das dívidas, fazendo com que ao final do mês, não sejam capazes de obter um rendimento monetário familiar. (ZERRENNER, 2007).

Alves et al. (2013) afirmam que o endividamento nas classes C e D está cada vez intensificado, em virtude do aumento de empregos formais, acesso fácil a créditos, uma grande elevação de renda, aliados de incentivo do governo, como por exemplo, o programa Bolsa Família, além de algumas políticas que são focadas em estabilizar as moedas e diminuir a desigualdade. Esses fatores em conjunto acabaram produzindo um fortalecimento no consumo por parte da população de baixa renda, este grupo que, antigamente, era reprimido ao consumo.

O aumento das ofertas de crédito é expandido cada vez mais, e o baixo custo desse tipo de financiamento acaba incentivando cada vez mais consumo e a movimentação da economia. Em uma pesquisa de Inadimplência e Endividamento, realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

(CNC) evidenciou-se que essa facilidade de crédito vem criando, também, efeitos positivos em alavancar demandas domésticas. Por outro lado, este contexto acaba contribuindo para que o endividamento se torne um problema de ordem social. (VIEIRA et al. 2014).

Zerrenner (2007) afirma que diversos fatores compõem a razão dos indivíduos se endividarem, sendo eles:

- a) A falta de planejamento;
- b) Uma alta propensão ao consumo;
- c) O empréstimo de seu nome;
- d) Uma gestão de orçamentária malfeita;
- e) Fatores externos como (queda de renda, desemprego, uma alta taxa de juros, problemas de saúde e uma desestabilização familiar).

Zerrenner (2007) propõe que o mercado de créditos também contribui para essa realidade, por possuir diferentes produtos e a composição mesclada taxas de juros distintas. Com o aumento de pessoas bancarizadas, notou-se a ocorrência de um crescimento de 24% no número de contas-correntes e 38,3% nas contas-poupanças em um período de 2001 a 2005. Dessa forma, esses indivíduos passam a ter contato com serviços de créditos e produtos bancários que nunca tiveram proximidade, levando-os a decisões muitas vezes precipitadas (vide tabela 1).

TABELA 1 - ACESSO A CONTAS BANCÁRIAS

Tipo	2001	2002	2003	2004	2005
Cientes Contas – Correntes	43,3	45,6	45,9	50,4	53,7
Cientes Contas – Poupança	51,2	58,2	62,4	67,9	70,8

Fonte: Zerrenner (2007, p. 14).

* Valores em milhões

Em pesquisa realizada pelo Ibope realizada em 2006, pode ser notado um grande aumento na utilização de cartões de créditos por parte de indivíduos da classe C e D. Esse estudo também mostrou que a taxa de penetração de cartões de créditos acabou passando de 29% em 2004 para 33% em dezembro de 2005. Entre a classe C, essa taxa cresceu ainda mais, passando de 44% para 50% nesse

mesmo período. Além do endividamento, há também o sobre endividamento que pode tanto ser ativo, como passivo. O sobreendividamento ativo acaba ocorrendo quando o devedor constrói ativamente para que, o mesmo, seja colocado em situações de impossibilidade de pagamento. O sobreendividamento passivo são circunstâncias não previsíveis e que acabam afetando de uma forma muito grave a capacidade de o indivíduo efetuar o pagamento, ou seja, colocando o indivíduo em situações de impossibilidade do cumprimento dos seus compromissos financeiros. (ZERRENNER, 2007).

Vieira et al. (2014) afirmam que o endividamento vem se tornando a realidade de muitos brasileiros, principalmente de rendas baixas. A descrição a seguir aponta a perspectiva de diversos autores sobre aspectos diferentes de endividamento por idade, gênero e etc., como uma breve síntese:

- a) Gênero: as mulheres são mais propensas ao endividamento;
- b) Idade: os jovens são mais propensos a endividar-se;
- c) Estado civil: as pessoas solteiras são as mais endividadas;
- d) Dependentes: quanto maior o número de filhos, maior é a propensão de endividamento;
- e) Renda familiar: quanto menor o nível de renda, mais vulnerável às dívidas as pessoas ficam;
- f) Utilização de cartão de crédito: o uso de cartões de crédito favorece a aquisição de dívidas.

As mulheres acabam tendo um papel fundamental em decisões de consumo nas famílias de menores rendas. Elas são as principais responsáveis em decidir como o recurso financeiro de sua família vai ser gasto. Elas são em 29 milhões e têm entre 18 a 49 anos. As principais preocupações dessas mulheres envolvem a busca por estabilidade na vida (63%) e o bem-estar (59%). Porém, a pesquisa também revela como alguns indivíduos dão prioridade para algumas atividades supérfluas do cotidiano, 57% da amostra pesquisada aponta gastos expressivos em academias ou compras de aparelhos eletrônicos, revelando uma maior tendência para situações de inadimplência ou endividamento. (LIVRAMENTO; HOR-MEYLL; PESSÔA, 2013).

O endividamento pode ser minimizado através de um melhor manuseio, no que diz respeito a créditos ou a cartões de créditos. Primeiramente, o indivíduo deve se manter atento às despesas sazonais, aquelas que ocorrem em uma época determinado do ano, como o IPTU, IPVA, Impostos de Renda ou material escolar, despesas estas quase nunca observadas. Ao se fazer uma compra, a falta de planejamento financeiro pode gerar inúmeras consequências, como abdicar de artigos que são de prioridade maior em sua renda familiar. (BACEN, 2013).

O endividamento familiar pode se originar por inúmeras causas, além das que já foram comentadas. Há também fatores psicológicos que também pode ser um grande agravante para ocasionar o superendividamento da população. Pinto e Coronel (2015) afirmam que os endividados acabam pondo a culpa em fatores exógenos, como dificuldades na família e no trabalho, que acabam reduzindo o nível de sua renda, com a finalidade de justificar a sua situação. Esses indivíduos quase nunca reconhecem a sua incapacidade de cuidar de seu dinheiro e de tomar a melhor decisão para ele, em relação aos gastos.

BACEN (2013) afirma que para evitar o endividamento, é de extrema importância haver um orçamento familiar, isso pode ser feito através de:

- a) O indivíduo conhecer sua realidade financeira;
- b) Saber escolher os seus projetos;
- c) Elaborar o seu planejamento financeiro;
- d) Definir as suas prioridades;
- e) Entender e identificar os seus hábitos de consumo;
- f) Organizar a sua vida patrimonial e financeira;
- g) Conseguir administrar imprevistos;
- h) Consumir de uma forma continua (não travar o consumo).

Deste modo pode ser visto, que com o planejamento dos orçamentos familiares, as pessoas conseguem administrar e equilibrar seu dinheiro e suas despesas, e deste modo, pode tentar alcançar seus sonhos, e não ficaram endividados.

2.4.1 CULTURA

Dentro da cultura, a noção de status social é um conceito que guarda vários significados, e muitos deles envolvem combinação de dois elementos diferentes. Em primeiro caso, o status se refere a estima ou ao desprezo, depreciação ou a deferência que é concebida a pessoas inferiores ou superiores. Deste modo, ele se refere a avaliações positivas e negativas que são feitas pelas pessoas sobre outra. No segundo caso, o status se refere, também, a uma posição na sociedade, de um modo independente de avaliações individuais de inferioridade ou de superioridade. Tal como as escalas puras de status socioeconômico, que acabam construindo vários atributos para ocupações. Mesmo com vários conceitos distintos, o status nada mais é do que a avaliação de superioridade e de inferioridade, e status como posição social acabam estando frequentemente ligados. (OLLIVIER, 2009).

Na atualidade, o endividamento das famílias brasileiras vem chamando atenção pública. Isto se dá pelo número elevado de devedores que são incapazes de pagar as suas dívidas. De uma maneira geral, a percepção da dívida acaba sendo afetada por situações financeiras atuais. Podem ser tomados dois tipos de medidas para poder controlar o endividamento dos familiares, sendo elas: subjetiva e objetiva. A subjetiva se refere a uma percepção ou a declaração de dificuldade do pagamento das dívidas, uma angustia financeira, ou um endividamento excessivo. Já a medida objetiva se refere ao pagamento das dívidas com sua renda familiar. (FIGUEIREDO, 2013).

Ultimamente se percebe um interesse grande sobre o comportamento da população no que se refere a sua renda financeira. Muitos pesquisadores de diversas áreas, como o Marketing, as Finanças Comportamentais, a Psicologia Econômica, a Teoria dos Jogos, vem cada vez mais estudando o comportamento de seus consumidores, frente à atitude que eles têm em comprar, consumir, vender, poupar e adquirirem dívidas. Diante desses consumos excessivos, muitas pessoas acabam contraindo débitos, comprometem uma grande parcela de sua renda mensal, e, em inúmeros casos, acabam se tornando até inadimplentes, ou seja, não cumprem com suas dívidas. Deste modo, os endividados trabalham cada vez mais, para que, deste modo, consigam pagar suas dívidas. (BORGES, 2010).

Em uma economia globalizada, na qual o consumo acabou se tornando um ato natural e decorrente da vida de toda a população, o acesso aberto a todos os tipos de serviços e bens, acaba fazendo com que inúmeros indivíduos acabem contraindo dívidas e comprometendo sua renda significativamente. O comportamento humano, em relação ao consumo, acaba mostrando que, na maioria das vezes, as pessoas se tornam uma raça de devedores, levando, deste modo, uma vida a crédito nas relações ao consumo. Borges e Artifon (2013) enfatizam que a ideia que o crédito é um vício e acaba alimentando um sistema parasitário, agravando a saúde de quem depende desta opção para consumir. Deste modo, o consumidor acaba ficando preso a esse parasita, e não consegue prosperar na vida, podendo até mesmo, se sucumbir a essa necessidade, fazendo com que assim, fique cheio de dívidas.

O termo financeiro se aplica a uma escala vasta de atividades que estão relacionadas ao dinheiro na vida diária da população, desde controlar um cheque até a gerenciar um cartão de crédito, preparar um orçamento mensal ou pedir um empréstimo. A administração errada do dinheiro acaba deixando os consumidores vulneráveis a crises que podem surgir financeiramente. O mercado financeiro acaba disponibilizando uma grande variedade de produtos aos consumidores. Além dos avanços da tecnologia em geral, a internet tem a maior responsabilidade pela expansão e pela sofisticação dos mercados, fazendo com que os consumidores desejem pelos produtos mais novos ou mais sofisticados. Deste modo, os consumidores de renda baixa, para ter um status social buscam largamente esses produtos e se tornam endividados, por não terem condições, na maioria das vezes, de pagar essas dívidas. (BORGES, 2010).

Borges e Artifon (2013) afirmam que é preciso, acima de tudo, compreender a cultura de consumo da nova sociedade contemporânea. Os consumidores que não têm informação, e são pressionados pela urgência que é vinculada a mídia, acabam abrindo mão de suas poupanças para que deste modo, possam se apropriar de bens que trazem consigo status social e prazeres emocionais. A posse desses bens se vincula diretamente a aspectos simbólicos, que acabam significando poder e status, pois ele nasce de mercadorias, que cada vez mais, passam a ser concebidas não apenas para que possa proporcionar uma satisfação de necessidade e de desejo, porém, como um meio que acaba possibilitando a identidade, pertencimento e de

reconhecimento social, fazendo com que deste modo, o consumo passe a ser considerado a matriz e o motor de relações sociais.

Com relação a dívidas pessoais, existe uma literatura vasta, em especial, no campo das ciências sociais, que centram a sua atenção sobre as associações entre o resultado econômico e o bem-estar individual. A literatura da psicologia econômica vem representando uma grande área onde há muito interesse nas causas determinantes para o endividamento das pessoas. Um dos determinantes no nível de endividamento são aspectos comportamentais, esse é um fator chave da dívida. Esses fatores acabam relacionando aspectos econômicos, demográficos e de variáveis psicológicas em função das pessoas devedoras ou não devedoras. Figueiredo (2013) também afirma que os níveis de dívida estão associados fortemente a fatores de comportamento, isso se dá pelo aumento de disponibilidade de crédito, levando o consumidor a uma autocultura de endividamento e sustentação.

No consciente do comprador, acabam penetrando estímulos ambientais e de marketing, com fatores psicológicos que são combinados a uma característica específica do indivíduo, que acaba levando-o à decisão de compra do mesmo. Um dos principais fatores de endividamento é psicológico, que faz com que a população realize compras para que deste modo, sintam-se felizes ou realizados. O segundo fator para o grande consumo da população é a propaganda do produto em si. Com o grande aumento do uso do cartão de crédito, acaba passando uma falsa sensação de que se fizerem muitas prestações altas, poderão, de algum modo, conseguir pagar. (KOTLER, 1994).

Muitas vezes o consumo é apenas uma forma de se buscar felicidade, isso acontece até mesmo com a população de baixa renda. Algumas análises apresentam teorias acerca da origem dos padrões da contemporaneidade, da busca de uma falsa felicidade, através do consumo. Com isso indivíduos, sem condição de compra, acabam financiando mercadorias em muitas vezes, ou comprometem sua própria renda e a renda de sua família. Essas pessoas de baixa renda consomem ou compram apenas para poder ficar em uma escala de status acima daquela onde se encontram, mas que suas condições financeiras não permitem, arcando com responsabilidades financeiras que não possuem capacidade de cumprir, apenas para entrar em uma escala de sociedade, diferente da dela. (PONCHIO, 2007).

2.4.2 PLANEJAMENTO FINANCEIRO PESSOAL

Cotidianamente, as pessoas realizam atividades relacionadas aos recursos financeiros próprios, por exemplo: abrir uma conta bancária, contratar o seguro de um carro, comprar ações na bolsa, adquirir um plano de aposentadoria, financiar a casa própria ou pagar uma conta com cartão de crédito. Todas essas ações necessitam de uma tomada de decisão. Por sua vez, a tomada de decisão exige de informação e formação adequada, para que os indivíduos tenham consciência sobre as opções disponíveis, sendo capazes de escolher aquela que trará maiores benefícios. (PINHEIRO, 2008).

Ao longo do tempo, é possível encontrar diversas dificuldades financeiras, em vários fatores, em razão dos salários baixos, facilidade de acesso ao crédito, falta de capacidade de pagamento dos compromissos assumidos, bem como os juros abusivos adquiridos pelas instituições financeiras. As práticas consumistas e, principalmente, a ausência de educação financeira podem agravar essa situação.

Na maior parte das famílias, segundo Borges e Artifon (2013), a falta de planejamento financeiro raramente é apontada como um fator importante, sendo que, ao mesmo tempo, o planejamento está diretamente ligado ao controle dos indivíduos, uma vez que planejar as finanças pessoais significa estabelecer e seguir uma estratégia precisa, deliberada e dirigida para acumular bens e valores que formaram o patrimônio dos indivíduos, seja a curto, médio ou longo prazo.

A capacidade e a habilidade necessárias para administrar as finanças de cada indivíduo podem afetar o bem-estar material não apenas de uma pessoa, mas do conjunto da sociedade. Isso pode se agravar na falta de aptidão para discernir opções, discutir assuntos relacionados a dinheiro ou a falta de preparo para enfrentar as adversidades da vida que afetam as decisões diárias, como os eventos na economia geral (PINHEIRO, 2008). O planejamento das finanças traz vantagem para todas as classes, durante o ciclo de vida de uma pessoa, e a todos os níveis de rendimento.

Segundo Schier (2005), a função do planejamento financeiro, também denominado planejamento orçamentário, consiste em coordenar as atividades da empresa ou do indivíduo para a consecução dos objetivos delimitados, esse

processo é facilitado quando se relaciona com três funções básicas da administração:

- a) Planejar: função que representa a forma como se pretende atingir os resultados propostos;
- b) Organizar: função inerente à melhor disposição dos recursos materiais e humanos disponíveis com o objetivo de alcançar o melhor resultado;
- c) Controlar: função que garante a coordenação e segurança da implementação das ações necessárias para se atingir os objetivos propostos.

Planejar – organizar – controlar – são ações empregadas por organizações que almejam obter lucro, mas podem ser realizadas no contexto das finanças pessoais. Nesse caso, o indivíduo deve planejar o que pretende fazer, como, quando e quanto custará; em seguida deve organizar uma força tarefa para empreender as ações necessárias para garantir que os objetivos planejados sejam atingidos; e tudo deve ser controlado, pois se começar a gastar desprezando o planejamento e a organização as finanças pessoais entrarão em colapso. Deste modo, o controle orçamentário é fundamental para atingir o equilíbrio nas finanças pessoais.

O planejamento financeiro tem de ser flexível e deve deixar um valor disponível para imprevistos. Se o indivíduo realizar um planejamento e disponibilizar sua verba total para seu objetivo, quando acontecerem imprevistos, as finanças pessoais estarão comprometidas.

O planejamento financeiro consiste na expressão quantitativa e formal dos planos do indivíduo, que define quantitativamente os objetivos, e faz o detalhamento dos fatores necessários para que eles sejam atingidos, além de proporcionar controle do desempenho.

Guindani, Martins e Cruz (2008, p.13) fazem uma pergunta sobre finanças pessoais e já apresentam a resposta:

Você sabe por que sua vizinha passa 30 dias na praia todo ano? A explicação é que ela faz um planejamento financeiro antecipado. Ela já faz

uma previsão antecipada de quanto irá gastar e depois se organiza para isso. Exemplo: se, no mês de junho, ela resolvesse passar 30 dias na praia em janeiro do ano seguinte, como ela faria? Simples, um planejamento. Tomando por base que ela mora em Curitiba (PR) e quer passar 30 dias em Florianópolis (SC), ela começa a relação de despesas (vide tabela 2). Como de junho a dezembro são 6 meses, ela precisará economizar R\$ 1200,00 por mês para que possa passar 30 dias na praia curtindo o bom e o melhor.

TABELA 2 - EXEMPLO DE ORÇAMENTO

Orçamento de uma viagem para praia (os valores são fictícios servindo apenas para exemplo)	
Transporte (aéreo)	R\$ 200,00
Translado	R\$ 100,00
Hospedagem (30 dias)	R\$ 3000,00
Alimentação (30 dias)	R\$ 1000,00
Diversão	R\$ 900,00
Compras (presente)	R\$ 2000,00
Total	R\$ 7200,00

Fonte: Guindani, Martins e Cruz (2008, p. 14).

Mas, nem todos realizam planejamento financeiro, principalmente, quando se trata de famílias, onde vários membros lidam com questões financeiras. A tabela 3 apresenta um exemplo de uma família que possui uma renda de R\$ 1000,00 mensais e gastou R\$ 1600,00. Conforme explicaram Guindani, Martins e Cruz (2008, p. 14):

(...) Uma família que recebe R\$ 1000,00/mês e que no 1º mês gastou R\$ 1600,00. Neste caso faltou R\$ 600,00, o que fizeram? Fizeram um empréstimo de R\$ 600,00 para eliminar as contas. Detalhe: este empréstimo será pago em 10 vezes de R\$ 70,00. No mês 2, a família continuou recebendo R\$ 1000,00 e gastando a mesma coisa, mas venceu a 1ª parcela do empréstimo e no fim do mês a dívida estava em R\$ 670,00. Além de possuir mais de 82 prestações do carro final a vencer e mais 9 prestações do empréstimo. Enfim, a família está endividada.

Para realizar um empréstimo ou o financiamento de um veículo, também é preciso realizar um planejamento financeiro. A previsão orçamentária deve abordar todas as despesas pessoais e, também, deixar uma margem para imprevistos, evitando a necessidade de empréstimos bancários.

TABELA 3 - EXEMPLO DE ORÇAMENTO

Financeiras – case: “o povo brasileiro” (os valores são fictícios servindo apenas para exemplo)			
Descrição	Mês 1	Mês 2	
Salário	R\$ 1000,00	R\$ 1000,00	
Aluguel	R\$ 500,00	R\$ 500,00	
Alimentação	R\$ 300,00	R\$ 300,00	
Luz/Água	R\$ 100,00	R\$ 100,00	
Telefone	R\$ 150,00	R\$ 150,00	
Automóvel (financiado em 84 parcelas de R\$ 350,00)	R\$ 350,00	R\$ 350,00	

Continua

Conclusão

Descrição	Mês 1	Mês 2
Combustível	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Imposto	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Empréstimo	---	R\$ 70,00
Despesas totais	R\$ 1600,00	R\$ 1670,00
Saldo	R\$ (600,00)	R\$ (670,00)
Empréstimo	R\$ 600,00	---
Saldo	---	R\$ (670,00)

Fonte: Guindani, Martins e Cruz (2008, p. 14).

É preciso pensar bem antes de fazer um empréstimo, para evitar endividamento e acúmulo de dívidas. Nesse processo, a educação financeira amparada pelo planejamento financeiro é o ponto de partida para modificar os hábitos financeiros e alcançar metas pessoais nessa área. (GUINDANI; MARTINS; CRUZ, 2008).

Portanto, o planejamento pode ser visto como um elo, por meio do qual se vislumbra o futuro, olhando-se para o passado e vivendo-se o presente.

Do passado são analisados os erros e acertos, sempre buscando um aperfeiçoamento; do presente retira-se a conjuntura econômica e situacional e prospecta-se o futuro.

O planejamento vem evoluindo e a progressiva turbulência ambiental exigiu novos arranjos organizacionais, criou sistemas internos de apoio à estratégia, ocasionando o surgimento de novos métodos de planejamento. Essa é uma realidade das empresas que deve ser trazida para o contexto pessoal. O indivíduo deve adotar uma estratégia para gerenciar suas finanças pessoais.

O planejamento financeiro pode ser caracterizado como um processo gerencial que mostra o rumo a ser seguido pelo indivíduo, com o objetivo de alcançar suas metas pessoais.

Guindani et al. (2008) apresentam algumas questões norteadora para a elaboração de um planejamento financeiro pessoal: O que você quer para seu futuro? Onde você quer estar daqui a 10 anos? Quais suas dívidas atuais? Quanto você ganha por mês? Você tem talento que lhe possa render dinheiro extra? Quais suas despesas mensais? Relacione suas despesas, de acordo com o valor e os juros em caso de atraso:

Ao responder as questões supracitadas, o indivíduo consegue visualizar o que deseja, os recursos disponíveis e as possibilidades de atingir suas metas.

A gestão das finanças pessoais baseada no planejamento pode ampliar a visão do sujeito sobre seus gastos, facilitando a gestão dos recursos e, também, pode possibilitar a economia de recursos financeiros. Um fator que contribui para facilitar a gestão das finanças pessoais é o controle de fluxo de caixa pessoal.

2.4.3 FLUXO DE CAIXA PESSOAL

Uma empresa deve estar atenta aos seus investimentos, precisa saber quanto, quando e como investir. De modo semelhante, no âmbito das finanças pessoais, o indivíduo precisa saber quanto, quando e como pode gastar ou investir seu dinheiro.

Zdanowicz (2009, p.194) conclui que “o estudo do fluxo de caixa em alternativas de investimentos poderá ser utilizado através dos métodos do valor atual e da taxa interna de retorno.”

O método do valor atual refere-se ao cálculo que traz o fluxo de caixa esperado para o valor presente considerando-se para tanto uma taxa mínima de atratividade; se o resultado for positivo a proposta de investimento será atrativa, caso contrário deverá ser rejeitada. Caso as alternativas de investimentos tiverem períodos de duração iguais é preciso optar por aquele que resulte no valor atual positivo maior.

Com relação à taxa interna de retorno, a avaliação de alternativas de investimento será feita pela taxa de juros, que tornará equivalente o investimento inicial ao fluxo de caixa subsequente, ou seja, a taxa interna de retorno será a taxa que anulará o valor atual do fluxo de caixa do investimento em apreciação pelo administrador financeiro. Como comparação, poderá valer-se de uma taxa mínima de atratividade. Se a taxa interna de retorno for superior àquela, o investimento será lucrativo.

Segundo Ching (2010, p. 53) existem quatro razões para a manutenção do fluxo de caixa em uma empresa e, conseqüentemente, por um indivíduo que gerencia suas finanças pessoais:

- a) Fluxo das transações financeiras: é a necessidade de ter liquidez. As operações do dia a dia exigem recebimentos e pagamentos. Se os fluxos de entrada e saída de recursos são próximos, essa necessidade é minimizada, caso contrário, é necessário que esse saldo seja maior.
- b) Segurança: nem todos os fluxos financeiros são previsíveis, portanto, para fazer frente a situações inesperadas, como atraso nos recebimentos, diminuição das vendas ou despesa não prevista, a empresa precisa garantir um saldo a mais em recursos de fácil acesso.
- c) Especulação financeira: uma vez satisfeitas às duas necessidades anteriores, o gestor do caixa pode querer aproveitar os recursos para obter um retorno adicional aplicando os recursos no mercado financeiro ou uma eventual vantagem em uma negociação com fornecedor, por exemplo.
- d) Imagem no mercado: um bom saldo em ativos líquidos ressalta a imagem da empresa no mercado, seja com os credores bancários e fornecedores na avaliação de crédito, seja em potenciais investidores avaliando seus índices de liquidez ou até mesmo com seus concorrentes. No âmbito das finanças pessoais, uma boa imagem no mercado, ou seja, uma pessoa com crédito e investimentos, possui maiores descontos em compras à vista, pode obter financiamentos de imóveis com mais facilidade, entre outros.

O orçamento de caixa, na sua continuação, permite agora identificar o excesso ou falta após considerar um saldo mínimo que a pessoa precisa manter em caixa. Quanto uma empresa necessita manter em caixa/ativos líquidos é uma decisão que varia de empresa para empresa. No âmbito das finanças pessoais ocorre o mesmo; o valor que cada indivíduo necessita manter em caixa é uma decisão que varia de pessoa para pessoa. Algumas decidem manter um valor mínimo, outras, um valor que representa um determinado percentual das vendas. Uma maneira simples é dividir o valor do desembolso anual previsto pelo giro de caixa (CHING, 2010).

Zdanowicz (2009) afirma que existe uma relação íntima entre os resultados econômicos e financeiros, em grande número de empresas. Isso, também, caracteriza as apresentações dos seguintes instrumentos de gestão empresarial como o fluxo de caixa, o demonstrativo de origens e aplicações de recursos. No âmbito das finanças pessoais, ocorre de modo semelhante a gestão dos gastos pessoais, o controle de fluxo de caixa e um demonstrativo das entradas e aplicações

dos recursos financeiros é essencial para que o indivíduo saiba, de forma transparente, o quanto recebeu, quanto gastou, quanto pode investir.

Salienta-se que, as suas formas de apresentação são distintas, mas no fundo representam a mesma gama de informações. Cabe ao indivíduo analisar e interpretar os dados disponíveis e tomar a decisão em função do planejamento e do controle das finanças pessoais.

Mas, como observaram Guidani et al. (2008), existe uma resistência por parte das pessoas para realizar o planejamento financeiro pessoal. Muitas pessoas acham que é desnecessário gerenciar as finanças pessoais e terminam endividadas.

2.5 CRÉDITO PARA BAIXA RENDA

O conceito de classe social ainda é algo muito diversificado, a depender de cada área de análise, o que traz diversas discussões. Araujo et al. (2012), ao analisarem os estudos de Coleman, realizados em 1983, comentaram sobre a classe social como uma perspectiva de vida em comunidade, defendendo que o entendimento mais adequado para a área de administração é de que classe social se compreende como um grupo de pessoas tidas como semelhantes pela comunidade onde se inserem. Esses indivíduos interagem entre si, de maneira formal e informal, compartilhando expectativas, comportamentos, dividindo uma identidade comunitária.

Dentro desse aspecto, classe social seria, meramente, um conceito construído de acordo com o cotidiano das pessoas, através das ações que estas realizam, e as práticas que fazem uso. Sendo assim, ao diferenciar as pessoas de uma mesma sociedade diferentes classes, pretende-se dividir a sociedade em segmentos diversificados, de acordo com renda, propriedade, ou outros critérios, como padrões de consumo, padrões culturais, nível educacional, dentre outros. (ARAUJO et al., 2012; SCHULZE, 2009).

O critério utilizado para a classificação econômica no Brasil, de acordo com Chauvel e Mattos (2008), é o Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), que pondera sobre características como a posse de bens, o nível de instrução do

chefe de família e a existência de empregados mensalistas no domicílio para estimar o poder de compra das famílias.

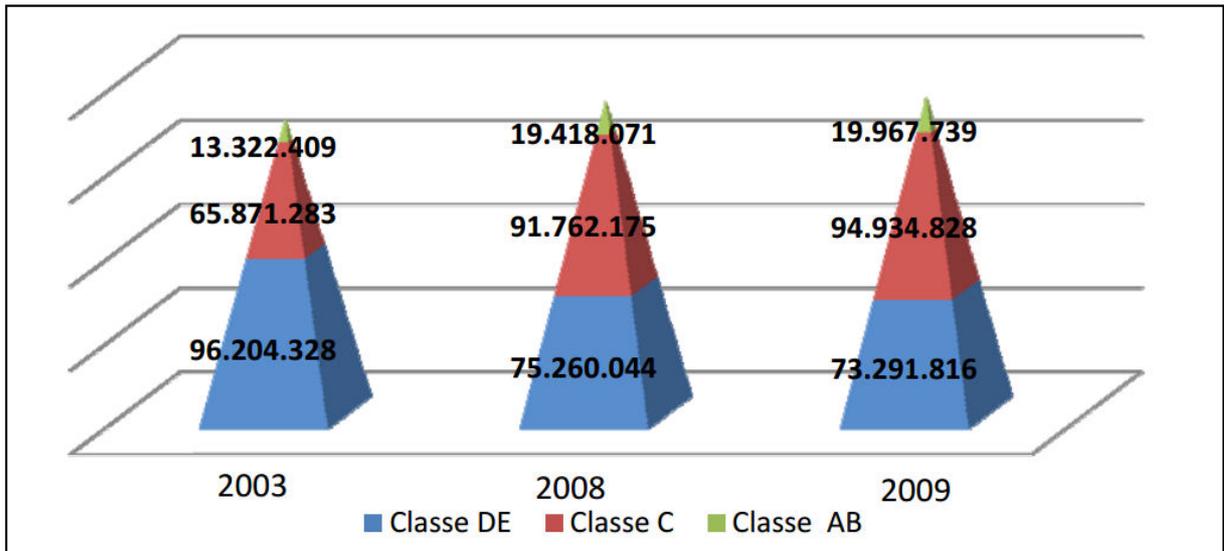
FIGURA 2 - CLASSES SOCIAIS BRASILEIRAS DESCRITAS COMO UMA PIRÂMIDE POR RENDA DOMICILIAR MENSAL



Fonte: PLANO CDE; BANKABLE FRONTIER ASSOCIATES (2012, p. 3).

Com o passar dos anos, a estrutura da população foi modificada, conforme as rendas de cada família foram aumentando. Em Neri (2010) encontra-se uma análise da pirâmide populacional, dividida em classes econômicas, demonstrando o crescimento e evolução da população brasileira, segmentada em estratos econômicos, incorporadas às classes ABCDE, conforme demonstra a figura 3.

FIGURA 3 - REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA PIRÂMIDE POPULACIONAL EM ESTRATOS ECONÔMICOS



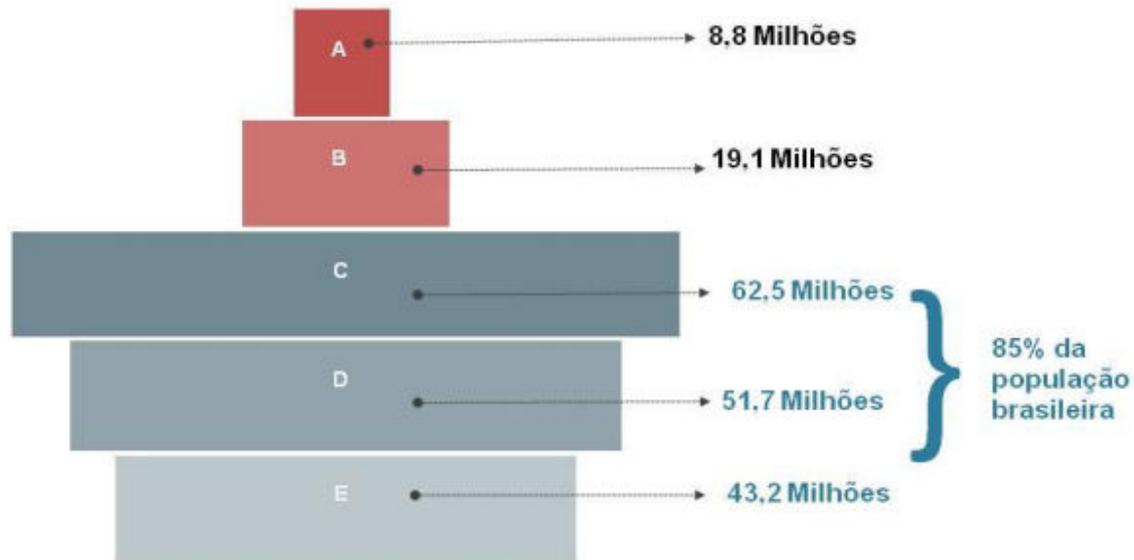
Fonte: Neri (2010, p. 13).

Essa classificação objetivou desenvolver um sistema de pontuação da população que avaliasse de maneira competente o poder de consumo dos indivíduos, de maneira que os segmentos pudessem ser divididos, para diferenciar os grupos mais largos de consumidores. Ainda, buscava-se uma maneira mais fácil e de coletar os dados e analisa-los, trazendo uma precisão maior para as informações. O estudo, inicialmente, foi efetuado com os dados do Levantamento Socioeconômico (LSE), do IBOPE. Partiu-se desse banco de dados para construir o sistema de pontos e os principais itens de consumo (MATTA; AMARAL, 2007).

Outra opção de analisar as classes brasileiras seria a de Raimar Richers, que fez uso de múltiplas fontes, como o IBGE, Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE), Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE). Para Richers, no Brasil, cerca de 52% da população é pobre (MATTA; AMARAL, 2007).

O modelo tradicional da pirâmide, entretanto, foi modificado, principalmente com a transformação na estrutura de classes, com o crescimento da conhecida “classe média”, conforme demonstra a figura 4.

FIGURA 4 - ASCENSÃO DAS CLASSES MÉDIAS: C, D E E



População Brasileira: 185 milhões de pessoas

Fonte: PLANO CDE; BANKABLE FRONTIER ASSOCIATES (2012, p. 3).

Matta e Amaral (2007 citou o levantamento realizado pelo IBGE, em 1999, em que aproximadamente 21% da população vivia com rendimentos declarados abaixo de 1 salário mínimo, e 43% abaixo de 2 salários mínimos. Em relação às classes D e E, em que mais de 50% da população teria uma renda familiar em torno de 1 salário mínimo mensal, e o de Marplan, em 1996, que considerou o percentual da população com rendimentos mensais abaixo de uma média de 2,5 salários mínimos para essas mesmas classes, representando 41% da população.

Apesar desses dados, a população economicamente ativa no Brasil ultrapassa os 80 milhões. A análise da posse de bens revelou que 98% dos domicílios possuem fogão e que, com exceção do filtro de água, a geladeira, máquina de lavar roupa e televisão aumentaram sensivelmente sua participação no cenário familiar - isto é, determina como a forma de avaliar esses critérios e como os estratos econômicos no Brasil se modificam. (NERI, 2010).

Segundo Schulze (2009), foi a primeira vez na história que a classe média passou a ser a maioria no Brasil. A autoria cita, ainda, a pesquisa realizada pelo Instituto IPSOS, no ano de 2007, em que 46% da população brasileira pertencia a essa camada social, em comparação ao percentual de 2006 (36%) e 2005 (34%). A classe C transformou-se, portanto, no mais numeroso estrato econômico da população, principalmente em razão da migração da base da pirâmide populacional. Nesses anos, o potencial de consumo dessa classe teve um crescimento

significativo, para Schulze (2009), tal alta se deu em função de alguns fatores principais:

- a) Maiores salários;
- b) Aumento do número de empregos;
- c) Crédito farto com prazos longos e juros menores;
- d) Preços em queda dos bens duráveis;
- e) Programas sociais que colocaram mais recursos disponíveis aos brasileiros na base da pirâmide populacional.

A partir disso, as classes de baixa renda passaram a despertar o interesse das empresas. Com o aumento do potencial de consumo desses segmentos, isso atraiu tanto as empresas locais de pequeno e médio porte, como também, as grandes corporações, que anteriormente tinham como prioridade as classes A e B da população (ARAUJO et al., 2012). Sendo assim, as classes de baixa renda se tornaram uma oportunidade de crescimento para as empresas que buscavam novas alternativas, tornando-se, então, uma grande fonte de lucros. Neri (2010), em sua análise, comenta que as empresas deveriam passar a pensar na riqueza dos pobres, em vez de focarem apenas em sua pobreza. Essa frase demonstra de que forma as classes mais baixas tornaram-se alvo dessas empresas sedentas por novos mercados.

Segundo o Plano CDE e o Bankable Frontier Associates (2012), a reorganização dos estratos sociais também se deu em função de outros elementos. Por exemplo, a massa de renda disponível para consumo da classe A caiu 6 pontos percentuais entre 1992 e 2009, enquanto a massa de renda da classe C aumentou em 5 pontos percentuais. Apesar do crescimento da classe média se dar em ritmo impressionante, a desigualdade entre as classes de maior e menor renda ainda não está diminuindo.

Citando um estudo sobre os problemas financeiros dos moradores da favela da Rocinha, no Rio de Janeiro, Chauvel e Mattos (2008) apontam que esses problemas decorrem, principalmente, de eventos inesperados, como perda de emprego, doença, gravidez, morte de parente, dentre outros. Como não existe ou, quando há, são poucas as sobras no orçamento, esses eventos – a doença que

causa a perda do trabalho; gravidez que leva ao desemprego e ao mesmo tempo o aumento das despesas; a morte de um parente responsável pela maior parte das contas – levam à inadimplência.

O segmento de baixa renda é caracterizado pelo seu despreparo em relação ao controle orçamentário. As estratégias mais usadas para tentar solucionar quaisquer problemas financeiros são: “não pagar” e “contrair empréstimos”; assim, recorrem ao empréstimo de crédito em instituições financeiras ou ao “empréstimo” do próprio nome, ao abrir um crediário ou usar o cartão de crédito que estão no nome terceiros. (CHAUVEL; MATTOS, 2008).

De acordo com Fustaino (2009), cada cliente de baixa renda adquire três dívidas: o financiamento da casa e do carro; empréstimos, seja consignado, pessoal ou o uso do cheque especial; e o rotativo do cartão de crédito.

Chauvel e Mattos (2008) relatam o estudo das empregadas domésticas, uma categoria profissional com características extremamente peculiares dentro da organização social brasileira, pois essas trabalhadoras trabalham e, muitas vezes, residem nos ambientes de classe mais alta. Portanto, elas circulam entre suas comunidades de origem e esses ambientes, convivendo e cotidianamente em confronto com as divergências desses grupos.

Desses estudos, percebeu-se certa avidez pelo consumo, em que as opções de parcelamento nas compras a prazo são atraentes, e que, raramente, a poupança sobrevive aos grandes desejos de consumo imediato – característica comum à cultura brasileira, que raramente considera as opções de poupar uma parcela da renda e tem um pensamento mais imediatista.

Sendo assim, o microcrédito tornou-se um empreendimento extremamente lucrativo, principalmente com o foco voltado para esses consumidores. Considerado um empréstimo de baixos valores, ele é utilizado em sua maioria por indivíduos que não têm como oferecer garantias reais para acessar o sistema financeiro tradicional. Além do endividamento gerado pelo empréstimo de crédito em dinheiro, existe também o crédito parcelado, em compras dos bens de consumo (FUSTAINO, 2009). Existem também outras fontes para os empréstimos, como é apresentado no quadro a seguir.

QUADRO 2 - CATEGORIZAÇÃO DOS SERVIÇOS FINANCEIROS UTILIZADOS

	Crédito em dinheiro	Crédito parcelado
Setor formal	<ul style="list-style-type: none"> • Empréstimo bancário com finalidade específica • Crédito pessoal em bancos ou financeiras • Empréstimos de instituições de microfinanças • Troca de cheque em bancos 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartão de crédito • Cheques pré-datados • Cheques especiais • Crediário em lojas grandes, como franquias
Setor semiformal	<ul style="list-style-type: none"> • Empréstimo de empregador • Empréstimos de agiota • Troca de cheque em agiota • Empréstimos em caixinha de empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Crediário nas lojas locais, como as do bairro • Crédito no fornecedor
Setor informal	<ul style="list-style-type: none"> • Empréstimos de parentes ou amigos 	<ul style="list-style-type: none"> • Fiado (também conhecido como “pendura”) • Crédito de terceiros

Fonte: FUSTAINO (2009, p.33).

Dentre os fatores que influenciam os gastos dos indivíduos de baixa renda está no prazer associado ao ato de se fazer compras, “a possibilidade [...] de levar produtos importantes e desejados pela família gera um sentimento positivo, prazeroso, de recompensa” (CHAUVEL; MATTOS, 2008, p. 7). Esses momentos de compra, que deveriam ser lúcidos e racionais, muitas vezes adquirem um caráter de lazer e fonte de autossatisfação: “encontramos aqui um universo em que se evidencia um grande desejo de participar dos benefícios da sociedade de consumo” (Ibidem, 2008, p. 8).

Fustaino (2009) descreve que as empresas de cartão de crédito visam os clientes de baixa renda, já que as instituições financeiras cobram taxas a partir de 10% ao mês e exigem renda mensal mínima de R\$ 300,00. Estima-se que, no país, circulam aproximadamente 98,6 milhões de cartões de crédito. Com o passar dos anos e as mudanças nos fatores econômicos, percebeu-se o aumento do poder aquisitivo das classes mais baixas, o que influenciou também o aumento do consumo.

O quadro 3 demonstra o uso de cartão de crédito pelos consumidores, conforme a renda.

QUADRO 3 - USO DO CARTÃO DE CRÉDITO PELOS CONSUMIDORES PELA RENDA E POR SETOR

Categoria	Representação baixa renda	Representação renda média	Representação alta renda
Supermercados, padarias	55%	25%	20%
Eletrônicos, construção	51%	27%	22%
Vestuário, calçados	49%	28%	23%
Restaurante, turismo	17%	24%	59%
Postos de gasolina, peças	39%	30%	31%
Drogarias, farmácias	48%	27%	25%
Papelarias, livrarias	41%	31%	28%
Equipamentos esportivos, foto	28%	27%	45%
Diversos	39%	29%	32%
Total	44%	27%	29%

Fonte: FUSTAINO (2009, p.34).

Em termos de consumo, o índice das famílias de menor renda cresceu 7,3% até o final de 2009 e 10,6% na massa salarial; esse grupo responde por 50% do faturamento nos setores de alimentos, bebidas e higiene pessoal; em categorias como a de celulares pré-pagos, essa participação atinge até 70% do consumo total (FUSTAINO, 2009).

Desde os anos 1990, ocorreu uma mobilidade social expressiva, e alguma estabilidade na economia. Alterações econômicas ocorreram, como a prosperidade da economia mundial, o aumento da oferta de emprego e renda mensal da população, o que elevou o consumo social, e a liberdade de crédito oferecido pelas financiadoras. Esses fatores incentivaram os desejos de consumo, facilitados pelo crédito, levando ao acesso a bens e serviços não consumidos até então. (SANTOS; SOUZA, 2014).

O comportamento do consumidor é fortemente influenciado pelo materialismo, a propaganda do consumo excessivo que causa constantemente o endividamento financeiro. Nessa mentalidade, as posses materiais são essenciais para expressar o

afeto ou poder, bem como o apego aos objetos tornou-se sinônimo de bem-estar. O consumo descontrolado leva esses indivíduos a gastar repetidamente mais do que as condições permitem.

Santos e Souza (2014) ressaltam que, no Brasil, o otimismo exagerado na hora de julgar o consumo é a principal causa da inadimplência da população de baixa renda do país, os indivíduos da classe C e D; outros fatores que determinam o endividamento dessas pessoas incluem a ocupação informal, muitas vezes sem registro, e o fluxo de renda instável da família.

A instabilidade da renda e a ocupação informal são um perigo muito grande para os indivíduos de baixa renda, já que esse segmento costuma viver em um ciclo vicioso, isto é, adquirem novas dívidas para obter crédito e quitar as mais antigas. A Confederação Nacional do Comércio, em 2011, revelou que 8% das famílias de baixa renda gastaram mais do que receberam, em 2010, enquanto o nível de endividamento das outras classes econômicas se manteve em 3%. (SANTOS; SOUZA, 2014).

De acordo com Santos e Souza (2014), o dinheiro é a representação do poder social dentro da sociedade capitalista, e facilmente ele se torna objeto de luxúria e desejo, uma vez que ele proporciona a possibilidade e privilégio de exercer poder sobre os outros. As facilidades oferecidas para pagar as contas são a forma que as instituições financeiras veem para oferecer seus produtos, como o apoio de crédito, cartões de crédito e débito.

A justificativa para a inadimplência desses indivíduos também se dá em função da instabilidade no emprego, com os consumidores não tendo como realizar os pagamentos assumidos quando adquiriram os créditos ou os bens, por causa da perda de sua fonte fixa de renda.

Em 2011, o Plano CDE e o *Bankable Frontier Associates* realizaram uma série de entrevistas individuais entre áreas urbanas, periurbanas e comunidades rurais do Rio de Janeiro, São Paulo, Recife e Belém, totalizando o número de 160 indivíduos pertencentes às classes econômicas C, D e E. Descobriu-se que os brasileiros de baixa renda são gestores financeiros ativos que fazem uso de uma larga variedade de instrumentos financeiros.

Todavia, percebeu-se que, apesar do orçamento familiar ser ativo no uso dos instrumentos de poupança e crédito, os passivos têm um peso maior, pois foram encontradas muitas famílias com dívidas significativas acumuladas. A regularidade da renda familiar, a flexibilidade de conseguir complementar a renda, o risco financeiro minimizado por redes sociais e a disponibilidade de crédito com parcelas contribuiu para criar esse contexto. (PLANO CDE; BANKABLE FRONTIER ASSOCIATES, 2012).

A pesquisa ressalta que a flexibilidade de crédito permitiu a aquisição de pequenos e médios ativos, como televisores, eletrodomésticos, celulares ou até motos; entretanto, poucas famílias tiveram capacidade de acumular ativos financeiros de longo prazo. Esses indivíduos imaginam obter esses bens de alto desembolso (carros ou imóveis) por meio da loteria ou sorteios relacionados aos títulos de capitalização.

De acordo com o Plano CDE e Bankable Frontier Associates (2012), os pagamentos são a operação bancária de maior frequência: 75% das transações realizadas na rede de 149.000 correspondentes bancários do país são para pagamentos; os bancos não são usados para poupanças, mas como fornecedores de crédito e canais de recebimento de pagamentos.

2.6 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR UNIVERSITÁRIO

Na contemporaneidade, as pessoas precisam reger uma somatória ampla de propriedades formais que ofereça um entendimento lógico e sem defeitos das forças que interagem com o ambiente e suas associações com os demais. O controle de parte dessas propriedades é captado a partir da educação financeira, compreendida como um sistema de transmissão de conhecimento que possibilita o crescimento de competências nas pessoas, com o objetivo de melhorar o processo de tomada de decisão, com mais fundamentos e segurança, otimizando a gestão de suas finanças pessoais. Quando lapidadas tais competências, os indivíduos ficam mais integrados à sociedade e mais ativos no quesito financeiro, amplificando seu bem-estar. (SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007).

A relevância da educação financeira pode ser notada sob variados pontos de vista: sob a visão do bem estar pessoa, jovens e adultos tem a possibilidade de

tomar decisões que deteriorarão seus futuros; os efeitos vão desde desestruturação das contas domésticas até a colocação do nome em sistemas como SPC Brasil/SERASA (Serviço de proteção ao crédito) que empatam não apenas o consumo, mas, muitas vezes, a carreira profissional. Em outro ponto de vista, de efeitos mais severos, é a do bem-estar social. Em casos mais radicais, pode desencadear sobre o sistema público (que é bem limitado e precário) um carregamento, culminando em políticas públicas de correção; alguns exemplos seriam o crescimento ou existência de impostos e contribuições que, a partir de sistemas compensatórios, harmonizar a receita deficiente de indivíduos não necessariamente pobres, ou, ainda, o crescimento da taxa básica de juros para estancar o consumo e reduzir a taxa de inflação, bem como a alta demanda de sistemas como SUS e INSS. (LUCCI et al. 2006).

Entidades internacionais passaram a focar em educação financeira mais profundamente, e a definição sobre Educação Financeira foi criada pela OCDE, que pontua que se trata de um processo em que as pessoas melhoram seu entendimento sobre produtos financeiros, seus fundamentos e riscos, de forma que, com conhecimento e recomendações seguras, haja a possibilidade de criar as competências e confiança demandadas para tomar decisões firmes e seguras, aumentando o bem-estar. Entretanto, a educação financeira vai além da simples oferta de informações financeiras e conselhos. A partir disso, esse sistema fomenta a produção de conhecimento, habilidades, competências, criando indivíduos críticos, que têm consciência acerca dos serviços financeiros disponíveis e estão preparados para gerenciar suas finanças pessoais com sucesso. (SAITO, 2007).

A reflexão acerca da comunicação mercadológica feita em uma sociedade estruturada na digitalização de seus sistemas não pode abrir mão de pontuar que o perfil dos consumidores vem se transformando nos últimos anos. Cada dia mais atuantes, focados e informados, os jovens consumidores não se deixam levar por falsos anúncios, não se tornam fiéis de uma marca facilmente, efetuam pesquisas e investigações sobre todos os aspectos, cobram mais em relação à qualidade do que compram e querem atenção das empresas para atender às demandas dos seus anseios. (EHRENBERG, GALINDO, 2010).

O quadro 4 apresenta dez competências do consumidor na atualidade.

QUADRO 4 - PERFIL CONTEMPORÂNEO DOS CONSUMIDORES

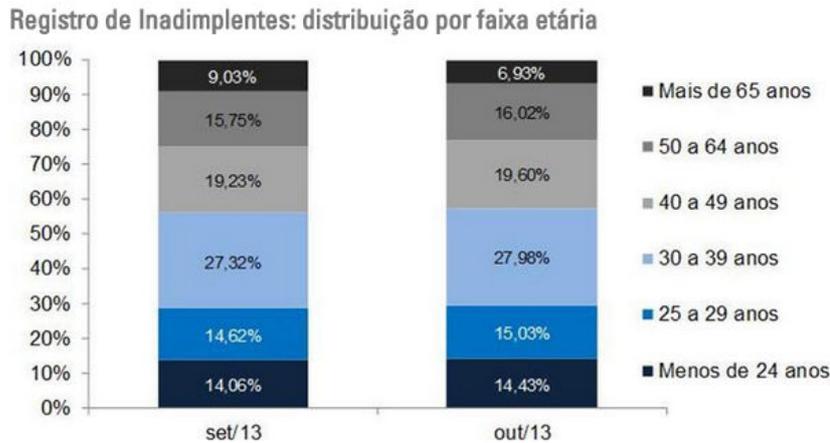
Competência	Descrição	Competência	Descrição
Inteligência	Os indivíduos têm acesso às informações e as usam para entender profundamente o que estão consumindo	Emancipação	O consumidor da atualidade consegue controlar suas ações, e, com a grande quantidade de informações, possui munição contra atos comunicacionais dissimulados e ilusórios.
Ceticismo	Depois de ter passado por grandes escândalos corporativos e propagandas enganosas, o consumidor não dá credibilidade a qualquer tipo de discurso.	Consumidor conectado	Com o consumidor sempre ligado à rede, ele possui acesso instantâneo a informações, tendo a possibilidade de perguntar e responder.
Falta de tempo	A falta de tempo na vida cotidiana da contemporaneidade faz com que as pessoas sejam mais seletivas em relação a atenção que darão para propagandas	Exigência	O consumidor atual sabe como efetuar seus desejos e aguarda que as empresas ajam a seu favor.
Falta de fidelidade	A fidelidade de um consumidor em relação a uma marca vai até quando a marca desaponte ele ou o deixe na mão.	Acessibilidade	Sempre acessível para a busca das informações que demanda, esse consumidor possui muita acessibilidade.
Consumidor "frente a curva"	Consumidor tem noção de como são as práticas no ambiente digital e, desta forma, não se deixam levar por qualquer anúncio.	Vingativo	Consumidor é vingativo e se a empresa não cumpre seu papel, ela pode pagar muito caro.

Fonte: Adaptado de EHRENBERG; GALINDO (2010).

Nos últimos tempos, foi possível pontuar um crescimento na integração de jovens universitários no mercado de consumo. Um dos motivos deste aumento tem sido as variadas vantagens ofertadas pelas entidades financeiras diretamente para este tipo de cliente, tais quais: cartões de créditos, financiamentos, desconto na tarifa de manutenção bancária, cheque especial, e outros produtos e serviços. Contrapondo-se a isso, este crédito facilitado pode desencadear nestes jovens um endividamento precoce. (SILVA, 2014).

Uma pesquisa do SPC Brasil (2013), que analisou os índices de inadimplência a partir do gênero, idade e valor da dívida revelou que, dentre todos os inadimplentes, os jovens estão entre os índices mais baixos. Abaixo, o gráfico demonstrará os índices de setembro e outubro de 2013, que mostrou uma alta de 0,37% entre os jovens abaixo de 24 anos, conforme demonstra a figura 5.

FIGURA 5 - REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DO REGISTRO DE INADIMPLENTES



Fonte: SPC Brasil (2013).

Em uma pesquisa posterior, comparada a 2013, o índice de inadimplência geral havia aumentado 5,07% entre os brasileiros. Entretanto, houve uma queda de 3,25% entre os brasileiros com idade entre 18 e 24 anos (SPC Brasil, 2014). Na opinião da economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, a entrada tardia e o respectivo adiamento na vida adulta dos jovens brasileiros têm surtido efeitos interessantes em relação à inadimplência. Os jovens brasileiros têm deixado de se endividar com bens de alto valor, tais como carros e imóveis: “Os jovens brasileiros têm adiado a sua entrada no mercado de trabalho e por conta disso, a inadimplência entre os mais jovens vem apresentando taxas de crescimento menores do que as demais faixas etárias na sociedade”. (SPC Brasil, 2014).

Segundo o SPC Brasil (2014), os dados do IBGE de 2010 e 2014 mostraram que houve uma queda de 5,2% na participação dos jovens entre 18 a 24 anos no mercado de trabalho, onde em setembro de 2010 era de 70,6% e em setembro de 2014, passou para 65,4%. Este dado revela um fator interessante: a não participação do jovem no mercado de trabalho reduziu os índices de inadimplência, e isso está extremamente atrelado ao mundo universitário, que força os alunos a aguardarem o término dos estudos para começar a trabalhar.

Outro fator de destaque neste índice é o adiamento da saída da casa dos pais e o esporádico crescimento de indivíduos universitários no Brasil. Segundo o Censo Demográfico do IBGE, de 2000 (IBGE 2000), 36,56% da população entre 20 e 24 anos pertenciam ao grupo “casado” ou “união estável”; este número, segundo Censo Demográfico de 2010 (IBGE 2010), caiu para 34,21%. Em contrapartida, o número de estudantes universitários subiu mais de 76% nos últimos dez anos, a partir dos

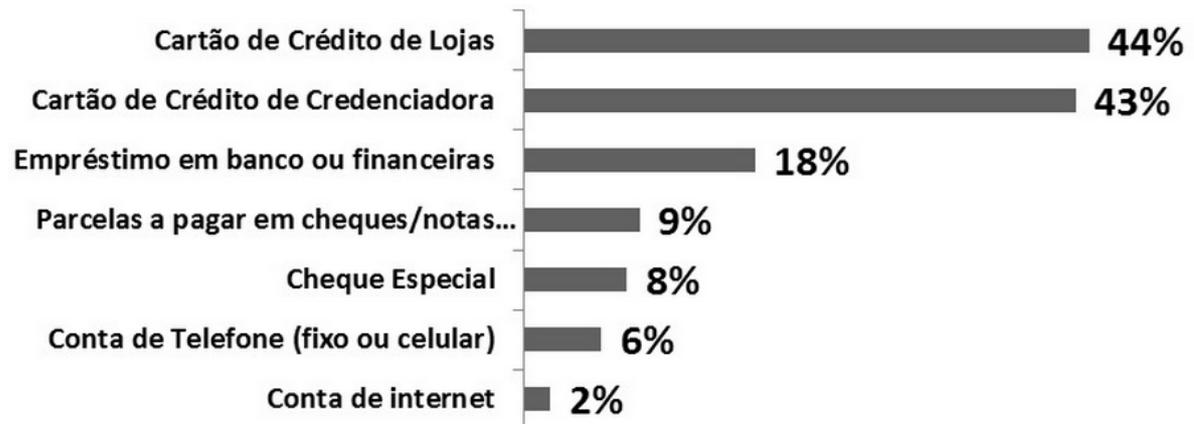
dados do INEP de 2013. A população dos jovens que nem trabalham, nem estudam, tem crescido, também, nos últimos tempos, onde este grupo representa a taxa de 19,6%.

Voltando-se para a questão da inadimplência, os dados do SPC Brasil (2014) mostram que, observando-se os dados a partir de cada setor credor, os bancos detêm maior parte das dívidas dos jovens, que representam 43,03% e este número não se desvia muito da média entre todas as faixas etárias, que representam 44,43%. Logo após, têm-se o segmento comercial, que representa 27,79% das dívidas dos jovens entre 18 a 24 anos. Por fim, entre os entrevistados do SPC Brasil, 44% atribuem suas dívidas ao uso desenfreado dos cartões de loja, 43% dos cartões de crédito e 18% os empréstimos de bancos ou financeiras.

Segundo Kunkel et al. (2013), o aumento da quantidade de estudantes universitários que utilizam o cartão de crédito tem alertado os pesquisadores e órgãos governamentais quanto à chance de uma conduta mantida por estes jovens desencadear uma má utilização, mau gerenciamento e, por fim, maior chance de endividamento, que é fomentado pela falta de vivência financeira e/ou falta de recursos financeiros para suprir as obrigações. O surgimento da lei “*Credit Card Act*” nos Estados Unidos, em 2009, demonstra a preocupação com os efeitos e consequências da sustentação de um comportamento negativo pelos jovens americanos em relação ao uso do cartão de crédito. A partir de ações específicas que prenunciam o crescimento da responsabilidade dos pais e da demanda dos jovens conquistarem conhecimentos e aplicarem boas condutas financeiras, a lei almeja proteger o jovem do uso danoso do cartão de crédito.

A figura 6 apresenta a representação dos setores em que os jovens apresentam maiores índices de inadimplência, segundo o SPC Brasil (2014).

FIGURA 6 - REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DOS SETORES EM QUE OS JOVENS POSSUEM MAIORES ÍNDICES DE INADIMPLÊNCIA



Fonte: SPC Brasil (2014).

Kunkel et al. (2013) também ressaltam, em sua pesquisa, a importância do bom uso dos cartões de crédito. A partir desses dados alarmantes em relação à esta ferramenta financeira, é muito importante a conscientização dos jovens brasileiros. Para isso, é necessário suprir a demanda da criação de programas de educação financeira que atinjam, a partir de um esforço sistemático, a melhora do conhecimento financeiro dos estudantes e, especificamente, aprimorar suas habilidades financeiras, de forma que eles possam decidir-se de forma estruturada e informada e utilizar dos serviços financeiros de modo responsável.

Apesar de representarem um número baixo no índice geral de inadimplência, é de suma importância que os jovens universitários se eduquem financeiramente para controlar seus gastos e fazer planejamentos futuros.

Matta e Amaral (2008) realizaram uma pesquisa entre os universitários da Universidade de Brasília a fim de inferir quais deles se educavam financeiramente. Em relação à frequência com a qual os estudantes universitários do Distrito Federal buscam informações sobre finanças pessoais, os resultados da pesquisa mostraram que 56,6% dos estudantes procuravam materiais acerca do assunto apenas quando demandavam, ou seja, a procura fomentada por um fato vivenciado pelo universitário é o que desencadeava a busca por informações. A pesquisa revelou, também que um a cada quatro estudantes não pesquisavam sobre o assunto; 4,1% dos entrevistados não sabiam da existência deste tema e, em contraposição, 13,8% dos estudantes procuravam informações frequentemente. Como é possível notar,

mais que o triplo dos entrevistados, comparados àqueles que desconhecem o assunto, se educam financeiramente.

Abaixo, segue uma tabela com o tipo de fontes de informação com as quais os estudantes usam para se educar financeiramente.

TABELA 4 - FONTES DE INFORMAÇÃO SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

	Fontes de Informação	Respostas		% Casos *
		N	%	
Uso de fontes de informação	Seminários e cursos presenciais na universidade (F)	212	8,2%	37,7%
	Seminários e cursos presenciais fora da universidade (F)	127	4,9%	22,6%
	Revistas, jornais, impressos em geral (F)	488	19,0%	86,8%
	Familiares e pessoas conhecidas (I)	454	17,7%	80,8%
	Televisão e rádio (F)	432	16,8%	76,9%
	Internet (sites) (F)	445	17,3%	79,2%
	Livros especializados (F)	222	8,6%	39,5%
	Curso e palestras <i>on-line</i> (F)	76	3,0%	13,5%
	Especialistas - (I)	106	4,1%	18,9%
Outras fontes de informação	9	0,4%	1,6%	
Total		2571	100,0%	457,5%

(F) fonte formal

(I) fonte informal

Fonte: Matta; Amaral (2008, p.10).

Como é possível notar, 37,7% dos alunos buscaram informações dentro da própria universidade, o que indica que existe uma demanda alta de busca na universidade. Em contrapartida, Amadeu (2009), na sua dissertação de mestrado, propõe a inserção da disciplina “Educação Financeira” como matéria da grade curricular dos cursos de administração e contabilidade. Em sua pesquisa, o pesquisador realizou um questionário onde, na primeira parte, mensurava o nível de conhecimento dos alunos acerca da Educação Financeira; a segunda parte avaliava a atitude dos indivíduos em educação financeira; a terceira, o grau de interesse dos alunos no ingresso desta disciplina; e, a última, o método de preferência dos alunos em relação ao ensino.

Em relação à primeira questão, a reflexão sobre os dados mostra que o grau de conhecimento dos fundamentos financeiros é diretamente proporcional ao grau de conhecimento acerca da Educação Financeira, genericamente. Quanto este dado é colocado em oposição ao número de disciplinas cursadas na área de finanças durante a graduação, este número é reduzido;

A questão número dois atendeu bem às expectativas, onde foi possível inferir que quanto mais disciplinas em finanças o aluno tenha cursado durante a graduação, mais suas atitudes se mostravam adultas em relação à educação

financeira; com relação ao interesse dos alunos em cursarem uma disciplina em educação financeira, 99,32% se posicionaram a favor, demonstrando extremo interesse em aprender a controlar melhor seus gastos; O método de preferência dos alunos era o em planilhas eletrônicas. Por fim, a entrada desta matéria como optativa, a inserção de palestras, seminários e minicursos na faculdade em relação à educação financeira poderia otimizar muito o planejamento a longo prazo dos alunos, que teriam mais embasamento para aprender a economizar.

Em outra pesquisa realizada com universitários de diversos cursos, Potrich, Vieira e Paraboni (2013) inferiram que, de um modo geral, os universitários apresentam dificuldades de compreensão entorno de conceitos e produtos financeiros. Este preocupante resultado implica que os estudantes não possuem um completo domínio de partes triviais da educação financeira, tais como taxa de juros, inflação e valor do dinheiro no tempo, sendo que estas informações são pré-requisitos fundamentais para realizar as transações do dia-a-dia. Entretanto, demonstraram bons conhecimentos em ferramentas financeiras complexas, tais como ações, títulos públicos, diversificação de investimentos, risco e retorno, acima das questões básicas. Outro ponto interessante é que o público masculino com maior renda possui mais domínio e compreensão do assunto que os demais, o que revela que boas condições materiais-dialéticas dão maiores oportunidades de entendimento desta área.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

A presente pesquisa caracteriza-se pelo seu viés de estudo qualitativo e exploratório. A amostra foi previamente selecionada, ou seja, intencional. Foram selecionadas três instituições de Ensino Superior de massa para aplicação de questionário.

O universo da pesquisa é composto por Três Instituições de Ensino Superior cujo foco direciona-se ao atendimento em massa, participando de programas governamentais como o PROUNI, para desenvolvimento. O critério de escolha baseou-se no valor das mensalidades, buscando traçar o perfil universitário de instituições de ensino superior de massa (IESM), optando-se pelas seguintes instituições: Drummond, Sumaré e FMU.

Os questionários foram aplicados nos estudantes do curso de Administração do período noturno. O conjunto de questões foi composto por formas estruturadas, buscando esclarecer a condição social, as fontes de renda e aspectos relacionados à educação financeira e os hábitos de consumo característicos dessa amostra, além do uso de crédito e averiguar práticas de investimentos por parte destes universitários.

O quadro a seguir apresenta uma breve síntese expondo as informações obtidas através da coleta de dados, conforme descrito no quadro 5:

QUADRO 5 - DESCRIÇÃO DOS PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Divisão do questionário	Variáveis / Componentes	Referências
Perfil dos respondentes Considerando as variáveis demográficas e Culturais	8 questões	Adaptado FGV (2015), UESB (2013), ENEM (2009)
Conhecimento Sobre Educação	7 questões	Adaptado de Fustaino (2009), Potrich, Vieira e Paraboni (2013), Potrich et al. (2014) e Lopes et. al. (2014).
Habito de Consumo	25 questões	Adaptado de Fustaino (2009), Potrich, Vieira e Paraboni (2013), Potrich et. al. (2014); Potrich Vieira e Kirch (2014) e Lopes et. al. (2014).
Hábito de Investimentos (poupança e outros)	5 questões	Adaptado de Potrich et al. (2014); Potrich Vieira e Kirch (2014).

Fonte: Elaborado pelo autor

Para responder à pergunta-problema da presente pesquisa, que buscou investigar os hábitos financeiros dos jovens universitários de IESM da cidade de São Paulo, foram levantadas algumas hipóteses. Neste contexto, levantou-se um conjunto de suposições de acordo com as possibilidades de variáveis encontradas no decorrer do estudo, quais sejam:

H0- O perfil dos estudantes de IESM apresenta características Homogêneas.

H1- O perfil dos estudantes de IESM não apresenta características Homogêneas.

H2- O hábito de consumo dos estudantes de IESM leva em consideração a necessidade de poupar ou investir.

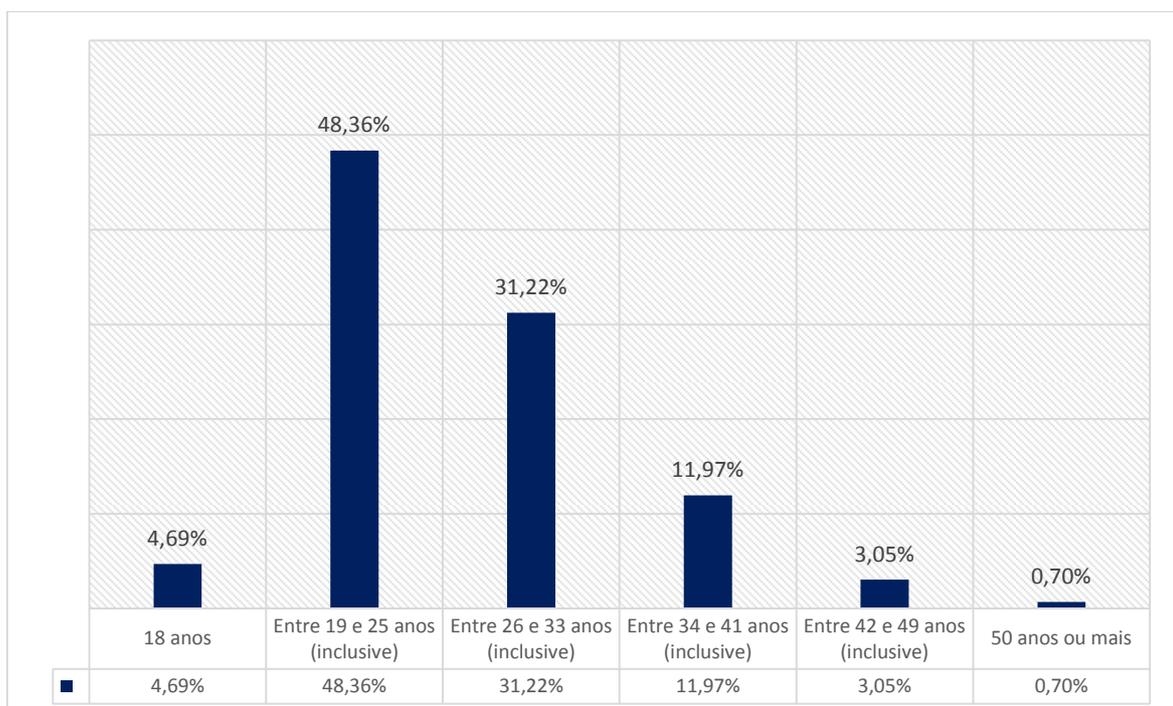
H3- O hábito de consumo dos estudantes de IESM não leva em consideração a necessidade de poupar ou investir.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O presente tópico tem como objetivo a descrição e análise das estatísticas obtidas através das entrevistas colhidas neste estudo. O gráfico abaixo demonstra que, das 426 pessoas que participaram desta pesquisa, como a amostra foi aleatória, as mulheres se mostraram mais propensas a participar da pesquisa, sendo a maioria: 65,5% (279), era de mulheres e os homens ficaram com uma porcentagem de 34,5% (147).

Já a respeito da faixa etária, verificou-se que os participantes da pesquisa tinham entre 18 a 50 anos. Através desta pesquisa podemos observar que há uma grande participação de pessoas com a faixa etária entre 19 a 25 anos (48,3%), 26 a 33 anos (31,2%) e 34 a 41 anos (11,7%). E uma participação menor de pessoas com a faixa etária de 18 anos (4,6%), de 42 a 49 anos (3%) e pessoas com 50 anos ou mais (0,7%), conforme demonstra o gráfico 1.

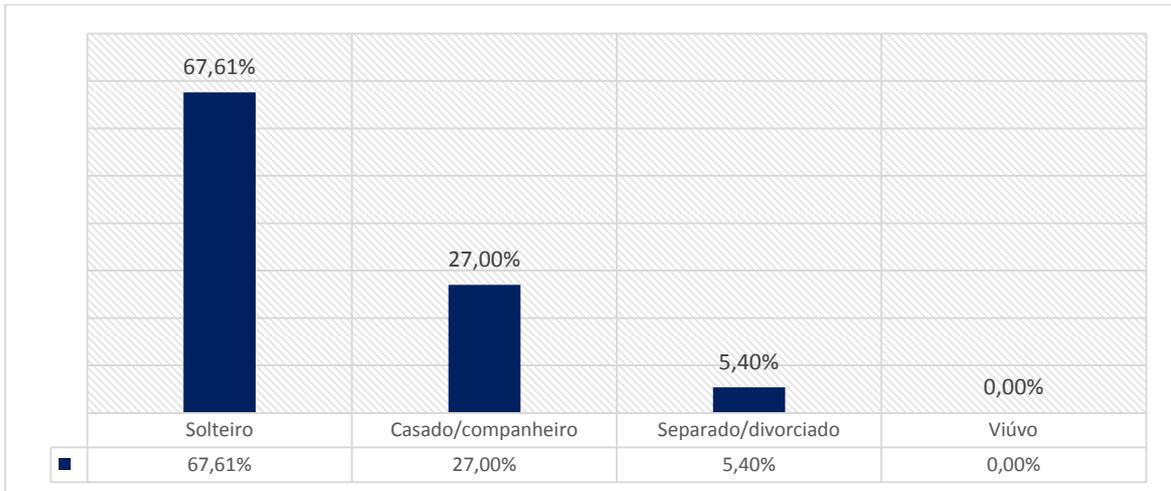
GRÁFICO 1 - FAIXA ETÁRIA DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA



Fonte: Elaborado pelo autor

Das 426 pessoas entrevistadas, foi constatado que a maioria delas eram solteiras (67,61%; 288) ou casados/companheiros (26,9%; 115), nesta entrevista havia, também, pessoas divorciadas/separadas (5,3%; 23) e nenhum entrevistado era viúvo (a).

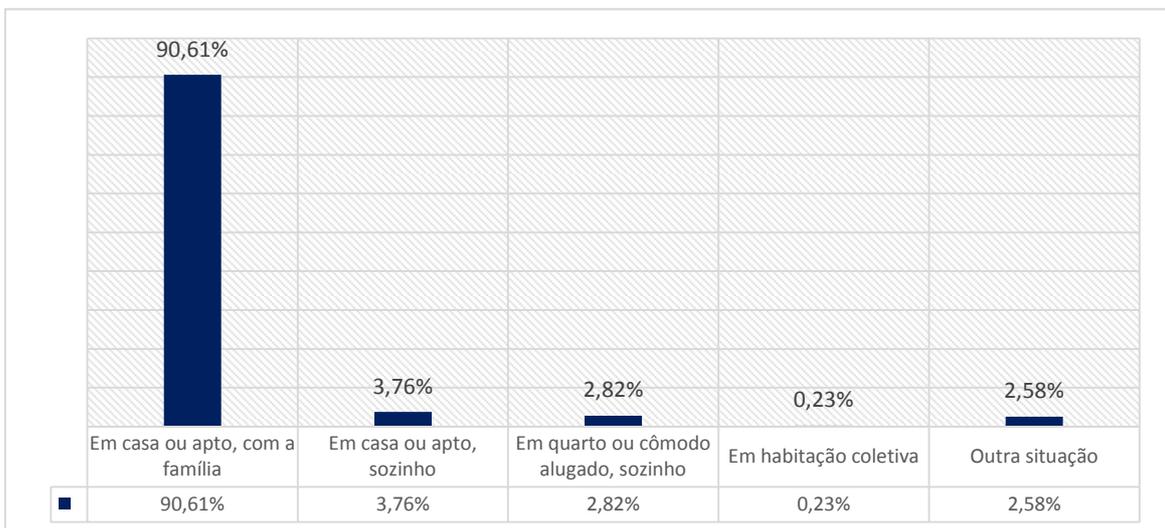
GRÁFICO 2 - ESTADO CIVIL DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA



Fonte: Elaborado pelo autor

A pesquisa mostra que a maioria dos entrevistados, mesmo tendo entre 18 a 25 anos, moram com seus pais ou familiares (90,6%), em quartos alugados (2,8%) ou em apartamentos (3,9%).

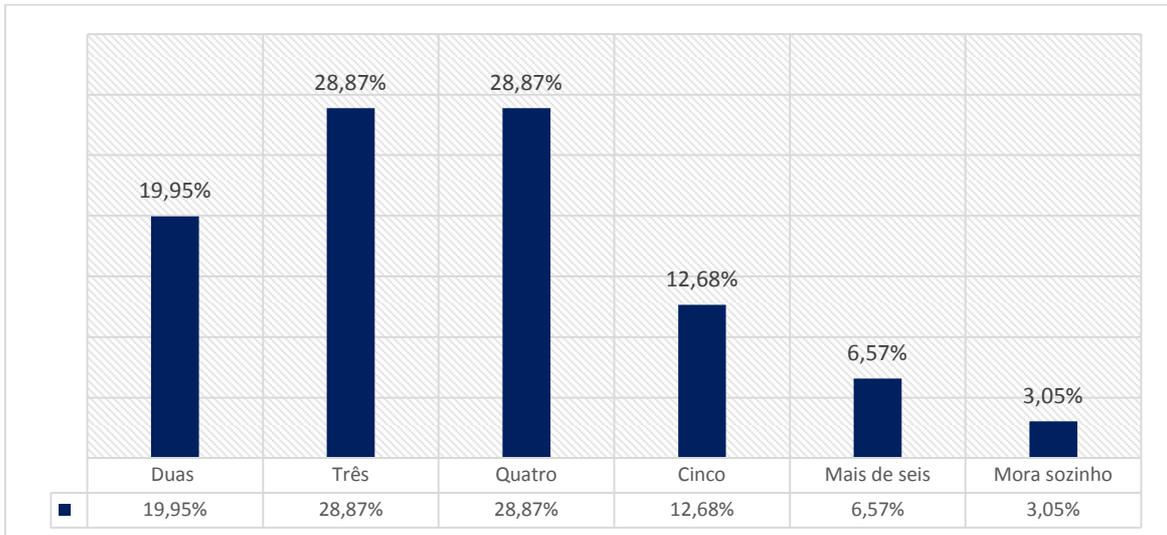
GRÁFICO 3 - SITUAÇÃO DE MORADIA DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA



Fonte: Elaborado pelo autor

De acordo com os dados colhidos, demonstrou-se que os entrevistados tendem a morar com mais de três pessoas (28,8%), apenas 3,5% moram sozinhos e 6,4% moram com mais duas pessoas.

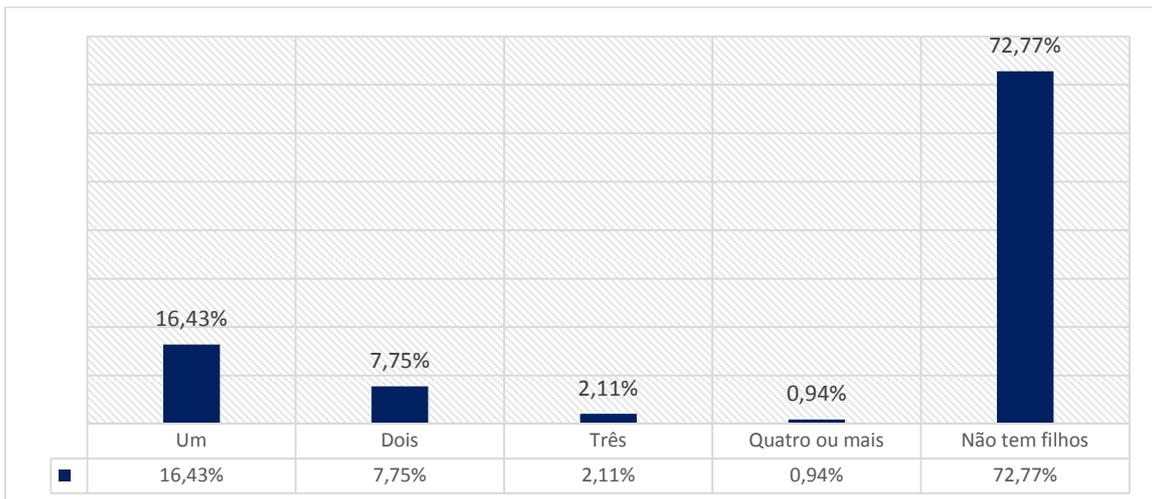
GRÁFICO 4 - QUANTIDADE DE PESSOAS QUE MORAM NA MESMA RESIDÊNCIA DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA



Fonte: Elaborado pelo autor

A taxa de filhos dos brasileiros entrevistados varia muito, a maioria 72,7%, não possuem filhos e 16,4% tem em média um filho. Os demais têm entre dois filhos (7,7%), três (2,3%) e a minoria 0,9%, tem quatro filhos ou mais.

GRÁFICO 5 - QUANTIDADE DE FILHOS DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA

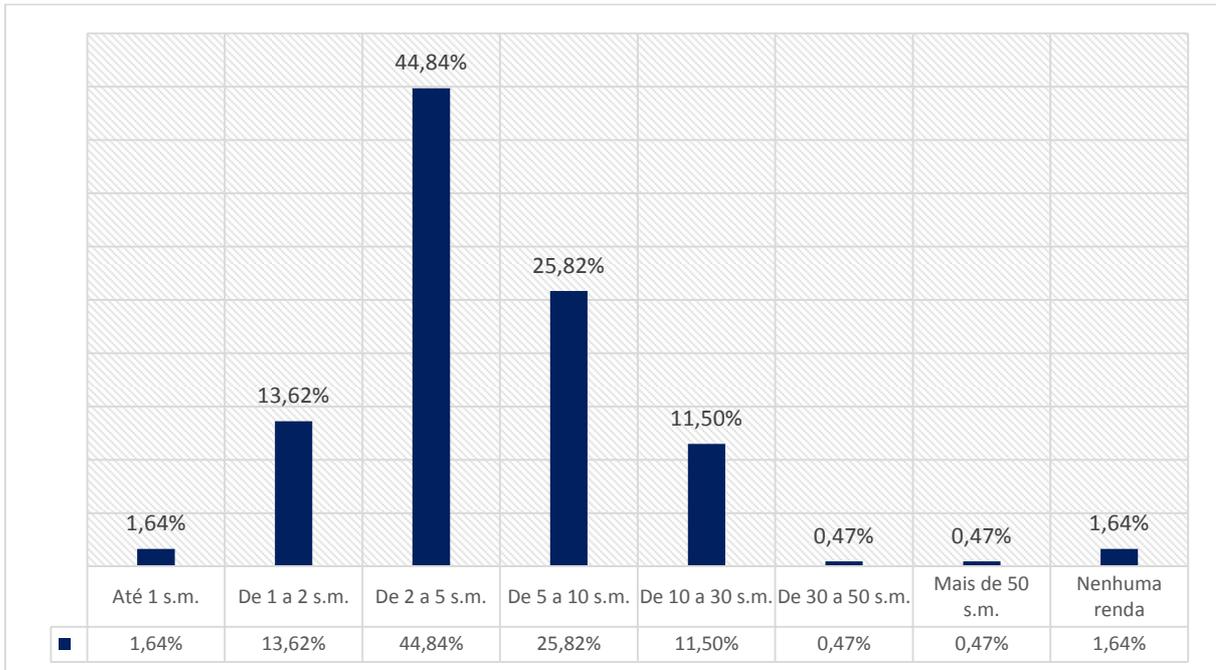


Fonte: Elaborado pelo autor

Na temática da renda familiar, o gráfico abaixo demonstra que os participantes da entrevista que moram com seus pais, ou com esposas e filhos, vivem em média, com uma renda de 2 a 5 salários mínimos, (de R\$ 1.576,00 até R\$ 3.940,00) (44,8%), mesmo juntando sua renda com as pessoas que moram na mesma casa que ele, acabamos observando que esse valor é relativamente baixo.

Nesta pesquisa é enfatizado também, que é minoria aqueles que possuem um ensino superior e tendem a viver com 30 a 50 salários mínimos ou mais (0,4%).

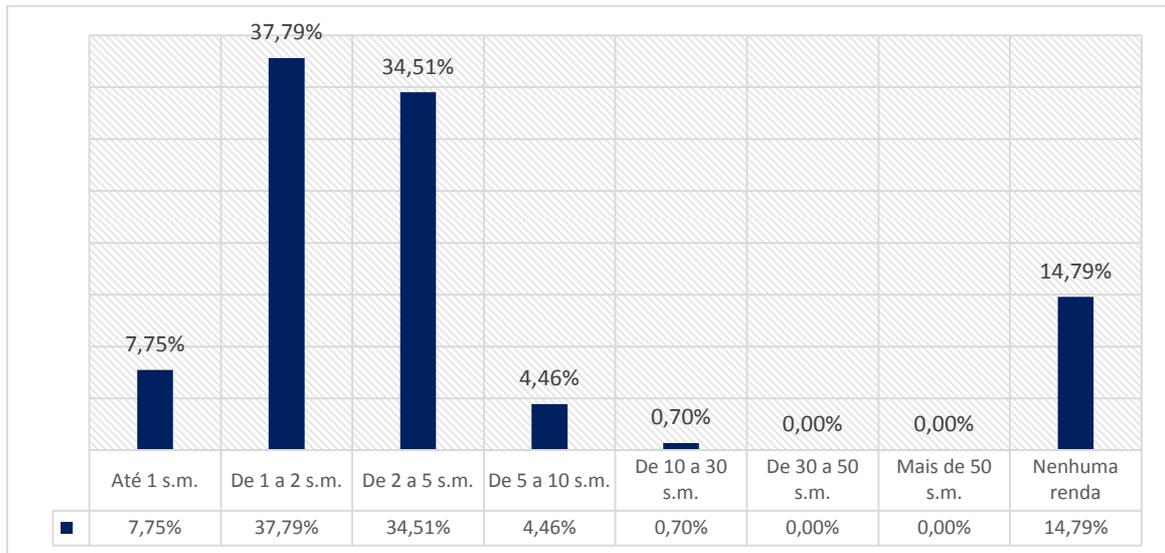
GRÁFICO 6 - RENDA FAMILIAR DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA



Fonte: Elaborado pelo autor

Avaliando-se a renda individual dos entrevistados, a maioria tem um ganho de 2 a 5 salários mínimos (37,7%), e de 1 a 2 salários mínimos (34,8%). Nesta pesquisa também pode se observar que 14,7% dos entrevistados, mesmo a maioria tendo entre 18 a 26 anos, não possuem nenhum tipo de renda atualmente. A renda média nacional é de R\$1.052,00, ou seja, entre 1 a 2 salários mínimos, como ocorre com 34,8% dos entrevistados.

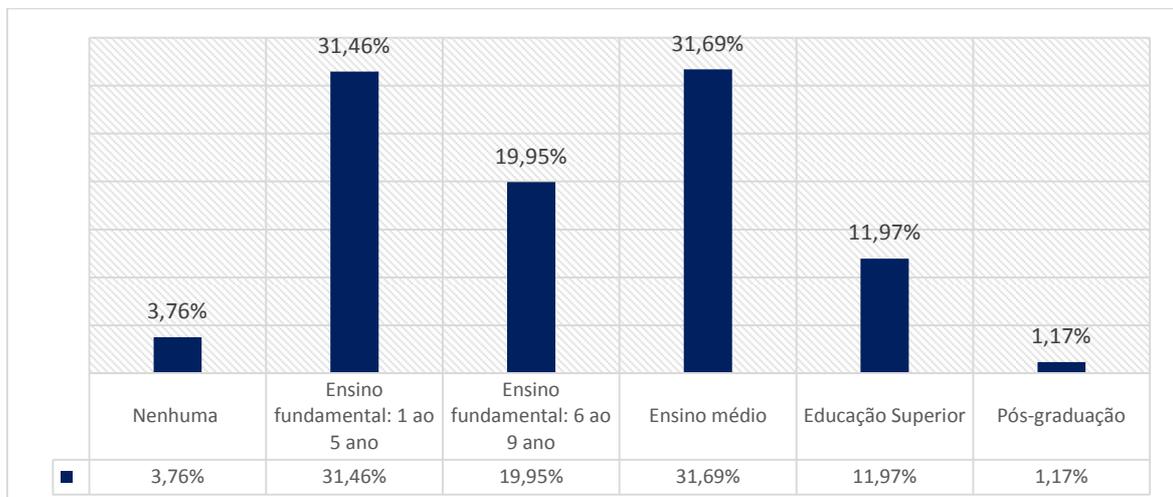
GRÁFICO 7 - RENDA INDIVIDUAL DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA



Fonte: Elaborado pelo autor

No gráfico a seguir, aborda-se o nível de escolaridade dos pais dos entrevistados. A porcentagem de pais que estudaram ou concluíram o ensino superior é de 11,97%, 31,7% dos pais concluíram o ensino médio e 31,4% apenas cursaram o ensino fundamental: 1º ao 5º ano. Podemos associar essa realidade, com a realidade de antigamente, onde as crianças não tinham nenhum incentivo para saber ler e escrever, também podemos observar no gráfico, que a minoria dos entrevistados, ou possuem pós-graduação (0,2%), ou nem ao menos chegaram a ir para uma escola (3,7%).

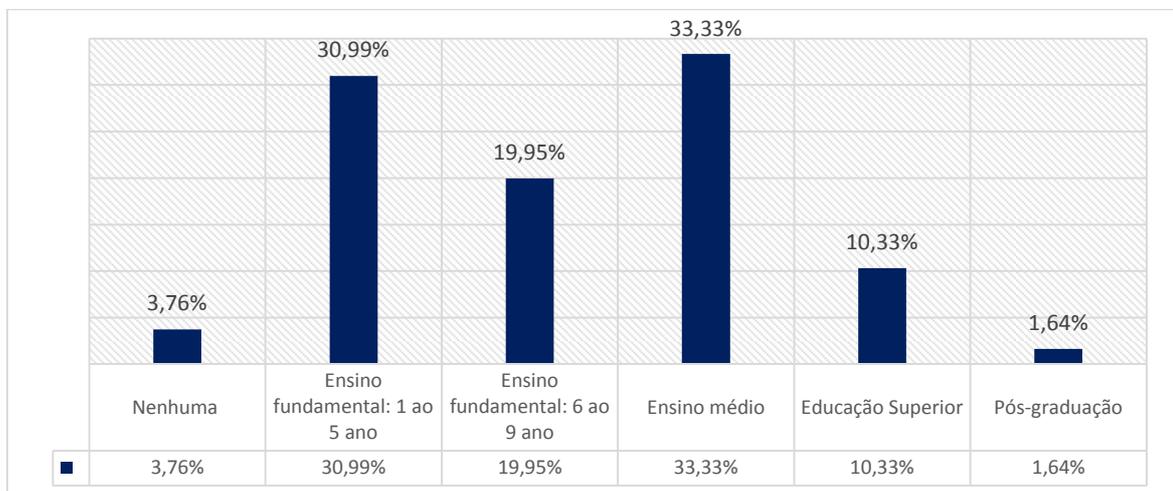
GRÁFICO 8 - ESCOLARIZAÇÃO DOS PAIS DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA



Fonte: Elaborado pelo autor

Já no próximo gráfico, é abordado o grau de escolaridade das mães dos entrevistados, podemos observar que a maioria das mães 33,3% concluíram o ensino médio, assim como a maioria dos pais, e 30,9% cursaram somente o ensino fundamental: 1º ao 5º ano, índice que é igual ao mostrado no gráfico acima de escolaridade dos pais. Também, é observado que a porcentagens de mães que tem pós-graduação (1,6%) é maior do que a dos pais (1,1%). Podemos associar esta porcentagem, ao fato de que a mulher cada vez mais, vem buscando o seu lugar nos trabalhos brasileiros através de especializações.

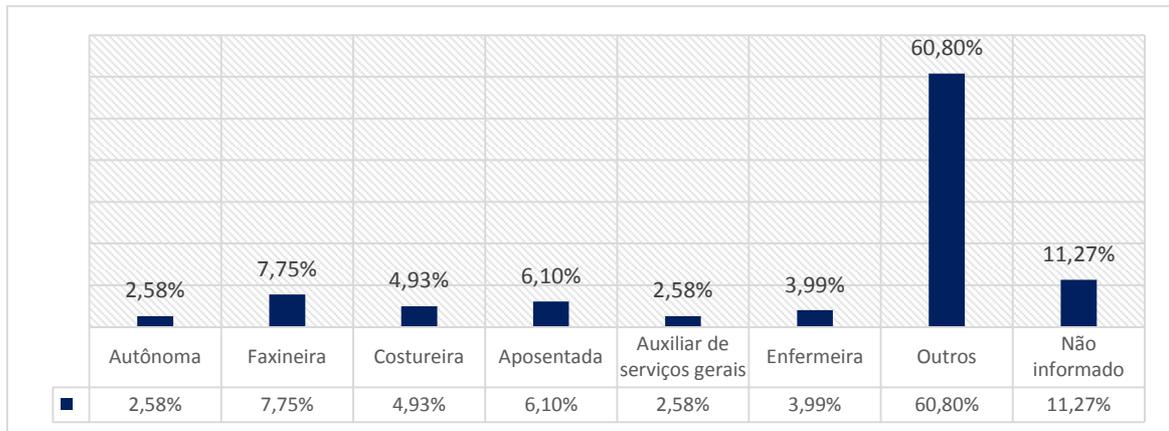
GRÁFICO 9 - ESCOLARIZAÇÃO DAS MÃES DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA



Fonte: Elaborado pelo autor

Sobre as profissões das mães dos entrevistados, podemos observar que são diversas as profissões exercidas por mulheres atualmente, mas a realidade é que, ainda, a maioria das mães são donas de casa 31,6%, faxineiras 7,7%, costureiras 4,9% ou 11,2% aposentadas. Vemos também que são poucas as mulheres autônomas (2,5%), realidade diferente no que se diz respeito aos homens (6,3%).

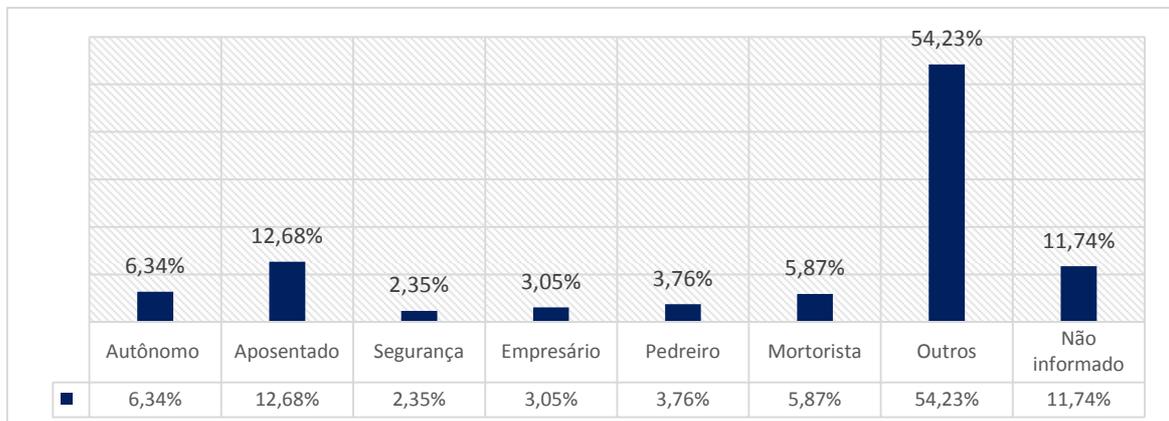
GRÁFICO 10 - PROFISSÃO DAS MÃES DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA



Fonte: Elaborado pelo autor

Neste gráfico de profissões dos pais dos entrevistados, podemos observar a diversidade de profissões exercidas por eles. Segundo a pesquisa realizada, a maioria dos pais 12,6% são aposentados. Outra profissão muito exercida pelos pais (5,8%) é a de motorista. Como já observamos no gráfico de profissões das mães, os números de pais autônomos (6,3%) são maiores do que o das mães (2,5%).

GRÁFICO 11 - PROFISSÃO DOS PAIS DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA



Fonte: Elaborado pelo autor

Os gráficos a seguir são apresentados em outro formato (tipo pizza), pois se referem a opção dos entrevistados sobre o nível de concordância em relação à assertiva apresentada, conforme a seguir:

- 1 – Concordo totalmente
- 2 – Concordo
- 3 – Indiferente

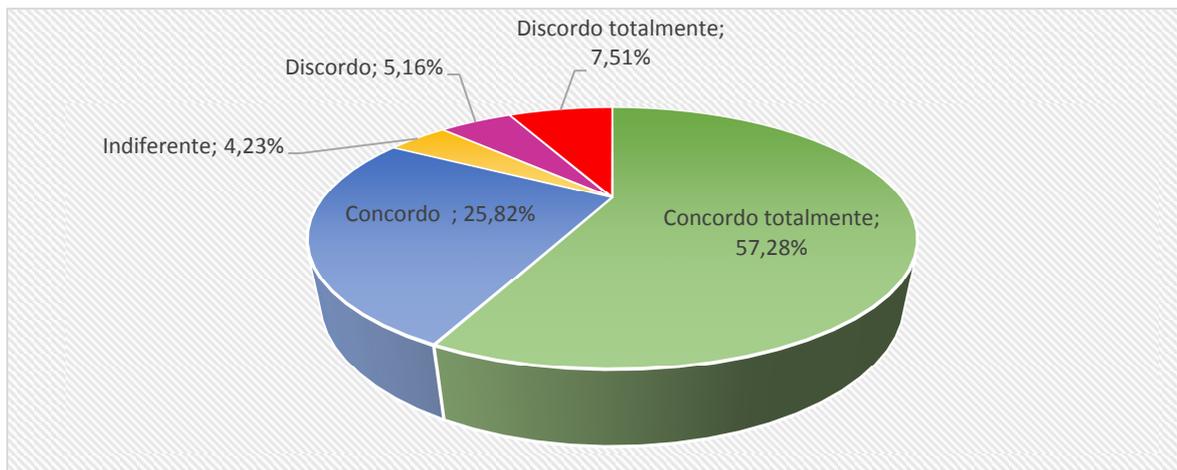
4 – Discordo

5 – Discordo totalmente

O próximo gráfico ilustra a abordagem a respeito da essencialidade da educação financeira na vida dos entrevistados. A maioria 57,2%, concorda totalmente, ou seja, acreditam que sim, a educação financeira é essencial em suas vidas e somente 5,3% dos entrevistados disseram que discordam desta pergunta, e que não acham ser importante. Ainda, 25,80% disseram que concordam em partes. 7,5% discordam totalmente, ou seja, não acham de que isso seja importante e a minoria 4,2% dizem ser indiferentes.

De acordo com o gráfico 12, para 16,9% dos participantes da pesquisa a educação financeira não é importante. Esses dados corroboram os achados nos estudos realizados por Amadeu (2009); Araújo et al., (2012) e Figueiredo (2013) em que os autores observaram que não existe uma preocupação com a educação financeira por parte de uma parcela significativa da população de baixa renda. Esse perfil também pode ser observado entre os estudantes universitários de instituições de ensino superior de massa, participantes desta pesquisa.

GRÁFICO 12 - A EDUCAÇÃO FINANCEIRA É ESSENCIAL PARA MEU DESENVOLVIMENTO FINANCEIRO



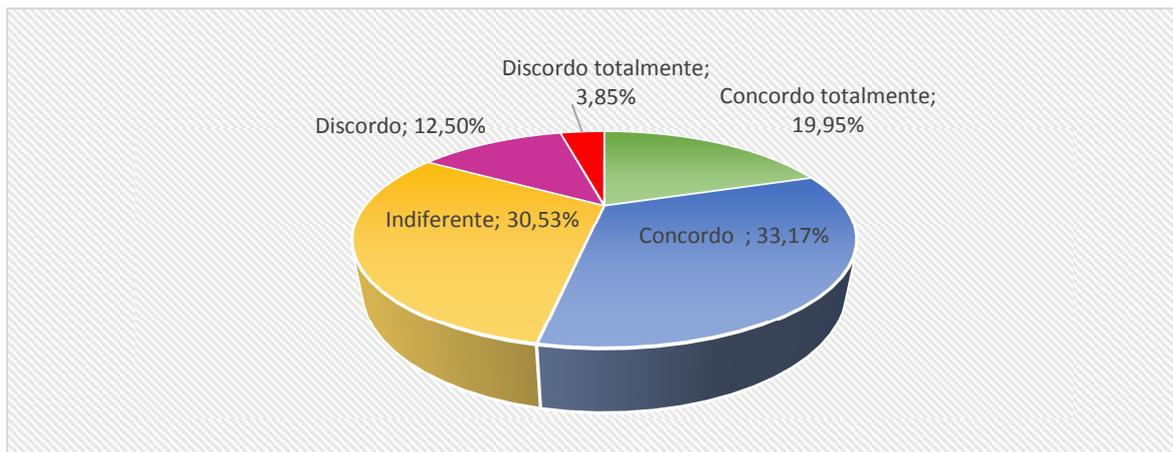
Fonte: Elaborado pelo autor

Em relação ao conhecimento da diferença entre educação financeira da alfabetização financeira. A maioria 53,12% (concordam ou concordam totalmente), ou seja, sabem a diferença entre esses conceitos, contudo, 46,88% não sabe a diferença (vide gráfico 13).

Alguns estudos como o realizado por Alves (2008) e Fustaino (2009), os autores afirmam que compreender a diferença entre a educação financeira e a alfabetização financeira é importante para a realização do planejamento de despesas e seu cumprimento.

Como observaram Lusardi, Mitchell e Curto (2010), Gale e Levine (2010) e Figueiredo (2013), os consumidores enfrentam decisões financeiras complicadas quando ainda são jovens, os erros no planejamento mensal, o atraso no pagamento das contas, pode sair muito caro. Os jovens em idade universitária costumam ter empréstimos estudantis, ou ainda, têm de pagar as mensalidades das universidades, podem ter dívidas em cartões de créditos, etc. essas complicações precoces podem dificultar a sua capacidade de acumular riqueza.

GRÁFICO 13 - DIFERENÇA ENTRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA E A ALFABETIZAÇÃO FINANCEIRA



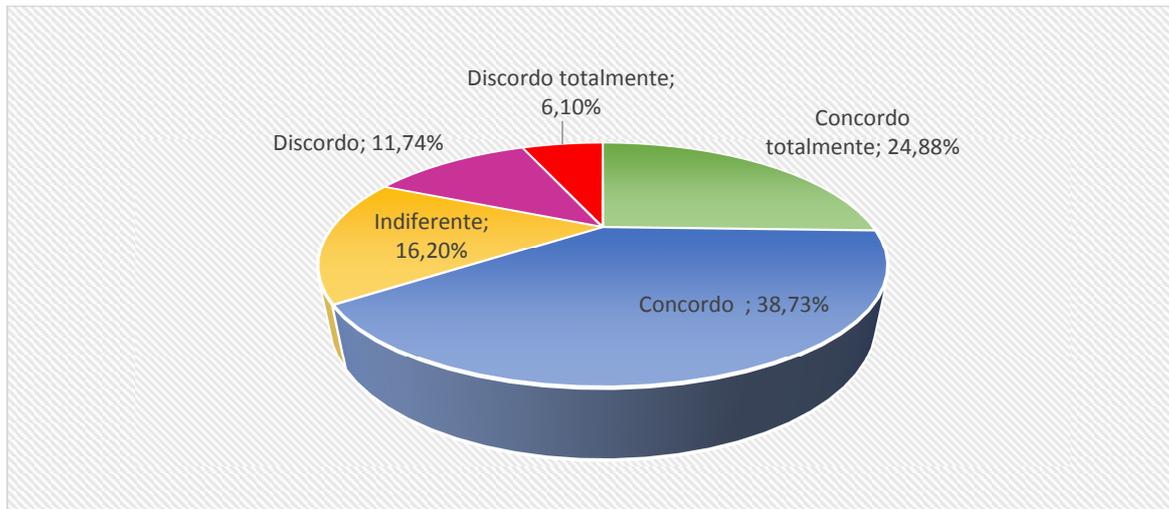
Fonte: Elaborado pelo autor

No quadro para assinalar se concordava ou discordava, colocou-se a afirmativa sobre utilizar os princípios da educação financeira para controle das despesas mensais. A maioria disse concordar com isso (38,7%), e 24,8% dizem concordarem totalmente com essa pergunta, ou seja, eles usam sim, os princípios da educação financeira para poderem controlar as suas despesas mensais. Ainda, 11,7% discordam e 6,1% discordam totalmente desta realidade, sendo assim, não usam a educação financeiras em suas vidas. 16,2% dizem ser indiferentes a isto.

De acordo com o gráfico 14, 65,96% dos participantes concordam que o uso dos princípios da educação financeira é importante para o controle das despesas mentais, 34,04% não conseguem perceber essa necessidade.

Nesse sentido, Gale e Lavine (2010) afirmaram que o analfabetismo financeiro generalizado demonstra que muitas pessoas não podem executar cálculos simples ou tratar de questões financeiras básicas, por desconhecerem os princípios da educação financeira.

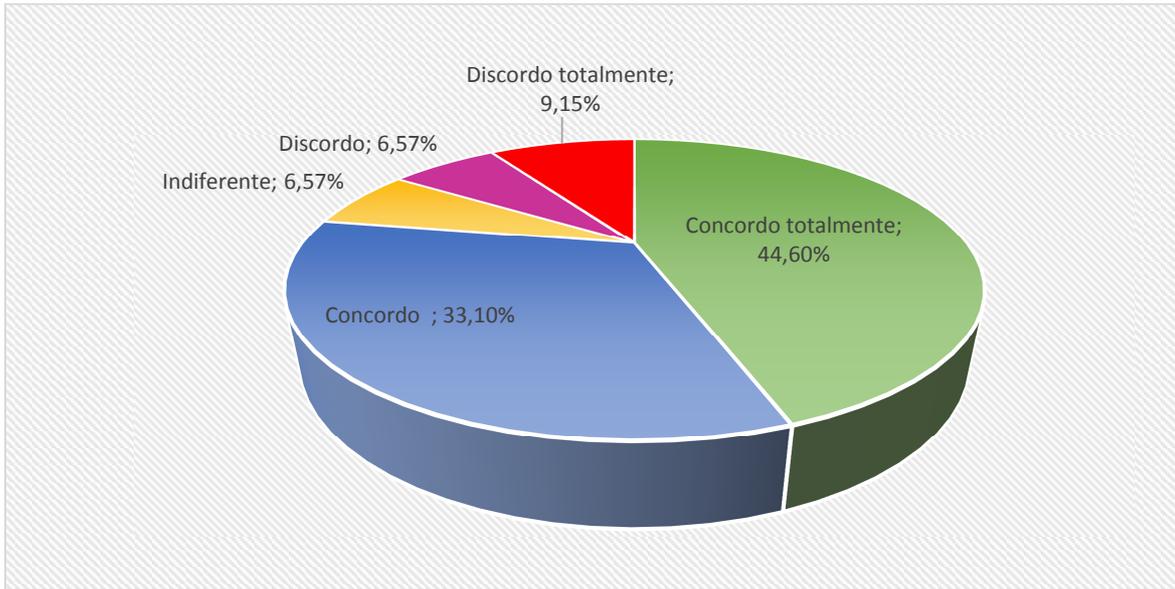
GRÁFICO 14 - USO DOS PRINCÍPIOS DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA O CONTROLE DE DESPESAS MENSAS



Fonte: Elaborado pelo autor

Em continuidade, havia a afirmativa a respeito da posse de metas financeiras para o futuro. Nos dados colhidos, 44,6% dos entrevistados disseram concordar totalmente, 33,1% concordaram, ou seja, a maioria dos entrevistados possuem metas financeiras para o seu futuro. Poucos entrevistados, 9,1% discordam totalmente e 6,5% discordaram desta pergunta, 6,5% dizem ser indiferentes a isto. Portanto, 22,47% não possuem meta financeira. Esses dados corroboram os achados no estudo realizado por Figueiredo (2013), a falta de meta financeira prejudica uma visão global da situação financeira e contribui para a não realização de um planejamento financeiro mensal.

GRÁFICO 15 - POSSUI META FINANCEIRA PARA O FUTURO



Fonte: Elaborado pelo autor.

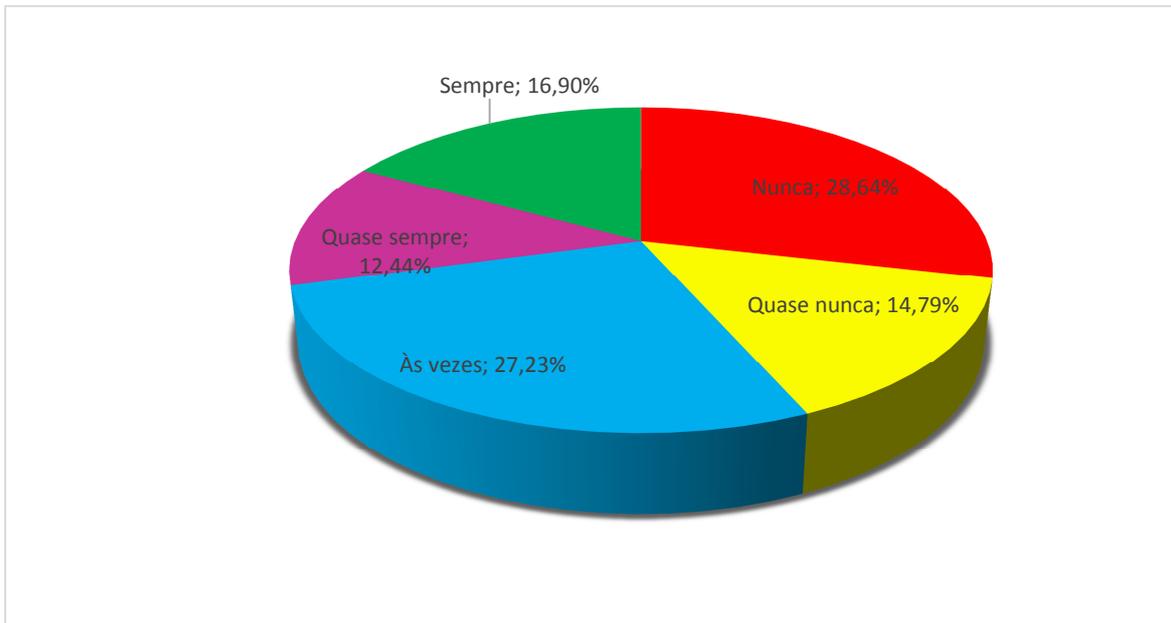
Os gráficos a seguir são apresentados em cores diferentes, porque, na sequência das perguntas, os entrevistados puderam optar por uma das alternativas:

- 1 – Nunca;
- 2 – Quase nunca;
- 3 – Às vezes;
- 4 – Quase sempre
- 5 – Sempre

Nesta pesquisa foi abordado aos entrevistados sobre a importância de suas finanças. Foi perguntado se eles ficam mais de um mês sem fazer os balanços de seus gastos: 27,2% disseram que às vezes ficam sem fazer o balanço do mês, a maioria (28,6%) nunca fica sem fazer o balanço de seus gastos. 16,9% dos entrevistados disseram que sempre ficam sem fazer essa análise e 12,4% disseram que isso acaba acontecendo quase sempre. Portanto, 70,66% dos entrevistados não têm o hábito de realizar o balanço mensal de seus gastos.

Amadeu (2009), Araújo et al. (2012) e Figueiredo (2013) também destacaram em seus estudos a importância da conscientização por partes dos indivíduos em realizar um balanço das despesas mensais.

GRÁFICO 16 - FICA MAIS DE UM MÊS SEM FAZER O BALANÇO DOS GASTOS



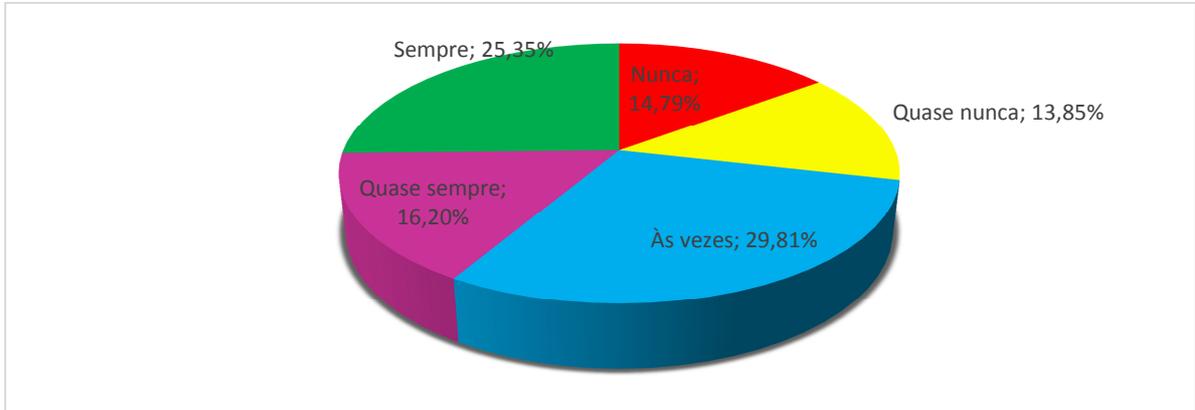
Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico abaixo demonstra a abordagem sobre identificação dos juros quando pagam produtos a crédito. A maioria 29,8% afirma que às vezes consegue, já 25,3% afirmam que sim, conseguem identificar os juros. Do total, 16,3% dizem que quase sempre conseguem identificar, enquanto 14,7% disseram nunca conseguir e 13,8% quase nunca identificam. Assim, 28,5% não sabem quanto pagam de juros ao comprar um produto, o que demonstra a falta de alfabetização financeira.

Para Lusardi, Mitchell e Curto (2010), a educação financeira não deve ter início na universidade e sim no jardim da infância. Quando mais cedo as pessoas aprenderem e compreenderem a necessidade de gerenciar suas finanças e realizar o planejamento de seus gastos, saberem o quanto pagam a mais por realizar compras à prazo, o quanto pagam de juros e taxas é fundamental para alavancar suas condições financeiras.

Fustaino (2009) e Amadeu (2009) também destacaram a importância da educação financeira de modo amplo, universal e precoce.

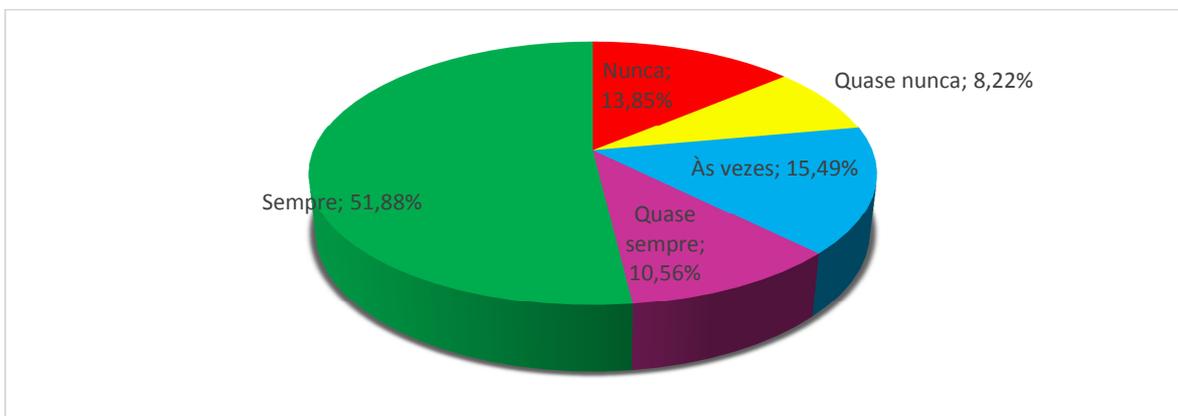
GRÁFICO 17 - CONSEGUE IDENTIFICAR OS JUROS QUE PAGA AO COMPRAR UM PRODUTO A CRÉDITO



Fonte: Elaborado pelo autor.

Abordou-se a averiguação da fatura dos cartões para identificação de erros ou cobranças indevidas. Mais da metade dos entrevistados (51,8%) disseram que sempre conferem as faturas de seus cartões de créditos, 15,7% disseram fazer isso de vez em quando, 13,8% disseram nunca averiguar a fatura, podendo, desta forma, estar correndo risco de erros ou cobranças sem fundamentos. Por fim, 10,5% dizem fazer essa averiguação quase sempre e a minoria (8,2%) disseram não fazer isso quase nunca. Portanto, 48,12% dos entrevistados não possui o hábito frequente de conferir suas faturas de cartões de crédito.

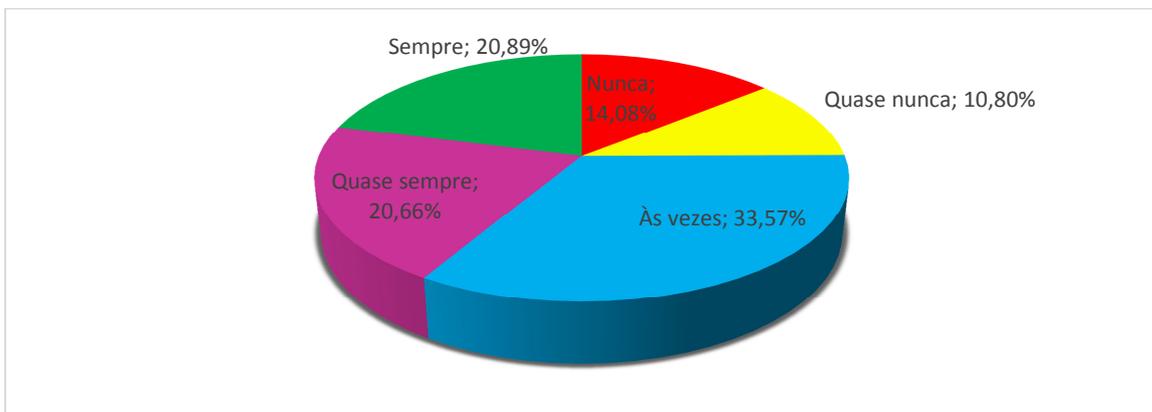
GRÁFICO 18 - CONFERE A FATURA DOS CARTÕES DE CRÉDITO PARA AVERIGUAR ERROS E COBRANÇAS INDEVIDAS



Fonte: Elaborado pelo autor.

Questionou-se a respeito da existência de um plano mensal de gastos pré-estabelecidos como hábito e prática dos entrevistados. A maioria das respostas foi às vezes (33,5%), quase sempre (20,6%), e sempre (20,8%), ou seja, a maioria das pessoas entrevistadas segue um plano mensal para controlar o seu dinheiro. A minoria dos entrevistados afirma que nunca (14,08%) e quase nunca (10,8%), deste modo observamos que 58,45% das pessoas entrevistadas não possui um plano mensal de gastos, podendo, por muitas vezes, acabar gastando mais do que tem, e, deste modo, adquirir maiores dívidas.

GRÁFICO 19 - SEGUE UM PLANO MENSAL DE GASTOS PREESTABELECIDOS

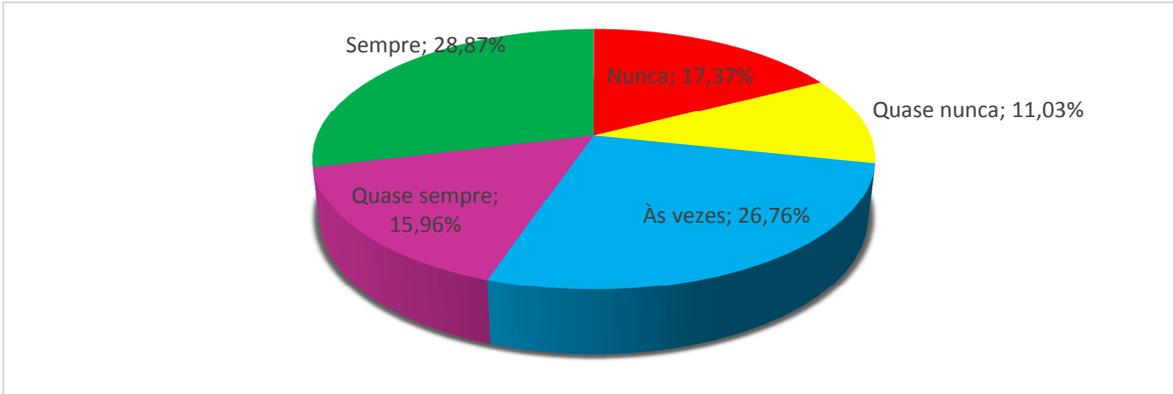


Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico a seguir indica quantos dos entrevistados que anotam e controlam seus gastos pessoais. A maioria (28,8%) assinalou sempre anotar e controlar os gastos, 26,7% disseram que às vezes, 15,9% disseram fazer isso quase sempre. A minoria dessas pessoas respondeu que nunca (17,3%) e quase nunca (11,03%) controlam ou anotam seus gastos.

De acordo com o gráfico 20, portanto, 55,16% não têm o hábito de anotar e controlar os gastos pessoais. Essa falta de controle dos gastos pessoais é citada nos estudos de Alves (2008) e Figueiredo (2013).

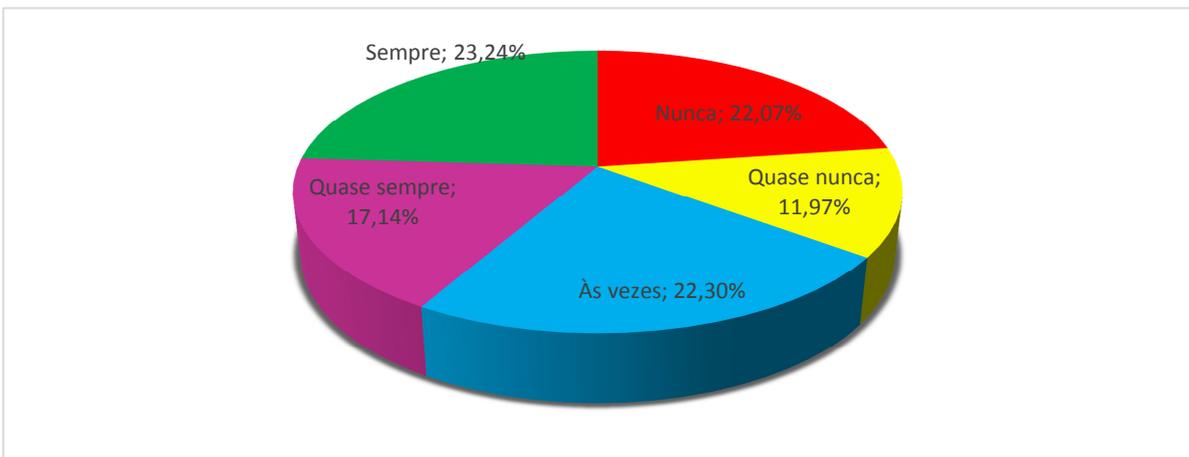
GRÁFICO 20 - ANOTA E CONTROLA OS GASTOS PESSOAIS



Fonte: Elaborado pelo autor

Quando questionados sobre a comparação das taxas de juros existentes, houve uma grande variedade de respostas, demonstrando a diversidade de mentalidade encontrada entre os indivíduos. Constatou-se que 28,87% sempre comparam os preços, 15,96% quase sempre. Outras pessoas responderam que fazem isso às vezes (26,76%). Também há pessoas que responderam nunca 17,37% e quase nunca 11,03%. Esses dados demonstram que 55,16% dos entrevistados não têm o hábito de controlar seus gastos.

GRÁFICO 21 - COMPARA AS TAXAS DE JUROS ENTRE AS OPÇÕES DE COMPRA À PRAZO

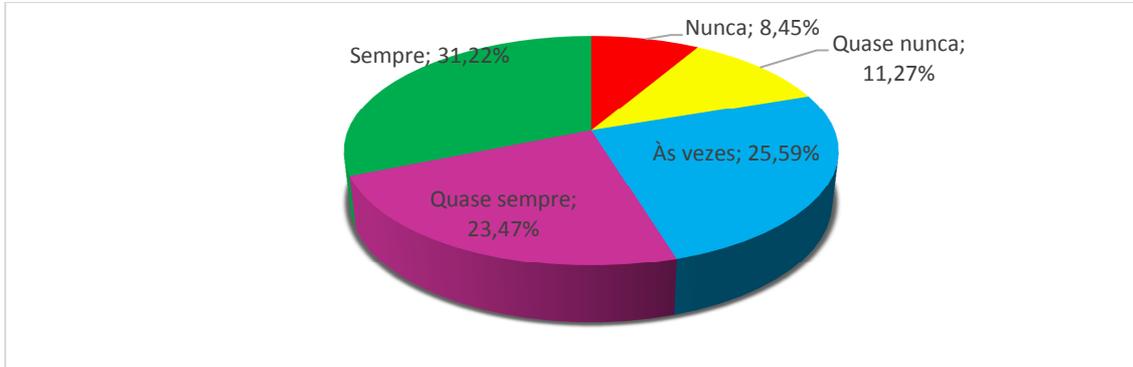


Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico seguinte equivale às respostas referentes à renda no término do mês, investigando se cada indivíduo era capaz de cumprir com seu planejamento, sem atrasos. A maioria (31,22%) assinalou como sempre, 23,4% dizem que isso acontece quase sempre e 25,5% disseram que isso acontece às vezes. Já a minoria disse que nunca (8,4%) e quase nunca (11,2%). Esses números revelam que

54,69% buscam cumprir o planejamento financeiro mensal, contudo 45,31% não se preocupam muito com isso.

GRÁFICO 22 - CUMPRIMENTO DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO MENSAL

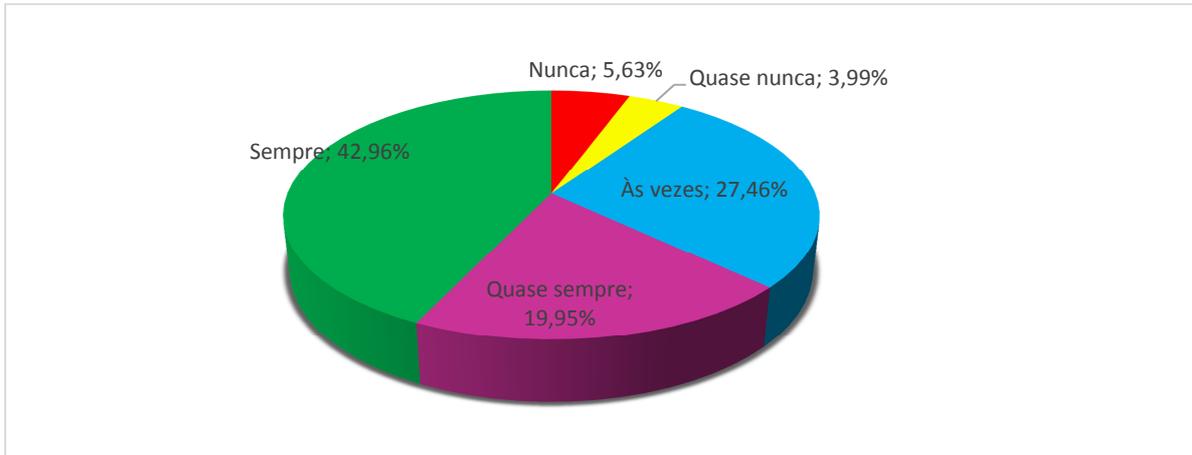


Fonte: Elaborado pelo autor.

No gráfico abaixo, sobre o pagamento das despesas mensais sem atrasos, a maioria 42,9% assinalou a opção sempre; (27,4%) assinalou a opção às vezes; 19,9% quase sempre; 5,63 afirmaram que nunca conseguem pagar suas contas em dia e 3,9% disseram que às vezes não conseguem pagar as contas em dia. Em muitos casos, o pagamento das contas em atraso ocorre pela falta de recursos suficientes para cobrir todos os débitos adquiridos. Portanto, 57,04% nem sempre pagam suas contas em dia e, 9,62% nunca ou quase nunca pagam suas contas em dia.

O atraso nas contas é um problema relacionado à falta de planejamento financeiro e controle dos gastos. Gale e Levine (2010) observam que esse problema pode ser solucionado quando o indivíduo passa a seguir os princípios da educação financeira e, com a prática, torna-se alfabetizado financeiramente.

GRÁFICO 23 - PAGAMENTO DE CONTAS EM DIA, SEM ATRASOS



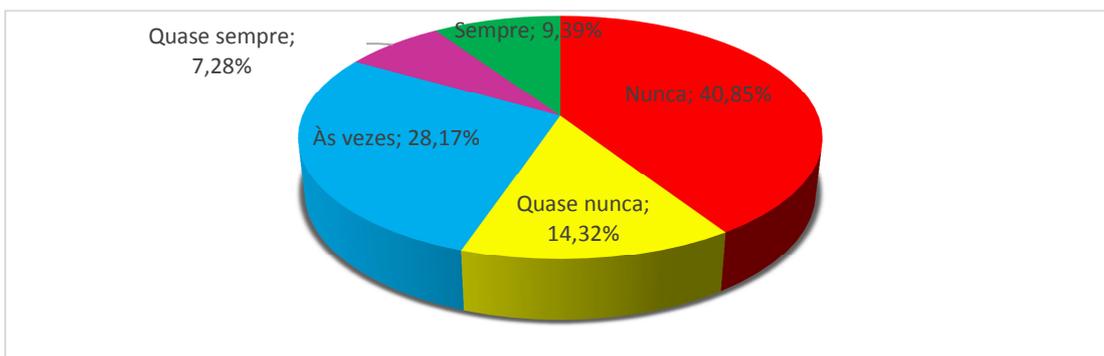
Fonte: Elaborado pelo autor

Foi perguntado aos entrevistados se eles utilizam cartões de créditos ou cheques especiais por não possuírem dinheiro para pagar as contas. A maioria (40,8%) disse que isso nunca acontece, 28,1% disseram que isso ocorre às vezes e 14,3% afirmaram que não acontece quase nunca. Já 9,3% dos entrevistados afirmam que isso sempre acontece, ou seja, eles sempre usam cartões ou cheques especiais por falta de dinheiro, e 7,2% disseram que quase sempre acontece isso.

Portanto, 16,67% utilizam frequentemente o cartão de crédito e o cheque especial para suprir suas necessidades financeiras mensais devido à falta de recursos suficientes para as despesas mensais.

A falta de recursos para as despesas mensais demonstra que o indivíduo está gastando mais do que ganha, ou seja, não possui um controle de seus gastos, nem um planejamento financeiro. Isso é uma situação comum entre as pessoas jovens e de baixa renda (ALVES, 2008; AMADEU, 2009; FIGUEIREDO, 2013).

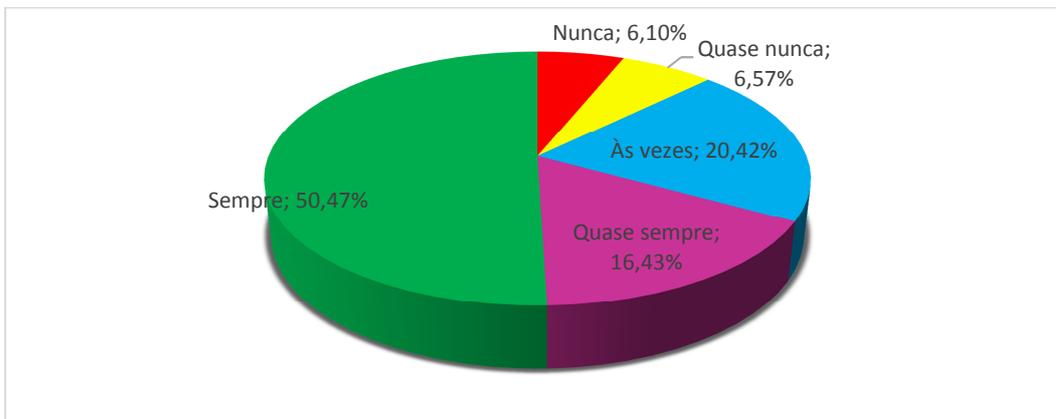
GRÁFICO 24 - UTILIZAÇÃO DO CARTÃO DE CRÉDITO OU CHEQUE ESPECIAL POR FALTA DE RECURSOS SUFICIENTES PARA AS DESPESAS MENSAIS



Fonte: Elaborado pelo autor

Quando perguntados se comparam preços, a maioria dos entrevistados afirmou que sempre (50,4%); às vezes (20,4%) e quase sempre (16,4%). Outros disseram que nunca (6,1%) ou quase nunca (6,5%) isso ocorre. Essa minoria acaba levando o primeiro produto que encontram e desta maneira, acabam pagando mais caro por eles. Como se pode observar, 33,09% dos entrevistados não têm o hábito de comparar preços para fazer uma compra.

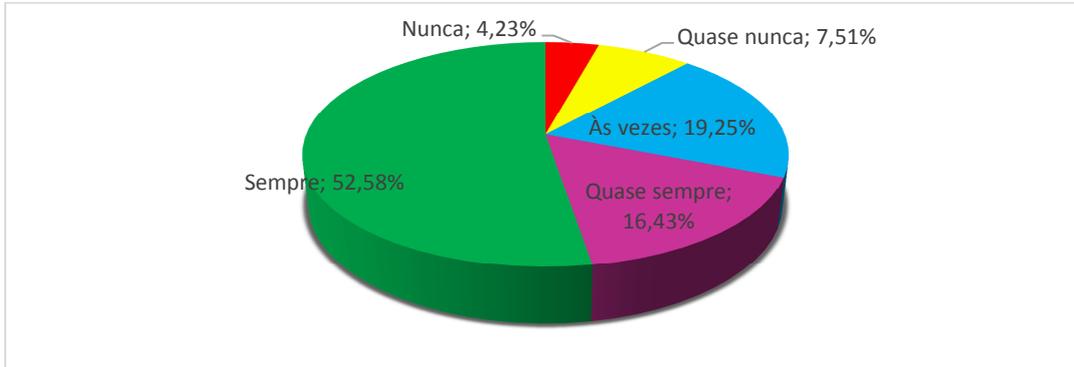
GRÁFICO 25 - COMPARAR PREÇOS PARA FAZER UMA COMPRA



Fonte: Elaborado pelo autor

Foi perguntado aos entrevistados se eles analisam suas finanças a fundo antes de fazer uma compra de grande proporção. A maioria disse que sempre (52,5%); 16,4% quase sempre e 19,2% responderam que às vezes, ou seja, a maioria das pessoas entrevistadas procuram analisar suas finanças antes de se aventurarem a fazer uma compra grande, como carro ou casa. A minoria respondeu que nunca (4,2%) e quase nunca (7,5%), sendo assim essas pessoas não analisam suas finanças antes de comprarem algo de grande proporção, podendo ocasionar a si mesmo, uma dívida grande e sem condições de ser paga. Portanto, 30,99% dos entrevistados não analisa as finanças com profundidade para realizar uma compra.

GRÁFICO 26 - ANALISA AS FINANÇAS COM PROFUNDIDADE ANTES DE FAZER ALGUMA GRANDE COMPRA

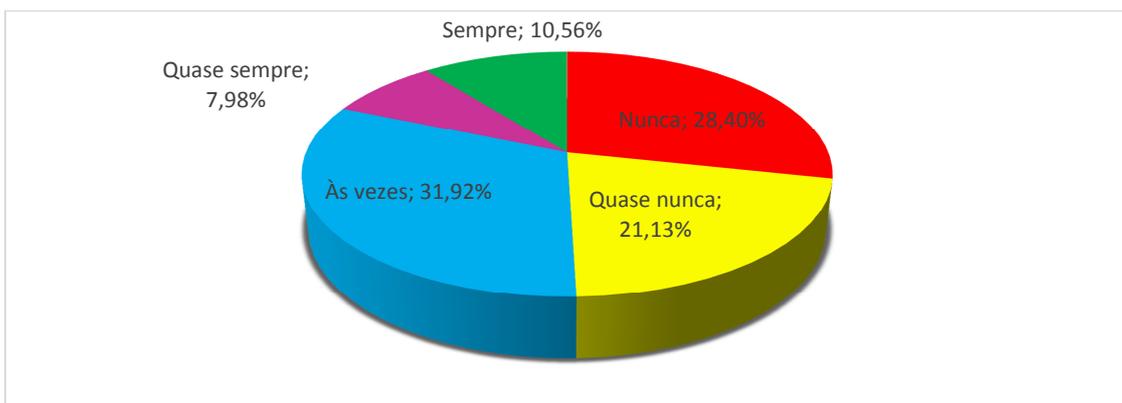


Fonte: Elaborado pelo autor

Os participantes, ao serem questionados se compravam por impulso responderam que às vezes sim (31,9%), 10,5% sempre e 7,9% quase sempre. Ou seja, a minoria das pessoas entrevistadas tem o hábito de comprar coisas por impulso. Mas a maioria das pessoas entrevistadas afirma que nunca (28,4%) ou quase nunca (21,1%) agem por impulso na hora de efetuar uma conta.

Esses dados demonstram que 50,46% dos participantes da pesquisa têm o hábito de realizar compras por impulso, com maior ou menor frequência, mas isso é algo que costuma ocorrer.

GRÁFICO 27 - COMPRA POR IMPULSO



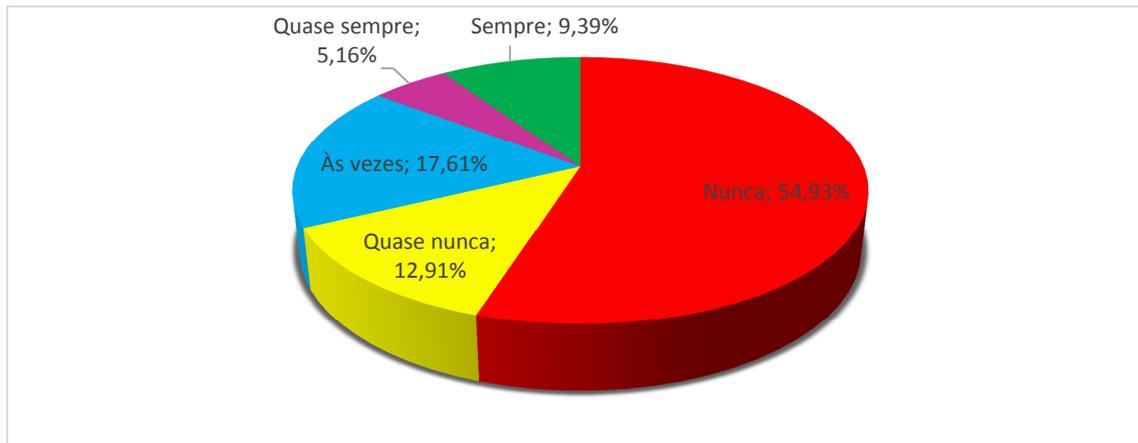
Fonte: Elaborado pelo autor.

A respeito da temática de cartões de lojas ou crediários e a maioria das respostas foram nunca (54,9%), as vezes (17,6%) e quase nunca (12,9%), isso se dá pelas pessoas que, atualmente, preferem comprar produtos avista para não

fazerem dívidas longas. Há também pessoas que responderam sempre (9,3%) e quase sempre (5,1%), ou seja, tem pessoas, mesmo sendo a minoria delas, que ainda compram a prazo ou fazem crediários.

Os dados demonstram que 45,01% realizam compras com carnê ou por crediário.

GRÁFICO 28 - COMPRA COM CARNÊ DE LOJA DE CREDIÁRIO

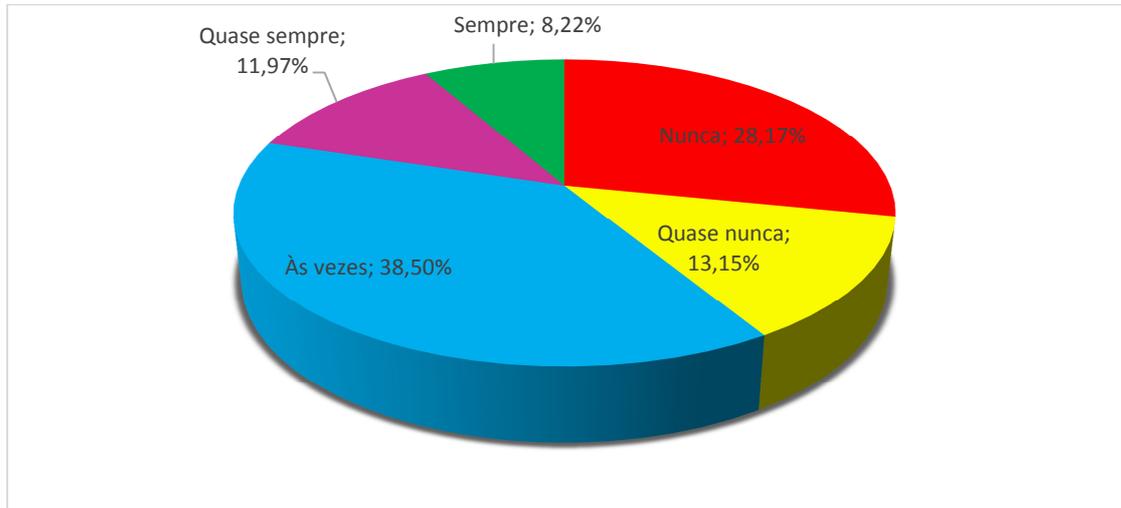


Fonte: Elaborado pelo autor

Foi questionado aos entrevistados se eles preferem comprar um produto financiado a juntar dinheiro para comprar à vista: 28,1% respondeu que nunca; 13,15% quase nunca; 38,5% às vezes; 11,9% quase sempre; e 8,2% sempre. Apenas 28,17% não têm o hábito de comprar financiado, preferindo pagar suas contas à vista, portanto, 71,83% realizam compras por financiamento quando necessitam.

A realização de financiamentos sem o devido planejamento financeiro mensal para o pagamento das parcelas pode levar o indivíduo a realizar um empréstimo para pagar outro, ou que causa transtornos financeiros por longos períodos de tempo (GALE; LAVINE, 2010).

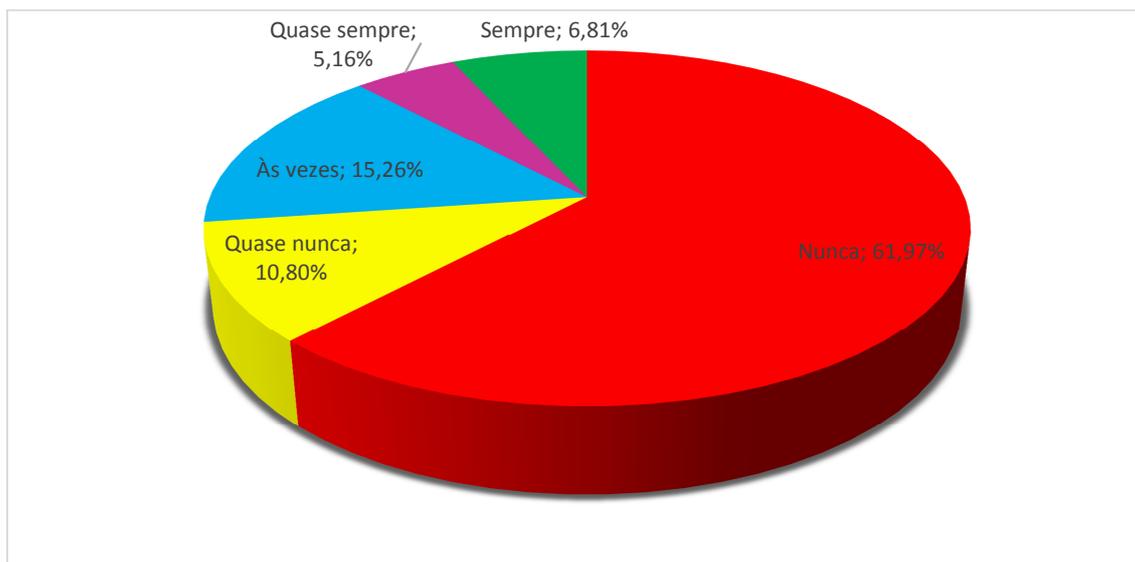
GRÁFICO 29 - PREFERE COMPRAR FINANCIADO DO QUE À VISTA



Fonte: Elaborado pelo autor

Os entrevistadores perguntaram para os entrevistados se eles possuem empréstimos de financeiras ou do banco. A maioria das respostas foram nunca (61,9%), às vezes (15,2%) e quase nunca (10,8%). Já 6,8% disseram que sempre e 5,1% disseram que quase sempre possuem empréstimos, ou seja, essas pessoas não se importam de fazer dividas a longo prazo. Portanto, 11,97% dos entrevistados possuem empréstimos.

GRÁFICO 30 - POSSUI EMPRÉSTIMO DE FINANCEIRA OU BANCO



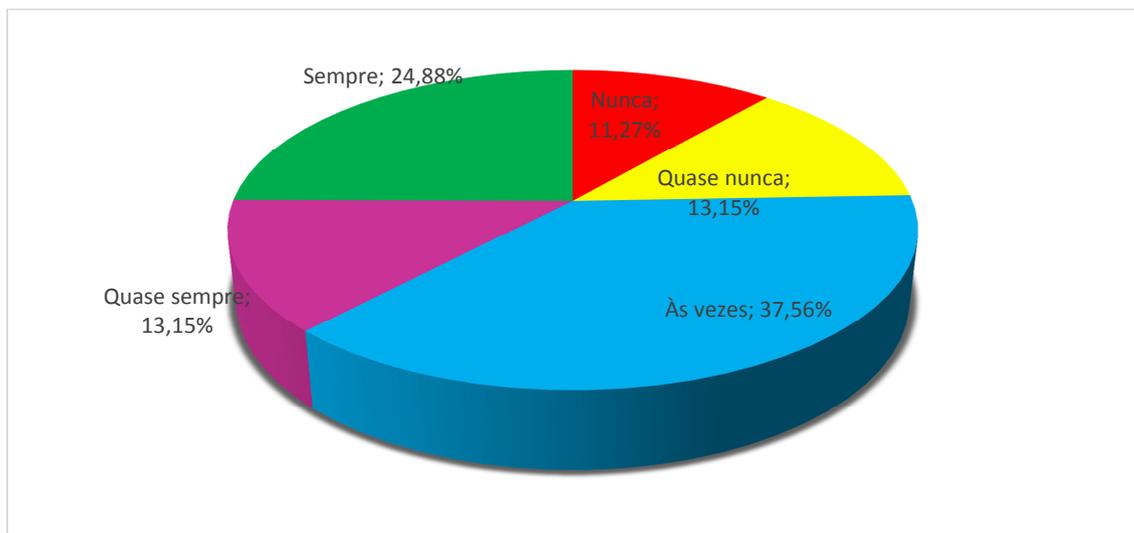
Fonte: Elaborado pelo autor

Foi perguntado aos participantes se, após tomarem uma decisão sobre o seu dinheiro, preocupam-se com suas próprias decisões. A maioria, 37,5%, respondeu

que às vezes isso ocorre, 24,8% disseram que isso ocorre sempre, e 13,1% que ocorre quase sempre. Ou seja, por mais que a decisão que a pessoa tomou para o seu dinheiro seja boa, precisa ser muito refletida, pois nem sempre será remediável. Na negativa, 13,1% disseram que isso não ocorre quase nunca e 11,2% que isso nunca ocorre, apontando níveis de confiança ou, então, despreocupação com as tomadas de decisão.

Esses resultados demonstram que 61,98% dos entrevistados não estão preocupados com suas decisões sobre dinheiro. Isso demonstra uma falta de cultura para educação financeira.

GRÁFICO 31 - SE PREOCUPA APÓS TOMAR UMA DECISÃO SOBRE DINHEIRO

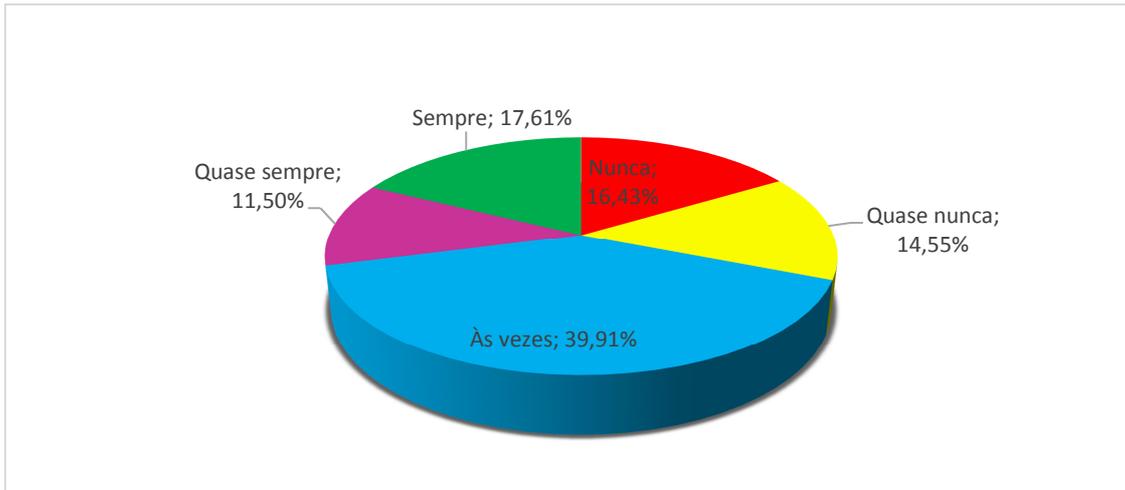


Fonte: Elaborado pelo autor.

Os entrevistadores perguntaram para os participantes da pesquisa se eles compravam coisas porque pensavam que isso lhes fazia bem. As respostas foram diversificadas. Desde que isso acontece sempre (17,6%) ou quase sempre (11,5%), já outros apontaram que isso nunca acontece (16,4%) ou quase nunca (14,5%). Porém, a realidade é que a maioria das pessoas entrevistadas responderam que isso acontece às vezes (39,9%), ou seja, muitas pessoas acreditam que o dinheiro possa trazer felicidade e que comprar desenfreadamente pode ajudá-los a se sentirem bem consigo mesmo.

Esse é outro ponto que demonstra a falta de alfabetização financeira, o que leva 69,02% dos participantes a comparem produtos que o fazem se sentir bem. Contudo, nem sempre esses produtos são realmente necessários, o que pode levar a gastos desnecessários, comprometendo o orçamento mensal.

GRÁFICO 32 - GOSTA DE COMPRAR COISAS QUE O FAZ SE SENTIR BEM

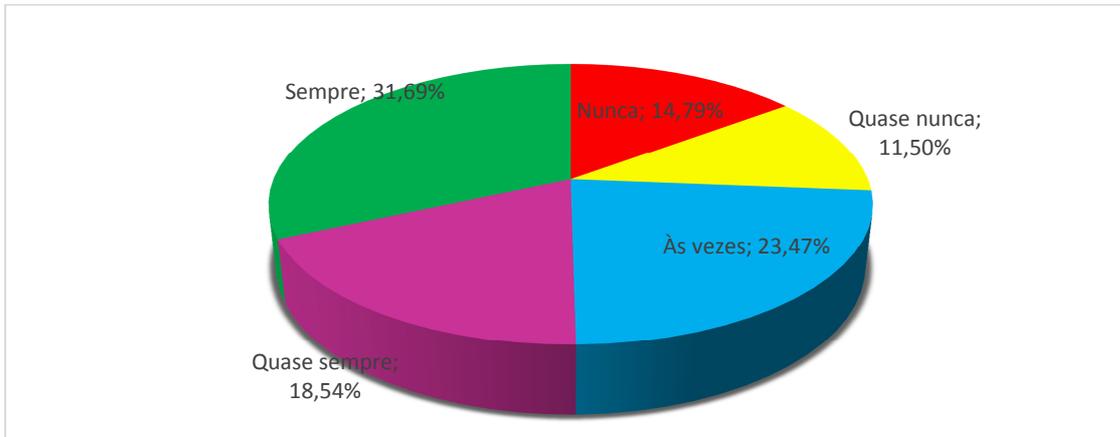


Fonte: Elaborado pelo autor.

Perguntado se os entrevistados se dispõem em gastar dinheiro com coisas que são importantes para eles, as respostas mais utilizadas foram sempre (31,6%), quase sempre (18,50%), e as vezes (23,4%), ou seja, eles gastam com sigio mesmo, se isso for realmente importante para eles. Já 14,7% disseram que nunca e 11,5% disseram que quase nunca, sendo assim, podemos observar, que há pessoas que não se dispõem a gastar, mesmo se for para si mesmo.

De acordo com esses números, 73,7% estão dispostos dinheiro com coisas que consideram importantes.

GRÁFICO 33 - DISPÕE A GASTAR DINHEIRO COM COISAS QUE CONSIDERA IMPORTANTES

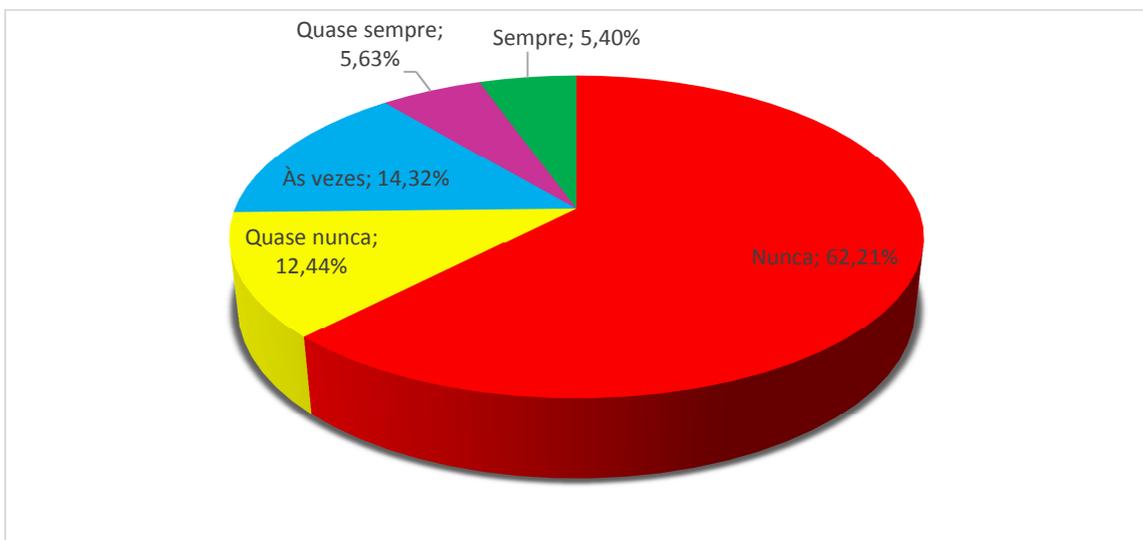


Fonte: Elaborado pelo autor

Foi perguntado aos entrevistados se eles usam o limite do cheque especial atualmente: a maioria das respostas foi nunca (62,2%), às vezes (14,3%), ou quase nunca (12,4%). Essa realidade se dá em virtude do aumento da renda da Classe Média, o que proporciona uma melhora na obtenção de dívidas com créditos bancários. Há também entrevistados que responderam que quase sempre (5,6%) ou sempre (5,4%) revelando, assim, que uma minoria ainda depende desses recursos de empréstimos.

Os dados demonstram que 25,35% costumam utilizar o limite do cheque especial. Isso implica em juros elevados cobrados diariamente pelo uso do limite e demonstra a falta de um planejamento financeiro mensal.

GRÁFICO 34 - USA LIMITE DO CHEQUE ESPECIAL ATUALMENTE

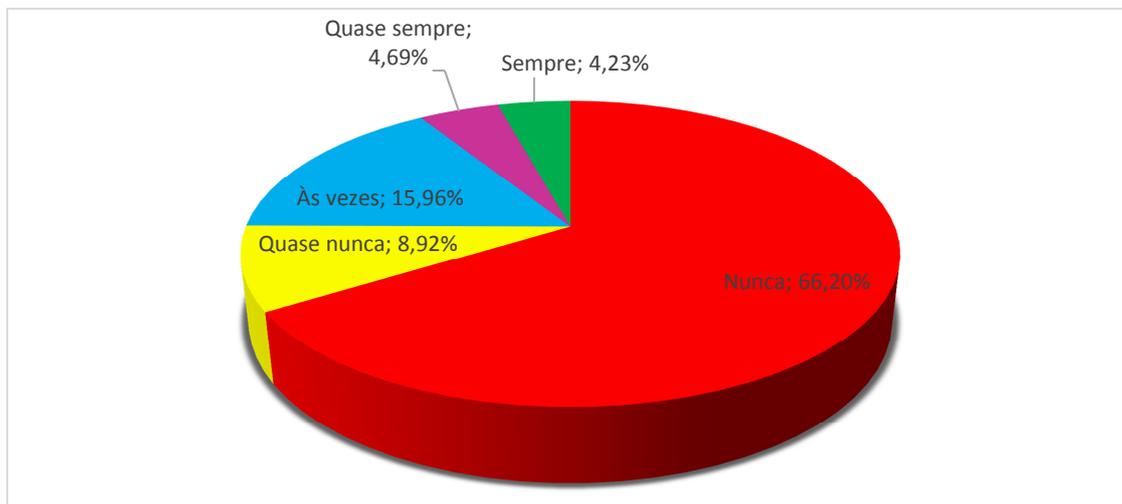


Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico a seguir ilustra o resultado do questionamento aos entrevistados se eles já haviam feito empréstimos para a quitação de outra dívida. A maioria disse que nunca (66,2%), 15,9% disseram que às vezes fazem isso e 8,9% disseram que isso não acontece quase nunca. A minoria disse que isso sempre acontece (4,2%) ou quase sempre acontece (4,6%), sendo assim, a minoria das pessoas, ainda fazem empréstimos para poderem quitar dívidas ou, até mesmo, outro empréstimo, muitas vezes se afundando mais ainda em dívidas.

Entre os entrevistados, 33,8% já realizaram, em algum momento ou com frequência, um empréstimo para quitar outra dívida. Isso implica em juros sobre juros.

GRÁFICO 35 - JÁ EFETUOU EMPRÉSTIMO PARA QUITAR OUTRA DÍVIDA

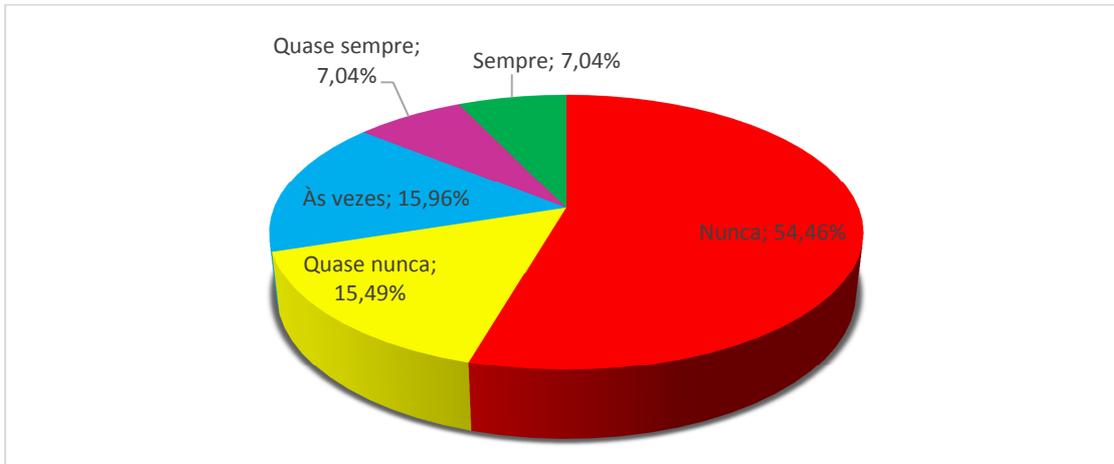


Fonte: Elaborado pelo autor

Em resposta se já ficaram com o nome negativo, 54,4% das pessoas entrevistadas disseram que isso nunca aconteceu, 15,9% disseram que isso acontece às vezes e 15,4% disseram que ocorre quase nunca.

Esse número surpreende, revelando que esses indivíduos notam a importância de manter as contas em dia, principalmente para adquirir empréstimos ou realizar compras de grande porte, como de carros ou casas. Portanto, 45,54% já tiveram seus nomes negativados nos serviços de proteção ao crédito. Os estudos realizados por Lusardi, Mitchell e Curto (2010) demonstram que nos Estados Unidos a situação dos jovens que frequentam o ensino superior é semelhante, eles enfrentam dificuldades financeiras e, na maioria dos casos, não têm o hábito de planejar seus gastos.

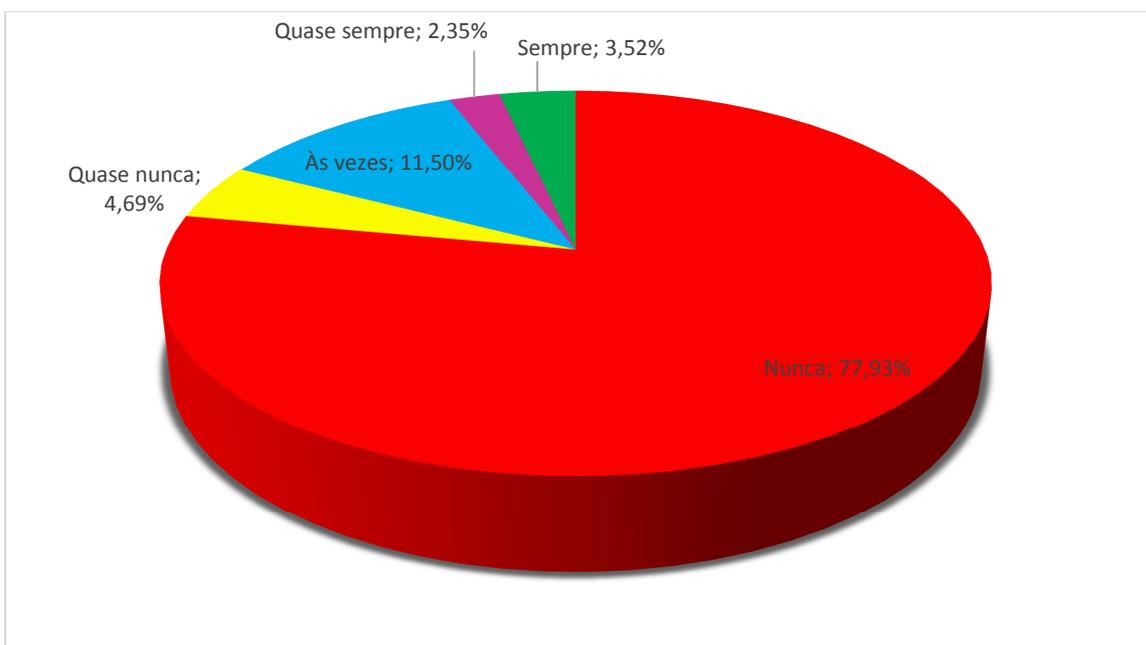
GRÁFICO 36 - JÁ FICOU COM O NOME NEGATIVADO NOS SERVIÇOS DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO



Fonte: Elaborado pelo autor

Foi abordado com os participantes da pesquisa caso já usaram nome de conhecidos para poder efetuar empréstimos ou comprar com cartões de crédito: 77,9% responderam que isso nunca aconteceu, 11,5% assinalam que às vezes isso acontece e 4,6% responderam que isso não acontece quase nunca. Esses dados revelam a preocupação e responsabilidade por trás dessa atitude. Sendo assim, a maioria dos brasileiros, que ultimamente andam com seus nomes “limpos”, prefere créditos ou empréstimos para si mesmos, e não para outros. Portanto, 22,06% já utilizaram o nome de terceiros conhecidos para efetuar empréstimos.

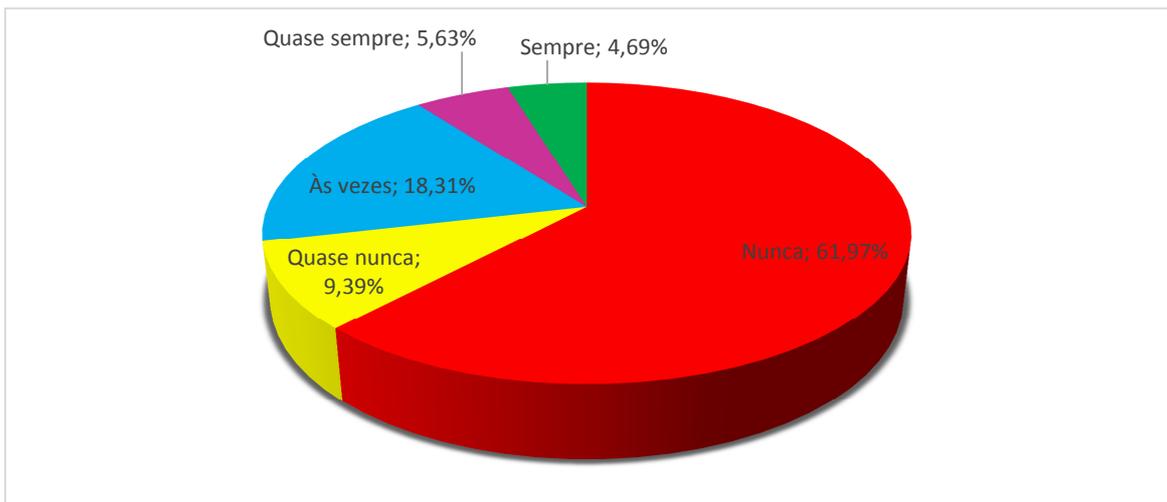
GRÁFICO 37 - USOU NOME DE TERCEIRO CONHECIDO PARA EFETUAR EMPRÉSTIMO



Fonte: Elaborado pelo autor

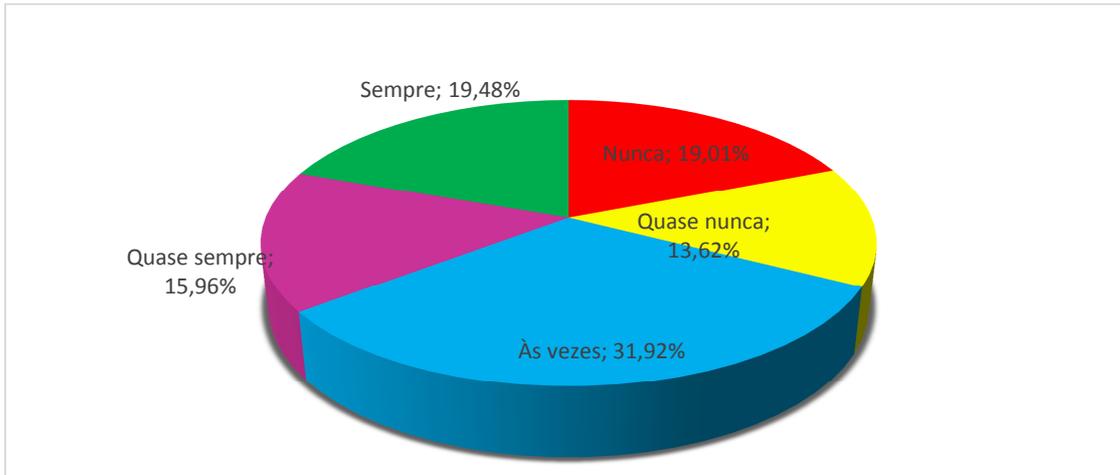
Ao abordar os entrevistados sobre emprestar seu nome para algum conhecido para que eles possam contratar empréstimos ou comprar com cartões, a maioria respondeu que nunca empresta (61,9%), 18,3% disseram às vezes e 9,3% disseram quase nunca ocorre. Em virtude da grande responsabilidade envolvida nessa ação, e a seriedade, há um medo de que o outro indivíduo não cumpra com os pagamentos e prejudique aquele que ofereceu o empréstimo. Há também aqueles que dizem sempre emprestar (4,6%) e quase sempre (5,6%), porém podemos observar que elas são minorias. Como se pode observar, 38,03% já emprestou seu nome para algum conhecido realizar empréstimos ou comprar no crediário.

GRÁFICO 38 - EMPRESTOU O NOME PARA ALGUM CONHECIDO CONTRATAR EMPRÉSTIMO E/OU COMPRAR NO CREDIÁRIO



Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico a seguir demonstra a abordagem a respeito da renda, se a maior parte dela se destina somente ao pagamento de dívidas. A maioria respondeu às vezes (31,9%), quase sempre (15,9%) e nunca (19,0%). Através destas porcentagens, podemos observar que neste aspecto os brasileiros são muito divididos, mas revela que ainda há uma cultura se gastar mais do que se ganha. Outras pessoas responderam sempre (19,4%) e quase nunca (13,6%). Apenas 19,01% não usa nunca parte da sua renda para pagar dívidas, isso demonstra que 80,99% em alguns momentos necessitam utilizar a maior parte da sua renda para pagar dívidas; sendo que 35,44% frequentemente usam a maior parte de sua renda para pagar dívidas.

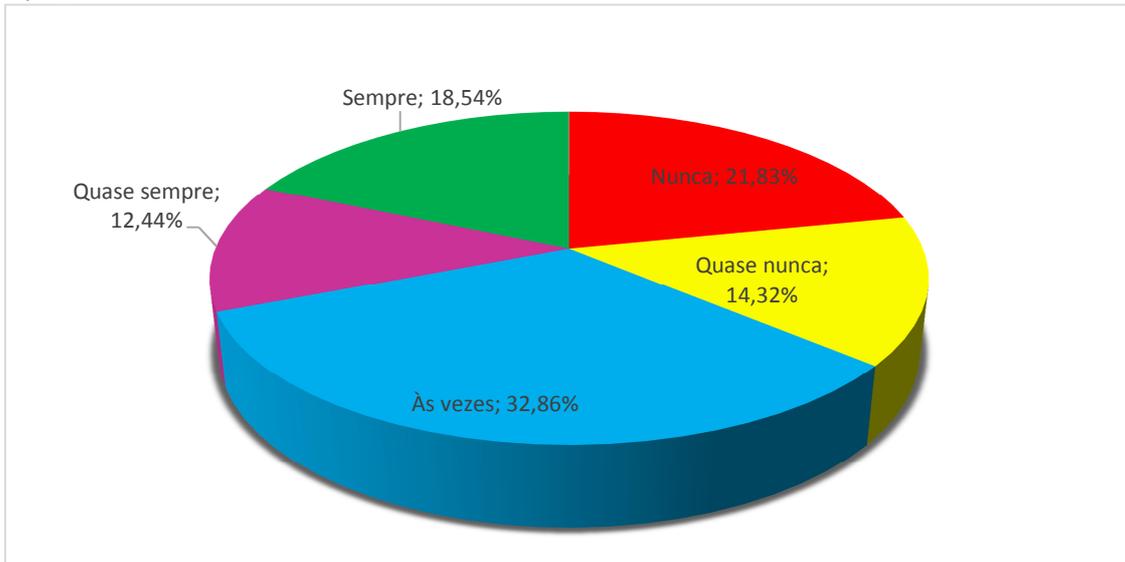
GRÁFICO 39 - USA A MAIOR PARTE DA RENDA PARA PAGAR DÍVIDAS

Fonte: Elaborado pelo autor

Foi questionado se os entrevistados se incomodam em não conseguir comprar tudo o que querem, a maioria das respostas obtidas foram que às vezes (32,8%), 21,8% disseram que nunca e 14,3% que quase nunca. Esses dados revelam que os consumidores não estão tão influenciados pelos bens de consumo. Entretanto, ainda é grande o número de pessoas se incomodam de não conseguirem comprar o que querem. Como o caso daqueles que assinalaram sempre (18,5%) e quase sempre (12,4%).

Os dados demonstram que 30,98% dos entrevistados se sentem incomodados quando não conseguem comprar tudo o que querem. Mas, quando existe a alfabetização financeira, o indivíduo compreende que nem sempre é possível comprar tudo o que se quer, muitas vezes é preciso aguardar o melhor momento, garantindo que não pague mais por um produto.

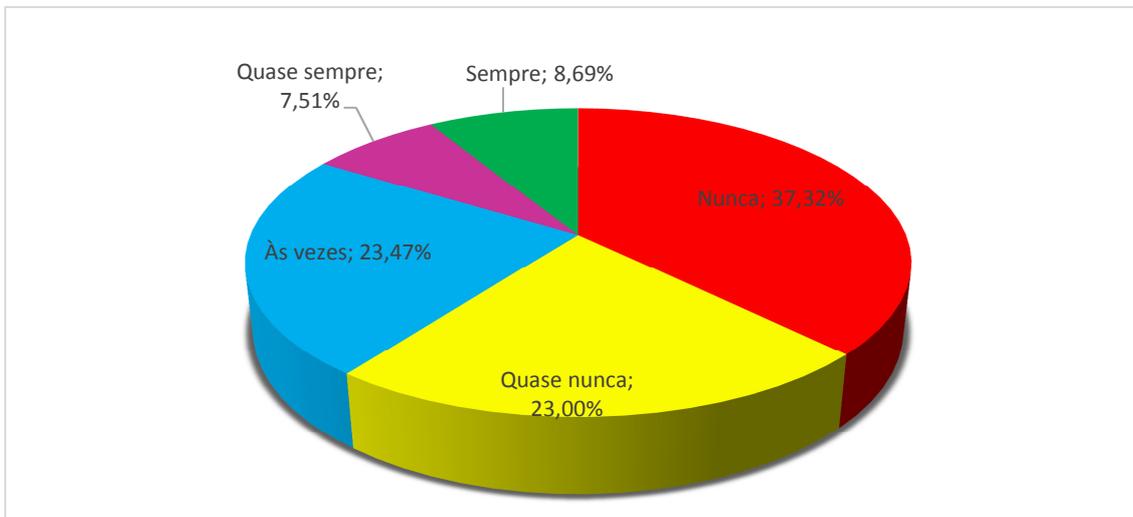
GRÁFICO 40 - SE INCOMODA SE NÃO CONSEGUE COMPRAR TUDO O QUE QUER



Fonte: Elaborado pelo autor

Foi perguntado aos entrevistados se gastar dinheiro é uma das coisas mais importantes na sua vida: a maioria (37,3%) disse que nunca, 23,0% quase nunca e 23,4% às vezes. Deste modo, nota-se um nível maior de conscientização ou de significação de coisas para os indivíduos. Porém, há aqueles que dizem que isso é importante quase sempre (7,5%) e sempre (8,6%). Portanto, 39,67% acreditam que gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida.

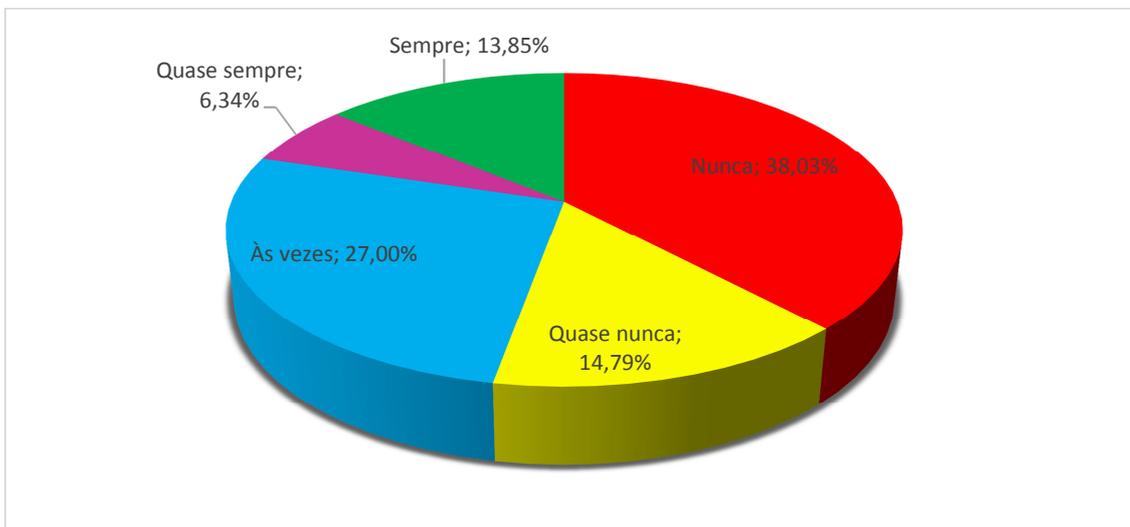
GRÁFICO 41 - GASTAR MUITO DINHEIRO ESTÁ ENTRE AS COISAS MAIS IMPORTANTES DA VIDA



Fonte: Elaborado pelo autor

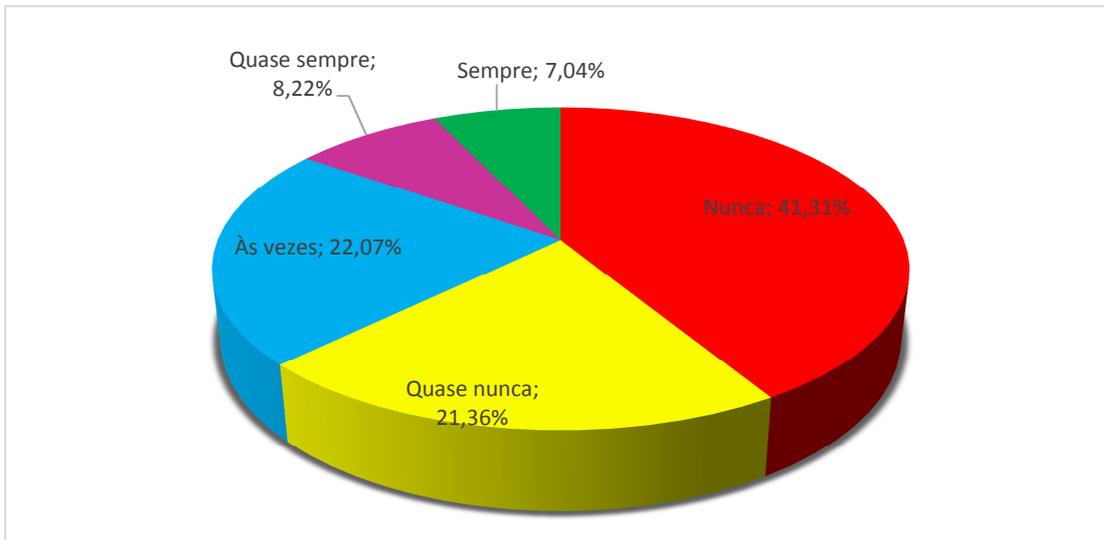
Foi perguntado aos entrevistados se eles admiram pessoas que possuem casas, carros e roupas caras. A maioria deles (38,0%) disse que nunca, 14,7% que quase nunca e 27,0% que às vezes. Ou seja, eles não admiram as pessoas pelas coisas que elas têm e sim pelo que elas são. Já 13,8% disseram que sempre e 6,3% que quase sempre, deste modo podemos observar que ainda existem aqueles que se importam com que os outros têm e os admiram por isso. Existe um deslumbramento de algumas pessoas, normalmente aquelas que possuem situações financeiras complicadas, pelas pessoas que possuem casas, carros e roupas caras, isso se aplica a 47,19% dos entrevistados.

GRÁFICO 42 - ADMIRA AS PESSOAS QUE POSSUEM CASAS, CARROS E ROUPAS CARAS



Fonte: Elaborado pelo autor.

Foi perguntado aos entrevistados se eles gostam de gastar dinheiro com coisas caras. A maioria deles (41,3%) disseram que nunca, 21,3%, que quase nunca e 22,0% que às vezes. Isso demonstra alguma diversidade na compreensão e valoração dos bens de consumo, revelando a variedade de interesses. Mas, também, há aqueles entrevistados que disseram que isso ocorre quase sempre (8,2%) e sempre (7,0%), deste modo podemos observar, que uma minoria de pessoas (15,02%) gosta de gastar seu dinheiro em coisas caras.

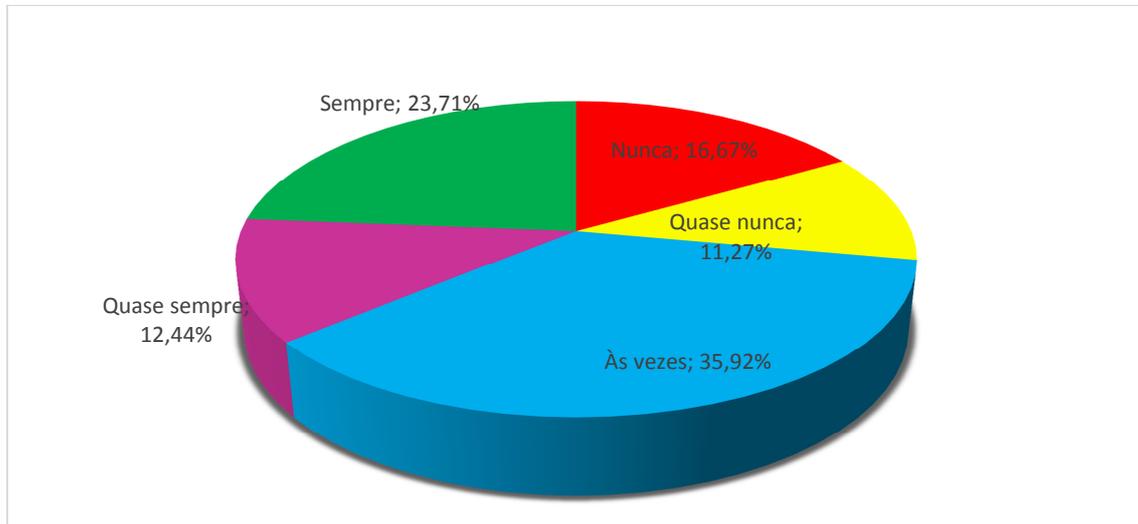
GRÁFICO 43 - GOSTA DE GASTAR DINHEIRO COM COISAS CARAS

Fonte: Elaborado pelo autor.

Quando os entrevistados são perguntados se poupam dinheiro mensalmente, a maioria deles (35,9%) dizem que isso só ocorre às vezes, 23,7% dizem ocorrer isso sempre e 16,6% dizem que isso nunca ocorre. 12,4% dos entrevistados afirmam que isso pode ocorrer quase sempre e a minoria 11,2% dizem que isso quase nunca acontece, essa realidade acaba se dando pelos preços de alimentos, roupas e etc. fazendo com que não sobre dinheiro para os brasileiros investirem, ou simplesmente, guardarem.

Portanto, 27,94% nunca têm o hábito de poupar. De acordo com Lusardi, Mitchell e Curto (2010), o hábito de poupar é aprendido no ambiente familiar, trata-se de um aprendizado que o indivíduo leva para toda a sua vida.

GRÁFICO 44 - POUPO DINHEIRO MENSALMENTE

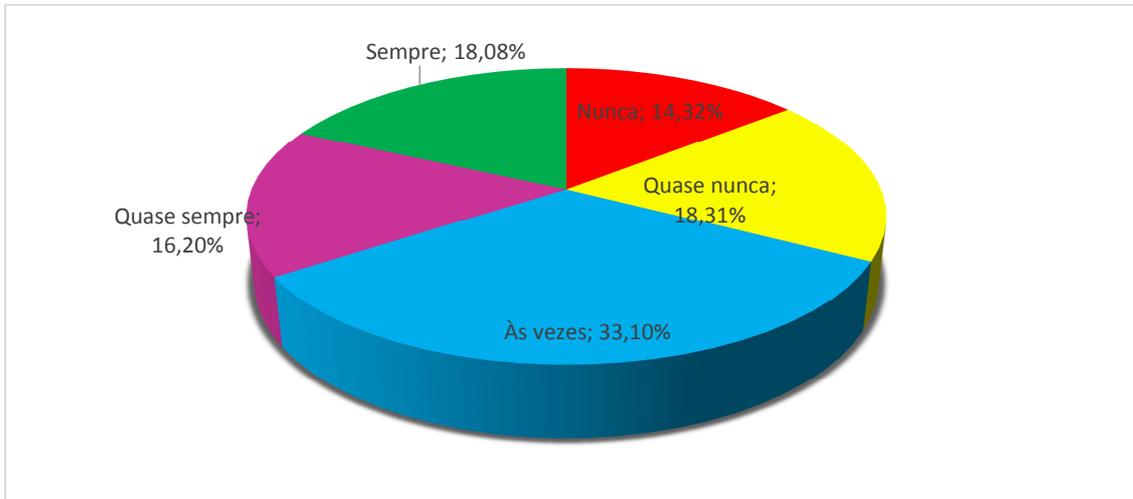


Fonte: Elaborado pelo autor.

No gráfico a seguir, ilustra-se a resposta dos entrevistados, se estes estabelecem metas financeiras que tenham um prazo longo, e pode acabar influenciando na administração de suas finanças. A maioria, 33,1%, disse que isso pode acontecer às vezes. Já 18,3% disseram que isso não acontece quase nunca e 14,3% disseram que isso nunca ocorre com eles. Mas 18,0% afirmaram que sempre estabelecem metas financeiras e 16,2% afirmam que quase sempre essa meta é estabelecida por eles. Esses dados apontam, ainda, uma falha no planejamento e estudo financeiro dos brasileiros.

Os números da pesquisa revelam que 65,73% não têm o hábito de estabelecer metas financeiras de longo prazo.

GRÁFICO 45 - ESTABELECE METAS FINANCEIRAS DE LONGO PRAZO QUE INFLUENCIAM NA ADMINISTRAÇÃO DAS FINANÇAS PESSOAIS

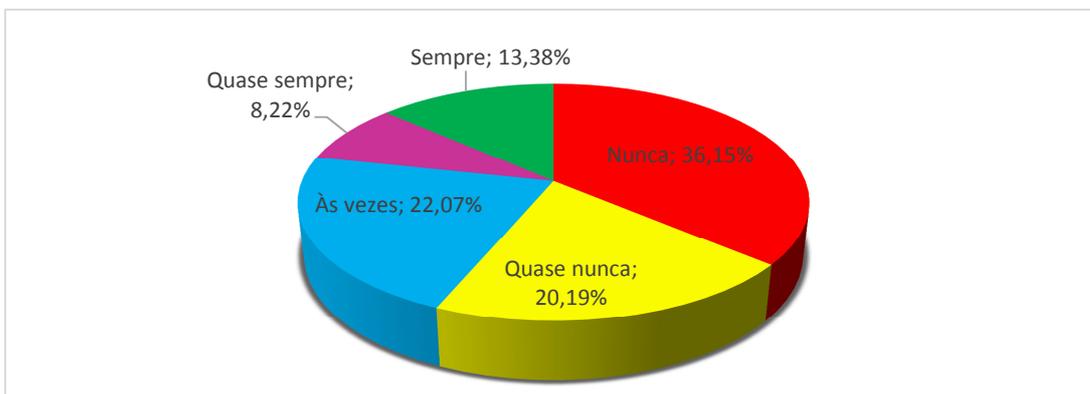


Fonte: Elaborado pelo autor

Foi perguntado aos entrevistados se eles possuem uma reserva financeira que seja igual ou maior a 3 vezes sua renda mensal. A maioria dos entrevistados (36,1%) disse que nunca e 20,1% que quase nunca, ou seja, eles não possuem uma reserva financeira para casos de urgências – o que denuncia a prática e cultura brasileira de não poupar uma parcela dos ganhos. Além disso, 22,0% assinalaram às vezes, 13,3% disseram sempre e 8,2% disseram quase sempre. Ainda é uma parcela muito pequena que tem o hábito de fazer reservas para prevenir futuras necessidades ou por segurança.

Portanto, 78,41% não possuem uma reserva financeira. A reserva financeira é um conceito aprendido na educação financeira. Segundo Lusardi, Mitchell e Curto (2010), o indivíduo que possui alfabetização financeira sabe da importância em manter uma reserva financeira para os tempos de crise.

GRÁFICO 46 - POSSUI RESERVA FINANCEIRA \geq 3 VEZES A RENDA MENSAL

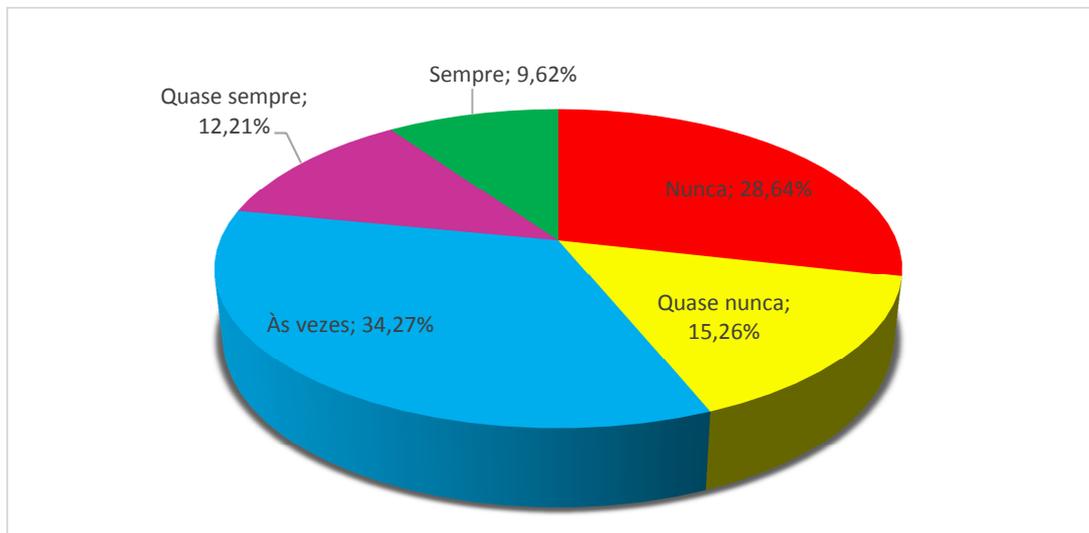


Fonte: Elaborado pelo autor

Questionou-se aos participantes se eles acham que em sua família é impossível haver poupança e os resultados foram alarmantes: 34,2% disseram que às vezes, 28,6% disseram sempre e 12,2% disseram quase sempre – informações que agravam o discutido no gráfico anterior. Ademais, 15,2% dos entrevistados disseram quase nunca e 9,6% disseram nunca, ou seja, ainda é uma pequena minoria que possui condições de poupar dinheiro.

Como Lusardi, Mitchell e Curto (2010) explicaram, poupar é uma cultura familiar, assim de modo similar ao que ocorre no contexto individual, a grande maioria, 56,1% acredita que poupar em família é um desafio.

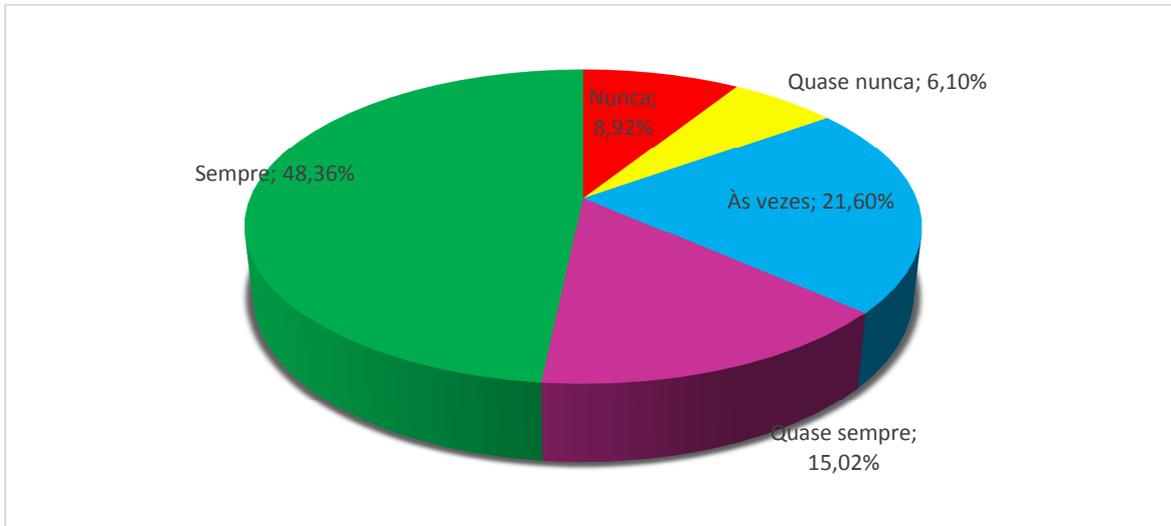
GRÁFICO 47 - POUPAR É IMPOSSÍVEL PARA A FAMÍLIA



Fonte: Elaborado pelo autor.

Perguntou-se aos entrevistados se eles acham que o modo que administram seu dinheiro poderá afetar seu futuro. A maioria (48,3%) apontou que isso pode ocorrer sempre e 15,0% disseram acontecer quase sempre, ou seja, há uma contradição nos hábitos comportamentais: ainda que acreditem nas consequências da forma de gerir seu próprio dinheiro, ainda não são praticadas ações para se prevenir financeiramente. Apenas uma parcela muito pequena crê que a gestão de seu dinheiro não afeta seu futuro (6,1%). Assim, 36,62% ainda não compreenderam o quanto a administração do dinheiro pode afetar, de modo positivo ou negativo, o seu futuro.

GRÁFICO 48 - ACREDITA QUE O MODO COMO ADMINISTRA O DINHEIRO PODE AFETAR O SEU FUTURO



Fonte: Elaborado pelo autor

Os resultados desta pesquisa demonstraram que os jovens universitários de massa possuem uma pré-disposição para a aquisição de dívidas, seja por falta de educação financeira adequada, seja por não ter a renda necessária para manter suas despesas. Além disso, eles não possuem o hábito de poupar, e isso é uma postura familiar, pois como disseram não acreditam que sua família possa realizar uma poupança atualmente.

Outro fato importante é que os jovens universitários de massa participantes desta pesquisa também utilizam o cartão de crédito e sentem a necessidade de adquirir bens materiais para seu bem-estar pessoal, ou seja, o bem material faz com que a pessoa se sinta bem, se sinta melhor no momento da realização da compra. Isso não ocorre com todos, como pode ser observado nesta pesquisa, mas, a maioria não possui um perfil voltado para o planejamento financeiro pessoal a curto, médio e longo prazos.

Os dados obtidos com a presente pesquisa corroboram os achados de pesquisas anteriores em que os autores afirmaram que os jovens de baixa renda possuem uma tendência a consumir por impulso, a contrair dívidas desnecessárias, ou seja, não possuem uma educação financeira para poderem organizar suas finanças pessoais. Esses dados podem ser observados nos estudos realizados por Alves (2008), Amadeu (2009), Chauvel e Mattos (2008), Cunha et al. (2012), Figueiredo (2013), Faustaino (2009), Schulze (2009) e Silva (2014).

No que se refere ao uso do cartão de crédito, sem o devido planejamento para garantir a saúde financeira, sem a necessidade de pagar juros devido ao pagamento por atraso, os resultados dessa pesquisa corroboraram os achados nos estudos realizados por Kawai Júnior (2007) e Kunkel (2013), em que os autores concluíram que os jovens de baixa renda não possuem critérios para o uso do cartão de crédito, o que pode levar a aquisição de dívidas e pagamento de juros apenas devido à falta de um planejamento financeiro pessoal e de noções sobre educação financeira.

A falta de educação financeira, como foi observado nos resultados desta pesquisa, pode prejudicar o futuro financeiro dos jovens universitários de massa, pois além de ganhar pouco, eles também não sabem como gerenciar seu dinheiro. Esse problema poderia ser solucionado a partir de alfabetização financeira desses estudantes, como afirmaram Lopes et al. (2014), Lucci et al. (2015), Matta e Amaral (2007), Potrich et al. (2013), e Santos et al. (2006).

Outro fator que é comum entre os estudantes universitários de massa é o consumo por impulso. Esses dados também podem ser corroborados nos estudos realizados por Ponchio e Aranha (2007) e Vieira (2014).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo averiguou o conhecimento financeiro e a prática financeira dos jovens universitários de massa no município de São Paulo. Como foi observado na fundamentação teórica desta pesquisa, a alfabetização financeira pessoal é mais do que apenas ser capaz de equilibrar a conta bancária, comparar preços, conseguir um emprego. Ela também inclui habilidades como visão de longo prazo e planejamento para o futuro, e a disciplina para usar essas habilidades diariamente.

Em outros países como nos Estados Unidos e Reino Unido, por exemplo, a educação financeira voltada para a gestão das finanças pessoais faz parte do currículo escolar, tanto nas séries iniciais como nas universidades. No Brasil a gestão das finanças pessoais ainda é um assunto relegado ao segundo plano.

O Brasil possui poucos programas de educação financeira nos currículos escolares. Mas, algumas instituições financeiras, tendo observado a quantidade de consumidores registrados nos cadastros de inadimplentes, passaram a investir na conscientização desses consumidores para o planejamento financeiro pessoal e sua importância.

Deste modo, alguns bancos realizam palestras gratuitas para estudantes universitários, e de até do ensino médio e fundamental, com o objetivo de realizar a educação financeira voltada para a gestão das finanças pessoais. Outros bancos disponibilizam textos e cursos online para que as pessoas interessadas se informem sobre o tema.

Os cursos de educação financeira disponibilizados pelas instituições bancárias são voltados para a população em geral, mas a maioria disponibiliza conteúdos específicos para a população universitária e infantil.

Na presente pesquisa, realizada com estudantes universitários de três universidades paulistas (FMU, Faculdade Sumaré e Faculdade Drummond), a amostra selecionada totalizou 426 alunos, foi possível observar que existe uma preocupação com as finanças, contudo, existe um despreparo dos alunos para o planejamento financeiro.

Em resposta ao problema de pesquisa apresentado na introdução deste estudo (quais são os hábitos financeiros dos jovens universitários de massa de São

Paulo?), as respostas obtidas neste estudo evidenciam que os estudantes universitários demonstraram a utilização de princípios de educação financeira, obtendo um comportamento financeiro positivo, mas abaixo do ideal e um grau insatisfatório de conhecimento financeiro, resultando em um nível insatisfatório de alfabetização financeira. Os universitários preocupam-se em controlar e pagar todos os seus compromissos em dia, controlam seus gastos e costumam planejar e estabelecer metas financeiras. Por outro lado, demonstram tendências de compra por impulso e não possui reservas financeiras de três vezes a renda mensal. Os resultados quanto ao conhecimento financeiro apresentam que os jovens detêm um baixo entendimento sobre questões financeiras cotidianas e taxas de juros. Estes resultados vêm a culminar em instabilidades financeiras futuras, vale ressaltar que um percentual significativo já se encontra em dificuldades financeiras com atraso no pagamento de suas contas e utilizando cheque especial, se torna claro a necessidade de informações sobre o planejamento financeiro pessoal, a educação financeira é fundamental para auxiliar os participantes da pesquisa a melhorar suas finanças pessoais.

Como foi possível observar os resultados não podem ser generalizados para outras Instituições de Ensino Superior. Contudo os resultados são válidos pertinentes, e principalmente, úteis aos gestores das Instituições de Ensino Superior pesquisadas. A partir desta pesquisa, o gestor de uma Instituição de Ensino Superior pode implementar programas voltados para a educação financeira visando minimizar as dúvidas dos alunos, ensinando-os a administrar suas finanças. Isso poderia implicar em uma redução na inadimplência, pois os alunos saberiam como realizar um planejamento mensal de seus gastos.

Portanto, a principal contribuição da pesquisa foi a detecção de um percentual de alunos com um limitado patamar de educação financeira.

O estudo demonstrou que para 16,9% a educação financeira não é importante, eles não se preocupam em gerenciar seus gastos ou fazer um planejamento financeiro mensal. Além disso, 34,04% dos participantes não utilizam a educação financeira para controlar suas despesas ou elaborar um planejamento mensal; 22,47% não possuem meta financeira; 70,66% dos entrevistados não têm o hábito de realizar o balanço mensal de seus gastos; 28,5% não sabem quanto pagam de juros ao comprar um produto; 48,12% dos entrevistados não possui o

hábito frequente de conferir suas faturas de cartões de crédito. Isso provavelmente ocorre porque os alunos não têm uma formação financeira, não sabem controlar seus gastos por meio de um plano financeiro.

A assertiva supracitada tem como base o fato de que 58,45% das pessoas entrevistadas não possui um plano mensal de gastos; 55,16% não têm o hábito de anotar e controlar os gastos pessoais; 55,16% dos entrevistados não têm o hábito de controlar seus gastos; 45,31% não se preocupam em cumprir um planejamento mensal. A escassez de controle dos gastos e de planejamento financeiro mensal implica em inadimplência, pois o descontrole faz com que as pessoas paguem juros maiores e acabem deixando contas sem pagamento.

A ausência de controle das despesas mensais pode ser observada nos seguintes resultados: 9,62% nunca ou quase nunca pagam suas contas em dia; 16,67% utilizam frequentemente o cartão de crédito e o cheque especial para suprir suas necessidades financeiras mensais devido à falta de recursos suficientes para as despesas mensais.

Além da falta de recursos financeiros para cobrir suas despesas mensais, alguns indivíduos também possuem hábitos financeiros impulsionados pelo desejo de comprar, o que ocorre pela falta de uma meta financeira, de um orçamento e controle de gastos, como pode ser observado nos seguintes resultados: 33,09% dos entrevistados não têm o hábito de comparar preços para fazer uma compra; 30,99% dos entrevistados não analisa as finanças com profundidade para realizar uma compra; 50,46% dos participantes da pesquisa têm o hábito de realizar compras por impulso; 45,01% realizam compras com carnê ou por crediário; 71,83% realizam compras por financiamento quando necessitam; 11,97% dos entrevistados possuem empréstimos.

Comprar por impulso, realizar empréstimos, dívidas no cartão de crédito, entre outros tipos de comportamentos, demonstram que os indivíduos não estão preocupados com suas decisões sobre dinheiro, pois: 61,98% dos entrevistados não estão preocupados com suas decisões sobre dinheiro; 69,02% dos participantes costumam comprar produtos porque se sentem bem com isso; 73,7% estão dispostos dinheiro com coisas que consideram importantes; 25,35% costumam utilizar o limite do cheque especial; 33,8% já realizaram, em algum momento ou com frequência, um empréstimo para quitar outra dívida.

A ausência de controle financeiro leva à inadimplência e, conseqüentemente, à negativação dos nomes junto aos serviços de proteção ao crédito: 45,54% já tiveram seus nomes negativados nos serviços de proteção ao crédito; 22,06% já utilizaram o nome de terceiros conhecidos para efetuar empréstimos; 38,03% já emprestou seu nome para algum conhecido realizar empréstimos ou comprar no crediário; 35,44% frequentemente usam a maior parte de sua renda para pagar dívidas.

A carência da utilização dos princípios da educação financeira leva a falta de recursos financeiros para o indivíduo adquirir os bens materiais que almeja, desse modo: 30,98% dos entrevistados se sentem incomodados quando não conseguem comprar tudo o que querem; 39,67% acreditam que gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida; 47,19% admiram as pessoas que possuem casas, carros e roupas caras; 15,02% gostam de gastar dinheiro com coisas caras; 27,94% nunca têm o hábito de poupar; 65,73% não têm o hábito de estabelecer metas financeiras de longo prazo; 78,41% não possuem uma reserva financeira; 56,1% acreditam que poupar em família é um desafio; 36,62% ainda não compreenderam o quanto a administração do dinheiro pode afetar, de modo positivo ou negativo, o seu futuro.

Diante destas informações, os gestores das IES pesquisadas podem se aproximar deste grupo de alunos e incentivá-los a realizar programas voltados para a educação financeira, ou ainda, a própria instituição pode implementar um programa de educação financeira entre os alunos.

Para ajudar alunos de IESM, é fundamental explorar seus hábitos financeiros. Entender esses hábitos financeiros pode contribuir para a implementação de um programa de educação financeira, visando à alfabetização financeira dos universitários de instituições de ensino de massa.

Quanto às limitações, este estudo abrangeu apenas as IESM, não foram incluídas as instituições de ensino superior que perfazem os demais perfis, tais como públicas e privadas de elite para que fosse possível realizar uma comparação entre seus hábitos financeiros com os dos estudantes de matriculados nas IESM. A presente pesquisa limitou-se à parte da estatística descritiva. Portanto, mais estudos precisam ser realizados para confirmar os dados desta pesquisa.

Para trabalhos futuros, sugere-se ampliar a amostra, incluindo alunos dos demais perfis de universidades, para identificar como eles lidam com a questão financeira e fazer uma comparação com os estudantes das IESM. Ainda para pesquisas futuras, sugere-se aumentar o número de instituições pesquisadas, ampliando o número da amostra também em relação aos estudantes de massa, recomenda-se a aplicação de testes estatísticos inferenciais e até mesmo causais. Por fim, sugere-se a elaboração de pesquisas que proponham a implementação de um programa de educação financeira para estudantes universitários de massa e avaliem sua eficácia prática na mudança de hábitos desses estudantes.

REFERÊNCIAS

ALVES, G.L.C. Baixa renda: endividamento e compreensão de notícias econômicas. **Revista Inovcom**, São Paulo, v.5, n.2, p. 38-51, 2013.

ALVES, M.E. **Perfil de consumo de classes de baixa renda**. 2008, 238f. Dissertação (Mestrado em Administração)-Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2008.

AMADEU, J.R. **A educação financeira e sua influência nas decisões de consumo e investimento**: proposta de inserção da disciplina na matriz curricular. 2009. 91 f. Dissertação (Mestrado em Educação)-Curso de Pós-Graduação em Educação, Unoeste, Presidente Prudente, 2009.

ARAUJO, F.F. et al. Aspirações de consumo de jovens de baixa renda: um estudo exploratório em uma comunidade da zona sul do Rio de Janeiro. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO, 6., ENCONTRO LUSO-BRASILEIRO DE ESTUDOS DO CONSUMO VIDA SUSTENTÁVEL: PRÁTICAS COTIDIANAS DE CONSUMO, 2., 2012, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ENEC, 2012. Disponível em:
<http://www.estudosdoconsumo.com.br/artigosdoenec/ENEC2012-GT02-Araujo_Araujo_Chauvel_Schutze_e_da_Silva-Aspiracoes_de_consumo.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2015.

BANCO CENTRAL DO BRASIL (BACEN). **Caderno de educação financeira**. Gestão de finanças pessoais. Brasília: BACEN, 2013.

_____. **Informações oficiais**. 2015. Disponível em:<<http://www.bcb.gov.br/pt-br/paginas/default.aspx>>. Acesso em: 13 jun. 2014.

_____. **Glossário**. 2015. Disponível em:
<<http://www.bcb.gov.br/glossario.asp?Definicao=15&idioma=P&idpai=GLOSSARIO>>. Acesso em: 13 jun. 2014.

BANCO DO BRASIL. **Educação financeira Banco do Brasil**. 2015. Disponível em:<<http://www.bb.com.br/portalbb/page67,116,2193,1,1,1,1.bb?codigoMenu=1092&codigoNoticia=1363&codigoRet=9861&bread=8>>. Acesso em: 13 jun. 2015.

BORGES, P.R.S. Educação financeira e sua influência no comportamento do consumidor no mercado de bens e serviços. In: ENCONTRO DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA, 5., 2010, Campo Mourão. **Anais eletrônicos...** Disponível em <http://www.fecilcam.br/nupem/anais_v_epct/PDF/ciencias_sociais/04_BORGES.pdf>. Acesso em 18 ago. 2014

_____; ARTIFON, S. Endividamento nos dias atuais: fatores psicológicos implicados neste processo. **Psicologia PT** – Portal da Psicologia. 2013. Disponível em: <<http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0771.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2015.

BRASIL. Ministério da Educação. **Instituições de ensino superior no Brasil em 2013**. Brasília, MEC, 2015.

CHAUVEL, M.A.; MATTOS, M.P.A.Z. Consumidores de baixa renda: uma revisão dos achados de estudos feitos no Brasil. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2., jun. 2008.

CHING, H.Y. **Gestão de caixa e do capital de giro**. Curitiba: Juruá Editora, 2010.

CUNHA, H.M.S.; SANTOS, J.C.R.; CERQUEIRA, L.S. Comportamento do consumidor de baixa renda: um estudo dos fatores que influenciam na aquisição de televisores. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 9., 2012, Resende. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/56416682.pdf>>. Acesso em 19 ago. 2014.

EHRENBERG, K. C.; GALINDO, D. S. Os jovens consumidores conectados e o mobile marketing. **Grupo Panamericano de Comunicação**, 2010. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/panam/pdf/GT2_Art5_Karla.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2015.

FIGUEIREDO, R.F. **Devo, não nego, pago quando puder**: uma análise acerca dos fatores condicionantes no comportamento do consumidor endividado. 2013. 140 f. Dissertação (Mestre em Administração)-Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2013.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). **Índice de classe socioeconômica**. 2010. Disponível em <<http://cps.fgv.br/node/3999>>. Acesso em: 11 fev. 2015.

FUSTAINO, J. **O consumo de crédito no mercado de baixa renda: fatores contribuintes para o aumento das dívidas.** 2009. 107 f. Dissertação (Mestrado em Administração)-Universidade Metodista de Piracicaba, Faculdade de Gestão e Negócios, Piracicaba, 2009.

GALE, W.G.; LEVINE, R. **Financial literacy: what works? How could it be more effective?** 2010. Disponível em: <http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2010/10/financial%20literacy%20gale%20levine/10_financial_literacy_gale_levine.pdf>. Acesso em: 12 set. 2015.

GUINDANI, R.A.; MARTINS, T.S.; CRUZ, J.A.W. **Finanças pessoais.** Curitiba: Ibpex, 2008.

HUSTON, S.J. Measuring financial literacy. **The journal of consumer affairs**, [S. l.], v. 44, n. 2, p. 296-316, 2010.

IBGE. **Censo demográfico.** 2000. Disponível em: <<http://goo.gl/tlapJZ>>. Acesso em: 29 jul. 2015.

_____. **Censo demográfico.** 2010. Disponível em: <<http://goo.gl/0xdLol>>. Acesso em: 29 jul. 2015.

_____. **Renda nacional.** 2015. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2015-02/rendimento-domiciliar-capita-do-brasileiro-e-de-r-1052-mil-diz-ibge>>. Acesso em: 29 jul. 2015.

KAWAI JUNIOR, J.K. **Satisfação da população de baixa renda no uso de crédito através do cartão magnético.** 2007. 110 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, 2007.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** São Paulo: Atlas, 1994

KUNKEL, F.I.R. Comportamento de risco financeiro dos estudantes universitários no uso do cartão de crédito: uma análise comportamental. In: SEMINÁRIOS DE ADMINISTRAÇÃO, 16., 2013, São Paulo. **Anais eletrônicos...** Disponível em <<http://goo.gl/Cz1Nh8>>. Acesso em: 26 jul. 2015.

LIVRAMENTO, M.N.; HOR-MEYLL, L.F.; PESSÔA, L.A.G.P. Valores que motivam mulheres de baixa renda a comprar produtos de beleza. **RAM – Revista de Administração**, São Paulo, v. 14, n.1, p.44-74, jan./fev. 2013.

LOPES, A.V. et al. Alfabetização financeira dos alunos dos cursos de administração de empresas, economia e ciência contábeis da FECAP - **Rev. Liceu On-line**, São Paulo, v. 4, n. 5, p. 53-71, jan./jun. 2014. Disponível em: <http://liceu.fecap.br/LICEU_ON-LINE/article/download/1696/957>. Acesso em: 12 set. 2014.

LUCCI, C. R. et al. Influência da educação financeira nas decisões de consumo e investimento dos indivíduos. In: SEMINÁRIOS DE ADMINISTRAÇÃO, 9., 2006, São Paulo. **Anais eletrônicos**...Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/semead/9semead/resultado_semead/trabalhospdf/266.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2015.

LUSARDI, A. **The impact of financial education on savings and asset allocation**. Oct. 2003. University of Michigan Retirement Research Center, Working paper, v. 61, 2003.

_____; MITCHELL, O. S. **Baby boomer retirement security: the roles of planning, financial literacy, and housing wealth**. Oct. 2006. University of Michigan Retirement Research Center, Working paper n. 12585.

_____; _____; CURTO, V. **Financial literacy among the young: evidence and implications for consumer policy**. Sept. 2009. Harvard University. Working Paper n.15352.

_____; _____; _____ **Financial literacy among the young. The journal of consumer affairs**, [S. l], v. 44, n. 2, p. 358-80, 2010.

MAIA, A. S. R. S. **Inadimplência e recuperação de crédito**. 2007. 65 f. Monografia (Especialização em Administração)-Curso de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Londrina, 2007.

MATTA, R. O. B. **Oferta e demanda de informação financeira pessoal: o programa de educação financeira do banco central do Brasil e os universitários do Distrito Federal**. 2007. 201 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação)-Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

MARTINS, C. B. A formação de um sistema de ensino superior de massa. **Revista Brasileira de Ciência Sociais**, São Paulo, v. 17, n. 48, p. 197-203, 2002

NERI, M.C. (org.). **A nova classe média**: o lado brilhante dos pobres. Rio de Janeiro: FGV/CPS, 2010.

OLLIVIER, M. Status em sociedades pós-modernas: a renovação de um conceito. **Revista Lua Nova**, São Paulo, n.77, p. 41-71, 2009.

ORGANIZAÇÃO DE COOPERAÇÃO E DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Recommendation on principles and good practices for financial education awareness**. Jul. 2005. Disponível em: <<http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/35108560.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

PINHEIRO, R.P. Educação financeira e previdenciária, a nova fronteira dos fundos de pensão. In: REIS, A. **Fundos de pensão e mercado de capitais**. São Paulo: Peixoto Neto, 2008. P. 1-16. Disponível em: <http://www.mps.gov.br/arquivos/office/3_090420-113416-244.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2015.

PINTO, N. G. M.; CORONEL, D. A. Abordagem do Endividamento, Superendividamento e Inadimplência nas Capitais Brasileiras (2010 – 2012). **Revista de Administração da UEG**, Goiás, v. 4, n. 2, p. 73, 2013. Disponível em: <<http://danielcoronel.com.br/wp-content/uploads/2013/06/PER16.pdf>>. Acesso em: 14 de julho de 2015

PLANO CDE; BANKABLE FRONTIER ASSOCIATES. **Gestão financeira entre as classes de baixa renda no brasil**: abrangente, diversificada, engajada. São Paulo, maio 2012. Disponível em: <<https://inclusaofinanceirabrasil.files.wordpress.com/2012/09/plano-cde-bfa-gestc3a3o-financeira-entre-as-classes-de-baixa-renda-no-brasil.pdf>>. Acesso em: 8 set. 2014.

PONCHIO, M.C.; ARANHA, F. Necessidades, vontades e desejos: a influência do materialismo sobre dívidas de consumo dos paulistanos de baixa renda. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/MKT-B1245.pdf>>. Acesso em: 8 set. 2014.

POTRICH, A. C. G.; VIEIRA, K. M.; CERETTA, P. S. Nível de alfabetização financeira dos estudantes universitários: afinal é importante? - FACECLA | Campo Largo – PR, Brasil. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa - RECADM**, v.12, n.3, p.314-333, Set-Dez/2013. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/18839/nivel-de-alfabetizacao-financeira-dos-estudantes-universitarios--afinal--o-que-e-relevante->>. Acesso em: 8 set. 2014.

SAITO, A. T. **Uma contribuição ao desenvolvimento da educação em finanças pessoais no Brasil**. 2007, 152f. Dissertação. (Mestrado em Administração)- Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2007.

SAITO, A. T.; SAVOIA J. R. F.; PETRONI, L. A educação financeira no Brasil sob a ótica da Organização de Cooperação e Desenvolvimento econômico – OCDE. In: Seminários de Administração, 9., 2006, São Paulo. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/Semead/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/45.pdf>. Acesso em: 3 mar. 2015.

SANTOS, G.E.O. **Cálculo amostral**: calculadora on-line. Disponível em <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 27 fev. 2015.

SANTOS, T.; SOUZA, M.J.B. Fatores que influenciam o endividamento de consumidores jovens. **Revista Alcance**, Vale do Itajaí, v.21, n.1, jan./mar. 2014.

SAVOIA, J.R.F.; SAITO, A.T.; SANTANA, F.A. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **RAP – Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 6, p. 1121-1141, nov./dez., 2007.

SCHIER, C.U.C. **Controladoria**: como instrumento de gestão. Curitiba: Juruá, 2005.

SCHULZE, M.F. **Comportamento do consumidor de baixa renda**: o lazer. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RIO), Departamento de Administração. Relatório PIBIC, 2009. Disponível em: <http://www.puc-rio.br/pibic/relatorio_resumo2009/relatorio/adm/marianne.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2015.

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO (SPC Brasil). **Inadimplência é menor entre consumidores mais jovens, mostra SPC Brasil**. 2014. Disponível em <<https://goo.gl/vKAL8D>>. Acesso em: 19 jul. 2015.

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. **SPC Brasil divulga concentração da inadimplência de outubro por gênero, idade e valor da dívida.** 2013. Disponível em <<https://goo.gl/EvCKwr>> acessado em 19 jul. 2015.

SILVA, J.J.G. **Finanças pessoais:** identificação dos fatores que influenciam no endividamento de jovens universitários. 2014. 28 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2014.

TROW, M. **From mass higher education to universal access:** the American advantage. *Minerva*, v. 37, n. 4, p. 303-328, 2000.

VIEIRA, K.M. et al. Níveis de materialismo e endividamento: uma análise de fatores socioeconômicos na mesorregião central do Estado no Rio Grande do Sul. **RACEF – Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE**, Ribeirão Preto, v. 5, n. 2, jun. 2014.

ZDANOWICZ, J.E. **Fluxo de caixa:** uma decisão de planejamento e controle financeiro. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2009.

ZERRENNER, S. A. **Estudo sobre as razões para o endividamento da população de baixa renda.** 2007. 57 f. Dissertação (Mestre em Administração)-Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, 2007.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

O questionário apresentado está dividido em quatro partes, são elas: 1) Identificando o perfil; 2) Conhecimento sobre Educação Financeira; 3) Hábitos de consumo e; 4) Hábito de poupar e investir. Essa divisão foi idealizada tendo como base o levantamento teórico sobre o assunto, considerando assim, a forma mais efetiva de produzir resultados para o estudo aqui realizado.

1- IDENTIFICANDO O PERFIL

1. Qual o seu sexo?

- (A) Feminino.
- (B) Masculino.

2. Qual a sua idade?

- (A) 18 anos.
- (B) Entre 19 e 25 anos (inclusive).
- (C) Entre 26 e 33 anos (inclusive).
- (D) Entre 34 e 41 anos (inclusive).
- (E) Entre 42 e 49 anos (inclusive).
- (F) 50 anos ou mais

3 Qual seu estado civil?

- (A) Solteiro(a).
- (B) Casado(a) / mora com um(a) companheiro(a).
- (C) Separado(a) / divorciado(a) / desquitado(a).
- (D) Viúvo(a).

4. Onde e como você mora atualmente?

- (A) Em casa ou apartamento, com minha família.
- (B) Em casa ou apartamento, sozinho(a).
- (C) Em quarto ou cômodo alugado, sozinho(a).
- (D) Em habitação coletiva: hotel, hospedaria, quartel, pensionato, república etc.

(E) Outra situação.

5. Quantas pessoas moram em sua casa?

(Contando com seus pais, irmãos ou outras pessoas que moram em uma mesma casa).

- (A) Duas pessoas.
- (B) Três.
- (C) Quatro.
- (D) Cinco.
- (E) Mais de seis.
- (F) Moro sozinho(a).

6. Quantos(as) filhos(as) você tem?

- (A) Um(a).
- (B) Dois(duas).
- (C) Três.
- (D) Quatro ou mais.
- (E) Não tenho filhos(as).

7. Somando a sua renda com a renda das pessoas que moram com você, quanto é, aproximadamente, a renda familiar?

(Considere a renda de todos que moram na sua casa.)

- (A) Até 1 salário mínimo (até R\$ 788,00 inclusive).
- (B) De 1 a 2 salários mínimos (de R\$ 788,00 até R\$ 1.576,00 inclusive).
- (C) De 2 a 5 salários mínimos (de R\$ 1.576,00 até R\$ 3.940,00 inclusive).
- (D) De 5 a 10 salários mínimos (de R\$ 3.940,00 até R\$ 7.880,00 inclusive).
- (E) De 10 a 30 salários mínimos (de R\$ 7.880,00 até R\$ 23.640,00 inclusive).
- (F) De 30 a 50 salários mínimos (de R\$ 23.640,00 até R\$ 39.400,00 inclusive).
- (G) Mais de 50 salários mínimos (mais de R\$ 39.400,00).
- (H) Nenhuma renda.

8. Se você está trabalhando atualmente, qual a sua renda ou seu salário mensal?

- (A) Até 1 salário mínimo (até R\$ 788,00 inclusive).
- (B) De 1 a 2 salários mínimos (de R\$ 788,00 até R\$ 1.576,00 inclusive).

- (C) De 2 a 5 salários mínimos (de R\$ 1.576,00 até R\$ 3.940,00 inclusive).
- (D) De 5 a 10 salários mínimos (de R\$ 3.940,00 até R\$ 7.880,00 inclusive).
- (E) De 10 a 30 salários mínimos (de R\$ 7.880,00 até R\$ 23.640,00 inclusive).
- (F) De 30 a 50 salários mínimos (de R\$ 23.640,00 até R\$ 39.400,00 inclusive).
- (G) Mais de 50 salários mínimos (mais de R\$ 39.400,00).
- (H) Nenhuma renda.

9. Até que etapa de escolarização seu pai concluiu?

- (A) Nenhuma.
- (B) Ensino fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série).
- (C) Ensino fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série).
- (D) Ensino médio.
- (E) Educação superior.
- (F) Pós-graduação.

10. Até que etapa de escolarização sua mãe concluiu?

- (A) Nenhuma.
- (B) Ensino fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série).
- (C) Ensino fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série).
- (B) Ensino médio.
- (E) Educação superior.
- (F) Pós-graduação.

11. Qual a profissão de seu pai?

12. Qual a profissão de sua mãe?

2- CONHECIMENTO SOBRE EDUCAÇÃO

2.1 As respostas das questões abaixo variam da escala de 1 a 5 onde:

1. Concordo Totalmente
2. Concordo
3. Indiferente
4. Discordo
5. Discordo Totalmente.

Questão	1	2	3	4	5
A educação financeira é essencial para meu desenvolvimento financeiro					
Sei diferenciar a educação financeira da alfabetização financeira					
Uso princípios da educação financeira para meu controle de despesas mensais					
Possuo meta financeira para o futuro					

2.2 As respostas das questões abaixo variam da escala de 1 a 5 onde:

1. Nunca
2. Quase nunca
3. As vezes
4. Quase Sempre
5. Sempre

Questão	1	2	3	4	5
Fico mais de um mês sem fazer o balanço dos meus gastos					
Consigo identificar os juros que pago ao comprar um produto a crédito					
Confiro a fatura dos cartões de crédito para averiguar erros e cobranças indevidas.					

3- HÁBITOS DE CONSUMO

As respostas das questões abaixo variam da escala de 1 a 5 onde:

1. Nunca
2. Quase nunca
3. As vezes
4. Quase Sempre
5. Sempre

Questão	1	2	3	4	5
Sigo um plano mensal de gastos pré- estabelecido					
Anoto e controlo os meus gastos pessoais (ex.: planilha de receitas e despesas mensais).					
Quando compro a prazo faço comparação das taxas de juros entre as opções existentes					
Sempre termino o mês dentro do planejado, sem ficar com contas atrasadas					
Pago minhas contas sem atraso					
Tenho utilizado cartões de crédito e cheque especial por não possuir dinheiro disponível para as despesas.					
Comparo preços ao fazer uma compra					
Analiso minhas finanças com profundidade antes de fazer alguma grande compra.					
Compro por impulso					
Tenho carnê de loja ou crediário					
Prefiro comprar um produto financiado a juntar dinheiro para compra-lo à vista					
Possuo empréstimo de financeira ou banco					
Depois de tomar uma decisão sobre dinheiro, tendo a me preocupar muito com a minha decisão					
Eu gosto de comprar coisas, porque isso me faz sentir bem					
Disponho-me a gastar dinheiro em coisas que são importantes para mim					
Atualmente uso limite do cheque especial					
Já efetuei algum empréstimo para conseguir quitar outro empréstimo / dívida					
Já fiquei com o nome negativo					
Já precisei usar o nome de algum conhecido para efetuar empréstimo					
Já emprestei meu nome para algum conhecido contratar empréstimos / comprar com carnê de crediário					
A maior parte de minha renda são para pagar as dívidas					
Me incomoda quando não posso comprar tudo que quero					
Gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida					
Eu admiro pessoas que possuem casas, carros e roupas caras					

Eu gosto de gastar dinheiro com coisas caras					
--	--	--	--	--	--

4 HÁBITOS DE INVESTIMENTO E POUPANÇA

As respostas das questões abaixo variam da escala de 1 a 5 onde:

1. Nunca
2. Quase nunca
3. As vezes
4. Quase Sempre
5. Sempre

Questão	1	2	3	4	5
Poupo Dinheiro mensalmente					
Estabeleço metas financeiras de longo prazo que influenciam na administração de minhas finanças (ex.: poupar uma quantia "X" em 1 ano).					
Possuo uma reserva financeira maior ou igual a 3 vezes a minha renda mensal, que possa ser usada em casos inesperados (ex.: desemprego).					
Poupar é impossível para a nossa família					
Eu acredito que a maneira como eu administro meu dinheiro vai afetar o meu futuro.					

ANEXO A - INFORMAÇÕES SOBRE AS INSTITUIÇÕES UNIVERSITÁRIAS DOS ALUNOS PARTICIPANTES DA PESQUISA

Faculdade Drummond



Website: <http://www.drummond.com.br/#>

Endereços dos Polos:

- 1- R. Prof. Pedreira de Freitas, 401/415 - Tatuapé
- 2- Praça Nossa Senhora das Vitórias, 92 - Vila Formosa
- 3- Avenida Penha de França, 35 - Penha
- 4- Avenida São Miguel, 4335 - Ponte Rasa

Breve Histórico (informações retiradas do Website da IES):

O Grupo Educacional Carlos Drummond de Andrade iniciou suas atividades na década de 60 com uma sala de aula e pouco mais de uma dezena de alunos. O empreendimento contou com a dedicação de seus profissionais para consolidar seu trabalho em prol da educação brasileira. A instituição tornou-se um complexo educacional e, atualmente, oferece formação completa aos alunos, que começam na Educação Infantil e prosseguem pelo Ensino Médio, Superior e Pós-Graduação, em suas quatro unidades, localizadas no Tatuapé, Penha, Vila Formosa e Ponte Rasa. Para ministrar seus cursos, o Grupo Educacional Carlos Drummond de Andrade possui corpo docente altamente qualificado, além de excelente infraestrutura com mais de 250 salas de aula, 1200 computadores, 25 laboratórios com equipamentos de ponta, 5 bibliotecas com mais de 55 mil títulos, lousas eletrônicas, áreas de conveniência e muito mais. Segue uma filosofia atualizada, com projeto educacional inovador e professores capacitados para promover a formação do corpo discente do ponto de vista profissional e do indivíduo como cidadão. Todos os cursos, do Nível Médio Técnico, Graduação Tecnológica, Bacharelado, Licenciatura e Pós-Graduação, possuem uma proposta voltada para atender

totalmente as necessidades do mercado de trabalho. Outro diferencial da instituição é o Ensino a Distância, com aulas presenciais via satélite e atividades não presenciais, realizadas pela internet, essa modalidade de ensino engloba apenas os cursos de Ensino Superior e Pós-Graduação. O Grupo Educacional Carlos Drummond de Andrade mantém uma trajetória de crescimento e desenvolvimento na área educacional e nosso principal objetivo é evoluir sempre na formação que será base para sua vida pessoal, acadêmica e profissional, com uma carreira de sucesso.

Cursos oferecidos:

1. Administração,
2. Análise e Desenvolvimento de Sistemas,
3. Automação Industrial,
4. Ciência Da Computação,
5. Ciências Contábeis,
6. Comércio Exterior,
7. Design De Moda,
8. Design Gráfico,
9. Direito,
10. Educação Física,
11. Engenharia De Produção,
12. Engenharia Eletrônica,
13. Futebol,
14. Gestão Comercial,
15. Gestão Da Qualidade,
16. Gestão Da Tecnologia Da Informação,
17. Gestão De Recursos Humanos,
18. Gestão De Turismo,
19. Gestão Desportiva E De Lazer,
20. Gestão Financeira,
21. Gestão Hospitalar,
22. Gestão Pública,
23. Logística,
24. Marketing,

- 25. Negócios Imobiliários,
- 26. Pedagogia,
- 27. Processos Gerenciais,
- 28. Produção Publicitária,
- 29. Redes De Computadores
- 30. Sistemas de Informação

Quantidade de Estudantes:9109

Quantidade do curso de Administração:1134

Preço Normal:R\$ 1.005,59

Preço com Desconto: R\$ 396,19 (obtido através da solicitação do site)

Contato para aplicação do Questionário: Eudes Martins - Professor do curso de administração

Faculdade Sumaré:



Website: <http://www.sumare.edu.br/>

Endereços de Polos:

- 1-Rua Passos, 36 - Belém
- 2-Praça Domingos Correa da Cruz, 14 - Santana
- 3-Rua Três Rios, 362 - Bom Retiro
- 4-Avenida Imirim, 1424 - Imirim
- 5-Rua Coronel Luis Barroso, 566 – Santo Amaro
- 6-Rua Capote Valente, 1121 – Pinheiros
- 7-Rua Gonçalo Nunes, 368 – Tatuapé
- 8-Rua Tuiuti, 1442 – Tatuapé

Breve Histórico (informações retiradas do Website da IES):

A Faculdade Sumaré nasceu no ano 2000 por iniciativa do Instituto Sumaré de Educação Superior (ISES), em um momento de significativas mudanças na sociedade em geral, advindas do grande avanço tecnológico que culminava com a chegada do terceiro milênio. A Educação, entretanto, nem sempre caminhava lado a lado com os avanços verificados em todas as demais áreas do conhecimento. Visando a excelência no Ensino, a Faculdade Sumaré está comprometida com a educação voltada para a construção do conhecimento e difusão cultural, numa perspectiva crítica que pressupõe valores éticos e de promoção da cidadania. A Instituição acredita igualmente na formação de profissionais que, além da visão humanística e global, apresentem competências e habilidades necessárias ao desempenho profissional em um mercado de trabalho exigente, em acelerada mudança, que demanda saberes, tanto da área técnica como da área científica. A Instituição tem como objetivo contribuir efetivamente para a mudança da Escola, tendo, além daqueles apontados pela Lei de Diretrizes e Bases (LDB), os seguintes princípios: - Gestão universitária focada na direção por valores; - Qualidade com competitividade; - Difusão, criação e recriação do saber; - Incorporação de tecnologias avançadas; - Parâmetros modernos de educação voltados para centros de excelência.

Cursos oferecidos:

- 1- Administração,
- 2- Banco De Dados,
- 3- Ciência Da Computação,
- 4- Ciências Contábeis,
- 5- Comunicação Institucional,
- 6- Eventos,
- 7- Geografia,
- 8- Gestão Da Tecnologia Da Informação,
- 9- Gestão De Recursos Humanos,
- 10-Gestão Financeira,
- 11-História,

- 12-Letras - Espanhol,
- 13-Letras - Inglês,
- 14-Letras - Língua Portuguesa,
- 15-Logística,
- 16-Marketing,
- 17-Pedagogia,
- 18-Redes De Computadores ,
- 19-Secretariado Executivo,
- 20-Sistemas De Informação

Quantidade de Alunos: 22180

Quantidade dos alunos de administração: 4512

Preço da Mensalidade Normal: R\$ 319,51

Preço com Desconto: R\$ 237,60

Contato para Pesquisa:Eudes Martins - Professor do curso de administração

FMU – Faculdades Metropolitanas Unidas



Faculdades Metropolitanas Unidas
Desde 1968

Website: <http://portal.fmu.br/>

Endereço dos Polos:

- 1-Rua Iguatemi, 306 - Itaim Bibi
- 2-Av. Liberdade, 899 - Liberdade
- 3-Avenida Morumbi, 501 - Morumbi
- 4-Avenida Santo Amaro, 1239 - Vila Nova Conceição
- 5-Rua Agostinho Rodrigues Filho, 201 - Vila Mariana

Breve Histórico (informações retiradas do Website da IES):

As Faculdades Metropolitanas Unidas - FMU foram criadas em 1968, e o primeiro vestibular aconteceu em julho do mesmo ano, ao qual afluíram centenas de

alunos que buscavam formação educacional nos diversos cursos que inicialmente foram oferecidos. Era o início da rápida expansão do ensino superior brasileiro e a instituição FMU marcava sua presença no atendimento da demanda da sociedade brasileira por mais educação superior. Nesse período, de 1968 até hoje, milhares de alunos passaram pelos bancos escolares da FMU, receberam sólida formação educacional e se capacitaram como profissionais com nível para terem elevado desempenho em diferentes setores das atividades econômicas-sociais, tanto no setor privado como no setor público. A aceitação desses profissionais pelo mercado de trabalho é o melhor atestado de excelência do ensino da FMU. Nesses anos de existência da FMU, a economia e a sociedade brasileira passaram por grandes transformações, acompanhando as alterações que ocorreram no mundo nas diferentes perspectivas sócio-econômico-culturais. A FMU procura acompanhar essas transformações, criando novos cursos, em diferentes áreas do conhecimento, adotando novas tecnologias de ensino, capacitando docentes, ampliando laboratórios e clínicas, reorganizando seus procedimentos administrativos e estreitando seus laços com a comunidade, com o intuito de tornar o aluno apto a entender esse processo de transformação e ser um participante ativo de um mundo em mudança. O Complexo Educacional FMU, que reúne as Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU), Faculdades Integradas de São Paulo (FISP) e FIAM-FAAM Centro Universitário, é referência na qualidade de ensino e empregabilidade de seus alunos há mais de 45 anos. Atualmente, a instituição oferece cursos em diversas do conhecimento, ministrados na Graduação, Pós-graduação (Especialização e MBA), cursos de Extensão e Mestrados em Direito, Saúde Ambiental, Arquitetura e Administração (Acadêmico e Profissional). Além disso, possui estrutura moderna, campi de fácil acesso e professores especialistas, mestres e doutores, que oferecem aos estudantes um ensino diferenciado e inovador.

Cursos Disponíveis:

- 1- Administração,
- 2- Análise E Desenvolvimento De Sistemas,
- 3- Artes Visuais,
- 4- Automação Industrial,

- 5- Banco De Dados,
- 6- Biomedicina,
- 7- Ciência Da Computação,
- 8- Ciências Atuariais,
- 9- Ciências Biológicas,
- 10-Ciências Contábeis,
- 11-Ciências Econômicas,
- 12-Ciências Sociais,
- 13-Comércio Exterior,
- 14-Construção De Edifícios,
- 15-Design,
- 16-Design Gráfico,
- 17-Direito,
- 18-Educação Física,
- 19-Eletrônica Industrial,
- 20-Enfermagem,
- 21-Engenharia Ambiental E Sanitária,
- 22-Engenharia Civil,
- 23-Engenharia De Controle E Automação,
- 24-Engenharia De Energia,
- 25-Engenharia Mecânica,
- 26-Estética E Cosmética,
- 27-Eventos,
- 28-Farmácia,
- 29-Fisioterapia,
- 30-Fonoaudiologia,
- 31-Fotografia,
- 32-Gastronomia,
- 33-Gestão Ambiental,
- 34-Gestão Comercial,
- 35-Gestão Da Qualidade,
- 36-Gestão Da Tecnologia Da Informação,
- 37-Gestão De Recursos Humanos,
- 38-Gestão De Turismo,

- 39-Gestão Financeira,
- 40-Gestão Hospitalar,
- 41-Gestão Pública,
- 42-História,
- 43-Hotelaria,
- 44-Jogos Digitais,
- 45-Letras, Letras - Espanhol,
- 46-Letras - Inglês,
- 47-Logística,
- 48-Marketing,
- 49-Matemática,
- 50-Mecatrônica Industrial,
- 51-Medicina Veterinária,
- 52-Moda,
- 53-Musicoterapia,
- 54-Negócios Imobiliários,
- 55-Negócios Securitários,
- 56-Nutrição,
- 57-Odontologia,
- 58-Pedagogia,
- 59-Petróleo E Gás
- 60-Processos Gerenciais,
- 61-Produção Audiovisual,
- 62-Produção Cultural,
- 63-Produção Multimídia,
- 64-Produção Publicitária,
- 65-Psicologia,
- 66-Radiologia,
- 67-Redes De Computadores,
- 68-Relações Internacionais,
- 69-Secretariado Executivo,
- 70-Secretariado Executivo Trilíngue,
- 71-Segurança Da Informação,
- 72-Segurança No Trabalho,

73-Serviço Social,
74-Sistemas De Informação,
75-Sistemas De Telecomunicações,
76-Sistemas Para Internet

Quantidade de Alunos Matriculados:48509

Quantidade do curso de Administração:4273

Valor da Mensalidade Normal: R\$ 597,90

Valor com Desconto: R\$ 502,64

**Contato para aplicação do questionário: Henry Kupt - Coordenador de
Curso**