

RICHARDSON RIBEIRO

**CONTROLE DO ORÇAMENTO FAMILIAR: PROPOSTA PARA
A COMUNIDADE DA SERRINHA EM FLORIANÓPOLIS/SC**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional em Administração do Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas da Universidade do Estado de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Arlindo Carvalho Rocha

**FLORIANÓPOLIS, SC
2017**

R484c

Ribeiro, Richardson

Controle do orçamento familiar: proposta para a comunidade da Serrinha em Florianópolis/SC/ Richardson Ribeiro. - 2017.
263 p. il.; 23 cm

Orientador: Arlindo Carvalho Rocha

Bibliografia: p. 195-218

Dissertação (Mestrado) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas, Programa de Pós-Graduação Profissional em Administração, Florianópolis, 2017.

1. Orçamento familiar. 2. Consumo (Economia). 3. Controle orçamentário. I. Rocha, Arlindo Carvalho. II. Universidade do Estado de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação Profissional em Administração. III. Título.

CDD: 332.024- 20.ed.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da UDESC

RICHARDSON RIBEIRO

**CONTROLE DO ORÇAMENTO FAMILIAR: PROPOSTA PARA
A COMUNIDADE DA SERRINHA EM FLORIANÓPOLIS/SC**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional em Administração do Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas da Universidade do Estado de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Administração.

Banca Examinadora

Orientador:

Prof. Dr. Arlindo Carvalho Rocha
Universidade do Estado de Santa Catarina

Membro:

Prof. Dr. Mário César Barreto Moraes
Universidade do Estado de Santa Catarina

Membro Externo:

Prof. Dr. Alexandro Marino Costa
Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, SC, 21/03/2017

Dedico esta dissertação
aos meus pais, amigos,
professores e colegas de
trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus e ao meu mentor espiritual, que, mesmo sem vê-lo, tenho certeza de que sempre intuiu bons pensamentos.

Aos meus pais, Angela Maria Nunes Pereira Barbosa e Rogério Ribeiro, pelo amor incondicional, carinho, compreensão e palavras sábias em ocasiões oportunas.

Ao meu padrasto, Reinaldo Barbosa, que, desde a infância, acompanha minha trajetória de vida.

“In memoriam”, à minha madrasta Lucia Aparecida Vieira, pelo enorme carinho e aprendizado que, até mesmo no momento desta escrita, conseguiu me emocionar.

Aos meus irmãos, Nichelli Ribeiro de Oliveira, Reinaldo Barbosa Junior, Ritchelli Ribeiro, Rogerson Ribeiro, pelas palavras de incentivo.

Ao Prof. Arlindo Carvalho Rocha, que sempre acreditou na pesquisa e buscou um direcionamento certo a ser seguido.

Aos amigos Gustavo Nogueira Giovanni, José Wilson de Oliveira, Sandro Vieira Soares e Vera Maria Ribeiro Nogueira, pela paciência, apoio e contribuições muito valiosas para a pesquisa.

Aos gestores Sergio Carbonera e Sergio Luiz Loução, pelo grande apoio, principalmente nos momentos de ausência.

À Casa São José e à comunidade da Serrinha, que oportunizaram a realização de um sonho.

Aos colaboradores da UDESC/ESAG e, principalmente, às professoras Ivoneti da Silva Ramos e Marianne Zwilling Stampe, pelo incentivo e apoio incondicional.

Dê-me uma alavanca e um ponto de apoio e moverei o mundo.

(Arquimedes de Siracusa)

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo geral propor um instrumento para planejamento e controle do orçamento familiar adequado às famílias residentes na comunidade da Serrinha em Florianópolis/SC. A pesquisa é bibliográfica, exploratória e descritiva, com utilização de estudo de caso e de levantamento de campo. Aplicou-se questionário estruturado com questões dicotômicas e de múltipla escolha em 100 domicílios, com entrevista de 1 pessoa por residência, especificamente, o principal controlador das finanças da família. Realizaram-se testes estatísticos de hipóteses com o Qui-quadrado, cujo erro amostral foi de 10%. Os questionários aplicados levantaram dados tanto quantitativos como qualitativos, tais como: hábitos e prioridades de consumo, formas e instrumentos de controle do orçamento familiar. Concluiu-se, a partir da análise de dados, que as mulheres de 38 anos de idade são as responsáveis pela administração das contas domésticas, possuem renda entre R\$ 880,00 e R\$ 1760,00, acessam a internet pelo celular *Smartphone*, por meio do qual também usam aplicativos como o *Whatsapp* para estabelecer a comunicação com o meio em que vivem. Essas mulheres sabem distinguir entre comprar o necessário e o supérfluo, entretanto verifica-se propensão para o endividamento, em razão do consumo excessivo. Por outro lado, preocupam-se com as consequências futuras das decisões financeiras e, principalmente, em não gastar toda a renda percebida, a fim de garantir uma reserva de emergência - isso caracteriza propensão para poupança. O principal instrumento financeiro utilizado é a caderneta de poupança, porém consideram o ato de deixar dinheiro em conta corrente, conta salário ou títulos de capitalização uma forma de economizar. Controlam

mensalmente as contas da casa, pois acreditam que isso ajuda a mantê-las em dia. A partir dessas análises, elaborou-se uma cartilha para o planejamento e o controle orçamentário adequada às necessidades das famílias residentes na Serrinha. Essa cartilha foi disponibilizada via Lista de Transmissão pelo *Whatsapp* e também entregue no formato de livreto impresso para aqueles que não tinham acesso ao aplicativo, diferentemente de outras pesquisas que apontavam o *Excel* como principal meio de utilização.

Palavras-chave: Planejamento e controle do orçamento familiar. Hábitos de consumo. Instrumentos para controle do orçamento. Propensão para o endividamento. Propensão para poupança.

ABSTRACT

This paper aims to propose an instrument to planning and control the family budget appropriate to families living in the Serrinha community in Florianopolis/SC. The research is bibliographic, exploratory and descriptive where the case study and the field survey were used. A structured questionnaire was applied with dichotomous and multiple choice questions in 100 households, of which 1 person per residence was interviewed, specifically the main controller of the family finances. Statistical tests were performed using the Chi-square hypothesis, with a sampling error of 10%. The applied questionnaires raised both quantitative and qualitative data such as: habits and consumption priorities, forms and instruments of control of the family budget. It was possible to conclude from the data analysis that 38 years old women are responsible for the administration of household accounts, earn income between R\$ 880,00 and R\$ 1.760,00, access the Internet through Smartphone, where they also use applications such as Whatsapp to establish communication with the environment. They can distinguish between buying the necessary and the superfluous, but they are prone to indebtedness due to excessive consumption. They worry about the future consequences of financial decisions and especially don't spend all perceived income to have an emergency reserve, it means propensity for saving. The main financial instrument used is the savings account, but consider leaving money in checking account, salary account or capitalization bonds as a way of saving. They control their house accounts monthly because they believe it helps to keep them up to date. Based on these analyzes, a booklet for adequate budget control was developed for the needs of families living in Serrinha.

This booklet was available through Whatsapp's Transmission List and delivered in the printed booklet format to those who did not have access to the app, differently other surveys that pointed to Excel as the main means of use.

Keywords: Planning and controlling the family budget. Consumption habits. Instruments for budget control. Propensity for indebtedness. Propensity for saving.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Organização do estudo	41
Figura 2 - Mapa da Serrinha, Florianópolis/SC	125
Figura 3 - Distribuição de frequências conforme idade numa amostra de 100 moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, 2016.	151
Figura 4 - Distribuição de frequências conforme sexo numa amostra de 100 moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, 2016.	152
Figura 5 - Distribuição de frequências conforme a renda mensal domiciliar numa amostra de 100 moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, 2016.	153
Figura 6 - Distribuição de frequências conforme interações numa amostra de 100 moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, 2016.	155
Figura 7 - Fatores que motivam os moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, a poupar.....	165
Figura 8 - Modalidades de investimento utilizadas pelos moradores da Serrinha, Florianópolis/SC.....	166
Figura 9 - Frequência no controle do orçamento doméstico.....	168
Figura 10 - Instrumentos de controle do orçamento doméstico.....	169
Figura 11 - Despesas domésticas dos moradores da Serrinha, Florianópolis/SC.....	171

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Indicadores prioritários e hábitos de consumo	72
Quadro 2 - Fatores de influência no comportamento de compra	76
Quadro 3 - Causas psicográficas que influenciam a lealdade à marca de um produto e a fidelidade a um supermercado	81
Quadro 4 - Hábitos de consumo de notícias na internet	86
Quadro 5 - Planilha orçamento familiar	118
Quadro 6 - Definição da pesquisa (paradigma positivista).....	120
Quadro 7 - Resumo do Modelo de Análise	128
Quadro 8 – Dimensões social, econômica e cultural ..	129
Quadro 9 - Indicadores Estratificação	131
Quadro 10 - Indicadores Interações	133
Quadro 11 - Indicadores Decisões de Consumo	134
Quadro 12 - Indicadores Assunção de Dívidas	137
Quadro 13 - Motivações para Poupar.....	139
Quadro 14 - Controle do Orçamento	140
Quadro 15 - Resumo das Variáveis, Indicadores e Perfil Observável.....	141

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Distribuição das despesas de consumo monetária e não monetária média mensal familiar, por tipo de despesa – Brasil – período 2008-2009 69

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Mudança nos hábitos de consumo para conter despesas.....	94
Tabela 2 - Quantidade de artigos selecionados por palavra-chave.....	144
Tabela 3 - Dissertações relevantes para o tema de pesquisa.....	145
Tabela 4 - Moradores da Serrinha segundo a idade...	150
Tabela 5 - Moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, segundo o sexo.....	152
Tabela 6 - Moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, segundo a renda	153
Tabela 7 - Critério de Classificação Econômica Brasil	154
Tabela 8 - Frequência de respostas para composição dos indicadores de consumo.....	157

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE -	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPCA -	Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo
SERASA -	Serasa Experian
SPC -	Sistema de Proteção ao Crédito
BACEN -	Banco Central do Brasil
PEIC -	Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor
OCDE -	Organização de Cooperação e Desenvolvimento
ENEF -	Estratégia Nacional de Educação Financeira
BM&FBOVESPA -	Bolsa de Valores Mercadorias e Futuros
PNAD -	Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios
POF -	Pesquisa de Orçamentos Familiares
PAS -	Programa de Auxílio ao Superendividado

SUMÁRIO

1	RESUMO EXECUTIVO	29
2	INTRODUÇÃO	33
2.1	TEMA PROBLEMA.....	36
2.2	OBJETIVOS	38
2.3	CONTRIBUIÇÃO DO ESTUDO	39
2.3.1	Organização do estudo.....	39
2.4	JUSTIFICATIVA	42
3	REVISÃO TEÓRICA.....	45
3.1	EDUCAÇÃO FINANCEIRA.....	45
3.1.1	Educação financeira no Brasil	48
3.1.2	Razões para empreender a educação financeira.....	49
3.1.3	Analfabetismo financeiro.....	51
3.1.4	Educação financeira na infância	53
3.1.5	Estudos relacionados à educação financeira	56
3.2	DIMENSÃO SOCIAL	60
3.2.1	Estratificação social.....	60
3.2.2	Meios de interação	60
3.3	DIMENSAO ECONÔMICA	62
3.3.1	Consumo	62
3.3.2	Hábitos de consumo	64
3.3.3	Necessidades e desejos	75
3.3.4	Pesquisas relacionadas ao consumo, hábitos de consumo, necessidades e desejos.....	80

3.3.5 Endividamento, sobre-endividamento e inadimplência	89
3.3.6 Pesquisas sobre endividamento, sobre-endividamento e inadimplência.....	97
3.3.7 Poupança	102
3.3.8 Estudos sobre poupança.....	106
3.4 DIMENSAO CULTURAL.....	109
3.4.1 Controle orçamentário	109
3.4.2 Orçamento pessoal e familiar	111
3.4.3 Controle orçamentário e pesquisas relacionadas	116
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	119
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	119
4.2 DEFINIÇÃO DO UNIVERSO E SELEÇÃO DA AMOSTRA	124
4.3 MODELO DE ANÁLISE ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.	
4.3.1 Caracterização das variáveis e indicadores	130
4.4 APLICAÇÃO DAS VARIÁVEIS E INDICADORES NA FORMAÇÃO DO PERFIL DA COMUNIDADE DA SERRINHA, FLORIANÓPOLIS/SC.....	141
4.5 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS	143
4.5.1 Pré-teste	146
4.5.2 Aplicação dos questionários aos moradores da Serrinha	147
4.5.3 Tratamento dos dados coletados.....	147
4.6 LIMITAÇÕES DA PESQUISA	148

5	FORMAÇÃO DO PERFIL DA COMUNIDADE DA SERRINHA, FLORIANÓPOLIS/SC, A PARTIR DAS VARIÁVEIS, INDICADORES E CRUZAMENTOS	149
5.1	VARIÁVEL ESTRATIFICAÇÃO	149
5.2	VARIÁVEL INTERAÇÕES.....	154
5.3	VARIÁVEL DECISÕES DE CONSUMO	157
5.4	VARIÁVEL ASSUNÇÃO DE DÍVIDAS.....	158
5.5	VARIÁVEL MOTIVAÇÕES PARA POUPAR.....	164
5.6	VARIÁVEL CONTROLE DO ORÇAMENTO.....	167
5.7	CRUZAMENTOS ENTRE VARIÁVEIS	176
5.7.1	Assunção de dívidas X Decisões de consumo	176
5.7.2	Motivações para poupar X Decisões de consumo.....	178
5.7.3	Motivações para poupar x Assunção de dívidas	178
5.8	PERFIL DA COMUNIDADE DA SERRINHA, FLORIANÓPOLIS/SC.....	180
6	CONCLUSÕES, RECOMENDAÇÕES E PROPOSTA.....	183
6.1	CONCLUSÕES	183
6.2	RECOMENDAÇÕES	191
6.3	PROPOSTA	192
	REFERÊNCIAS	195
	APÊNDICES.....	219

1 RESUMO EXECUTIVO

O controle orçamentário auxilia na tomada de decisões financeiras, contribui para a redução do endividamento e para o aumento da poupança. Nesse sentido, o objetivo geral desta pesquisa é propor um instrumento de planejamento e controle do orçamento familiar adequado às famílias residentes na comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC.

A pesquisa é bibliográfica, exploratória e descritiva, com utilização de estudo de caso e de levantamento de campo. Para tanto, aplicou-se questionário estruturado com questões dicotômicas e de múltipla escolha em 100 domicílios, com entrevista de 1 pessoa por residência, especificamente, o principal controlador das finanças da família. Realizaram-se testes estatísticos de hipóteses com o Qui-quadrado, cujo erro amostral foi de 10%.

Levantaram-se dados tanto quantitativos como qualitativos, tais como: hábitos e prioridades de consumo, formas e instrumentos de controle do orçamento familiar.

Apesar da grande variação de idades na amostra apresentada, os resultados apontaram para uma concentração de 18% nas idades de 28, 42 e 44 anos, com idade média de 38 anos. As mulheres são as responsáveis pelo controle financeiro dos domicílios que possuem faixa de renda média mensal entre R\$ 880,00 e R\$ 1760,00. Esse público acessa a internet pelo celular *Smartphone* e também usa aplicativos para se comunicar, como o *Whatsapp*.

Tais mulheres sabem distinguir entre comprar itens necessários e supérfluos, sendo a alimentação e a habitação os principais itens prioritários de despesa no orçamento doméstico dos moradores, entretanto possuem propensão para o endividamento, em razão do consumo excessivo.

Apesar de se preocuparem com as consequências futuras das decisões financeiras, são despreocupados com a reputação de devedores na sociedade. Esse resultado indica propensão tanto para o endividamento como para a poupança.

O hábito de poupança está associado ao fato de não gastarem toda a renda percebida, principalmente com o intuito de garantir uma reserva de emergência, sendo que a maior parte dessa reserva está na caderneta de poupança.

Se, por um lado têm consciência de que controlar mensalmente as contas da casa ajuda a mantê-las em dia, por outro, mantêm hábitos perniciosos, que revelam a falta de controle financeiro, entre os quais: pagamento do valor mínimo da fatura do cartão de crédito, contratação de empréstimos considerando apenas a parcela que cabe no bolso, compra de produtos no momento presente considerando valores que ainda receberão no futuro.

A partir dessas análises, elaborou-se uma cartilha para o planejamento e o controle orçamentários das famílias, adequada às necessidades dos que residem na Serrinha, em Florianópolis/SC, que foi disponibilizada em Lista de Transmissão pelo *Whatsapp*, diferentemente de outras pesquisas que apontavam o *Excel* como principal meio de utilização. Além disso, indivíduos que não têm

acesso ao aplicativo receberam uma via impressa da cartilha.

As recomendações voltam-se para: a) novas pesquisas sobre educação financeira, consumo, poupança, controle orçamentário e planejamento financeiro, principalmente para a população carente; b) cruzamento entre os indivíduos mais jovens e o nível de educação financeira para que se avalie a propensão para o endividamento e impactos futuros para a economia brasileira; c) análise de um estrato mais amplo da renda mensal domiciliar para identificar se, conforme o aumento da renda, o endividamento também aumenta ou se quem ganha mais poupa mais; d) criação de um aplicativo para *smartphones* direcionado para o público feminino da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC; e) expansão de novos programas educacionais, que, a exemplo do “Hábilis”, da UDESC/ESAG, possam realizar palestras, cursos, postagens em *blogs* e visitas aos domicílios para auxílios financeiros, além do acompanhamento das ações já realizadas; f) inclusão de uma disciplina de educação financeira no currículo escolar, de forma que crianças e jovens aprendam a lidar com o dinheiro, consumam com consciência e elevem o nível de poupança no país; g) ações voltadas para esse público feminino, considerando-se o perfil da comunidade estudada.

2 INTRODUÇÃO

O capitalismo, como sistema econômico, político e social, surgiu em um período de vários séculos, primeiramente na Europa Ocidental e, posteriormente, em grande parte do mundo. É um modo particular de produção de mercadorias orientado para o mercado.

Considerando-se que a população precisa vender a força de trabalho para adquirir os bens produzidos pela propriedade privada, o capitalismo adquire comportamento individualista, aquisitivo e maximizador da maioria dos indivíduos. A partir do século XX, a luta por melhores salários permitiu que os trabalhadores tivessem maior acesso aos bens de consumo. Com isso, o capitalismo fez com que as pessoas passassem a acreditar que praticamente toda necessidade ou infelicidade subjetiva poderia ser eliminada a partir da compra de uma mercadoria (HUNT, 2005). Nas economias capitalistas, o poder de compra rege a produção; sem o poder de compra, não existem indivíduos, não existe mercado (THURLOW, p.37, 1997).

Segundo Schumpeter (1964), o comportamento humano está dirigido para a aquisição de bens. No aspecto comportamental, existe uma devoção ao estudo sobre as escolhas dos consumidores que, em muitos casos, se diferenciam do padrão de consumo racional (VARIAN, 2006). O alcance da divulgação da produção na sociedade moderna, com todos os recursos de *marketing* e todas as alternativas de meios de divulgação (*telemarketing*, internet, *outdoor*, *busdoor*, entre outros), associado às facilidades creditícias, estimula as pessoas a gastar cada vez mais, inclusive o que ainda não receberam de fato (RAMOS, 2008).

Hunt (2005) afirma que os trabalhadores criam sentimentos subjetivos de ansiedade, solidão e alienação, os quais são satisfeitos apenas pela aquisição de produtos que os tornem mais felizes. O prazer do consumo é imediato, porém, com o passar do tempo, vêm os dissabores: faltam recursos para o que é básico e diário, as contas acumulam-se e o nível de endividamento eleva-se.

Segundo Borzekowski, Kiser e Ahmed (2007), endividamento é o saldo devedor de um consumidor que resulta de uma ou mais dívidas financeiras. Quando o consumo excessivo não admite mais possibilidades de contratação de empréstimos e financiamentos, vem o sobre-endividamento ou o superendividamento, que Zerrenner (2007) e Ferreira (2008) definem como a impossibilidade de as pessoas honrarem os compromissos financeiros. Por fim, ocorrem os inevitáveis registros nos órgãos de proteção ao crédito e um possível risco à subsistência da família (SERASA EXPERIAN, 2015; SPC BRASIL, 2015).

Do outro lado do consumo, está a poupança, que se constitui no adiamento do consumo presente para que consuma no futuro. Keynes (1982, p. 96-97) cita sete fatores que levam as pessoas a deixar de consumir, o que implica maior propensão a poupar: precaução, previdência, melhorias, independência, iniciativa, orgulho e avareza. De acordo com Halfeld (2004), as pessoas poupam basicamente por duas razões: uma delas é consumir em breve e a outra é no futuro, quando precisam enfrentar o declínio que a natureza impõe à capacidade produtiva do homem após certa idade.

Quando as mercadorias deixam de ser vendidas em virtude da perda da capacidade de consumo das pessoas, as empresas sofrem queda nos lucros, as

indústrias veem-se obrigadas a encerrar atividades, os trabalhadores são despedidos, ocorre uma crise econômica geral (HUNT, 2005). Entre algumas crises econômicas mundiais, citam-se a de 1929, com a quebra da Bolsa de Valores de Nova Iorque, a de 1997, com a crise asiática, e a crise financeira internacional de 2008, que se iniciou nos Estados Unidos da América e espalhou-se para grande parte do mundo (FREITAS, 2009).

Os cidadãos também podem sofrer crises financeiras. Isso pode ocorrer em decorrência dos gastos, sem acompanhamento orçamentário que desencadeia um descontrole das contas pessoais. Para Santos e Souza (2014), o sistema capitalista de produção foi o marco inicial do consumo e, posteriormente, do endividamento financeiro. As facilidades de acesso ao crédito e o aumento da população têm resultado em excessivo endividamento pessoal, na medida em que os indivíduos comprometem parte significativa da renda para aquisição de bens e serviços.

Nesse sentido, a educação financeira permite maior controle dos recursos e possibilita que as famílias conciliem receitas e despesas com equilíbrio nas contas. De acordo com Wisniewski (2011), por meio da educação financeira, as pessoas conscientizam-se de como distribuir rendimentos entre consumo e poupança e de como gerir as finanças pessoais para obter melhor qualidade de vida.

O planejamento do orçamento familiar, portanto, pode ser a solução para a redução do nível de endividamento e do aumento da poupança da população. Para Frankenberg (1999), o planejamento financeiro pessoal significa estabelecer e seguir uma

estratégia de curto, de médio ou de longo prazo voltada para aquisição de bens que constituirão o patrimônio de um indivíduo ou de uma família. O planejamento financeiro possibilita aos indivíduos maior poder de decisão, melhora a situação financeira, permite uma renda de aposentadoria adequada, reduz o risco de sobre-endividamento (ARAÚJO e SOUZA, 2012).

2.1 TEMA PROBLEMA

A habilidade de lidar com finanças, tanto na infância como na vida adulta, depende da capacidade de diferenciação entre o desejo e a necessidade. Gastar dinheiro em algo desejado pode ser divertido, saudável e importante para algumas pessoas, todavia as necessidades não devem ser suplantadas pelo desejo de gastar.

Os indivíduos endividam-se por desconhecerem o volume e o valor das próprias necessidades ou, até mesmo, por não conseguirem separar o desejo da necessidade de consumir. Segundo (BACEN, 2015), o nível de endividamento da população brasileira alcançou 61% em 2014; o de inadimplência, 19,5%. Em Santa Catarina, o percentual de pessoas endividadas passou de 55,4% em junho de 2015 para 57,4% em junho de 2016 (PEIC, 2016). Muitas pessoas endividam-se em função da falta de controle sobre as finanças, sendo o cartão de crédito um dos principais agentes do endividamento.

Um instrumento para o planejamento e o controle do orçamento familiar, portanto, é uma das formas de prover as pessoas de conhecimento sobre educação financeira que lhes permita agir com consciência e de

forma financeiramente saudável. É verdade que, na literatura, identificam-se diversas publicações sobre o controle financeiro que podem ser adquiridas gratuitamente na internet e também em aplicativos para celular (BACEN, 2015), porém, de um modo geral, tais instrumentos são elaborados visando a um público amplo e, na maioria das vezes, não levam em consideração as necessidades e especificidades dos vários segmentos da sociedade.

Por outro lado, não se pode esquecer que os indivíduos que buscam o auxílio de instrumentos de controle do orçamento familiar, além de verem atendidas às necessidades e especificidades em tais instrumentos, também devem identificar-se com os elementos, as formas e os meios de funcionamento dessas ferramentas. E essa é, de fato, uma questão fundamental, pois não é incomum observarem-se situações em que as pessoas, além de saberem da necessidade e efetivamente buscarem o apoio de instrumentos de controle do orçamento familiar, simplesmente não encontram o instrumento adequado ou, o que parece ser mais comum, não se adaptam aos que lhes são disponibilizados e acabam por abandonar o próprio controle.

Logo, a elaboração de um instrumento “adequado” de planejamento e de controle do orçamento familiar, isto é, perfeitamente integrado às necessidades e às especificidades das famílias a que se destina e que seja por elas plenamente adotado, demanda o levantamento dos hábitos e das prioridades de consumo das famílias. Além disso, é importante saber se, e como realizam o controle dos seus orçamentos, demanda, também, verificar com essas famílias, estratégias e ações que possam contribuir para a adoção plena de tal

instrumento, de forma a permitir a consecução do objetivo deste trabalho.

Nesse âmbito, o presente trabalho tem por objetivo desenvolver uma proposta de instrumento que, adaptada às necessidades e às especificidades da comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC, e identificada com esse público, possibilite às famílias dessa comunidade fazer melhor uso do dinheiro, com a consequente contribuição para a realização de sonhos e metas direcionadas para uma melhor qualidade de vida.

2.2 OBJETIVOS

O presente trabalho tem por objetivo geral propor um instrumento de planejamento e controle do orçamento familiar adequado às famílias residentes na comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC.

Este estudo tem como objetivos específicos:

- a) Conhecer os hábitos e identificar as prioridades de consumo das famílias residentes na comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC, caracterizando o que as leva a poupar e/ou a se endividar;
- b) Analisar se e como as famílias realizam o controle do orçamento familiar (formas e instrumentos) em relação à renda percebida;
- c) Desenvolver um instrumento para o planejamento e o controle do orçamento das famílias residentes na comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC.

2.3 CONTRIBUIÇÃO DO ESTUDO

O tema finanças pessoais tem sido alvo de muitas discussões e questionamentos na área de administração, uma vez que não se verifica um modelo ideal único para o controle do orçamento doméstico. Não obstante, entende-se que cada família deveria elaborar um instrumento próprio de planejamento e controle, entretanto a falta de conhecimento em finanças faz com que algumas famílias adotem modelos de controle e outras não.

Acredita-se que a presente pesquisa possa prover conhecimento sobre educação financeira, melhore o controle orçamentário das famílias, reduza o endividamento e a inadimplência e aumente o nível de poupança, contribuindo significativamente para a melhora da qualidade de vida das famílias que adotarem o modelo proposto.

Cabe ressaltar que, embora o trabalho foque nas famílias da comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC, nada impede que as ferramentas desenvolvidas possam ser adaptadas a outros segmentos e comunidades de perfil assemelhado.

2.3.1 Organização do estudo

No **primeiro capítulo** do estudo, apresenta-se o resumo executivo.

No **segundo capítulo**, além da introdução e da apresentação do tema problema, encontram-se os objetivos do trabalho, as contribuições do estudo, a organização da pesquisa e a justificativa.

O **capítulo terceiro** trata da revisão teórica, com detalhamento para as três dimensões da pesquisa: social, econômica e cultural. O capítulo inicia-se com conceitos sobre educação financeira: a) educação financeira no Brasil; b) razões para empreender a educação financeira; c) analfabetismo financeiro; d) educação financeira na infância; e) estudos relacionados à educação financeira.

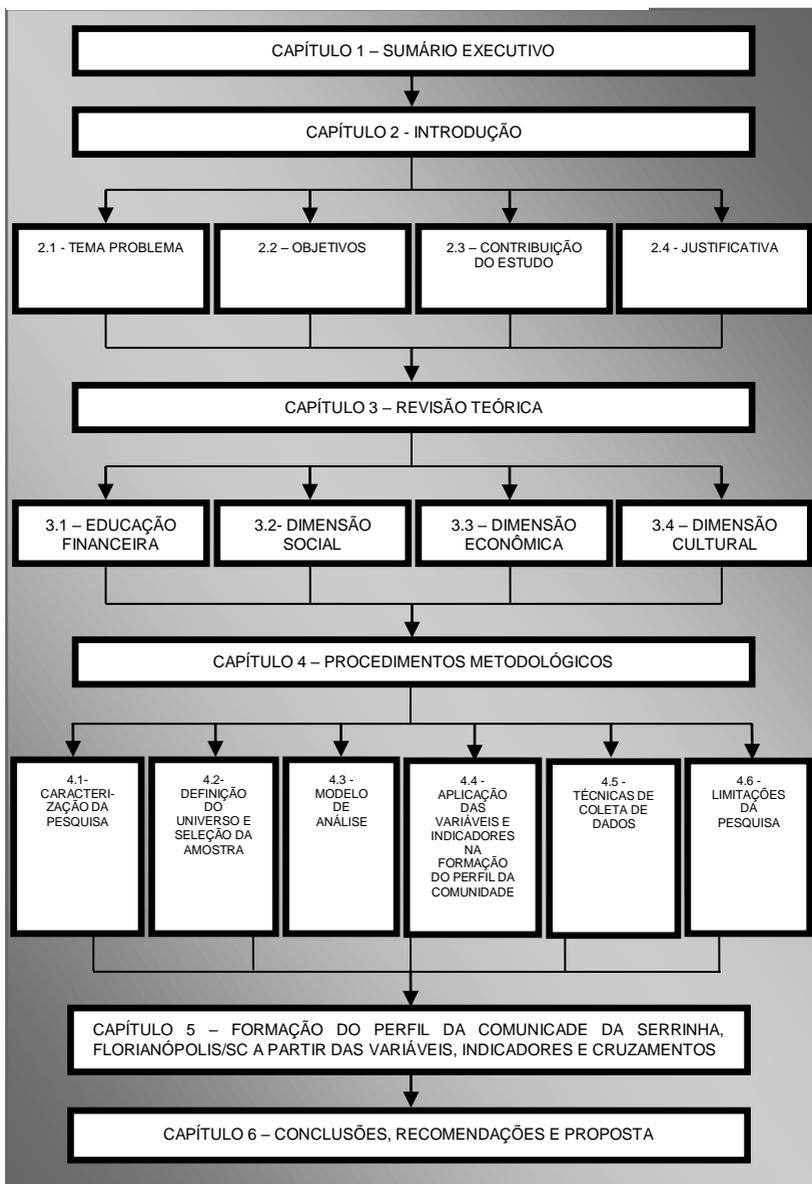
Posteriormente, o referido capítulo discorre sobre a primeira dimensão, que é a social: a) estratificação social e; b) meios de interação. A dimensão econômica aborda: a) consumo; b) hábitos de consumo; c) necessidades e desejos; d) pesquisas relacionadas ao consumo, hábitos de consumo, necessidades e desejos; e) endividamento, sobre-endividamento, inadimplência; f) pesquisas sobre endividamento, sobre-endividamento e inadimplência; g) poupança; h) estudos sobre poupança. A dimensão cultural versa sobre: a) controle orçamentário; b) orçamento pessoal e familiar; c) controle orçamentário e pesquisas relacionadas.

O **capítulo quatro** descreve os procedimentos metodológicos subdivididos da seguinte forma: a) caracterização da pesquisa; b) definição do universo e seleção da amostra; c) modelo de análise; d) aplicação das variáveis e indicadores na formação do perfil da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC; e) técnicas de coleta de dados; f) limitações da pesquisa.

No **quinto capítulo**, apresenta-se o perfil da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC.

O **capítulo sexto** apresenta as conclusões, recomendações e a proposta. Finaliza-se com as referências e apêndices.

Figura 1 - Organização do estudo



Fonte: Elaborado pelo autor.

2.4 JUSTIFICATIVA

Este trabalho buscou inspiração na 3ª edição do curso “Planejando o Orçamento Doméstico”, o qual foi realizado de 14 a 18 de outubro de 2013 na Casa São José/Florianópolis-SC (creche que atende a toda a comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC). O curso foi promovido e apoiado pelos programas de Responsabilidade Social do Banco do Empreendedor e Habilis. da UDESC-ESAG (ADJORISC; NOTÍCIAS DO DIA; SINEPE, 2015).

Segundo Ramos (2008), as famílias selecionadas para o curso são carentes, com dificuldade para se capacitar e existe uma lacuna quanto ao acompanhamento das famílias após receberem o curso. Por isso, é relevante implementar uma cartilha com ações voltadas para a comunidade da Serrinha, como forma de garantir um futuro previdente, evitar situações de riscos e carências, proporcionar segurança material e realização pessoal e profissional (ADJORISC, 2015).

Assim, um instrumento para o planejamento e o controle do orçamento familiar torna-se relevante no sentido de divulgar práticas que, quando adotadas pelas famílias, possam contribuir para a educação financeira. Sabe-se que a adesão às práticas contidas no instrumento para planejamento e controle orçamentário é voluntária e espera-se que o uso por parte das famílias seja gradual. Ressalta-se que algumas famílias já adotam algumas medidas para o controle orçamentário, no entanto o estudo preocupa-se em direcionar ações para as famílias residentes na Serrinha por entender que existem muitas pessoas carentes financeiramente e também de informações nessa área.

Ademais, este trabalho justifica-se por abordar as temáticas “endividamento” e “poupança”, que possuem grande relevância na atualidade, em razão da crise de 2008, da redução no ritmo de crescimento da economia, da aceleração inflacionária e da queda da renda real da população (METTE e MATOS, 2014).

Por outro lado, ao conhecer os hábitos de consumo dos indivíduos e buscar compreender as razões que levam os membros das famílias residentes na comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC, a se endividar e/ou a poupar, evidencia-se a importância do trabalho no intuito de ajudar as famílias a controlar melhor o orçamento familiar.

A pesquisa justifica-se, ainda, por apresentar aos leitores noções sobre educação financeira, além de fontes de referência, como livros, artigos, dissertações e endereços eletrônicos que permitem a disseminação do conhecimento na área. Embora o tema abordado pela pesquisa seja relevante, ainda existem poucas pesquisas acadêmicas no Brasil sobre os fatores que levam as pessoas a gastar mais do que permitem suas condições financeiras (SANTOS e SOUZA, 2014).

Até o presente momento, não se identificou nenhum manual específico para a comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC. Portanto, a elaboração de um instrumento próprio a partir de modelos existentes na literatura é relevante para justificar o estudo.

O trabalho justifica-se, também, no âmbito social, uma vez considerados os elevados índices de consumo, endividamento e inadimplência dos consumidores em Florianópolis/SC (FECOMÉRCIO/SC, 2015). Nesse sentido, identifica-se a necessidade de atitudes positivas e imediatas para o maior controle financeiro das famílias.

Por fim, a pesquisa tem relevância por estar direcionada a três beneficiários: a sociedade, a ciência e a universidade (SANTOS, 1999).

3 REVISÃO TEÓRICA

Para atender aos objetivos da pesquisa, é relevante conhecer o contexto histórico, bem como conceitos e aspectos inerentes à educação financeira e ao consumo, mecanismos de controle de renda e gastos, como se economiza, como se poupa, quem gerencia o dinheiro, as pesquisas já realizadas nessas áreas e os avanços obtidos até então.

3.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

A educação financeira é um processo de aprendizado contínuo no qual consumidores e investidores ampliam conceitos sobre produtos bancários, desenvolvem habilidades e adquirem confiança quanto às oportunidades e aos riscos financeiros. Dessa forma, os cidadãos capacitam-se a tomar decisões financeiras mais adequadas em busca de uma melhor qualidade de vida (OCDE, 2005).

Segundo Wisniewski (2011), a educação financeira é uma variável fundamental no processo de desenvolvimento das economias, pois incentiva as pessoas a refletir sobre consumismo e sustentabilidade global. É uma ferramenta para boa gestão das finanças pessoais e contribui para a formação do hábito de poupança. Além disso, partindo da ideia de que muitos cidadãos, na busca pela realização e pela felicidade, são viciados em comprar cada vez mais, a educação financeira objetiva alertar para a publicidade sem limites, que visa ao convencimento do consumidor para aquisição de novos produtos e serviços.

De acordo com a OCDE (2005), a educação financeira:

É o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram a sua compreensão em relação aos conceitos e produtos financeiros, de maneira que, com informação, formação e orientação, possam desenvolver os valores e as competências necessários para se tornarem mais conscientes das oportunidades e riscos neles envolvidos e, então, poderem fazer escolhas bem informadas, saber onde procurar ajuda e adotar outras ações que melhorem o seu bem-estar. Assim, podem contribuir de modo mais consistente para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro (BRASIL, 2011b, p. 57-58).

Para Araújo e Souza (2012), a educação financeira forma cidadãos conscientes, capazes de tomar as melhores decisões, como obter um empréstimo com taxas menores, pagar os compromissos no vencimento, sem atrasos que incorram no pagamento de juros, multas ou inadimplemento. Objetiva a proteção contra incertezas, tais quais a perda de emprego, doenças, envelhecimento, morte, pois são fatores que afetam a capacidade de geração de renda proveniente do trabalho. Percebe-se que, gradualmente, o Estado transfere para os cidadãos a responsabilidade pelo bem-estar individual, o que eleva a necessidade de os cidadãos se educarem financeiramente.

Segundo BACEN (2013), a educação financeira é um processo pelo qual os indivíduos passam a compreender melhor os conceitos de finanças e a aprender sobre os diversos produtos financeiros. Dessa forma, estão a par das oportunidades e riscos existentes e, assim, mais bem orientados para escolhas

conscientes. Os consumidores educados financeiramente ficam também menos suscetíveis a fraudes e a abusos, demandam produtos e serviços adequados às necessidades e, conseqüentemente, incentivam a concorrência e a regulação dos mercados.

A educação financeira é uma das formas a partir das quais se pode promover o desenvolvimento econômico. Afinal, a qualidade das decisões financeiras dos indivíduos tende a influenciar a economia doméstica dos países. Por outro lado, a ausência de educação financeira, aliada às facilidades de obtenção de crédito, tem contribuído para o aumento do endividamento no Brasil (BACEN, 2016).

Willis (2009) salienta que, quanto maior a alfabetização financeira, melhor o comportamento em relação às finanças pessoais e estabelece a seguinte relação:

Educação financeira →	Alfabetização Financeira →	Comportamento voltado para tomada das melhores decisões financeiras.
-----------------------	----------------------------	--

Para Nakamura, Mendes-da-Silva e Moraes (2011), quanto mais as pessoas forem instruídas e munidas de informações para a tomada de decisões, menor a propensão ao risco de endividamento.

Sohster (2012) afirma que o jovem não sabe o que fazer com o dinheiro, nem mesmo com o primeiro salário. Sem educação financeira, não sabe eleger prioridades, não faz orçamento pessoal, gasta de maneira descontrolada e acredita na fantasia de que a compra arremete uma ascensão social.

Assim, os conceitos sobre educação financeira contribuem significativamente para a construção de um

instrumento voltado para o planejamento e o controle do orçamento familiar.

3.1.1 Educação financeira no Brasil

No Brasil, a educação financeira ainda não faz parte do contexto educacional e familiar. Sohster (2012) considera que a família é responsável pelo repasse da cultura e dos valores aos indivíduos, os quais assimilam o comportamento consumista, do exagero, do ter em vez do ser. Se os pais não são educados financeiramente, não conseguem repassar para os filhos um comportamento consumidor diferente.

A educação financeira é ainda incipiente nas escolas brasileiras (CERBASI, 2014). O Brasil é um dos poucos países do mundo que possuem uma Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). A ENEF brasileira busca integrar o governo, a sociedade e a iniciativa privada, por meio de diversas ações gratuitas oferecidas para a população (BACEN, 2016). Em 22 de dezembro de 2010, a partir do Decreto nº 7.397, o Governo Federal instituiu a ENEF. Com base nesse decreto, algumas entidades passaram a estruturar programas voltados à educação financeira no Brasil. O Banco Central reestruturou o programa “Cidadania Financeira”, de forma a disponibilizar aos cidadãos mais conhecimento sobre finanças pessoais. Além de capacitar, o programa incentiva as pessoas a administrar os recursos financeiros de forma consciente no sentido de promover uma reflexão sobre a relação dos indivíduos com o dinheiro. Sabe-se que a adequada gestão de finanças pessoais pode contribuir para o bem-

estar social e a melhoria da qualidade de vida, por isso, é relevante educar-se financeiramente.

3.1.2 Razões para empreender a educação financeira

Segundo Araújo e Souza (2012), a educação financeira traz muitas vantagens, tais como a confiança no processo decisório e a melhoria da situação financeira, a renda adequada para aposentadoria, a redução do risco de endividamento, além de oportunizar a criação de novos projetos.

Diniz, Pereira e Rogers (2014) analisaram a influência da educação financeira e do otimismo no número de cartões de crédito em 559 indivíduos brasileiros. Na pesquisa realizada, 43,3% dos entrevistados eram do gênero feminino e 56,7% do sexo masculino. A idade variou entre 18 e 80 anos, com variação da renda mensal individual entre R\$ 400,00 e mais de R\$ 3.000,00. O nível de escolaridade abrangeu desde o ensino fundamental completo ao superior completo e as ocupações encontradas foram empregado, autônomo, profissional liberal, funcionário público e empresário.

A pesquisa evidenciou que, quanto maior a renda e a escolaridade, maior a quantidade de cartões de crédito que os indivíduos possuem. Apresentou que os homens possuem mais cartões de crédito, compram mais e possuem maior propensão ao endividamento do que as mulheres. Porém essa evidência pode ter ocorrido em razão de a maior quantidade de respondentes pertencer ao sexo masculino, pois, de acordo com Trindade, Rigui e Vieira (2012), as mulheres

comprometem mais a renda do que os homens, ainda não possuem as rédeas das próprias finanças e apresentam maiores chances de incorrer em um comportamento compulsivo.

Outro resultado da pesquisa foi que o comportamento voltado para a educação financeira não variou em função do aumento da escolaridade e da renda. Por outro lado, conforme aumenta o conhecimento de educação financeira, menores são as chances de os indivíduos possuírem cartões de crédito e adquirirem comportamento compulsivo em relação às compras. Isso porque, segundo Souza (2013), a educação financeira contribui para que os indivíduos adquiram um comportamento controlado e desenvolvam ações voltadas para o autocontrole, como elaborar uma lista com itens necessários antes de realizar uma determinada compra, por exemplo.

Considerando-se o exposto, os indivíduos pesquisados por Diniz, Pereira e Rogers (2014) e que possuem maior renda, escolaridade e quantidade de cartões de crédito tendem a comprar mais por impulso e a se endividar mais. Dessa forma, indivíduos mais educados financeiramente adquirem uma gestão mais eficiente e controlada dos recursos financeiros, desenvolvem comportamento mais responsável e menos arriscado em relação ao crédito, reduzem a quantidade de cartões de crédito e, por conseguinte, efetuam menos compras compulsivas e endividam-se menos. Essas são algumas das razões que fazem com que a educação financeira seja uma questão relevante na vida das pessoas.

3.1.3 Analfabetismo financeiro

Segundo Kiyosaki e Lechter (2000), os estudantes deixam a escola sem habilidades financeiras e muitos se estabelecem como excelentes profissionais, trabalham muito, obtêm sucesso, porém enfrentam dificuldades com as finanças em virtude do analfabetismo financeiro. A falta de educação financeira não diz respeito a apenas saber como ganhar dinheiro, mas como também gastá-lo de forma coerente ou como economizá-lo para reserva futura. Num mundo que enfatiza a despesa em detrimento da poupança, falta aptidão financeira aos cidadãos para entender o fluxo de caixa pessoal ou familiar e fazer o dinheiro trabalhar para si.

Todavia importante registrar que somente a alfabetização financeira não assegura maior controle das finanças pessoais. Estudos recentes no Brasil estão voltados para entender o comportamento do consumidor com base na Economia Comportamental e Psicologia Econômica, pois, segundo Mette e Matos (2014), a alfabetização financeira é ainda tratada de forma racional, de modo que as instituições acreditam na ideia de que, ao se tornarem alfabetizadas financeiramente, as pessoas tendem a mudar o comportamento consumidor.

De acordo com Lima (2016), a piora expressiva nas condições econômicas do Brasil nos últimos três ou quatro anos foi ocasionada pelos exageros cometidos pelo governo. As consequências são uma economia fisicamente quebrada, monetariamente problemática, um setor externo dependente do câmbio e as perspectivas de retomada da confiança cada vez

mais distantes. Diante disso, não se pode esperar que os brasileiros tenham equilíbrio financeiro, se o modelo econômico atual vigente é voltado para o consumo interno e as medidas adotadas pelo governo visam a incentivar as pessoas a gastar cada vez mais, mesmo que não tenham recursos.

As facilidades creditícias, como o cartão de crédito, os empréstimos consignados, os empréstimos pessoais, os financiamentos de veículos e os financiamentos habitacionais, incentivam cada vez mais o consumo. A partir dessa perspectiva, Carro (2016) afirma que o Brasil deve fechar o triênio 2014-2016 com a segunda maior queda da renda *per capita* em 116 anos. A exaustão do modelo de crescimento baseado na expansão do salário mínimo resulta numa sociedade endividada, sem poder de consumo até mesmo para os itens básicos, como alimentação e vestuário.

As consequências desse modelo são desastrosas para a sociedade, o governo, as indústrias e o comércio em geral, pois, sem consumo, os comerciantes não efetivam vendas, reduzem estoques. Além disso, sem vendas, as indústrias produzem menos, faturam menos, reduzem o quadro de colaboradores, precisam demitir para evitar a falência, o governo sofre com a arrecadação menor de impostos e os efeitos são danosos para todos. O analfabetismo financeiro leva a essas consequências. Segundo Baptista Neto (2016), a questão financeira é um dos principais fatores responsáveis pelos atendimentos realizados em consultórios psiquiátricos, pois a queda no padrão de vida gera problemas de saúde, angústias e traumas que precisam ser tratados,

em alguns casos, com medicamentos controlados, como antidepressivos.

Se os assuntos relativos ao consumo, ao endividamento e à poupança estiverem mais presentes nas conversas familiares e nos bancos escolares, o analfabetismo financeiro será cada vez menos frequente e tanto as famílias como o país apresentarão benefícios.

3.1.4 Educação financeira na infância

Num mundo de mudanças e incertezas, as crianças não têm recebido instrução quanto ao funcionamento do dinheiro. Uma boa educação amplia as probabilidades de sucesso de um indivíduo (FRANKENBERG, 1999). A escola prepara profissionais de sucesso, os pais ensinam os filhos a tirar boas notas para encontrar um bom emprego com um salário alto. Porém existe uma lacuna, que é a falta de educação financeira tanto nas escolas como nos lares. Os jovens saem da faculdade com conta bancária e cartão de crédito, no entanto nunca tiveram aulas sobre dinheiro, juros compostos, formas de poupar e impactos gerados pelo não pagamento das contas em dia (KIYOSAKI e LECHTER, 2000).

Para Luis Eduardo Assis, que foi *Chief Operating Officer* do HSBC Bank Brasil SA - Banco Múltiplo, é importante que os pais sejam rigorosos na educação dos filhos. Aceita-se a ideia de que os pais deem aos filhos um valor mensal para gastos ou investimentos, a chamada mesada, contudo deve-se ensinar os filhos sobre o uso do dinheiro e a assunção de responsabilidades (SARDENBERG e LUQUET, 2006).

Não há problema que um adolescente de 16 anos tenha uma conta corrente, cartão de crédito e talão de cheques, desde que haja controle nos gastos e que o limite seja o valor da mesada, senão, os pais funcionarão como bancos privados dos filhos e, na falta do dinheiro, serão os primeiros a socorrê-los financeiramente.

Com base em uma pesquisa realizada com crianças inglesas, além da mesada, os pais podem premiar os filhos com dinheiro em troca de favores. Isso contribui para melhorar o desempenho escolar (SARDENBERG e LUQUET, 2006). Por outro lado, lidar com relação de troca entre pais e filhos pode ser perigoso por duas questões. Se um dia não houver incentivos monetários, a criança pode tornar-se desobediente aos pedidos dos pais. Pode ocorrer, ainda, de a criança julgar desnecessário o dinheiro, por não ter nenhum objeto de interesse para adquirir ou projeto de investimento futuro. Nesse caso, aquele incentivo oferecido pelos pais deixa de ter serventia e coloca em xeque a estratégia de troca de boas notas na escola, arrumação do quarto ou lavagem do carro por dinheiro.

Algumas pesquisas revelam que a melhor herança que os pais podem deixar para os filhos é a noção de saber lidar com planejamento financeiro. Isso porque os pais fazem um esforço enorme para acumular patrimônio e, quando não educam os filhos sobre a forma de melhor lidar com o dinheiro, acabam por deixar uma herança que é rapidamente desperdiçada, já que as crianças têm sido alvo dos publicitários como principais atores do consumo. O que antes não passava de uma venda orientada a brinquedos e quadrinhos, hoje, tem sido responsável pela tomada de decisões sobre a cor e o modelo de um automóvel. Afirma-se que 30% dos pais

tomam a decisão de trocar o carro com base na opinião dos filhos (SCHOR, 2009).

Estudos apontam o fato de crianças de 18 meses de vida já reconhecerem a logotipo das franquias de restaurantes *Burger King* e *McDonald's* e, orientadas para o consumo, desenvolvem problemas como obesidade, falta de atenção e baixa autoestima (SARDENBERG e LUQUET, 2006). A obesidade é um dos problemas que estão relacionados ao consumo e à televisão, pois crianças que assistem a programas de televisão com mais assiduidade ficam expostas a uma grande quantidade de comerciais e são incentivadas a consumir mais (KFF, 2016).

Segundo Schor (2009), as crianças americanas assistem, atualmente, a mais de 40 mil comerciais por ano. São cerca de 11 comerciais de alimentos por hora, inclusive, as crianças são incentivadas a ter, além de um televisor, um forno micro-ondas no quarto, a fim de que possam fazer pipoca ao assistirem aos programas de televisão.

O professor Eduardo Gianetti da Fonseca afirma que, se as crianças aprenderem a fazer escolhas, passarão a ter ferramentas de defesa contra o bombardeio de publicidade que recebem diariamente, pois, até os 12 anos de idade, aprendem a escolher, a ser tolerantes, com o intuito de não anteciparem o consumo (DUNN e NORTON, 2014). Crianças que aprendem a esperar para consumir apresentam um desempenho melhor no futuro, enfrentam menos problemas com drogas, melhoram o rendimento escolar e, conseqüentemente, terão uma fase adulta mais bem-sucedida.

Vale ressaltar que as crianças aprendem com os exemplos dos pais, que ficam preocupados em comprar

coisas, fazer investimentos e, na verdade, a leitura de livros sobre finanças contribui positivamente para que desenvolvam bons hábitos de consumo e se eduquem financeiramente (FRANKENBERG, 1999; SARDENBERG e LUQUET, 2006). A educação financeira adquirida na infância e adolescência deve moldar os hábitos de consumo, de modo que a família assuma a responsabilidade pela alfabetização financeira desses indivíduos.

Se os pais forem mais educados financeiramente, os filhos poderão herdar tais conhecimentos e moldar uma sociedade menos endividada e tão dependente do consumo. Na sequência, serão apresentados alguns estudos relacionados à educação financeira.

3.1.5 Estudos relacionados à educação financeira

Wisniewski (2011) analisou a importância da educação financeira na gestão das finanças pessoais, com foco no pequeno investidor do mercado acionário brasileiro no período de 2005 a 2010. A pesquisa evidenciou que a educação financeira é uma ferramenta essencial para a boa gestão das finanças pessoais, contribui para a formação do hábito de poupar e permite acesso do investidor a diferentes alternativas de investimento.

A BM&FBOVESPA tem investido em educação financeira com a finalidade de promover a expansão do mercado de ações no Brasil, por meio de programas como “Bovespa vai até você”, “Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF)”, “Quer ser sócio” e “Desafio Bovespa”. Contudo as ações realizadas ainda são insuficientes para gerar um aumento progressivo da

participação do pequeno investidor nesse mercado. Em termos percentuais, a participação média dos investimentos pessoas físicas na BM&FBOVESPA foi de 25,38% em 2005, 26,73% em 2006, 23,25% em 2007, 27% em 2008, 30,81% em 2009 e 26.50% em 2010.

As crises econômicas, o investimento de curto prazo para ganhos especulativos, a fuga da bolsa após a perda de dinheiro ou o desconhecimento do mercado podem ser as causas inibidoras ou influenciadoras do público investidor em bolsa. Nesse âmbito, a pesquisa ressalta a necessidade de novas práticas voltadas para a educação financeira, de forma que as pessoas adquiram o hábito de poupança, estejam cientes das alternativas de investimento que atendam ao seu perfil, eliminem fatores, como finanças agravadas, inadimplência e estresse, e tenham melhor qualidade de vida.

Nakamura, Mende-da-Silva e Moraes (2011) verificaram, em pesquisa realizada com 769 estudantes universitários de São Paulo, a existência de associações entre perfil de estudantes universitários e comportamentos considerados arriscados no uso de cartões de crédito. Os resultados sugerem que um maior número de cartões de crédito que os estudantes utilizam pode aumentar significativamente o comportamento de risco. Nesse sentido, tanto a indústria financeira como as universidades devem educar financeiramente os alunos para que assumam comportamentos menos arriscados no uso de cartões de crédito, façam melhores escolhas de consumo e tenham poupança ao longo da vida.

Araújo e Souza (2012) pesquisaram o escopo de atuação do Banco Central do Brasil (BACEN) no intuito de promover cidadania financeira à sociedade. Evidenciaram que, além do papel regulatório e fiscalizador, a missão do BACEN deveria ser a de educar

financeiramente os cidadãos brasileiros e promover o bem-estar social. Entretanto a falta de clareza, de consenso e de definição sobre o conceito de responsabilidade social do órgão, a rápida evolução dos mercados financeiros, a oferta massificada de produtos e serviços sem o conhecimento pleno dos cidadãos, as recentes crises financeiras internacionais e potenciais crises futuras, a dificuldade de acesso aos instrumentos financeiros por boa parte da população (49% não possuem conta corrente ou poupança), além da dificuldade que 75% das famílias brasileiras enfrentam no que diz respeito a chegar ao final do mês com a renda percebida, são fatores que dificultam o cumprimento da missão por parte do Banco Central do Brasil.

Apesar da responsabilidade do órgão, a educação financeira é responsabilidade de vários atores sociais. A pesquisa conclui que o Banco Central cumpre a missão de estabilidade, solidez, regulação e fiscalização, todavia educar os cidadãos financeiramente e garantir o bem-estar da sociedade são aspectos que ainda precisam ser melhorados, o que não significa que o BCB não esteja engajado no cumprimento dessas missões.

Diniz, Pereira e Rogers (2014) analisaram as respostas de 559 estudantes universitários no que tange à influência da educação financeira e do otimismo na quantidade de cartões de crédito que possuem. Evidenciaram que 40,3% dos pesquisados alegaram não ter nenhum tipo de cartão de crédito, 43,7% declararam possuir apenas um cartão, 16% informaram ter dois ou mais cartões, 19,5% afirmaram não ter cartão de crédito, 46,5% afirmaram ter de um a três cartões e 34% informaram ter quatro cartões ou mais.

A partir desses resultados estatísticos, os referidos pesquisadores constataram que a educação financeira e o otimismo influenciam negativamente a quantidade de cartões de crédito que um indivíduo possui, ou seja, cidadãos mais educados financeiramente tendem a ter menos cartões de crédito ou a não ter nenhum. Sabe-se que o uso constante do cartão de crédito influencia o aumento dos gastos e contribui para o aumento do endividamento das pessoas. Por isso, indivíduos financeiramente mais educados possuem menos cartões de crédito, tendem a ser mais controlados e endividam-se menos.

Gorla *et al.* (2016) realizaram um estudo com 4.698 alunos do ensino médio de 14 escolas da rede pública do município de Blumenau e região. Tal estudo possibilitou verificar o nível da educação financeira dos estudantes do ensino médio de rede pública com base em aspectos individuais, demográficos e de socialização. Os resultados encontrados indicam a deficiência na educação financeira efetiva entre os jovens estudantes do ensino médio. Muitos jovens gastam dinheiro sem prestar contas aos pais, que também não dialogam com os filhos para repassar conhecimentos financeiros. A escola também não cumpre o papel ideal de munir os alunos de conhecimento financeiro. Tais alunos crescem e enfrentam problemas sociais devido à dificuldade de administrar os próprios recursos e os gastos familiares.

Na sequência, serão discutidas as diferentes dimensões desta pesquisa sob a ótica social, econômica e cultural.

3.2 DIMENSÃO SOCIAL

Nesta dimensão, discutem-se a estratificação social e os meios de interação.

3.2.1 Estratificação Social

A pesquisa em questão buscou como parâmetros de estrato social aqueles estabelecidos pelo IBGE (2016) em Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), bem como os já mensurados por Diniz (2014), Rogers, Rogers e Securato (2015) em contexto análogo. Os questionários socioeconômicos encontrados na literatura buscam testar diversos tipos de indicadores sociais. Para o contexto desta pesquisa, acredita-se que medir idade, sexo e renda seja suficiente para o alcance dos objetivos. Destaca-se que a renda mensal domiciliar foi constituída pela totalidade bruta das rendas mensais dos moradores da unidade domiciliar, excluindo a renda das pessoas menores de 10 anos de idade.

A partir da estratificação social, traçou-se um perfil da comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC, e, com base nisso, criou-se um instrumento de planejamento e de controle do orçamento doméstico adaptado a esse perfil.

3.2.2 Meios de interação

Os meios de interação também compõem a dimensão social no contexto desta pesquisa e estão

relacionados à observação das diversas interações dos cidadãos com outras pessoas ou dos indivíduos com objetos físicos. Segundo Fogg (2003), a partir da década de 90, com o surgimento da internet, houve a criação de sistemas de computação interativos projetados para mudar atitudes e comportamentos das pessoas.

Fogg (2003) salienta que, nos relacionamentos homem-máquina, deve-se compreender se a interação parte do homem em relação às máquinas ou ocorre por meio delas. Alguns exemplos disso estão nas interações com os aplicativos para **tablets**¹ e **smartphones**² (VIEIRA, 2013).

Para Fogg (2003), o computador é um canal que também permite aos homens interação uns com os outros. Enfatiza que as pessoas interagem com os computadores e através deles, conforme a situação.

Além dos meios de interação citados, são conhecidos alguns meios de comunicação, tais quais: jornal, revista, rádio, cartaz, televisão, vídeo, cinema, telefone, oralidade e internet (ARAÚJO, 2007).

Não há como construir um perfil e um instrumento para controle orçamentário sem considerar os meios pelos quais os membros de uma comunidade interagem.

¹ *Tablets* são dispositivos extremamente portáteis normalmente controlados a partir de uma tela sensível ao toque. Geralmente, possuem entre 7 e 10 polegadas e, normalmente, não têm recursos para ligações ou envio de mensagens de texto. O uso é focado no consumo de mídia, seja na forma de vídeo, texto, áudio ou jogos.

² *Smartphones* são telefones celulares com alta capacidade de computação, comunicação, acesso a mídias e à anotações. Possuem diferentes tamanhos de tela que variam entre 3 e 5 polegadas.

Ainda que possa haver outros, considera-se que esses são os mais relevantes para o contexto da pesquisa.

3.3 DIMENSAO ECONÔMICA

A presente dimensão trata dos temas relacionados ao consumo, aos hábitos de consumo, às necessidades, aos desejos, ao endividamento, ao sobre-endividamento, à inadimplência e à poupança, temas essenciais para que se possa definir o perfil de uma determinada comunidade e construir um instrumento para o planejamento e o controle orçamentário adaptado a esse público.

3.3.1 Consumo

Segundo Keynes (1982, p. 84-97), os indivíduos estão dispostos a elevar o consumo conforme o aumento da renda, numa proporção menor que tal aumento e a elevação da renda é acompanhada por um crescimento de poupança, assim como a redução da renda por um menor nível de poupança (Apêndice A).

Katona (1975) contraria as proposições de Keynes por afirmar que se trata de afirmações de tudo ou nada, pois o comportamento consumidor não é idêntico em todas as situações. Segundo Raposo (1983), estudos empíricos confirmam que os gastos não diminuem conforme a queda na renda, podem sim aumentar para aquisição de bens duráveis e, com isso, elevar o endividamento familiar na expectativa de que, se um dia a renda voltar a subir, as dívidas possam ser quitadas.

Moraes, Famá e Kayo (1998) expõem que o consumo depende mais das alterações na renda do que das variações da propensão a consumir.

Para Solomon (2002), o consumo é uma atitude voltada à subsistência, em que as pessoas buscam satisfazer necessidades e desejos. A necessidade é um processo fisiológico que indica falta de alguma coisa que será satisfeita por determinados objetos. As necessidades podem ser utilitárias ou hedônicas, sendo que a primeira leva a situações de uso, ao consumo de utilidades; a segunda está relacionada aos aspectos dedicados ao prazer como estilo de vida.

Douglas e Isherwood (2006) afirmam que o consumo é tal qual um código que registra todas as relações sociais e separa pessoas, famílias e grupos de produtos e serviços. De acordo com os autores, os hábitos de consumo identificam características dos agentes econômicos em detrimento da renda.

Silva (2014) separa o consumo em duas vertentes, a do necessário e a do imaginável. O consumo necessário, real ou primário relaciona-se com a subsistência, a satisfação das necessidades essenciais das pessoas, como as de obter comida, abrigo físico, higiene pessoal, manutenção do lar e proteção contra intempéries. O consumo imaginário ou secundário busca suprir as necessidades imagináveis, que levam a caminhos tortuosos de sedução, manipulação e desejos insaciáveis. O panorama atual gira em torno do imaginário, em que os indivíduos são impelidos ao consumo, a fim de que possam pertencer a um grupo ou classe social, para que se adaptem a padrões de beleza, poder e prazer - caso contrário sentem-se excluídos, fracassados ou deprimidos. Esse panorama é pernicioso, leva ao consumismo e à compulsão.

3.3.2 Hábitos de consumo

Katona (1975) entende que o hábito consiste numa poderosa força que move tanto negociantes como consumidores. Para Belk *et al.* (2003), os desejos são a melhor forma de descrição dos hábitos consumidores. A definição dada por Coba *et al.* (2012) para hábitos é de que são comportamentos simples ou complexos, que se aprendem por meio da repetição e, geralmente, estão associados às preferências.

Entre os fatores que influenciam o comportamento de compra dos consumidores estão os culturais como: a cultura, a subcultura e a classe social. Esses são os que exercem maior influência sobre os indivíduos (KOTLER, 2000, p. 183).

Nos últimos anos, os hábitos de consumo têm-se desenvolvido no campo da psicologia e da neurociência, pois os hábitos representam a forma como a mente lida com as decisões rotineiras, de modo a liberar espaço no consciente para as decisões mais complexas. Os estudos sobre o funcionamento do cérebro humano trouxeram modificações significativas na compreensão dos processos de tomada de decisão de compra em contradição ao modelo econômico convencional dos consumidores racionais (VARIAN, 2006).

Apesar de todas as habilidades do consciente, é o inconsciente que controla cerca de 95% do comportamento humano. Enquanto a mente executiva (consciente) decide ir ao trabalho, a mente habitual (inconsciente) guia o carro. A mente executiva é a responsável pela solução lógica, centrada no momento passado e futuro, onde são recuperadas as lembranças

e memórias armazenadas. A habitual lida com os pensamentos intencionais, controla os batimentos cardíacos, a temperatura do corpo, está centrada no momento presente em detrimento das situações e experiências passadas (MARTIN, 2009).

Para Dobelli (2013), o mundo atual recompensa a reflexão e a ação independente, as quais são trazidas pela mente executiva, racional ou consciente. O comportamento intuitivo é desvantajoso, pois as decisões são tomadas de maneira inconsciente e podem desencadear a falsa sensação de que foram adotadas corretamente, porque são espontâneas e poupam energia. Entretanto algumas decisões tomadas irracionalmente resultam, muitas vezes, em sensações de raiva e arrependimento ou o cérebro humano procura razões lógicas para justificar a decisão impensada. A mente racional é desprovida de sentimentos e inibe a compulsão nas compras e o descontrole financeiro. Profissionais de *marketing* procuram agir sobre a mente inconsciente dos indivíduos ao criar propagandas, estratégias de mídia e novos produtos que atendam às supostas necessidades de consumo.

De acordo com Martin (2009), os hábitos são formados por conveniência e podem ser comportamentos simples ou complexos que se aprendem por meio do mecanismo da repetição. Conforme o contexto, o cérebro é ativado e responde inconscientemente às atividades requisitadas. Pode-se inativar um hábito, mas nunca eliminá-lo, de forma que, ao primeiro estímulo, possa ser ativado novamente. Um exemplo ocorre nos supermercados quando, ao adentrar com fome, o indivíduo tende a consumir mais ou a comprar por impulso quando se depara com guloseimas

próximas ao caixa. Portanto, as decisões racionais não levam as pessoas ao consumo exacerbado.

Assim como Kotler (2000, p. 183) afirma que os fatores culturais ajudam a moldar o comportamento consumidor, Martin (2009, p. 54) salienta que os pressupostos do aprendizado e da constituição dos hábitos são desencadeados pelos diversos anos em que se passa na escola, universidade e pós-graduação. Tais hábitos orientam os comportamentos e influenciam o dia a dia das pessoas sem que estas percebam. Por isso, quando necessário, é tão difícil trocar o cabeleireiro de vários anos, mudar os filhos de escola, frequentar restaurantes diferentes.

É nesse sentido que o mercado atua e é por esse motivo que 80% dos novos produtos fracassam ou vendem abaixo das expectativas. Um novo produto ou serviço precisa ser capaz de criar novos hábitos, manter hábitos já existentes ou substituir hábitos novos por antigos. As empresas devem explorar o modelo mental inconsciente a partir de modelos mentais existentes. A resistência à mudança ocorre porque, em processos como esse, os indivíduos têm que sair de uma situação conhecida para uma situação desconhecida (Coghlan, 1993; Steinburg, 1992). As resistências às mudanças de hábitos ocorrem em razão de diversos fatores, como lidar com o desconhecido, manter o *status quo* vigente ou sair da chamada zona de conforto.

A marca é um dos fatores de sucesso na formação dos hábitos. Muitos consumidores tornam-se fiéis porque acreditam e confiam na marca. No entanto, uma vez quebrada a confiança, Martin (2009) afirma que a fidelidade é rompida e jamais recomposta da mesma maneira. Por outro lado, importante mencionar que os

hábitos de consumo de uma determinada marca não são equivalentes a uma relação de amizade. Em outras palavras, as pessoas podem trocar a marca por causa do preço, do atendimento ou da qualidade, sem que tenham o sentimento de traição, diferentemente do que ocorre numa relação conjugal, por exemplo. Nesse caso, a mente executiva, consciente ou racional é ativada.

Segundo Varian (2006), a economia comportamental é um dos campos que estudam as escolhas do consumidor ou o comportamento real de acordo com o contexto. A psicologia econômica também busca melhor compreender o processo de decisão, de formação de atitudes e de mudanças, reações à publicidade. De acordo com Ferreira (2008), tal disciplina enfoca o processamento das informações dos consumidores, as determinantes motivacionais do comportamento, o processo de decisão em famílias ou grupos, além das diferenças individuais e culturais no comportamento do consumidor.

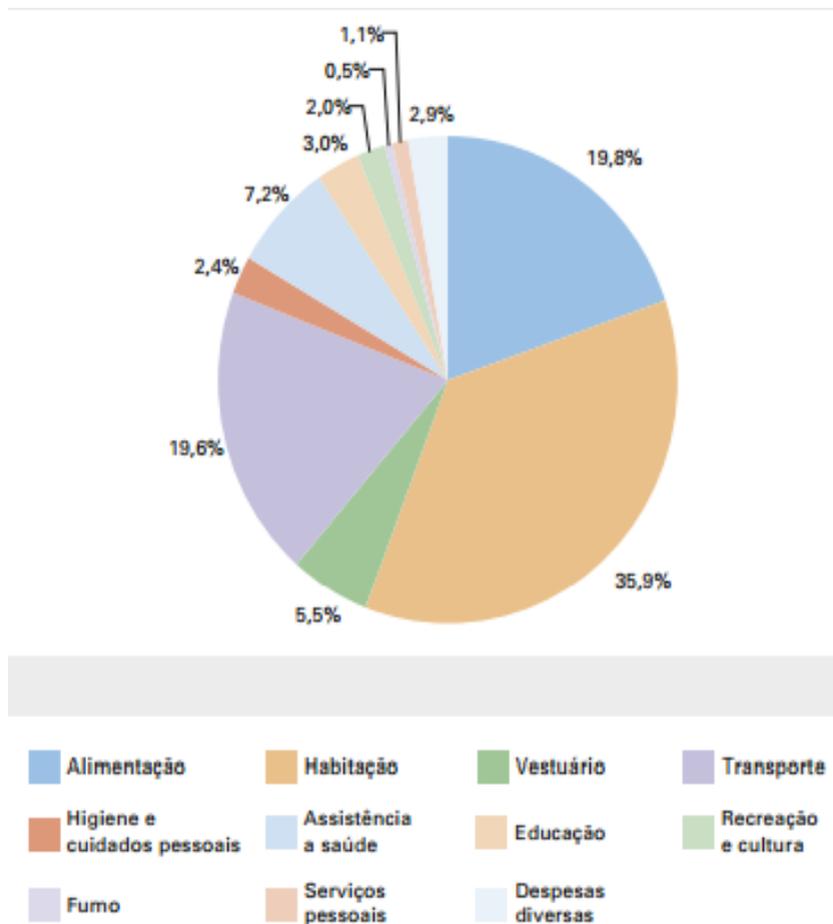
A partir disso, evoluiu-se para o *marketing* comportamental, cujo objetivo é não só compreender os hábitos dos consumidores como também efetuar vendas de forma automática, ou seja, sem que o consumidor pare para pensar no que comprou. Isso ocorre a partir do despertar das emoções, atitudes e crenças, em que se utilizam mecanismos como a descoberta, a compra e o uso (MARTIN, 2009).

A descoberta envolve o despertar das necessidades dos consumidores para o conhecimento de novos produtos e serviços, de forma que efetivamente comprem e usem o produto ou serviço. Como o comportamento habitual está ligado ao reforço, faz-se com que o consumidor não só deguste o novo produto

ou serviço como também crie o hábito de consumi-lo rotineiramente. Os supermercados estão repletos de promotores de vendas, que oferecem degustação de alimentos nos corredores na tentativa de convencer os clientes a consumirem. Porém, se o cliente comprar, levar para casa e a experiência que tiver com o produto ou serviço for negativa, não haverá o comportamento voltado para o consumo, pois as emoções negativas, como demora no cozimento, falta de explicações sobre o uso, sabor desagradável, no caso de alimentos, por exemplo, inibem a formação de hábitos. Por outro lado, fatores positivos, como o encantamento, a facilidade no uso e a conveniência, induzem a repetição e orientam a formação do hábito (MARTIN, 2009).

De acordo com a Pesquisa sobre Orçamento Familiar (2008-2009) realizada pelo IBGE, os hábitos de consumo refletem as percepções e comportamentos dos consumidores. Ao todo, são 11 os tipos de despesas de consumo em relação à despesa total monetária e não monetária por classes de rendimento no Brasil. A participação no orçamento das famílias está na seguinte ordem percentual decrescente: habitação (35,9%), item com maior peso na estrutura de consumo familiar, seguida por alimentação (19,8%), transporte (19,6%), assistência à saúde (7,2%), vestuário (5,5%), educação (3,0%), despesas diversas (2,9%), recreação e cultura (1,1%), higiene e cuidados pessoais (2,4%), serviços pessoais (2,0%) e fumo (0,5%).

Gráfico 1 - Distribuição das despesas de consumo monetária e não monetária média mensal familiar, por tipo de despesa – Brasil – período 2008-2009



Fonte: IBGE, 2015.

O gráfico 1 apresenta despesas que refletem os hábitos dos consumidores brasileiros. No item habitação, os hábitos são voltados para aluguel, serviços, taxas, condomínio, energia elétrica, telefone fixo, telefone celular, pacote de telefone/TV/internet, gás doméstico, água e esgoto, mobiliário, manutenção do lar, artigos do lar, eletrodomésticos, consertos de artigos do lar.

O item alimentação engloba os hábitos de consumo voltados para os alimentos no domicílio (cereais, leguminosas e oleaginosas, farinhas, féculas e massas, açúcares e derivados, legumes e verduras, frutas, carnes, vísceras e pescados, aves e ovos, leites e derivados, panificados, óleos e gorduras, bebidas e infusões, alimentos preparados e outros alimentos).

As despesas com transporte urbano envolvem a aquisição de veículos, viagens esporádicas, gasolina para veículo próprio, álcool para veículo próprio, manutenção, acessórios e outros não relatados.

As despesas com assistência à saúde incluem remédios, plano/seguro-saúde, consulta e tratamento dentário, consulta médica, tratamento médico e ambulatorial, serviços de cirurgia, hospitalização, exames diversos, material de tratamento e outros não especificados.

Com relação à educação, os hábitos levantados entre os componentes da família foram cursos regulares, cursos superiores, outros cursos e atividades, livros didáticos e revistas técnicas, artigos escolares e outros não citados.

O item vestuário inclui roupa de homem, roupa de mulher, roupa de criança, calçados, apetrechos, joias, bijuterias, tecidos e armarinhos. Para os hábitos relativos à recreação e à cultura, descrevem-se brinquedos e jogos, celular e acessórios, periódicos, livros e revistas

não didáticos, recreação e esportes, outros não relatados.

Em relação à higiene e a cuidados pessoais, os hábitos são voltados para o consumo de perfume, produtos para cabelo, sabonete, instrumentos e produtos de uso pessoal.

Os serviços pessoais envolvem hábitos como cabeleireiro, manicuro e pedicuro, consertos de artigos pessoais, outros.

Em despesas diversas, incluem-se jogos e apostas, comunicação, cerimônias e festas, serviços profissionais, imóveis de uso ocasional, impostos, contribuições trabalhistas, serviços bancários, pensões, mesadas, doações, previdência privada, imóvel aquisição, imóvel reforma, prestação do imóvel, empréstimo.

Por fim, o último hábito analisado inclui despesas com fumo, que incluem cigarros, charutos, fumo para cachimbo, fumo para cigarros e outros artigos para fumantes, como fósforos e isqueiros.

A partir de alguns estudos, bem como a utilização dos indicadores prioritários de consumo levantados pela POF (2008-2009), definiu-se para a presente pesquisa o quadro 2 referente aos hábitos voltados para o consumo.

Quadro 1 - Indicadores prioritários e hábitos de consumo

Indicadores prioritários de consumo: Habitação		
Implicações: Variáveis socioeconômicas e estrutura de consumo		
Hábitos de consumo:		
- Características dos chefes do domicílio (idade, sexo, grau de instrução e renda) - Condições de ocupação (próprio, alugado, em processo de aquisição/financiamento)	- Grau de sofisticação - Localização - Número de moradores por domicílio - Preço	- Rendimento das famílias, segundo as características do chefe do domicílio - Tipo de domicílio (casa, apartamento)
Autores: RODRIGUES et al., 2007.		
Indicadores prioritários de consumo: Alimentação		
Implicações: Variáveis culturais, psicológicas, psicográficas e tendências alimentares		
Hábitos de consumo:		
- Atendimento - Conveniência - Disponibilidade de produtos - Embalagem - Falta de tempo e praticidade	- Fidelidade - Forma de pagamento - Informação nutricional	- Localização - Preço e qualidade - Sabor - Validade - Variedade
Autores: ALMEIDA e AFONSO, 1997; REZENDE et al., 2009; Rodrigues et al., 2014		
Indicadores prioritários de consumo: Transporte		
Implicações: Medidas psicológicas, percepção de qualidade, validade e precisão		
Hábitos de consumo:		
- Autonomia - Conforto - Conveniência - Economia	- Facilidade - Frequência - Materialismo - Meio de locomoção	- Qualidade e segurança - Sustentabilidade - Tempo e distância nos deslocamentos - Velocidade e estresse
Autores: CRISTO, 2013; DINIZ, 2015 e EDENRED, 2016		
Indicadores prioritários de consumo: Assistência à saúde		
Implicações: Variáveis socioeconômicas e psicológicas		
Hábitos de consumo:		
- Acessibilidade - Capacidade de pagamento - Confiança e credibilidade	- Comodidade - Custo - Familiaridade	- Privacidade - Reputação - Usabilidade
Autores: FLAVIAN e GURREA 2007, 2008); (COBA et al., 2012.		
Indicadores prioritários de consumo: Vestuário		
Implicações: Fatores culturais, sociais e psicológicos tais como motivação, personalidade e percepções		
Hábitos de consumo:		
- Conformidade - Competitividade - Diferenciação - Fonte de informações	- Forma de pagamento - Influências - Local - Marca	- Materialismo - Predisposição - Situacionais - Sociabilidade
Autores: CAIXETA et al., 2012; CUNHA, 2015 e DINIZ, 2015; CRN, 2016.		

Continua

Indicadores prioritários de consumo: Educação		
Implicações: Valores sociais e princípios pessoais como, comportamento, e psicológicos como crenças, normas e atitudes.		
Hábitos de consumo:		
- Amor - Colaboração - Felicidade - Honestidade	- Humildade - Liberdade - Paz - Respeito	- Responsabilidade - Simplicidade - Tolerância - Unidade
Autores: CARIDA, 2011.		
Indicadores prioritários de consumo: Despesas diversas		
Implicações: Fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos		
Hábitos de consumo:		
- Ansiedade que gera necessidade por consumir - Bem-estar conquistado pela aquisição de produtos - Busca de interatividade com o mundo virtual - Compra atenua sofrimentos - Compras ocasionais em datas	- Consulta frequente do saldo ou extrato bancário - Crediário - Contribuição para previdência privada	- Disponibilidade de crédito bancário (empréstimo pessoal) - Diversão ocasional ou compulsão por jogos e apostas - Estabilidade - Funcionalidade
Autores: Pesquisa CNI-IBOPE, 2012; CARVALHO e ALVES, 2012; SILVA, 2014; GAZETA DE ALAGOAS, 2016.		
Indicadores prioritários de consumo: Recreação e cultura		
Implicações: Indicadores socioculturais, padrão de consumo e hierarquias sociais		
Hábitos de consumo:		
- Andar de bicicleta, patins, skate - Assistir TV, ouvir música - Computador de mesa, <i>tablet</i> , celular, internet - Conversar com amigos - Curso de artes/música - Domínio de idiomas - Fazer compras - Fotografia e filmes - Frequência no uso do cartão de crédito - Hobbies/Prática esportes/Academia/Ginástica - Imóvel de lazer - Incapacidade de controlar o impulso -Cheque especial e salário	- Namorar, ir à igreja, praia ou ficar em casa - Cinema, teatro, dança, shows - Irritação, sudorese, taquicardia, tremor e sensação de desmaio devido à falta de comprar - Jogos eletrônicos - Leitura de jornais, revistas e notícias não escolares - Pagamento de multa e imposto - Presentes	- Pesquisas escolares - Projeto de vida para o futuro - Remorso e decepção após a compra - Quantidade de livros que possui - Recompensas - Tipos de culinárias apreciadas - Turismo - Vícios de jogar e apostar - Visita a parentes, parques e áreas verdes
Autores: LAGE e MILONE, 1995; FERREIRA, 2003.		

Indicadores prioritários de consumo: Higiene e cuidados pessoais		
Implicações: Influências ambientais, sociais e culturais no consumo		
Hábitos de consumo:		
- Aparência - Ascensão social - Autoestima - Bem-estar - Beleza - Busca pela perfeição corporal - Casamento - Compra por impulso - Corporeidade	- Equilíbrio - Facilidade de acesso - Felicidade a qualquer preço - Feminilidade - Igualdade - Marca - Mito da beleza - Moda - Obsessão estética	- Poder - Promoção e lançamentos - Qualidade - Realização pessoal - Reconhecimento profissional - Sexualidade - <i>Status</i> - Vaidade
Autores: FELERICO, 2012; BECKER et al., 2015.		
Indicadores prioritários de consumo: Serviços Pessoais		
Implicações: Atributos culturais, influências sócio-históricas e dinâmicas sociais		
Hábitos de consumo:		
- Aceitação social (aparência, preguiça, baixa autoestima, falha moral) - Amizade influencia a prestação do serviço - Comodidade - Conformidade - Construção da identidade (papéis sociais, relacionamentos, imagem corporal, experiências, posses materiais e virtuais) - Culto e ritual de beleza, procedimentos estéticos - Elegância - Especialização - Especificações - Exclusividade	- Expectativa - Fidelidade - Futilidade - Garantias - Hedonismo - Imediatismo - Individualidade, interesse particular - Lealdade - Liberdade de escolha do serviço - Qualidade da experiência (percepção, gosto, tangibilidade, confiabilidade, responsividade, garantia e empatia)	-Relação de confiança - Reputação - Satisfação (intenção de retorno, sentimento de prazer ou desapontamento) - Significados simbólicos (produtos, marcas, propagandas, ambientes de varejo)
Autores: OLIVEIRA et al., 2009; ARAUJO, 2014 e SHECAIRA, 2014.		
Indicadores prioritários de consumo: Fumo		
Implicações: Representação social, fatores motivacionais, estímulos ambientais, condicionamentos psicossociais e ações biológicas da nicotina		
Hábitos de consumo:		
- Alívio do estresse - Autoafirmação - Autonomia - Conquista - Curiosidade em experimentar - Dependência - Fama e glamour - Ideal de autoimagem (beleza, sucesso e liberdade)	- Independência - Masculinidade - Meio de convívio do indivíduo - Objeto de prazer - Propaganda e marketing - Poder - Ritual	- Satisfação - Sensualidade - Símbolo de força - Sociabilidade - Solidão - Visualização do cigarro como atrativo pessoal - Vitória
Autores: SILVA, 2012; OLIVEIRA e GUIMARÃES, 2014.		

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos autores supracitados.

Os hábitos de consumo contribuem para o levantamento das razões que levam as pessoas a consumir, por que costumam comprar, onde e quando compram, quais valores estão dispostas a desembolsar por um produto ou serviço, se priorizam o necessário em detrimento do desejável e com que frequência realizam as compras.

3.3.3 Necessidades e desejos

É cada vez mais comum a crença de que o mercado incentiva as pessoas a consumirem a partir da transformação dos desejos em necessidades. Kotler (2000) afirma que o mercado não cria necessidades, mas sim influencia desejos em conjunto com os fatores sociais. Segundo o autor, as necessidades já existem e são forças básicas que levam as pessoas a satisfazerem algo, mais superficiais que os desejos. As necessidades são itens dos quais os indivíduos precisam, independentemente dos anseios de ter, possuir, usufruir.

Os desejos e o comportamento de compra dos consumidores são influenciados por fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos, sendo que os fatores culturais como, tais quais a cultura, a subcultura e a classe social, são os que exercem maior influência sobre os consumidores. As compras, desencadeadas pelas necessidades e desejos dos indivíduos, partem de fatores psicológicos predominantes, como: motivação, percepção, aprendizagem, crenças e atitudes (KOTLER, 2000; ROSADO, 2010; SEBRAE, 2016).

O Quadro 2 sintetiza os fatores que influenciam o comportamento de compra dos consumidores:

Quadro 2 - Fatores de influência no comportamento de compra

Culturais	Sociais	Pessoais	Psicológicos
Cultura	Grupos de referência	Idade e estágio de vida	Motivação
Subcultura	Família	Ocupação	Percepção
Classe social	Papéis e posições sociais (<i>status</i>)	Condição econômica	Aprendizagem
		Estilo de vida	Crenças e atitudes
		Personalidade e auto-imagem	

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Kotler (2000).

No que concerne aos fatores culturais, descreve-se que a cultura é constituída por subculturas que emergem da nacionalidade, da religião, dos grupos raciais e das regiões geográficas. O indivíduo adulto recebe, desde criança, valores, percepções, hábitos e preferências da família ou instituições e desenvolve o comportamento de compra a partir disso. Esse mesmo indivíduo está inserido numa classe social a partir da ocupação, grau de instrução, área de residência e renda percebida. Destaca-se, nos grupos sociais, a homogeneidade no comportamento consumidor, bem como no vestuário, no padrão de linguagem, no grau de instrução e propriedades. Ainda que sejam admitidas as heterogeneidades comportamentais, como ascensão ou declínio social, a orientação para valores é semelhante nos mesmos grupos.

Entre os fatores psicológicos citados, destaca-se a motivação, que parte do pressuposto que os indivíduos possuem necessidades a todo o momento e devem agir em favor delas. Algumas são fisiológicas, como a fome, a sede e o desconforto; outras são psicológicas, como a necessidade de reconhecimento, estima, integração. As

teorias de Freud, Maslow e Herzberg são as mais conhecidas nessa área.

A teoria de Freud aborda as forças psicológicas, em que os indivíduos não entendem por completo as próprias motivações e tomam decisões pelo consumo de marcas de maneira inconsciente. Essa teoria é reforçada por Dobelli (2013), que afirma ser ilusório acreditar na tomada de decisões de compra inteiramente com base no pensamento consciente sem levar em consideração as emoções. É como o indivíduo tentar controlar o crescimento dos cabelos.

A teoria de Herzberg debate a existência de dois fatores que influenciam as necessidades: os fatores de satisfação, ditos “satisfatores”, e os de insatisfação, os “insatisfatores”. É necessário que haja fatores “satisfatores” para que o indivíduo seja incentivado a consumir.

A teoria de Maslow associa as necessidades à motivação humana, por isso, é também conhecida como a teoria das necessidades. Com base nessa teoria, as pessoas buscam satisfazer, inicialmente, as necessidades primárias, básicas ou fisiológicas (ar, água, comida, excreção, sono, homeostase, sexo, repouso, vestuário e moradia) para, em nível hierárquico de menor urgência, suprirem as necessidades primárias de segurança (física, material e moral) e, na sequência, proverem as necessidades secundárias, psicológicas ou superiores, como as sociais (amor, afeto, comunicação, amizade, pertencimento e intimidade sexual), de estima (autoestima, confiança, respeito ao próximo, reconhecimento e *status*). Por fim, aparecem as necessidades de autorrealização (moralidade, criatividade, superação, espontaneidade, ausência de

preconceitos, aceitação dos fatos, desenvolvimento e realização pessoal).

A teoria de Maslow serve, principalmente, como pilar explicativo do consumo quando prediz que os seres humanos tendem a satisfazer as necessidades primárias antes de buscar níveis mais altos na pirâmide. No entanto as teorias isentam-se de abordar fatores secundários, como a beleza, a justiça, a ordem, além de desconsideram a possibilidade de o ser humano não obedecer à sequência apresentada. Assim, essas teorias consideram todas as pessoas num mesmo plano ou contexto, com o estado presente do ser humano com foco no futuro, sem levar em conta fatores culturais passados (MOTTA e VASCONCELOS, 2002).

Na visão de Raymundo (2010), a necessidade é uma condição insatisfatória do consumidor, que desencadeia o desejo de ter aquilo que ainda não possui. O desejo de obter algo sonhado é ultrapassado pelo consumo vital daquilo que é essencial ao ser humano. Há quem afirme, inclusive, que o desejo é infinito e insaciável. Enquanto a necessidade é guiada pelo desconforto nas condições físicas e psicológicas individuais, o desejo acontece quando se tenta ultrapassar o estágio de conforto mínimo do ser humano no que tange às condições físicas e psicológicas.

Em analogia à gastronomia, entende-se o alimento como necessário e a culinária como um desejo. Em relação ao automobilismo, concebe-se um carro popular como necessidade, enquanto um carro de luxo como desejo pelo *status* elevado, pelo prestígio entre os semelhantes. Os desejos surgem a partir da satisfação das necessidades, que são determinadas pelas características físicas do indivíduo e do meio ambiente,

em contraposição aos desejos, que são desencadeados pelo contexto sócioeconômico do indivíduo e do ambiente em que está inserido.

Portela (2012) afirma que todo processo de compra passa por uma necessidade que pode ocorrer por meio de sensações internas (fome, desejo de impressionar alguém, desejo de autoafirmação ou *status*) ou estímulos externos (anúncio de revista ou convite para casamento).

Segundo Cervi *et al.*, (2015) o desejo é algo que permite liberdade para que se possa imaginar e sonhar. Afirma-se, ainda, que o consumo atual tem baixa relação com a satisfação das necessidades básicas e busca corresponder aos desejos por intermédio da satisfação plena dos consumidores. Para isso, o mercado investe no lançamento de novos produtos e serviços e na maximização do consumo desenfreado.

Para a Fundação LAMF (2016), os indivíduos possuem necessidades não atendidas e desejos não realizados. As necessidades referem-se aos aspectos básicos da condição humana e os desejos são manifestações da vontade. No mundo atual, os indivíduos necessitam de: alimentação, vestuário, moradia, acesso à energia elétrica, telefonia, água e esgoto, educação de qualidade e emprego. Já os desejos atuais ficam bem caracterizados pelo carro novo, apartamento na praia, televisor maior, celular mais moderno, promoção no emprego, sala mais ampla no trabalho, conquista de maior fatia de mercado, viagens ao exterior. Ademais, os desejos podem ser controlados, postergados ou modificados, diferentemente das necessidades, como a fome, o frio, a doença, que precisam ser rapidamente atendidas.

As necessidades e desejos representam vasto campo de exploração do *marketing*, cujo foco de interesse é entender os hábitos e comportamentos dos consumidores, ou seja, como os consumidores tomam as decisões de aquisição ou utilização de produtos e serviços. Dessa forma, investe-se na ampliação e na criação de novas alternativas de ganhos, comandadas pela oferta e pela procura e canalizadas pelas motivações egoístas e interesseiras dos homens (MOTTA e VASCONCELOS, 2002; KALIL; GONÇALVES FILHO, 2012).

A presente pesquisa utilizou-se de instrumento de coleta de dados com modelo de questões semelhante ao de Rogers, Rogers e Securato (2015). Entretanto, em vez de elencar itens de consumo, cujos respondentes deveriam classificar como itens de necessidade ou de luxo, a pesquisa em questão apresentou frases relacionadas aos indicadores “necessidades” e “desejos”. A partir disso, delineou-se o perfil da comunidade, a fim de moldar a cartilha de planejamento e de controle do orçamento doméstico com base no perfil traçado.

Na sequência, serão apresentadas algumas pesquisas relacionadas ao consumo, hábitos de consumo, necessidades e desejos.

3.3.4 Pesquisas relacionadas ao consumo, hábitos de consumo, necessidades e desejos

No que se refere aos estudos que envolvem consumo, destacam-se algumas pesquisas, entre as quais a de Ferreira (2003), que analisou a associação entre capital cultural e estilos de vida nos vestibulandos

de quatro universidades públicas da cidade do Rio de Janeiro, em 1990.

Os resultados revelam que a relação entre o consumo literário, as práticas culturais e as desigualdades sociais produz a segmentação do público pré-universitário em três macrossegmentos: estudantes com grande capital cultural e poucos recursos financeiros, vestibulandos com pouco acesso ao consumo cultural e alunos com características comuns ao primeiro e ao segundo grupos citados. Enquanto universitários, persistem as desigualdades no acesso à cultura e reflexos sobre o papel do curso superior. No futuro, essas lacunas culturais se estenderão para o mercado de trabalho em que os profissionais irão atuar.

Maraga, Campos e Nazel (2007) propuseram um modelo de avaliação das diferenças e semelhanças entre os fatores psicográficos de lealdade à marca de um produto e da fidelidade a um supermercado, conforme ilustrado no quadro 3.

Quadro 3 - Causas psicográficas que influenciam a lealdade à marca de um produto e a fidelidade a um supermercado

Constructos	Características psicográficas
Consciência pelo preço	Buscar preços mais baixos
Qualidade dos produtos	Valoriza produtos de alta qualidade
Lealdade a uma marca	Raramente troca marcas de produtos
Fidelidade a um supermercado ou loja	Faz um esforço para comprar habitualmente no mesmo supermercado
Aversão ao risco	Não gosta de correr riscos
Busca de variedade	Comprar sempre a mesma marca

Fonte: Maraga, Campos e Nazel (2007).

Os autores realizaram 300 entrevistas pessoais com um público homogêneo de mulheres maiores de 18 anos de idade, em 6 supermercados de Santiago, no

Chile. As mulheres são as grandes responsáveis por mais de 70% das compras em supermercados. As entrevistas eram realizadas assim que as consumidoras saíam dos supermercados em diferentes dias e horários da semana.

Os resultados apontaram que os consumidores com maior consciência por preço têm menor propensão a ser leais a uma marca de produto; aqueles avessos a risco têm uma maior propensão a ser leais a uma marca de produto e, com o tempo, tornam-se fiéis ao supermercado. Os consumidores que valorizam a qualidade dos produtos são mais propensos a ser leais a uma determinada marca e aqueles que buscam variedade têm uma menor propensão a ser leais a uma marca de produto.

Tais implicações servem tanto para a indústria de *marketing*, que objetiva a venda de mais produtos em supermercados, como para os consumidores ficarem mais atentos às práticas de mercado que influenciam os gastos e elevam o nível de endividamento das pessoas.

Rodrigues *et al.* (2007) pesquisaram 346 residências em Viçosa–MG, utilizando a POF dos períodos de 1991/1992 e 2005. Evidenciaram que o elevado índice de crescimento populacional no município de Viçosa-MG provocou mudanças nos hábitos de consumo dos moradores, em razão das alterações na renda familiar. A população passou a destinar mais recursos para educação, lazer e transporte e reduziu gastos com itens básicos, como alimentação e vestuário. Os autores afirmam que, além da renda, as alterações no padrão de consumo da população podem ocorrer em virtude de mudanças na qualidade de vida, do aumento do grau de instrução e da melhora da expectativa de vida.

Oliveira *et al.* (2009) realizaram pesquisa bibliográfica e levantamento de campo em empresa prestadora de serviços de desenvolvimento de *software* para gestão comercial sediada na cidade de Lorena-SP. Os autores, em contato com os clientes da empresa *Way Systems*, buscaram entender os aspectos motivadores de escolha que influenciam a contratação de serviços de desenvolvimento de *software* para a gestão comercial e o processo pelo qual se tornam fiéis à empresa.

Os resultados apontam para a satisfação do cliente como forma de fidelização à empresa. A fidelização favorece o relacionamento e um diálogo voltado para uma maior entrega dos desejos e necessidades dos clientes. Essa fidelização dá-se pela confiança depositada na empresa, em razão da garantia e da qualidade dos serviços oferecidos, pela rapidez no atendimento e na solução customizada requerida pelos clientes.

Sabe-se que manter clientes já existentes implica custo inferior à conquista de novos, por isso, as estratégias organizacionais devem estar voltadas para a gestão do relacionamento acima de tudo.

Carida (2011) buscou os hábitos e comportamentos dos alunos das escolas primárias da Grécia no que tange à compra e à administração de produtos e serviços voltados para os padrões de consumo moderno. O autor apresenta 4 papéis do consumo:

1. Papel funcional: consumo atende às necessidades básicas de alimentação, abrigo, turismo e entretenimento;

2. Papel sociológico: consumo é determinado por simbolismos ideológicos, valores culturais e estruturas sociais (sexo e *status* social, por exemplo);
3. Papel psicológico: consumo tem impacto significativo para o indivíduo no desenvolvimento da identidade, autoimagem, preferências, desejos e opções;
4. Papel econômico: o consumo está ligado à força econômica, à globalização, ao fácil acesso ao crédito e às políticas de *marketing*;

A partir disso, desenvolveu 5 modelos de comportamento numa visão multidimensional dos consumidores: modelo de escolha racional, modelo social psicológico, modelo moral e normativo, modelo da questão de hábito e o modelo da sociabilidade e automodelo.

Algumas críticas do autor baseiam-se na ideia de que os consumidores tomam decisões de compra com base na emoção, em vez da razão. Muitas decisões são tomadas com pouca deliberação consciente, uma vez que o homem age a partir de um mecanismo de rotinização de comportamentos cotidianos, além de estabelecer comportamentos habituais que minam as melhores intenções de mudança. Alguns comportamentos de compra são motivados por tendências de solidariedade intragrupo e competição intergrupo.

Por fim, afirma o autor que a mudança de comportamento é difícil de acontecer. Sugere que, para haver uma mudança, as pessoas devem desenvolver o pensamento crítico, congelar velhos hábitos, formar novos e compreender a lógica social em que os

comportamentos individuais são incorporados, a fim de agir com a razão, em detrimento da emoção.

Caixeta (2011) analisou as diferenças entre grupos de seguidores católicos e evangélicos nos comportamentos e atitudes referentes ao consumo de artigos de vestuário. Aplicaram-se 371 questionários, sendo 175 para adeptos do catolicismo e 196 para evangélicos da Igreja Assembleia de Deus. Todos moradores do município de Patos de Minas-MG.

Os resultados comprovam a influência que a doutrina e os líderes religiosos exercem sobre os grupos. Os fatores analisados foram: motivações de conformidade com o grupo, sociabilidade, situacionais, diferenciação, competitividade, influências dos acompanhantes na escolha do local e das fontes de informações.

Entre esses, a sociabilidade, a competição e a conformidade com o grupo foram os que mais determinaram a formação dos hábitos voltados para o consumo de artigos de vestuário, sendo que seguidores da doutrina evangélica são mais influenciados para o comportamento de compra de artigos de vestuário do que os da doutrina católica.

A pesquisa de Coba *et al.* (2012) descreve hábitos voltados para o consumo de informação periódica pela internet de acordo com 6 variáveis, conforme o quadro 4 a seguir:

Quadro 4 - Hábitos de consumo de notícias na internet

Usabilidade	Grau de esforço necessário para acesso à <i>web</i> .
Acessibilidade	Facilidade de acesso ao conteúdo jornalístico no website .
Convergência	Integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e distribuição das plataformas digitais em diversos idiomas.
Interatividade	Possibilidade de dar opiniões em um fórum, resposta do autor do artigo de jornal e / ou compartilhar com outras pessoas leitores informações através da Internet ou outros meios.
Personalização da notícia	Capacidade de consumir de acordo com tópicos de notícias.
Posicionamento estendido	Relação com o posicionamento do meio em sua versão tradicional.

Fonte: Coba *et al* (2012).

A pesquisa evidenciou que os leitores têm o hábito de buscar versões digitais em formatos tradicionais já conhecidos. Com relação aos critérios de consumo, ressalta-se que o *design* de uma página na *web* e as ferramentas de comunicação visual são elementos que reafirmam a qualidade de uma página informativa na *web*. Os consumidores colombianos de notícias na internet detêm claramente as características que não podem faltar na escolha de uma página informativa *on-line*, em particular as associadas à usabilidade e à acessibilidade do *site*.

Por intuição, os autores deduzem que nem todos os leitores têm a mesma habilidade para encontrar os conteúdos em páginas diferentes das habituais. Por essa razão, deveria haver uma padronização das páginas de notícias, para que meios de comunicação colombianos analisassem se seus *sites web* cumprem os atributos destacados como importantes para os interessados em

ler informações periódicas na internet. A interatividade foi destacada como um critério necessário para prover a personalização e a interação entre os leitores e os autores das notícias, principalmente nas redes sociais como *Facebook* e *Twitter*.

Por fim, os meios de comunicação digital precisam mostrar de forma clara aos usuários as vantagens que podem obter tanto em comunicação como em tempo de acesso, de forma a fidelizar os consumidores a acessarem frequentemente o mesmo meio de acesso.

Carvalho e Alves (2012) traçaram, a partir Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) 2002-2003 do IBGE, o perfil de consumo dos arranjos familiares no Brasil. Os dados revelaram que a composição familiar junto com os distintos provedores de renda influencia o equilíbrio do orçamento familiar e o ciclo de vida das famílias. Questões sociodemográficas dos membros, como a idade, escolaridade e, principalmente, o gênero do responsável, também implicam comportamentos diferentes de consumo.

Cristo (2013) pesquisou se o hábito de usar automóvel teria relação com o transporte coletivo ruim e constatou que tal hábito possui maior relação com o hábito em si do que com a qualidade do transporte coletivo (ônibus urbano). Portanto, uma percepção de melhoria do transporte coletivo teria pouca influência na redução do uso habitual do carro. Assim, as políticas públicas de trânsito e transporte deveriam investir mais no sentido de minimizar o hábito de uso do automóvel, por meio de práticas tais quais o rodízio de veículos, a cobrança de taxas para circulação em determinados locais da cidade e o aumento das tarifas de estacionamento.

Rodrigues *et. al* (2014) propuseram estudo com 400 consumidores de Barra Mansa-RJ, no período de janeiro a março de 2012, para verificar o comportamento e hábitos de consumo dos frequentadores de um supermercado. Entre as variáveis analisadas, o preço e a qualidade foram os atributos de maior relevância para os consumidores.

Oliveira e Guimarães (2014) pesquisaram 10 acadêmicos de enfermagem da PUC Goiás para compreender os fatores socioculturais do hábito de fumar. Dos entrevistados, a maior parte eram mulheres, de 19 a 27 anos de idade e que já conheciam os malefícios do fumo e, mesmo assim, enfrentavam dificuldade em deixar o hábito de fumar, devido à aceitação social, à falta de vontade, ao prazer provocado pelo fumo, à impulsividade e à dificuldade em controlar o hábito. Nesse sentido, os programas de saúde devem investir no combate ao hábito de consumo do tabaco, mais do que na divulgação dos malefícios do cigarro, pois o fato de um indivíduo ser fumante não lhe dá certeza de que terá problemas de saúde.

Cervi *et al.* (2015) mapearam as pesquisas quantitativas relacionadas aos temas comportamento do consumidor e saciação e localizaram 731 estudos relacionados à saciação em 28 periódicos distintos. Destaca-se que os aspectos psicológicos, como as emoções, e, principalmente, os fatores cognitivos têm recebido grande enfoque nos estudos relacionados à saciação e ao comportamento do consumidor. O que torna relevante novos estudos nessa área.

Rosa (2015) descobriu, ao analisar os dados das Pesquisas de Orçamentos Familiares (POFs) de 2002/2003 e 2008/2009, que os padrões de gastos diferenciam-se em função da renda. De acordo com os

critérios de renda adotados, a classe baixa busca itens de consumo, como serviços de comunicação (telefone, televisão a cabo e internet), enquanto a alta discrimina-se pela busca de itens como automóveis e imóveis. Em ambos os casos, o perfil ideal de consumidor é aquele que satisfaz as necessidades reais, planeja-se para suprir os prazeres eventuais e programa-se com uma poupança para situações conflitantes ou tempos de crise.

Becker *et al.*, (2015) identificaram o perfil e as motivações de compra de 338 consumidores de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos do estado de Santa Catarina. Os entrevistados eram preponderantemente da iniciativa privada, tinham em média 26 anos de idade e recebiam aproximadamente dois salários por mês. Os hábitos de consumo eram voltados para os produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (colônias, sabonetes, perfumes e desodorantes). O gasto e a frequência de compra ficaram em R\$ 50,00 por mês. A vaidade, a autoestima e a realização pessoal foram os fatores preponderantes para a manutenção dos hábitos de consumo.

3.3.5 Endividamento, sobre-endividamento e inadimplência

De acordo com Zerrenner (2007), o endividamento ocorre quando um indivíduo apresenta uma ou mais dívidas. A composição das diversas dívidas acarreta o sobre-endividamento ou superendividamento, que, segundo Ferreira (2008), acontece quando o indivíduo não consegue colocar em dia os compromissos financeiros no momento presente e não vislumbra

solução futura para tais compromissos, entretanto consegue manter a subsistência familiar. Domingos (2011) reforça que ter dívidas adimplentes é diferente de não conseguir pagá-las, comprar a qualquer preço, de qualquer jeito, sem pensar nas consequências e num possível desequilíbrio financeiro.

Segundo estudo realizado por Zerrenner (2007), os indivíduos geralmente se endividam devido à falta de planejamento e de conhecimento sobre educação financeira, à alta propensão ao consumo, à baixa valoração do futuro e à necessidade de *status*. No que tange aos fatores econômicos ou externos, os indivíduos endividam-se em razão da alta taxa de juros, do desemprego, da desestabilização familiar e de problemas de saúde. Domingos (2011) assegura que a responsabilidade tanto pelo consumo como pelo endividamento inconsciente dos brasileiros e pessoas de outras nacionalidades está no analfabetismo financeiro. Especificamente na Alemanha, na França, na Bélgica, na Áustria e nos Estados Unidos, o sobre-endividamento dá-se principalmente em razão do desemprego, do falecimento do principal gestor financeiro da família, da separação judicial ou do divórcio e da má gestão orçamentária.

No Brasil, de acordo com Zerrenner (2007), o desemprego não só é causa de sobre-endividamento como também é o principal fator de inadimplência, que é quando indivíduo não consegue honrar os compromissos financeiros e coloca em risco a subsistência familiar.

Além do desemprego, como justificativa para a inadimplência, Diniz (2014) cita fatores situacionais ou imprevistos como: doença em família, descontrole de gastos, queda da renda, ter sido avalista (fato de ter emprestado o nome). Ferreira (2008) acrescenta a

insuficiência de renda e a pobreza extrema e Domingos (2011) assevera que as pessoas saem de casa para comprar itens essenciais, como pães, frios e sucos, e retornam com itens supérfluos, como uma bicicleta ergométrica, uma nova roupa de ginástica ou um par de tênis a mais para a coleção de 10 pares já existentes. Facilidades adquiridas com o uso do cartão de crédito que, nas mãos de compradores impulsivos, tornam-se um facilitador do endividamento.

Por isso, Borzekowski, Kiser e Ahmed (2007) destacam que o pagamento em dinheiro ou por meio do cartão de débito foi a saída encontrada por algumas famílias americanas para se livrarem das dívidas.

Ferreira (2008) afirma que o endividamento é maior na população de baixa renda, devido às restrições nos gastos. Um fato interessante é que, muitas vezes, os indivíduos não se percebem endividados, por desconsiderarem práticas frequentes como pagamento mínimo da fatura do cartão de crédito, uso recorrente do cheque especial, financiamento de longo prazo, como do imóvel ou do automóvel. Isso porque muitos incorporam mentalmente esses créditos como parte do patrimônio formado.

Portanto, a prática do endividamento reside no aspecto comportamental, em que, apesar das facilidades para obtenção de crédito, oferta massificada de produtos e serviços, complacência do sistema financeiro na renegociação de dívidas, morosidade da Justiça para fazer com que os indivíduos paguem as dívidas, o comportamento do endividado é de se vangloriar da quantidade de dívidas contraídas como forma de enaltecer o patrimônio. Assim, a aceitação social passa a ser um fato rotineiro na vida das pessoas que absorvem a cultura do endividamento como um mal necessário.

Algumas teorias reforçam os aspectos econômicos quando citam que os indivíduos se endividam porque possuem menor renda ou porque vislumbram maior renda futura.

Essa pesquisa aceita que existem 6 fatores que vão além desse contexto quando se trata de aspectos comportamentais. Tais fatores são: aceitação social, equiparação social, compras por impulso, desconhecimento da situação financeira, fatores imprevistos e atitudes frente ao uso de crédito.

a) **Aceitação social:** ocorre em razão de a dívida ser vista como algo banal inerente a todos e socializável entre os membros da família (FERREIRA, 2008). Referente a esse tema, desenvolveram-se questões que foram testadas na pesquisa de campo desta dissertação;

b) **Equiparação social:** quando os indivíduos tentam equiparar-se a outros que possuem padrões de gastos mais elevados e não conseguem, devido às restrições orçamentárias. As diferenças culturais dos indivíduos e o clima terrestre reforçam o aspecto do endividamento. Isso porque estudos comprovam que os indivíduos que residem em zonas com temperaturas mais frias tendem a poupar mais que os residentes em locais com temperaturas mais quentes (FERREIRA, 2008). Rogers, Rogers e Securato (2015) testaram esse fenômeno social com questões próprias desenvolvidas e que puderam ser adaptadas à pesquisa de campo desta dissertação;

c) **Compras por impulso:** quando os indivíduos compram sem planejamento, de forma emotiva ou na impulsividade do momento (METTE e MATTOS, 2014). Por meio da escala de Faber e O'Guinn (1992), testada por Matos e Bonfanti (2008),

Stefanini e Oliveira (2014) e Rogers, Rogers e Securato (2015), determinou-se uma escala de compras compulsivas. Essa escala é composta por 7 itens em nível de concordância/discordância, estilo Likert e serviu como referencial para esta pesquisa;

d) **Desconhecimento da situação financeira:** quando os indivíduos desconhecem a própria situação financeira, além da renda, da poupança e das dívidas. Kim e Garman (2003) validaram escala sobre o “Estresse Financeiro” que representa a percepção subjetiva dos indivíduos em relação às próprias finanças. Kim e Garman (2003) afirmam que, juntamente com a situação econômica de um país, um alto estresse financeiro pode indicar baixa educação financeira e, para Gilligan (2012), representa um resultado frequente da má gestão financeira. No âmbito desta pesquisa, a escala de estresse financeiro forneceu indícios suficientes para que fosse utilizada como referencial;

e) **Fatores imprevistos:** segundo Zerrenner (2007) e Mette e Matos (2014), o desemprego, a dificuldade nos negócios, o divórcio, o fato de pessoas tomarem o crédito em nome de outras e as doenças na família são, muitas vezes, razões para o endividamento. Nesse sentido, elaboraram-se questões que pudessem testar esse fenômeno na comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC;

f) **Atitudes frente ao uso de crédito:** as atitudes favoráveis ou desfavoráveis que os indivíduos têm em relação ao crédito e à predisposição para o endividamento. Nicácio Silva (2008) validou, no Brasil, uma escala de atitudes frente ao crédito. Para o âmbito desta pesquisa, em vez de escala,

quantificaram-se respostas que, em conjunto, mediram tais atitudes na amostra escolhida.

A solução para a redução do endividamento e a consequente inadimplência parece ser uma mudança nos hábitos de consumo. De acordo com a Folha de São Paulo (2015), mais da metade dos brasileiros, ou seja, 57% mudaram os hábitos de consumo para se adequar à nova realidade econômica do país.

Tabela 1 - Mudança nos hábitos de consumo para conter despesas

Porcentagem	Brasileiros
90%	Fazem mais pesquisas de preços antes de comprar
90%	Mudaram locais de consumo
77%	Reduziram despesas da casa
74%	Trocaram produtos por similares mais baratos
72%	Adiaram a compra de produtos de maior valor
63%	Trocaram de casa para reduzir custos
16%	Mudaram a escola dos filhos

Fonte: Folha de São Paulo, 2015.

Conforme a tabela 1, as mudanças nos hábitos de consumo refletem uma maior preocupação dos brasileiros em adquirir produtos mais baratos. Entre os entrevistados, 90% mudaram o local de consumo para comprometer menos o orçamento mensal. Do total de respondentes, 74% trocaram a marca dos produtos por similares mais baratos. Vale citar que essa não é a realidade de todos os brasileiros, pois, em muitas famílias, somente a troca não resolve a questão da redução do consumo; é necessário eliminar por completo

itens do orçamento, mesmo que sejam essenciais para a família.

Esses dados refletem que os consumidores estão mais preocupados em economizar, mesmo que para isso seja necessário e aceitável adequar o padrão de vida atual de acordo com a nova realidade econômica enfrentada.

Para equilibrar as finanças e fugir da inadimplência, algumas pessoas preferem solicitar auxílio para familiares, amigos, financeiras populares ou agiotas a ter que contatar os credores e renegociar as dívidas, o que pareceria algo mais sensato a ser feito. Se os indivíduos tivessem o hábito de guardar dinheiro, determinadas compras, como a de um imóvel, por exemplo, ocorreriam em 1/3 do prazo que se dispensa para o pagamento de um financiamento. Entretanto muitas decisões são imediatistas, tomadas com base na prestação que cabe no orçamento sem que se saiba a dimensão exata da dívida contraída e sem que haja mínima preocupação em manter uma reserva estratégica para situações emergenciais ou inesperadas, como uma internação hospitalar cujo plano de saúde não tenha cobertura ou um tratamento médico de longo prazo. A solução para evitar o aumento das dívidas é romper com o comportamento consumista, poupar antes de gastar. Deve-se fugir da visão míope que está pautada na falta de dinheiro e buscar uma visão parcial ou completa, em que a solução dos problemas financeiros dar-se-á por meio de instrumentos de controle orçamentário, como fórmulas, planilhas e cálculos ou, ainda, a partir de uma profunda mudança nos hábitos (DOMINGOS, 2011).

Santos e Souza (2014) relacionam as facilidades de obtenção de crédito, o consumo em excesso e o materialismo como fatores que têm relação direta com o

endividamento, entretanto o materialismo possui efeito indireto sobre a dívida. Relatam que as pessoas com renda mais baixa são as mais propensas ao endividamento, devido às facilidades proporcionadas pelas agências de crédito e instituições financeiras que acabam por contribuir para o aumento do consumo ou, ainda, para um consumo excessivo. O aspecto materialista reforça o poder que o dinheiro exerce na vida das pessoas, as possibilidades de acesso aos bens de consumo, a felicidade pessoal e o progresso social que proporciona.

Figueira e Pereira (2014) afirmam que a atitude frente ao uso do cartão de crédito e em relação ao dinheiro (poder, prestígio, sensibilidade ao preço e ansiedade), o autocontrole, as compras compulsivas e impulsivas são alguns antecedentes do endividamento. Todavia a propensão ao endividamento dos consumidores é fortemente influenciada pela atitude com o uso do cartão de crédito que está associada a compras compulsivas. Isso porque o cartão de crédito encoraja os consumidores compulsivos a gastar mais e a assumir maiores proporções de dívidas não pagas. Sugere-se uma conduta mais responsável dos consumidores com o intuito de prevenir o endividamento sempre que possível, mas, principalmente, em momentos de prosperidade econômica, que é quando aumenta o otimismo da população e os compradores elevam o nível de empréstimos contraídos e de consumo.

Com base nos conceitos revisados, serão construídas variáveis e indicadores que permitirão analisar se existe propensão ao endividamento na comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC. Com essas informações, será possível construir uma cartilha de

planejamento e de controle orçamentário adequada ao perfil analisado.

Na sequência, serão apresentadas pesquisas que abordam os temas: endividamento, sobre-endividamento e inadimplência.

3.3.6 Pesquisas sobre endividamento, sobre-endividamento e inadimplência

Com relação ao endividamento, destacam-se os estudos realizados por Borzekowski, Kiser e Ahmed (2007), que pesquisaram 1.501 famílias norte-americanas, de acordo com as características demográficas (escolaridade, renda, tipo de residência, tipo de uso do telefone, idade, gênero, raça, estado civil, quantidade de dependentes), sobre o uso do cartão de débito em detrimento do número de transações com o cartão de crédito.

Analisaram os padrões no uso de cartão de débito, as preferências dos consumidores pelo uso do débito e como os consumidores respondem às diferenças de preços nas transações com cartão. Do total de entrevistados, 1.301 eram titulares de conta corrente ou modalidade semelhante em uma instituição depositária e apenas 783 utilizavam cartão de débito.

Os resultados apontaram que os cartões de débito servem como o substituto principal do dinheiro ou cheques. A probabilidade de utilizar cartões de débito diminui com a idade, aumenta conforme o nível de escolaridade e as mulheres usam cartões de débito em um índice maior do que os homens. A conveniência é a principal razão para a utilização de cartões de débito. A frequência no uso de cartão de débito é menor para os

entrevistados mais idosos e maior para as famílias com crianças.

Os consumidores desaprovam as taxas cobradas pelos bancos para transações com cartões de débito. O consumidor que usa cartão de débito é aquele que tem expectativas negativas sobre o futuro. Por fim, os consumidores com pior situação financeira são mais propensos a usar cartões de crédito para burlar a falta de liquidez.

Zerrenner (2007) buscou entender as razões pelas quais as pessoas se endividam e realizou um total de 204 entrevistas com a população de baixa renda da cidade de Santo André-SP. Concluiu que 21,6% endividam-se devido a incidentes pessoais e familiares, 35,3% alegam ser consumistas e 43,1% endividam-se em função da falta de controle. O estudo não revela se, além de endividadas, as pessoas estão inadimplentes. Há que se verificar se existe uma relação entre o pensamento ao se endividar e a intenção para o não pagamento das dívidas.

Trindade, Rigui e Vieira (2012) analisaram os fatores que afetam a propensão ao endividamento entre 2.500 mulheres da Mesorregião Centro Ocidental Rio-grandense. Foram considerados os construtos: *status* social, preocupação, estabilidade, prazer, poder, orçamento, ilusão e materialismo.

Os resultados encontrados sugerem que, além da relação consumo e renda encontrada na literatura, existe uma propensão ao endividamento que está fortemente associada a questões comportamentais, como *status* social, preocupação e materialismo. Quanto maior o controle do orçamento das mulheres pesquisadas, menor a preocupação com o dinheiro, assim como, quanto maior a preocupação com questões de ordem

superficiais, como poder, prazer, *status* social e ilusão, maior a incidência em praticar atos materialistas e consumistas.

Assim, *status*, preocupação e materialismo estão associados positivamente com o endividamento. O perfil consumista, exposto pelo fator materialismo, a representatividade social, exibida pelo fator *status*, e a falta de técnica para lidar com dinheiro, representada pelo fator preocupação, podem influenciar a propensão ao endividamento das mulheres que vivem nessa Mesorregião. Tal estudo contribui para o melhor entendimento dos aspectos comportamentais, culturais e psicológicos que levam os indivíduos ao endividamento.

Santos e Souza (2014) analisaram a relação entre materialismo, consumo excessivo e propensão ao endividamento em uma amostra de 415 jovens catarinenses, com idade média de 21,13 anos de idade, 68,19% do sexo feminino, 83,13% solteiros, 68,67% trabalhavam e 85,3% moravam com familiares, companheiros ou amigos. Do total de entrevistados, as mulheres com menos de 20 anos foram as mais materialistas e endividadas.

Por outro lado, os homens, entre 21 e 30 anos, solteiros e das classes econômicas C e D foram os mais propensos ao endividamento. Do total de entrevistados, 48,92% admitiram ter algum tipo de endividamento, tais como: uso do cartão de crédito, carnês de lojas, financiamento de veículos, crédito pessoal, crediários, cheque, financiamento de casa, crédito consignado e cartão de débito.

O consumo excessivo apontou que as pessoas pesquisadas enfrentavam dificuldades no autocontrole dos gastos. Indivíduos de baixa renda não se mostraram preocupados com a reputação de devedor na sociedade,

não costumavam poupar para consumir no futuro e compravam produtos e serviços mesmo sem condições financeiras. Por outro lado, indivíduos da classe alta (A) conseguiam distinguir melhor as compras necessárias das supérfluas e, junto com a classe B, detinham comportamento equilibrado de consumo. Tais razões podem explicar o endividamento das pessoas de baixa renda.

Os pesquisadores confirmaram a existência de associação entre os três construtos analisados, sendo que o materialismo e o consumo excessivo influenciam o endividamento, entretanto não foi possível determinar a principal causa do endividamento.

Mette e Matos (2014) analisaram os fatores associados ao superendividamento em consumidores de baixa renda (classes D e E). Os autores entrevistaram com profundidade, em uma cidade do sul do país, 7 consumidores selecionados por conveniência com base no Programa de Auxílio ao Superendividado (PAS). Descreveram que as principais causas para a acumulação de dívidas não pagas são: as compras por impulso (aquisição de bens sem necessidade e com falta de planejamento), o pagamento do valor mínimo das faturas do cartão de crédito (aumento exponencial da dívida), o uso de financiamentos e empréstimos para aquisição de bens ou para pagar outra dívida (falsa sensação de renda disponível) e fatores imprevistos ou eventos não planejados (perda de emprego ou problemas de saúde na família). Segundo os autores, a classe de baixa renda é economicamente mais vulnerável e a com menor nível de educação financeira no Brasil. Portanto, está mais suscetível ao endividamento e a fatores associados.

Figueira e Pereira (2014) analisaram os antecedentes do endividamento do consumidor representados pelos construtos: atitude em relação ao dinheiro, atitude em relação ao cartão de crédito, autocontrole, compra compulsiva, compra impulsiva e propensão ao endividamento, numa amostra de 301 respondentes, escolhidos de forma aleatória na internet (*Googledocs*).

Os resultados predizem que o exercício do poder e de prestígio por meio do consumo não estão associados à situação de endividamento. Os consumidores sensíveis a preço no ambiente de consumo e que buscam gastar menos não necessariamente se endividam menos, porém tendem a não se tornar compradores compulsivos. A sensação de ansiedade que algumas pessoas possuem interfere diretamente no comportamento de compra e influencia o comportamento compulsivo, porém não implica diretamente o endividamento. Os indivíduos que utilizam o dinheiro para obter poder e prestígio social tendem a ser compradores compulsivos. O autocontrole pessoal está diretamente relacionado ao comportamento de compra, logo, o descontrole temporário eleva o potencial de compras impulsivas, porém a compra por impulso não é condição preditiva para o endividamento, pois pode ser apenas um comportamento passageiro. Por fim, o estudo apontou para uma influência direta da atitude em relação ao cartão de crédito na propensão ao endividamento.

Nesse sentido, identifica-se a necessidade de melhor compreensão dos fatores motivacionais que influenciam as pessoas a se endividar, a fim de que se possa promover ações voltadas para o auxílio dos consumidores quanto ao uso do cartão de crédito,

controle dos gastos e doutrina voltada para o comportamento de compra.

3.3.7 Poupança

Katona (1975) vislumbra que as atitudes e intenções para poupar estão relacionadas a fatores psicológicos, como: desejos, expectativas e satisfações dos indivíduos. Para Keynes (1982), a poupança consiste no adiamento do consumo presente para que se possa consumir no futuro e determina alguns fatores que influenciam os consumidores a deixar de gastar a renda, tais quais: precaução, previdência, cálculo, melhorias, independência, iniciativa, orgulho e avareza.

A precaução implica poupar para ter reserva futura, a fim de melhor lidar com os imprevistos. A previdência representa a preocupação dos indivíduos em prover bom nível educacional para os filhos, ter capacidade de sustentar os dependentes e preparar-se para a velhice. O cálculo consiste na troca do consumo presente pelo consumo futuro quando o indivíduo irá desfrutar dos juros e valorização obtida ao longo do tempo. Melhorias correspondem a desfrutar de um gasto crescente. Poupar para se ter independência é sentir-se empoderado para realizar sonhos, cumprir objetivos e metas estabelecidas com a reserva acumulada. Iniciativa é a ação de guardar dinheiro para a realização dos projetos ou investimentos. O orgulho implica deixar uma fortuna como legado e a avareza é a satisfação ou prazer pelo dinheiro.

De forma análoga aos fatores de influência no comportamento de compra, os fatores de poupança oscilam conforme questões culturais, sociais, pessoais e

psicológicas. Acrescenta-se a questão tecnológica com os recursos disponíveis, computadores, multimídia, internet e fontes de informação. Todos influenciam a decisão individual de poupar. Entre os fatores citados, as expectativas e experiências passadas bem como as oscilações de preço no passado são variáveis que exercem grande influência no comportamento de consumo e poupança (RAPOSO, 1983).

Montoro Filho (1992, p. 253) descreve que a poupança nacional corresponde à parcela da renda não gasta em bens e serviços de consumo produzidos na economia e que a renda é o principal fator de influência na determinação do nível de poupança.

Sabe-se, no entanto, que existem diversas famílias brasileiras que possuem sérias restrições para poupar, pois enfrentam muitas limitações orçamentárias, vivem em situação de pobreza ou de extrema pobreza e dependem de programas de transferência de renda do governo federal para obter segurança alimentar, assistência à saúde, proteção e previdência. Portanto, a capacidade de poupança dessas famílias é quantitativamente reduzida ou negativa (TEIXEIRA, 2011).

É problemática a dependência do Estado para garantia da aposentadoria por meio da previdência social. Em 2008, a Grécia, Irlanda, Portugal, Espanha e Itália demonstraram sinais de desequilíbrio nas contas públicas e tiveram que rever o sistema de aposentadorias para evitar calote generalizado. No Brasil, a poupança previdenciária ocorre por intermédio de um sistema de formação de reserva por longos anos, a partir da contribuição dos trabalhadores, a fim de prover recursos necessários ao pagamento de benefícios e aposentadorias. Há muitos anos, discute-se o “*déficit* da

previdência”, pelo fato de as arrecadações dos contribuintes servirem como pagamento para os benefícios, em vez de serem investidos para o uso futuro. Atualmente, a falta de recursos é custeada por outras fontes de arrecadação tributária, tendo em vista que o atual modelo de previdência brasileiro é congregado. Assim, reside a preocupação com as gerações futuras que devem empregar a capacidade física e mental em atividades remuneradas, de forma a destinar parte dos ganhos para uma reserva de poupança própria que possa custear a qualidade de vida futura independente do Estado (TEIXEIRA, 2011).

De maneira geral, as pessoas poupam para consumir em breve ou para enfrentar o declínio que a natureza impõe à capacidade produtiva após determinada idade (HALFELD, 2004). Preparar-se financeiramente para a aposentadoria é muito difícil, pois envolve disciplina, abnegação e planejamento de longo prazo (RICKWOOD e WHITE, 2009).

Diante disso, esta pesquisa aceita que os indivíduos poupam basicamente para melhor lidar com as incertezas futuras ou para não gastarem toda renda percebida. Essas razões foram assim conceituadas:

- a) **Incerteza temporal:** necessidade de o poupador antever a evolução futura e as incertezas de mercado (Keynes, 1982). Varian (2006) define que as escolhas comuns já são complicadas, as realizadas num contexto de incerteza são mais ainda. Ferreira (2008) cita que o poupador lida com incertezas temporais, como: consumir no presente ou futuro, poupar hoje e sofrer desvalorização do dinheiro em relação à inflação no futuro, obter segurança financeira para enfrentar as intempéries da vida e o custo de

oportunidade ao deixar de investir em um negócio no momento para manter o dinheiro aplicado e usá-lo mais adiante. A mensuração da incerteza temporal faz-se a partir de uma adaptação da escala de consideração de consequências futuras (CCF) validada por Gilligan (2012). A partir de um questionário na língua inglesa, traduziu-se em texto livre para a língua portuguesa, adaptando-se o vocabulário ao contexto desta pesquisa. Quanto mais alto o CCF, maior é a concentração nas consequências futuras de uma decisão financeira. Isso indica a maior ou menor propensão que as pessoas têm para a poupança;

b) **Investimento:** é a parcela do produto nacional não consumida (MONTORO FILHO, 1992). São consideradas modalidades de investimento para o âmbito desta pesquisa: bens móveis, imóveis, projetos, máquinas e equipamentos que tragam ao investidor expectativas de lucro sobre os recursos empregados e aplicações financeiras. A partir desse conceito, adaptaram-se questões de Antunes e Calado (2012) e criaram-se outras que buscassem levantar informações sobre o hábito, razões e modalidades de investimento numa determinada amostra.

A partir desses conceitos, deseja-se levantar a propensão para poupança na comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC, quais as motivações os envolvem para assim fazê-lo, quais as modalidades de investimento são conhecidas e utilizadas. Com base nisso, pode-se adaptar um instrumento para o planejamento e o controle do orçamento doméstico que envolva o perfil

identificado. Muitos brasileiros acreditam que a única forma de guardar dinheiro é através de uma renda maior e, por isso, esquecem que, tão importante quanto ganhar mais, é poupar parte do que se ganha por meio de um rígido controle orçamentário.

A seguir, apresentar-se-ão estudos relacionados à poupança.

3.3.8 Estudos sobre poupança

Relativamente aos estudos sobre poupança, destacam-se os realizados por Rickwood e White (2009), que analisaram os fatores internos (nível de envolvimento, motivação, experiência passada, gênero, necessidades e desejos), externos (influência familiar, influência do *marketing*, diversidade de alternativas, contexto social, boca-a-boca, gênero e cultura) e de risco (financeiro, funcional, psicológico e temporal) que influenciam os indivíduos a poupar para aposentadoria. A pesquisa foi conduzida em Sidney na Austrália, com 8 grupos, cada um com no mínimo 5 e no máximo 9 integrantes, totalizando 55 participantes.

Os resultados encontrados salientam que a maioria dos indivíduos considera a aposentadoria algo distante da realidade atual e ainda não refletiu a respeito. Não foi identificada uma correlação entre o desejo e a ação de poupar para a aposentadoria.

A maioria identifica necessidade de mais educação financeira e informação para tomar as decisões, sendo que parentes são considerados uma importante fonte de aconselhamento.

A pesquisa considerou que o casamento é o gatilho para os consumidores considerarem poupar para

longo prazo. Entre os fatores de risco, citam-se a desconfiança, as consequências adversas, a volatilidade nos retornos, a falta de conhecimento, possíveis falhas nos mecanismos regulatórios e riscos associados a produtos e a serviços financeiros. Não se perceberam diferenças entre os gêneros masculino e feminino no que tange à preocupação em investir para aposentadoria, entretanto as mulheres são menos preparadas financeiramente para aposentar-se.

Teixeira (2011) apresenta alguns aspectos inerentes à sociedade capitalista, tais como tempo e dinheiro. O autor critica o sistema público de previdência no Brasil, o qual deveria ter uma lógica de seguro ou capitalização, em que os benefícios seriam proporcionais às contribuições dos próprios beneficiários, porém, atualmente, adquirem uma lógica de compromisso solidário entre gerações, no qual as gerações em plena atividade laboral fornecem subsídios para o sustento de toda sociedade.

Ribeiro *et al.* (2013) realizaram 4 estudos para analisar a valorização das mensagens e das fontes de informação sobre dinheiro, consumo, crédito, dívida e poupança pelos consumidores portugueses. A pesquisa foi realizada entre os anos de 2009 e 2012. O primeiro estudo deu-se em 2009, com 550 pessoas, de 12 a 70 anos de idade, residentes em todos os distritos de Portugal e visou a identificar e a caracterizar os comportamentos de consumo e de poupança da população.

No segundo estudo, de 2011, investigaram-se 245 crianças de 8 a 12 anos de idade, com análise das representações e práticas financeiras adotadas.

No terceiro estudo, de 2012, buscou-se conhecer os hábitos de 705 jovens universitários pela busca de informações sobre dinheiro, poupança e crédito.

No quarto e último estudo, de 2012, aplicado a 193 indivíduos, com idade acima de 18 anos, objetivou-se caracterizar os comportamentos dos consumidores de produtos bancários portugueses.

Os resultados dos quatro estudos revelam que a família é a principal responsável pela educação financeira dos integrantes, os pais transmitem aos filhos orientações sobre consumo e enfatizam que a poupança deve fazer parte de um projeto pessoal com recompensas futuras. A mídia, amigos e organizações também cumprem o papel de educadores financeiros, porém com menor grau de credibilidade, tendo em vista interesses distintos no aconselhamento e no fornecimento das informações.

Os autores percebem que, entre 2009 e 2012, houve uma evolução na educação financeira dos portugueses e creditam essa percepção a uma possível orientação nas escolas, ainda que não seja disciplina curricular conforme recomenda a OCDE (2005).

Para as várias populações dos estudos, a poupança encerra as representações de dificuldade, de contenção e planejamento e, mesmo em períodos de recessão econômica, manteve-se num grau elevado de importância.

Para as crianças, o dinheiro está associado à felicidade, ao poder, à recompensa financeira pelo trabalho árduo, porém os autores afirmam que os pais não conversam em casa sobre dinheiro tanto quanto deveriam.

Segundo os autores, a socialização para o consumo assume papel importante na infância, que vai

perdurar ao longo do ciclo de vida, de forma a influenciar atitudes, valores, hábitos e comportamentos. A poupança, como mecanismo de contenção dos gastos, está associada a situações de dificuldade, pobreza intimamente relacionada à classe de baixa renda. A poupança com caráter de planejamento e investimento relaciona-se às classes médias e altas e denota persistência e força do hábito.

Para os mais jovens, a poupança é motivo de orgulho, pois serve como um trampolim para novas aspirações. Para os adultos, serve como refúgio para estabilidade no fim da vida ou ainda um plano contingencial para situações de dificuldade financeira.

3.4 DIMENSAO CULTURAL

A terceira dimensão trata do controle orçamentário e de aspectos relativos a ele, tais como: hábito, frequência, instrumentos e resultados. O orçamento pessoal e familiar aborda conhecimentos acerca de algumas contas, como: receitas, despesas fixas e variáveis. Esses conceitos auxiliarão na formação de um perfil comunitário bem como na construção de um instrumento para o planejamento e controle do orçamento doméstico voltado para a comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC.

3.4.1 Controle orçamentário

O que qualifica os indivíduos milionários é a capacidade de gastar sempre menos do que ganham e,

sempre que possível, direcionando para alternativas de investimento a parte economizada (FRANKENBERG, 1999). Sem dúvidas, o controle orçamentário é um dos caminhos para se chegar a esse perfil. O controle orçamentário é um dos grandes desafios tanto para executivos e gerentes do mundo todo, que recebem salários elevados, lidam com números, planilhas, calculadoras financeiras, têm formação acadêmica, dominam diversos idiomas, como para pessoas leigas, analfabetas ou com pouca escolaridade, que precisam conviver mensalmente com um salário mínimo (HSM Management, 2002).

Zerrenner (2007) aponta que a falta de controle orçamentário é uma das causas do endividamento. O descontrole financeiro e o não pagamento das dívidas das famílias em decorrência dos padrões elevados de consumo afeta não só a saúde financeira pessoal mas o desenvolvimento das economias e a sustentabilidade no longo prazo (WISNIEWSKI, 2011).

Diante disso, deseja-se saber se existe o hábito de exercer algum tipo de controle orçamentário na comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC. Brookson (2001) afirma que o orçamento é um plano de atividades, cuja periodicidade levará em conta as necessidades futuras. Portanto, é interessante para a pesquisa mensurar a frequência na utilização de tal controle orçamentário, se diária, semanal, mensal ou anual.

Cherobim e Espejo (2011) afirmam haver diversos instrumentos para controle orçamentário, entre os quais: planilhas eletrônicas, aplicativos para *smartphones* e blocos de anotações. É interessante, pois, conhecer os instrumentos que são utilizados pela comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC, para o exercício do controle do orçamento doméstico. Por fim, deseja-se obter os

possíveis resultados a partir da utilização desses instrumentos, senão os motivos que fizeram os indivíduos abandonarem a prática do controle e as razões para que iniciem ou voltem a controlar.

3.4.2 Orçamento pessoal e familiar

De forma análoga ao orçamento empresarial, pode-se dizer que o orçamento pessoal expressa as receitas e as despesas de um indivíduo em determinado período (WELSCH, 1983).

Também em analogia ao orçamento empresarial, Brookson (2001) descreve o orçamento como um plano de atividades, cuja periodicidade levará em conta as necessidades futuras. Pode ser visto ainda como uma declaração de planos financeiros para o período vindouro, normalmente de um ano. O controle orçamentário deve conter todas as entradas (salários, extras, aluguéis, dividendos) e saídas de dinheiro (prestação do carro, aluguel da casa ou apartamento, entretenimento, por exemplo).

Segundo Ewald (2003), o orçamento contribui para a administração da escassez de recursos, tanto para o governo como para uma empresa ou família. A Lei de Responsabilidade Fiscal válida para estados e municípios é uma exigência legal para que não se gaste mais do que se arrecada, por isso, é indispensável um orçamento para controle das receitas e despesas. Para os indivíduos ou famílias, o orçamento doméstico tem a mesma finalidade.

Para Cherobim e Espejo (2011), a elaboração do orçamento pessoal pode ser o primeiro passo para a conquista da independência financeira, assim como o

planejamento financeiro contribui para a manutenção da disciplina no alcance dos objetivos. Domingos (2012) afirma que a principal finalidade do orçamento financeiro é apresentar, de maneira clara, prática e objetiva, algo que as pessoas possam visualizar e consolidar em números, os ganhos, sonhos e despesas.

O orçamento pessoal, as planilhas e os cálculos matemáticos contribuem para a visualização e a tomada de decisões, porém, sem que haja uma mudança no comportamento dos indivíduos, as ferramentas complementares não servirão para a mudança do estilo de vida dos cidadãos.

É necessário que haja uma mudança no perfil consumidor de um indivíduo gastador, que consome sem pensar nas consequências, para um indivíduo controlado ou poupador, que conhece o resultado de atitudes consumistas e irresponsáveis e planeja de forma rígida as finanças pessoais.

Orçamento pessoal significa controlar despesas, definir prioridades, cortar ou adiar compras, é ainda um plano de economia e gasto de renda e está equilibrado quando receitas e despesas são exatamente as mesmas (DESSEN, 2015).

3.4.2.1 Receitas

As receitas são correspondentes à entrada de elementos no ativo de uma empresa ou de uma pessoa física, sob a forma de dinheiro ou direitos a receber, correspondentes à venda da mão de obra empregada, à prestação de serviços ou à venda de mercadorias, produtos. As receitas podem ser derivadas do recebimento de juros sobre aplicações bancárias,

dividendos, eentre outros ganhos eventuais (Equipe de Professores da FEA/USP, 1993).

Para Marion (2003), o ativo caracteriza-se pelos bens e direitos de propriedade de uma empresa ou pessoa física. São mensuráveis em termos monetários e podem representar benefícios futuros para as empresas ou pessoas físicas. Citam-se, como exemplos, as máquinas, terrenos, estoques, dinheiro em espécie, veículos, imóveis, ações, depósitos bancários, contas a receber, duplicatas a receber, títulos de crédito.

Segundo Habilis (2016), as receitas são as entradas de recursos financeiros que ocorrem em empresas ou em patrimônios pessoais geralmente em dinheiro ou créditos representativos de direitos. No orçamento pessoal, identificam-se algumas receitas, como:

- Salários (marido, esposa, filhos);
- Extras (trabalhos esporádicos com contrato de trabalho ou carteira assinada);
- Aluguéis (recebimento pelo aluguel de um bem móvel ou imóvel, como um terreno, casa, apartamento, sala comercial).

Assim como as receitas, o orçamento pessoal deve levar em conta também as despesas dos indivíduos.

3.4.2.2 Despesas

As despesas podem ser fixas ou variáveis e referem-se ao consumo de bens ou serviços que, de forma direta ou indireta, diminuem o ativo ou aumentam

o passivo na tentativa de maximizar a receita (Equipe de Professores da FEA/USP, 1993). Marion (2003) descreve o ativo como os bens e direitos de uma empresa ou indivíduo. É representado pelas seguintes contas:

- Estoques;
- Caixa;
- Duplicatas a receber e bancos.

O passivo constitui-se pelas dívidas, obrigações, exigíveis ou capital de terceiros. Incluem-se:

- Empréstimos;
- Financiamentos;
- Contas a pagar;
- Fornecedores;
- Impostos a recolher;
- Empréstimos bancários a pagar;
- Juros a pagar.

As despesas podem ser fixas ou variáveis.

3.4.2.2.1 Despesas Fixas

A despesa fixa é um valor ou pagamento já contratado e que deverá ser desembolsado num determinado tempo (HABILIS, 2016). São exemplos de despesas fixas:

- Consumo de energia elétrica;
- Conta da água/esgoto;
- Consumo de gás;
- Telefone;
- Prestação do carro;

- Seguro do automóvel;
- Aluguel da casa/apartamento;
- Mensalidade do clube ou academia;
- Mensalidade escolar;
- Televisão a cabo;
- Financiamento da casa própria;
- Planos de saúde;
- Tarifas bancárias;
- Empréstimo pessoal.

3.4.2.2.2 Despesas Variáveis

Segundo Dessen (2015), as despesas variáveis são aquelas imprevistas ou extraordinárias que, normalmente, superam o valor orçado, pois são de difícil controle, mesmo para os indivíduos mais disciplinados financeiramente. Para Habilis (2016), uma despesa é variável quando existe um valor a ser desembolsado conforme o uso. Por exemplo:

- Gastos com roupas pessoais;
- Roupas de cama, mesa e banho;
- Calçados;
- Médicos;
- Dentistas;
- Farmácias;
- Material escolar;
- Combustível;
- Oficina e reparos;
- Restaurante;
- Viagens;
- Gorjetas;

- Padaria;
- Supermercado;
- Feira livre;
- Presentes;
- Cabeleireiro

A forma de melhor controle dessas despesas é a prevenção, ou seja, a poupança ou reserva de numerário para suprir tais despesas. Em conjunto com o perfil da comunidade, tais conceitos fornecerão subsídios para a construção de uma cartilha de planejamento e controle do orçamento familiar.

Na sequência, apresentar-se-ão pesquisas sobre controle orçamentário.

3.4.3 Controle orçamentário e pesquisas relacionadas

Em relação ao controle orçamentário, destacam-se as pesquisas realizadas por Caldart e Triches (2009), que analisaram a composição e a estrutura do orçamento das famílias da cidade de Caxias do Sul–RS a partir de duas pesquisas já realizadas em 1995 e em 2008 com famílias caxienses, cuja renda fosse até 31 salários, distribuídas em 50 bairros do município. A partir desse estudo, teceu-se o Índice de Preços ao Consumidor e o Custo da Cesta Básica caxiense. Tais indicadores foram confrontados com o índice oficial de inflação no Brasil, o IPCA divulgado pelo IGBE.

Os resultados da pesquisa indicaram mudanças no comportamento consumidor na categoria de produtos

de alimentação, que enfrentou uma queda de 40,85% de 1995 para 2008.

Em compensação, os subgrupos de produtos designados alimentos para animais, alimentos infantis, gastos com cuidados pessoais, combustíveis e lubrificantes, despesas com acessórios para carros, impostos, seguro e uniforme escolar tiveram participações acrescidas de 100% no total do orçamento familiar de 2008 em relação ao de 1995.

O subgrupo alimentação pronta adquirida fora de casa, alimentação para ser consumida em casa e alimentação consumida fora de casa receberam destaque na pesquisa, devido a mudanças nos hábitos de consumo dos moradores caxienses, principalmente com relação ao número médio de membros da família, que reduziu de 3,8 pessoas em 1995 para 3,22 em 2008.

As alterações econômicas internas ocorridas a partir do Plano Real, aumento da renda real, principalmente da população de baixa renda, também podem justificar essa transformação ocorrida no padrão de consumo das famílias pesquisadas.

Pereira (2011) realizou um estudo exploratório e bibliográfico sobre o orçamento familiar como uma ferramenta para gestão dos recursos financeiros de uma entidade familiar. Analisou que o orçamento familiar é uma das melhores maneiras de organizar os recursos financeiros de modo consciente, principalmente se realizado por meio de uma planilha orçamentária doméstica, conforme quadro 5.

Por fim, a autora cita que o administrador do orçamento familiar deve estabelecer metas de médio e longo prazo e monitorar todos os elementos do patrimônio para obter uma melhor saúde financeira.

Quadro 5 - Planilha orçamento familiar

Descrição das Receitas e Despesas	Valores Orcados	Valores Realizados	Real /Orçado Variação %	% da Receita Realizada
Referência: janeiro de 2011				
RECEITAS TOTAIS	3.050,00	3.000,00	-1,64%	100,00%
Regulares	2.550,00	2.450,00	-3,92%	81,67%
Eventuais	500,00	550,00	10,00%	18,33%
DESPESAS TOTAIS	2.500,00	2.538,00	1,52%	84,60%
Supermercado	500,00	525,00	5,00%	17,50%
Moradia	420,00	433,00	3,10%	14,43%
Vestuário	160,00	160,00	0,00%	5,33%
Transporte	380,00	365,00	-3,95%	12,17%
Saúde	100,00	130,00	30,00%	4,33%
Educação	600,00	600,00	0,00%	20,00%
Lazer e entretenimento	250,00	230,00	-8,00%	7,67%
Despesas bancárias	20,00	20,00	0,00%	0,67%
Outras despesas	70,00	75,00	7,14%	2,50%
(=) RESULTADO PARCIAL	550,00	462,00	-16,00%	15,40%
INVESTIMENTOS	550,00	462,00	-16,00%	15,40%
(=) RESULTADO FINAL	0,00	0,00		0,00%

Fonte: Pereira (2011) adaptado de Carneiro e Matias (2011, p.103-104).

Silva (2013) analisou as respostas de 95 colaboradores de uma empresa privada do ramo de tecnologia referentes às decisões de compra e o comportamento sob a ótica da administração de recursos monetários pessoais. A pesquisa constatou que a maioria dos colaboradores não faz controle das finanças pessoais, está em situação desfavorável financeiramente e apresenta um nível de endividamento elevado. Identificou-se a necessidade de um planejamento financeiro e do uso de instrumentos para controle do orçamento familiar, de forma que consigam administrar melhor as movimentações financeiras e realizar sonhos. A autora recomenda que os indivíduos busquem mais conhecimento sobre finanças, planejem e controlem melhor as contas pessoais. Recomenda também a inclusão, no currículo escolar, de uma disciplina sobre educação financeira.

Na sequência, apresentar-se-ão os procedimentos metodológicos que, em conjunto com a revisão teórica, formam o modelo de análise desta pesquisa.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Conforme afirma Köche (1997), a metodologia deve esclarecer a forma que foi utilizada para a análise do problema proposto. Para o alcance dos objetivos, é importante que o problema e os objetivos estejam claramente definidos, bem como as fases de execução planejadas e evolução do tema.

A seguir, abordar-se-ão tópicos sobre a tipologia da pesquisa e como será delineada, a população e amostra do estudo, bem como os instrumentos para coleta dos dados, a construção das variáveis, a análise dos dados e limitações da pesquisa.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A ciência visa a explicar e a representar a realidade, não é considerada algo pronto, acabado, definitivo. Para isso, devem-se descrever os fenômenos dessa realidade, classificá-los e, finalmente, explicá-los (ACEVEDO e NOHARA, 2004). Um dos desafios de países como o Brasil é, sobretudo, encontrar soluções para graves problemas sociais - e propósito não diferente se busca na pesquisa em questão (CERVO, BERVIAN & SILVA, 2007, p. 13).

Segundo o paradigma ontológico, a pesquisa é realista ou idealista, pois acredita-se na existência de uma realidade a ser investigada, independentemente das percepções e construções mentais que se possa ter.

De acordo com a forma pela qual o conhecimento é gerado (epistemologia), a pesquisa é objetivista, à medida que se pressupõe que os significados sobre todos os objetos e entidades existem

independentemente de operações mentais do ser humano. Há um significado objetivo em tudo o que existe e esse significado sempre está na iminência de ser descoberto (SACCOL, 2009). O quadro 6 ilustra a definição da pesquisa.

Quadro 6 - Definição da pesquisa (paradigma positivista).

Ontologia	Epistemologia	Paradigma de Pesquisa	Método	Técnicas de Coleta e Análise de Dados
-Forma de entender como as coisas são.	- Entende-se como conhecimento é gerado.	- Instância filosófica que informa a metodologia de pesquisa.	-Estratégia, plano de ação ou desenho de pesquisa.	-Técnicas e procedimentos para coletar e analisar dados.
- Realista.	- Objetivista.	- Positivista.	-Pesquisa Documental; - Levantamento (<i>Survey</i> ou <i>enquête</i>); -Estudo de Caso.	-Análise Bibliográfica; -Amostragem; -Questionários; -Entrevistas; -Observação não participante; -Análise Estatística.
-Acredita-se em verdades objetivas, independentes da percepção humana, composta por estruturas palpáveis, tangíveis e estáveis.	- Existe uma realidade objetiva a ser descoberta.	- Lógica hipotético-dedutiva. Conhecimento prévio gera lacunas que geram hipóteses que podem ser falsas ou verdadeiras. Se comprovada s geram novo conhecimento ou teoria.	-Manuais existentes na comunidade; -Ausência de valores pessoais ou juízo de valor associados ao processo de pesquisa.	-Leitura de livros e periódicos; -Questionários com a população/amostra, moradores Serrinha; -Entrevistas com famílias residentes no bairro; -Observação dos atos e fatos relatados; -Técnicas estatísticas.

Fonte: Adaptado de SACCOL (2009, p. 255-256).

O paradigma da pesquisa é, pois, positivista, pois acredita-se numa realidade composta por estruturas palpáveis, tangíveis e relativamente estáveis. Esse paradigma parte de uma lógica hipotético-dedutiva, ou seja, de um conhecimento prévio quando são identificadas lacunas ou questões a serem respondidas.

De acordo com a natureza do relacionamento entre as variáveis estudadas, a pesquisa é bibliográfica, exploratória e descritiva. Segundo Gil (1991), a pesquisa bibliográfica deve ser desenvolvida a partir de materiais já elaborados, principalmente livros e artigos científicos. Tem as seguintes vantagens: permite ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente e permite recorrer a dados históricos e fatos passados que de outra maneira não seriam obtidos. A pesquisa é, portanto, bibliográfica, pois procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos e livros (ACEVEDO e NOHARA, 2004).

A pesquisa é dita exploratória, pois proporciona maior familiaridade com o problema, tendo em vista torná-lo mais explícito, e viabiliza a construção de hipóteses acerca desse problema (GIL, 1991).

As pesquisas descritivas são as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. O pesquisador procura conhecer e interpretar a realidade. Interessa-se em descobrir e observar fenômenos – procura descrevê-los, classificá-los e interpretá-los, (GIL, 1991).

Segundo Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 62), a pesquisa é descritiva, porque procura observar, registrar, analisar e correlacionar fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Busca descobrir a frequência com que um fenômeno ocorre e as diversas situações e relações

que se verificam na vida social, econômica e cultural em diferentes aspectos do comportamento humano.

De acordo com Gil (1991), o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento. A maior utilidade do estudo de caso é a flexibilidade de formular hipóteses acerca do tema proposto, principalmente quando se trabalha com temas complexos. As principais vantagens do estudo de caso são: o estímulo a novas descobertas, a ênfase na totalidade e a simplicidade dos procedimentos. As limitações desse estudo são: dificuldade de generalização dos resultados obtidos, exigência de um nível de conhecimento e capacitação maior por parte do pesquisador.

No caso do levantamento de campo, procura-se a obtenção de dados representativos da população de interesse, tanto em número de casos incluídos na amostra como em relação à forma de inclusão. As vantagens do levantamento de campo são: representatividade da população em estudo, geração de tabelas com os dados coletados, criação de tabelas com o cruzamento de dados e, ainda, o fato de despertar, juntamente com o público em geral, maior confiabilidade nos resultados quando comparado com outros métodos conhecidos. As desvantagens encontradas são: não permite o aprofundamento dos tópicos da pesquisa, eleva os custos e o tempo para a realização da pesquisa e, por fim, exige grandes conhecimentos técnicos para a boa realização do estudo. Segundo Marconi e Lakatos (2008), o levantamento de campo envolve a interação direta com os membros da comunidade, cujo comportamento se deseja conhecer (SACCOL, 2009).

Dessa forma, a abrangência da pesquisa torna-se maior, bem como os aspectos analisados.

Assim, com relação ao método que define a estratégia, plano de ação ou desenho desta pesquisa, utilizou-se tanto o estudo de caso como o levantamento de campo, *survey* ou enquete. Isso porque o estudo de caso permite um aprofundamento muito grande do tema, porém tem pouca amplitude. O inverso ocorre com o levantamento de campo.

No que diz respeito às técnicas de coleta e de análise dos dados, aplicaram-se questionários estruturados, realizados por amostragem não probabilística, além da aplicação de testes estatísticos (ACEVEDO e NOHARA, 2004). Para a coleta dos dados, aplicou-se o método da escolha forçada e utilizou-se o critério de acessibilidade. Isso porque o pesquisador já tinha ministrado curso na Serrinha e conhecia alguns indivíduos que facilitaram o acesso aos membros da comunidade.

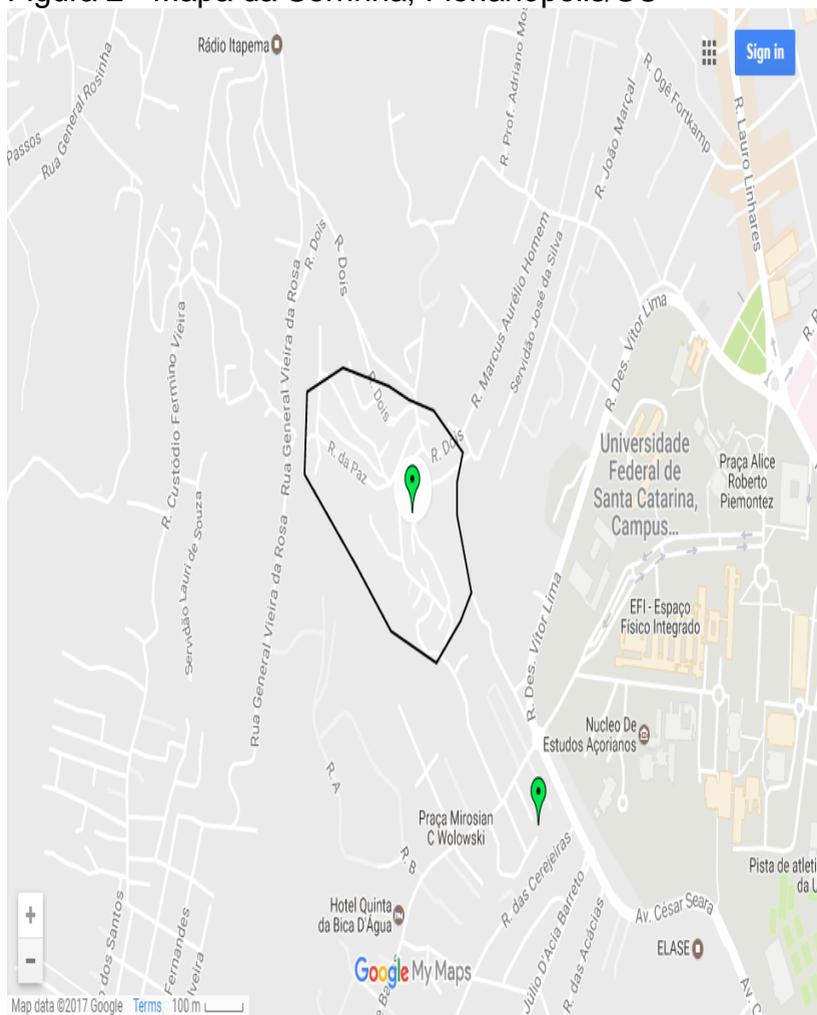
A pesquisa bibliográfica e a aplicação dos questionários permitiram que os objetivos fossem atingidos, ou seja, conhecer os hábitos de consumo, as necessidades e os motivos que levam as famílias residentes na comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC, a poupar e/ou a se endividar, identificar como e se as famílias realizam o controle do orçamento (formas e instrumentos) em relação à renda percebida, verificar com as famílias estratégias/ações passíveis de contribuição no controle do orçamento familiar e propor uma cartilha para o planejamento e o controle do orçamento das famílias residentes na comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC.

4.2 DEFINIÇÃO DO UNIVERSO E SELEÇÃO DA AMOSTRA

Durante a realização de uma pesquisa, de acordo com Mattar (1999), pode-se trabalhar o instrumento de coleta de dados com o censo, que pressupõe o envolvimento de toda a população em que se tem interesse, ou com a amostragem, processo de coletar dados de uma parte dessa população.

Para colher a visão dos residentes nos domicílios da comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC, quanto aos aspectos inerentes à pesquisa, foi necessário aplicar um questionário focado na obtenção de respostas que auxiliassem o cumprimento dos objetivos propostos. O Morro da Serrinha não é considerado um bairro pelo IBGE, mas uma comunidade pertencente ao bairro Trindade, em Florianópolis/SC, o qual, por sua vez, possui, conforme o último censo realizado em 2010, 7.465 domicílios particulares permanentes (IBGE, 2015). Segundo a Associação Casa São José (entidade não governamental sem fins lucrativos localizada no Morro da Serrinha), a comunidade é formada por cerca de 2000 habitantes, que compõem cerca de 500 famílias residentes (CASA SÃO JOSÉ, 2016). A figura 2 ilustra a área da Serrinha, pertencente ao Bairro Trindade.

Figura 2 - Mapa da Serrinha, Florianópolis/SC



Fonte: Google Maps (2017).

No caso da presente pesquisa, foi inviável uma coleta censitária. Além da eventual recusa de muitos moradores em ser entrevistados, seja por falta de tempo, falta de interesse ou qualquer outro motivo, foi

impraticável a abordagem de todos os elementos da população, devido à indisponibilidade de recursos financeiros e de mão de obra, uma vez que o entrevistador foi o único responsável pela coleta dos dados. Por essas razões, foi inviável, também, a estruturação de uma amostragem probabilística. Dessa forma, a amostragem foi não probabilística, a qual, segundo Mattar (1999, p. 268), é aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende, ao menos em parte, do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo, em que não há nenhuma chance conhecida de que um elemento qualquer da população venha a fazer parte da amostra.

Para Barbeta (2002), a amostragem não probabilística por julgamento é aquela em que os elementos são julgados como típicos da população que se deseja estudar. Por isso, os elementos da amostra foram selecionados intencionalmente por meio de julgamento e conveniência do entrevistador no campo. Utilizou-se a técnica *snow ball*, em que os respondentes do questionário indicavam novos participantes que, por sua vez, indicavam novos participantes e assim sucessivamente, até que o objetivo fosse alcançado (BALDIN e MUNHOZ, 2011).

Apesar de a amostragem probabilística permitir o conhecimento das probabilidades de que cada elemento da população possa vir a pertencer à amostra, garantindo um caráter de seleção aleatória e maior controle sobre o erro amostral da pesquisa, isso não significa que as amostras probabilísticas sejam mais representativas do que as não probabilísticas (MATTAR, 1999).

Salienta-se que a escolha da Serrinha para a aplicação da pesquisa deve-se também à facilidade de

acesso do pesquisador que já ministrou curso nessa comunidade. Na definição do número de pessoas entrevistadas, ou seja, o tamanho da amostra, utilizou-se a teoria estatística de amostragem levando-se em consideração a população do bairro Trindade, vide cálculo da amostra no Apêndice C. Visitaram-se 100 domicílios, com entrevista de 1 pessoa por residência, especificamente o principal controlador das finanças da família. O erro amostral de 10% foi considerado em função de limitações na mão de obra, tempo e recursos financeiros para a pesquisa.

Além da população definida, realizaram-se testes estatísticos de hipóteses com o Qui-quadrado, que é destinado a localizar um valor da dispersão entre duas variáveis nominais, para que se busque uma associação entre variáveis qualitativas. A fórmula consta do Apêndice D desta pesquisa.

Utilizou-se o teste em questão para verificar se a frequência dos acontecimentos observados na amostra de 100 moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, desviou-se significativamente ou não da frequência com que eram esperados, bem como para comparar a distribuição de diversos acontecimentos em diferentes amostras (CONTI, 2009).

4.3 MODELO DE ANÁLISE

A partir dos fundamentos discutidos pelos autores na revisão teórica, estabeleceu-se um modelo de análise voltado para os objetivos da pesquisa, cujo quadro-resumo é apresentado a seguir:

Quadro 7 - Resumo do Modelo de Análise

Dimensões	Variáveis Investigadas	Autores que fundamentam as variáveis
Social	Estratificação	Diniz (2014); Rogers, Rogers e Securato (2015); IBGE (2016).
	Interações	Fogg (2003); Araújo (2007); Vieira, (2013).
Econômica	Decisões de Consumo	Ferreira (2008); POF IBGE (2008-2009); Folha de São Paulo (2015); Rogers, Rogers e Securato (2015); Fundação LAMF (2016).
	Assunção de Dívidas	Faber e O'Guinn (1992); Kim e Garman (2003); Zerrenner (2007); Ferreira (2008); Matos e Bonfanti (2008); Nicácio Silva (2008); Gilligan (2012); Figueira e Pereira (2014); Mette e Matos (2014); Stefanini e Oliveira (2014); Rogers, Rogers e Securato (2015).
	Motivações para Poupar	Keynes (1982); Montoro filho (1992); Varian (2006); Ferreira (2008); Gilligan (2012); Antunes e Calado (2012).
Cultural	Controle do Orçamento	Brookson (2001); Cherobim e Espejo (2011),

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos autores descritos.

A familiaridade do pesquisador com a temática do estudo também contribuiu para a formação das variáveis e indicadores do modelo de análise dentro das dimensões contextualizadas pela teoria revisada, conforme ilustra o quadro seguinte:

Quadro 8 – Dimensões social, econômica e cultural

DIMENSÃO SOCIAL	
Variáveis	Indicadores
ESTRATIFICAÇÃO	Idade
	Sexo
	Renda
INTERAÇÕES	Aplicativos para <i>tablets</i> e <i>smartphones</i>
	Programas para microcomputadores
	Bloco de anotações
	Meios de comunicação
DIMENSÃO ECONÔMICA	
Variáveis	Indicadores
DECISÕES DE CONSUMO	Necessidades
	Desejos
ASSUNÇÃO DE DÍVIDAS	Aceitação social
	Equiparação social
	Compras por impulso
	Desconhecimento da situação financeira
	Fatores imprevistos
	Atitudes frente ao uso de crédito
MOTIVAÇÕES PARA POUPAR	Incerteza temporal
	Investimento
DIMENSÃO CULTURAL	
Variável	Indicadores
CONTROLE DO ORÇAMENTO	Hábito
	Frequência
	Instrumentos
	Resultados

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da revisão teórica.

Tais dimensões incluem as variáveis e indicadores pesquisados cuja caracterização será apresentada na sequência.

4.3.1 Caracterização das variáveis e indicadores

Correlato à teoria revisada, esse item apresenta a caracterização das 6 variáveis e dos 21 indicadores da pesquisa.

4.3.1.1 Estratificação

A variável “Estratificação” procura caracterizar, dividir ou enquadrar a amostra em estratos comuns, de acordo com um perfil socioeconômico utilizado em diversos estudos acadêmicos. No âmbito desta pesquisa, buscou-se levantar o perfil da comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC. Para isso, os seguintes indicadores foram elencados:

- a) **Idade** (em anos);
- b) **Sexo** (gêneros masculino e feminino);
- c) **Renda** (unidade domiciliar).

Vale citar que o IBGE mensura o indicador renda por quantidade de salários mínimos, entretanto, por critério julgamental do pesquisador, o questionário para coleta dos dados foi dividido em valores monetários equivalentes ao salário mínimo nacional³. Acredita-se que essa definição facilita o raciocínio lógico do respondente em campo. O quadro 9 apresenta os

³ Conforme Decreto 8.618/2015 o salário mínimo nacional é de R\$880,00 para o ano de 2016. Sabe-se que o Estado de Santa Catarina possui acordo com faixas salariais diferentes da nacional, porém esta pesquisa considerou o âmbito nacional (MTPS, 2016).

indicadores com referências criadas para facilitar a catalogação e análise dos dados.

Quadro 9 - Indicadores Estratificação

Referência	Descrição	Retorno esperado
IDADE	Idade (anos)	Qualquer valor acima de 10
SEXO	Sexo	Masculino ou Feminino
RENDA_1	Renda	Até R\$ 880,00
RENDA_1_2		Mais de R\$ 880,00 a R\$ 1.760,00
RENDA_2_3		Mais de R\$ 1.760,00 a R\$ 2.640,00
RENDA_3_5		Mais de R\$ 2.640,00 a R\$ 4.400,00
RENDA_5_10		Mais de R\$ 4.400,00 a R\$ 8.800,00
RENDA_M_10		Mais de R\$ 8.800,00
RENDA_0		Sem renda

Fonte: Elaborado pelo autor.

A seguir, caracterizar-se-á a variável “Interações” e indicadores pertinentes.

4.3.1.2 Interações

Espera-se, com a variável “Interações”, levantar onde e como os moradores da Serrinha buscam as informações em geral, ofertas de consumo, notícias e novidades sobre produtos e serviços.

Para obter esses dados, definiram-se os seguintes indicadores:

- a) **Aplicativos para *tablets* e *smartphones*:** esse indicador visa a levantar se os moradores possuem e usam aplicativos diversos para *tablets* e/ou *smartphones*, se utilizam aplicativos para acessar notícias e se eles mantêm informados sobre ofertas e promoções de produtos e se acessam aplicativos para controle do orçamento doméstico;

- b) **Programas para microcomputadores:** tal indicador busca identificar se os moradores usam um microcomputador, se utilizam programas para microcomputadores, se possuem acesso à internet e se realizam compras por esse canal;
- c) **Bloco de anotações:** o indicador em questão tem a finalidade de identificar se os moradores interagem com outras pessoas moradoras ou não da Serrinha, por meio de bilhetes anotados num pedaço de papel, se colam um *post it* na geladeira com lembretes, se fazem uso de uma caderneta ou agenda quando precisam anotar ou passar um recado para outrem;
- d) **Meios de comunicação:** objetiva-se, com esse indicador, inferir dos moradores da Serrinha o principal meio utilizado para a realização do processo comunicacional.

Para a coleta dos dados, criaram-se questões relativas aos indicadores levantados, com apenas alternativas de resposta SIM ou NÃO. A maior quantidade de respostas SIM para um determinado indicador resulta na preponderância de utilização de determinado comportamento na comunidade analisada. Admite-se um empate entre duas ou mais formas de interação, o que caracteriza a não predominância de apenas um meio de interação entre os moradores.

O quadro 10 apresenta as referências, descrições e o retorno esperado para os indicadores criados.

Quadro 10 - Indicadores Interações

Referência	Descrição	Retorno esperado
APPS	Aplicativos para <i>tablets</i> e <i>smartphones</i>	SIM, NÃO
PROGMICRO	Programas para microcomputadores	SIM, NÃO
BLOCOANOT	Bloco de anotações	SIM, NÃO
MEIOSCOM	Meios de comunicação	SIM, NÃO

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na sequência, apresentar-se-ão as características da variável “Decisões de consumo” juntamente com os indicadores pesquisados.

4.3.1.3 Decisões de consumo

A intenção da variável “Decisões de consumo” é obter informações sobre o comportamento de compra dos moradores da Serrinha, identificar se conseguem separar os itens de consumo necessários dos desejáveis.

Das 11 despesas prioritárias de consumo descritas pela POF (2008-2009), escolheram-se as 6 com maior participação no orçamento das famílias brasileiras para compor os indicadores desta pesquisa, que são: “Necessidades” e “Desejos”.

a) **Necessidades:** esse indicador considera questões relativas aos aspectos básicos da condição humana, como necessidades de habitação, alimentação, transporte, assistência à saúde, vestuário, educação e emprego;

b) **Desejos:** avalia itens relativos a manifestações da vontade, como desejo de ter um carro novo, apartamento na praia, televisor maior, celular mais moderno, promoção no emprego,

sala mais ampla no trabalho, conquista de maior fatia de mercado, viagens ao exterior.

De acordo com a literatura estudada, convencionou-se que as 3 primeiras perguntas do questionário são tidas como itens necessários e as 4 últimas como itens desejáveis. O confronto das respostas resultará no comportamento de consumo dos moradores da Serrinha, ou seja, a preponderância de respostas SIM para o indicador “Necessidades” implica um comportamento consumidor que prioriza as necessidades em detrimento dos desejos e sabe separar as compras necessárias das supérfluas. Uma maior quantidade de SIM para o indicador “Desejos” implica um comportamento consumidor que prioriza os desejos em detrimento das necessidades e enfrenta dificuldades em separar as compras necessárias das supérfluas. No caso de um empate no total das respostas, ou seja, número igual de respostas para o SIM e para o NÃO indica a não observância do fenômeno na comunidade estudada.

O quadro 11 apresenta os indicadores com as respectivas referências e descrições, bem como o retorno esperado.

Quadro 11 - Indicadores Decisões de Consumo

Referência	Descrição	Retorno esperado
NECESSIDADES	Necessidades	SIM, NÃO
DESEJOS	Desejos	SIM, NÃO

Fonte: Elaborado pelo autor.

A próxima variável a ser apresentada será a “Assunção de Dívidas” em conjunto com os 6 indicadores definidos.

4.3.1.4 Assunção de dívidas

A variável “Assunção de dívidas” envolve informações sobre a propensão ao endividamento por parte dos moradores da Serrinha, em Florianópolis/SC, se assumem dívidas, por quais motivos e quais os tipos de endividamento assumidos.

Com base nos aspectos comportamentais abordados nesta pesquisa, criaram-se os indicadores para compor a variável em questão. Todos foram testados a partir de questões com modelo binário de respostas SIM ou NÃO (Apêndice E):

a) **Aceitação social:** busca-se, com esse indicador, levantar a forma pela qual os moradores da Serrinha encaram a dívida, se como um problema grave e individualizado ou algo banal e rotineiro facilmente socializado entre os membros da família. Uma maior quantidade de respostas SIM aos questionamentos significa que os moradores encaram a dívida como um problema grave e individualizado. Uma maior quantidade de respostas NÃO aos questionamentos significa que os moradores encaram a dívida como algo banal e rotineiro facilmente socializado. Caso haja um empate na quantidade de respostas SIM ou NÃO, entende-se a não observância do fenômeno na comunidade analisada;

b) **Equiparação social:** a finalidade desse indicador é identificar se os moradores assumem dívidas muito acima das posses para se equipararem a outros indivíduos no seu entorno que possuem condições financeiras superiores. Para isso, criaram-se questões com modelo

binário, cuja preponderância de respostas SIM aos questionamentos indica comportamento para assumir dívidas, a fim de obter equiparação social. Quanto mais respostas NÃO aos questionamentos, menor é o comportamento para assunção de dívidas, a fim de obter equiparação social. Se houver empate nas respostas SIM e NÃO, fica caracterizada a não observância do indicador na amostra avaliada;

c) **Compras por impulso:** objetiva-se, com esse indicador, colher informações a respeito das compras, se são realizadas de forma planejada, consciente, racional, ou sem planejamento, de forma emotiva ou na impulsividade do momento. Uma maior quantidade de respostas SIM aos questionamentos realizados traduz comportamento impulsivo dos entrevistados. Caso haja maior quantidade de respostas NÃO, entende-se não haver comportamento impulsivo na comunidade estudada. Um empate nas respostas SIM e NÃO evidencia a não observância do fenômeno;

d) **Desconhecimento da situação financeira:** esse indicador busca avaliar a percepção dos moradores em relação à situação financeira própria, considerando renda, poupança e dívidas. A preponderância de respostas SIM aos questionamentos configura o desconhecimento da situação financeira. A preponderância de respostas NÃO configura o conhecimento da situação financeira por parte dos pesquisados;

e) **Fatores imprevistos:** o indicador em questão trata das intempéries às quais os indivíduos estão suscetíveis e que, por essas

razões podem assumir ou já assumiram dívidas. A resposta SIM a uma ou mais questões formuladas configura a assunção de dívidas por fatores imprevistos. Caso todos respondam NÃO aos questionamentos, desconfigura-se a assunção de dívidas por fatores imprevistos;

f) **Atitudes frente ao uso de crédito:** O indicador deve ser entendido como uma predisposição que os indivíduos têm para responder de uma maneira consistente, favorável ou desfavorável às atitudes frente ao uso de crédito. A preponderância de respostas SIM ao questionário implica atitudes controladas frente ao uso de crédito, enquanto a preponderância de respostas NÃO implica atitudes descontroladas por parte dos moradores. Um empate nas respostas sinaliza a não observância do fenômeno na amostra analisada.

O quadro 12 apresenta os indicadores da variável “Assunção de dívidas” com as respectivas referências, descrições e retorno esperado.

Quadro 12 - Indicadores Assunção de Dívidas

Referência	Descrição	Retorno esperado
ACEITASOCIAL	Aceitação social	SIM, NÃO
EQUIPARASOCIAL	Equiparação social	SIM, NÃO
COMPRAIMPULSO	Compras por impulso	SIM, NÃO
DESCSITFINANC	Desconhecimento da situação financeira	SIM, NÃO
FATIMPREVISTOS	Fatores imprevistos	SIM, NÃO
ATITFUSOCREDITO	Atitudes frente ao uso de crédito	SIM, NÃO

Fonte: Elaborado pelo autor.

A penúltima variável a ser apresentada será “Motivações para poupar”.

4.3.1.5 Motivações para poupar

A variável “Motivações para poupar” considera informações sobre a propensão para poupança por parte dos moradores da Serrinha, em Florianópolis/SC, se eles poupam, por quais motivos e quais as modalidades de investimento utilizam. Definiram-se os seguintes indicadores:

a) **Incerteza temporal:** indicador que busca avaliar a propensão para poupança a partir das considerações futuras. Das 12 questões do modelo CCF, 3 foram adaptadas para o objetivo desta pesquisa. A preponderância de respostas SIM aos questionamentos implica alta CCF e significa que os moradores concentram-se nas consequências futuras de uma decisão financeira e têm alta propensão para poupança. A preponderância de respostas NÃO às questões formuladas implica baixa CCF e significa que os moradores concentram-se nas consequências imediatas, atuais de uma decisão financeira e têm baixa propensão para poupança;

b) **Investimento:** esse indicador busca colher o hábito, as razões e as modalidades de investimentos utilizadas. As questões para coleta de dados adotaram o modelo binário SIM ou NÃO e as respostas levam ao perfil de investimento da comunidade, se poupam ou não, qual ou quais fatores os motivam a poupar entre os citados pela literatura revisada e qual ou quais modalidades

investem também entre as modalidades conhecidas.

O quadro 13 apresenta os indicadores da variável “Motivações para poupar” com as respectivas referências, descrições e retorno esperado.

Quadro 13 - Motivações para Poupar

Referência	Descrição	Retorno esperado
INCERT_TEMP	Incerteza temporal	SIM, NÃO
INVEST	Investimento	SIM, NÃO

Fonte: Elaborado pelo autor.

A última variável definida foi “Controle do orçamento”, que será apresentada a seguir.

4.3.1.6 Controle do orçamento

A variável “Controle do orçamento” está relacionada ao comportamento dos moradores quanto à prática do orçamento doméstico.

Para obter esses dados, definiram-se os seguintes indicadores:

- a) **Hábito:** esse indicador visa a medir o comportamento dos moradores da Serrinha em relação à prática do controle orçamentário. Para isso, foi necessário questioná-los a respeito do hábito de controlar ou não as contas da casa, por meio de um instrumento de coleta de dados com pergunta específica, formulada pelo autor, com alternativa de resposta SIM ou NÃO;
- b) **Frequência:** esse indicador visa a medir a frequência, periodicidade do controle orçamentário por intermédio de questionário elaborado pelo autor com uma pergunta de

múltipla escolha e uma alternativa aberta de resposta;

c) **Instrumentos:** esse indicador visa a questionar os respondentes sobre os instrumentos utilizados para exercer o controle orçamentário, quando exercido. Seguiu-se modelo de questão relacionada às diferentes modalidades de instrumentos para controle orçamentário entre os revisados pela literatura. A primeira questão foi de múltipla escolha, com uma alternativa aberta de resposta. A segunda questão apresentou várias alternativas de resposta, sem limite para escolha além de uma alternativa aberta;

d) **Resultados:** esse indicador visa a obter as respostas sobre as práticas já adotadas para o controle orçamentário. Elaborou-se 1 questão em relação à qual os respondentes escolheram as contas que estariam presentes no orçamento doméstico. Além disso, o próprio autor elaborou 2 questões quantitativas com modelo binário de respostas SIM ou NÃO e 3 alternativas com respostas abertas.

O quadro 14 apresenta a sequência lógica dessa variável.

Quadro 14 - Controle do Orçamento

PARTE C – DIMENSÃO CULTURAL			
Variável	Indicadores	Retorno	Resposta esperada
CONTROLE DO ORÇAMENTO	Hábito Frequência Instrumentos Resultados	SIM	→ Qual frequência → Como faz → qual(is) instrumento(s) utiliza
		NÃO	→ Por que não faz → O que precisa para mudar de ideia

Fonte: Elaborador pelo autor.

4.4 APLICAÇÃO DAS VARIÁVEIS E INDICADORES NA FORMAÇÃO DO PERFIL DA COMUNIDADE DA SERRINHA, FLORIANÓPOLIS/SC

Este item apresenta no quadro 15 uma síntese das variáveis e indicadores utilizados na formação do perfil dos moradores da Serrinha, Florianópolis/SC.

Quadro 15 - Resumo das Variáveis, Indicadores e Perfil Observável

Variável Estratificação	Indicadores
	<ul style="list-style-type: none"> - Idade - Sexo - Renda
Variável Interações	Perfil Observável
	<ul style="list-style-type: none"> - Classifica os moradores em perfis socioeconômicos, propiciando a definição do(s) estrato(s) predominante(s).
Variável Decisões de Consumo	Indicadores
	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicativos para <i>tablets</i> e <i>smartphones</i> - Programas para microcomputadores - Bloco de anotações - Meios de comunicação
Variável Decisões de Consumo	Perfil Observável
	<ul style="list-style-type: none"> - Caracteriza a forma de interação predominante utilizada pelos moradores, propiciando a identificação da(s) melhor(es) forma(s) de se promover a comunicação.
Variável Decisões de Consumo	Indicadores
	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidades - Desejos
Variável Decisões de Consumo	Perfil Observável
	<ul style="list-style-type: none"> - Caracteriza as decisões de consumo (comportamento de compra) dos moradores, relacionando-as ao consumo necessário (consumidores controlados financeiramente) ou ao consumo de desejos (consumidores descontrolados financeiramente), propiciando identificar o perfil de consumo predominante na comunidade.

Continuação

Variável Assunção de Dívidas	Indicadores
	<ul style="list-style-type: none"> - Aceitação social - Equiparação social - Compras por impulso - Desconhecimento da situação financeira - Fatores imprevistos - Atitudes frente ao uso de crédito
	<p>Perfil Observável</p> <p>- Caracteriza a propensão ao endividamento por parte dos moradores, propiciando identificar o perfil predominante na comunidade, além de verificar a(s) motivação(ões) para assunção de dívidas. Permite a validação cruzada com os indicadores da variável “Decisões de consumo”, dado que os consumidores controlados financeiramente não devem apresentar propensão ao endividamento.</p>
Variável Motivações para Poupar	Indicadores
	<ul style="list-style-type: none"> - Incerteza temporal - Investimento
	<p>Perfil Observável</p> <p>- Caracteriza a propensão para poupança por parte dos moradores, propiciando a identificação do perfil predominante na comunidade em relação à poupança, além de verificar a(s) motivação(ões) para poupança e modalidades de investimento utilizadas. Permite a validação cruzada com os indicadores da variável “Decisões de consumo” e “Assunção de dívidas”, dado que os consumidores controlados financeiramente devem apresentar propensão à poupança.</p>
Variável Controle do Orçamento	Indicadores
	<ul style="list-style-type: none"> - Hábito - Frequência - Instrumentos - Resultados
	<p>Perfil Observável</p> <p>- Revela os hábitos dos moradores em relação à prática do controle do orçamento doméstico, permitindo saber se realizam ou já realizaram esse tipo de controle, quais os instrumentos utilizados e, quando for o caso, os motivos que os levaram a abandonar tal prática.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2016).

4.5 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

As técnicas de coleta de dados utilizadas foram: pesquisa bibliográfica, amostragem, questionários e análise estatística.

A pesquisa bibliográfica ocorreu após ampla revisão sistemática por meio de métodos rigorosos para identificar, selecionar, coletar e analisar dados e descrever contribuições para o tema de pesquisa proposto (CORDEIRO *et al.*, 2007). Realizaram-se buscas nas seguintes bases de dados:

a) **EBSCOHost**: “*Business Source Complete*”; “*eBook Collection (EBSCOhost)*”; “*Academic Search Premier*”; “*Dentistry & Oral Sciences Source*”; “*CINAHL with Full Text*”; “*SocINDEX with Full Text*”; “*SPORTDiscus with Full Text*”; “*Library, Information Science & Technology Abstracts with Full Text*”; “*RIPM - Retrospective Index to Music Periodicals*”; “*Information Science & Technology Abstracts (ISTA)*”; “*RILM Abstracts of Music Literature (1967 to Present only)*”; “*Newspaper Source Plus*”; “*Regional Business News*”; “*Public Administration Abstracts*”; “*Human Resources Abstracts*”; “*Academic Search Elite*”; “*Newswires*”; “*Web News*”; “*Computers & Applied Sciences Complete*” e “*MEDLINE Complete*”.

A partir dessa base de dados, selecionaram-se 33 artigos de acordo com a relevância e a aderência ao tema da pesquisa, conforme ilustrado na tabela 2 a seguir.

Tabela 2 - Quantidade de artigos selecionados por palavra-chave

Periódicos	Quantidade
Personal Debt	2
Personal indebtedness	1
Indebtedness of people	1
Propensity to indebtedness	1
Consumption and saving theory	1
Life cycle theory	1
Hypothesis of saving	1
Consumption	2
Consumer behaviour	1
Household debt	6
Family budget	1
Budget control	2
Budget control instruments	1
Financial education	4
Financial education guides	5
Propensity to save	1
Propensity to consume	2
Total	33

Fonte: Elaborado pelo autor.

Houve, ainda, um filtro de publicações que compreenderam o período de janeiro 2005 a novembro 2015.

a) **Teses da CAPES** (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior): cujo banco de dados permitiu acesso a informações sobre dissertações e teses defendidas em programas de pós-graduação no Brasil.

Nessa filtragem, selecionaram-se algumas dissertações consideradas relevantes para o tema da pesquisa e que estão devidamente detalhadas na tabela 3.

Tabela 3 - Dissertações relevantes para o tema de pesquisa

Dissertação	Instituição
Estudo sobre as razões para o endividamento da população de baixa renda	FEA/USP, 2007
Determinantes da propensão ao endividamento: um estudo nas mulheres da mesorregião centro ocidental rio-grandense	UFSM, 2009
O uso do crédito pelo consumidor: percepções multifacetadas de um fenômeno intertemporal	UNB, 2013
O processo de concessão de crédito pela empresa: um estudo sobre o comportamento do tomador	UFU, 2015
Total	04

Fonte: Elaborado pelo autor.

Além das diversas pesquisas nas bases de dados, realizaram-se leituras de jornais, livros, revistas e periódicos disponíveis na internet, conforme item específico sobre “Referências”. Pesquisaram-se na internet, utilizando-se a ferramenta de buscas “Google”, diversos instrumentos para controle do orçamento doméstico. Além disso, pesquisaram-se aplicativos para *smartphones* e *tables* em lojas virtuais como a *Apple Store*, *Google Play* e *Play Store*.

Para aplicação do questionário em campo, seguiu-se o modelo de amostragem não probabilística por acessibilidade com ordem aleatória na seleção das casas a serem visitadas. Muitas casas ficavam com portas e janelas abertas, o que facilitava a abordagem do pesquisador. Em alguns casos, era conveniente solicitar aos moradores a indicação de outros que pudessem fazer parte da amostra, tal técnica é conhecida por *snow ball* ou amostragem por bola de neve, conforme descrito

no item "Definição do universo e seleção da amostra", entretanto nem sempre o morador indicado era encontrado ou, em alguns casos, recusava-se a responder a pesquisa.

O processo de coleta de dados primários foi realizado em duas etapas: pré-teste e aplicação dos questionários.

4.5.1 Pré-teste

O pré-teste do instrumento de coleta de dados, de acordo com Mattar (1999), é o meio de se testar o instrumento, ou seja, de saber como ele funciona em uma situação real de coleta de dados. Segundo o autor, a realização de um pré-teste é importante para o aprimoramento do instrumento de coleta de dados, de modo que nenhuma pesquisa deveria ser iniciada sem a realização do pré-teste.

Antes da aplicação dos questionários, realizou-se um pré-teste com 8 pessoas, sendo 6 voluntários que possuem algum conhecimento sobre elaboração de instrumentos para coleta de dados e 2 moradores da comunidade da Serrinha escolhidos aleatoriamente pelo pesquisador e que controlavam as finanças da família, com o intuito de obter críticas para o aprimoramento do questionário. O pré-teste foi realizado entre os dias 10 e 17 de Outubro de 2016 e, entre as sugestões recebidas, o instrumento de coleta de dados sofreu 11 alterações em relação ao modelo inicial.

Após o pré-teste, o questionário foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos (CEPSH), conforme Regimento Interno da

Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), versão 2015 aprovada em 03/08/2015.

4.5.2 Aplicação dos questionários aos moradores da Serrinha

O instrumento de coleta de dados foi constituído por questionário com 51 questões dirigidas especificamente para o indivíduo que era o principal controlador das finanças da família (Apêndice E). Aplicaram-se 100 questionários de forma presencial com o provedor/controlador das finanças em cada um dos domicílios visitados na Serrinha, em Florianópolis/SC, no período de 21 de outubro de 2016 a 27 de novembro de 2016, de modo que o próprio entrevistador realizou as perguntas e assinalou as respostas. Uma vez totalizada a coleta, os questionários respondidos foram catalogados em planilha elaborada no *Microsoft Excel* 2010.

4.5.3 Tratamento dos dados coletados

Os dados coletados por meio dos questionários foram tratados de forma quantitativa (*Microsoft Excel*® 2010 e SPSS® v.20) da seguinte maneira:

a) Questões dicotômicas () SIM () NÃO. Considerou-se apenas uma única resposta para cada um dos 100 respondentes;

b) Questões de múltipla escolha. Consideraram-se todas as opções com uma ou mais respostas sobre o total de 100 respondentes.

Além da análise quantitativa, houve interpretação dos dados qualitativos com auxílio da bibliografia revisada. Posteriormente, todas as informações foram trianguladas com base nos dados primários (questionários), secundários (pesquisa bibliográfica) e técnicas de estatística descritiva. A partir disso, apresentam-se as limitações da pesquisa.

4.6 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Esta pesquisa foi desenvolvida no segundo semestre de 2016. Dessa forma, estudos que venham a ser realizados após esse período podem apresentar outros resultados não só em função da limitação da amostra mas também devido aos aspectos conjunturais da economia do país nesse período.

Além disso, por se tratar de uma pesquisa quantitativa e qualitativa, o presente estudo, sobretudo no que diz respeito aos aspectos qualitativos que não apresentam dados numéricos, mas sim atributos ou qualidades inerentes aos aspectos abordados, sofre as limitações inerentes a esse tipo de pesquisa, principalmente no que se refere à sinceridade e à exatidão das respostas dos entrevistados.

A mão de obra, o tempo e os recursos financeiros também são fatores limitantes da pesquisa, tendo em vista que foi o próprio autor o responsável pela coleta dos dados. Por fim, há que se considerar as limitações próprias dos procedimentos metodológicos adotados: estudo de caso; levantamento de campo; erro amostral de 10%. Nesse sentido, qualquer extrapolação deverá ser vista/adotada com muita cautela.

5 FORMAÇÃO DO PERFIL DA COMUNIDADE DA SERRINHA, FLORIANÓPOLIS/SC, A PARTIR DAS VARIÁVEIS, INDICADORES E CRUZAMENTOS

A seguir, apresentar-se-ão os resultados obtidos a partir das análises das variáveis e dos indicadores bem como dos cruzamentos realizados.

5.1 VARIÁVEL ESTRATIFICAÇÃO

A caracterização da amostra socioeconômica está apresentada conforme os dados coletados via instrumento de coleta (Apêndice E).

A tabela 2 representa a distribuição das idades dos moradores da Serrinha, Florianópolis/SC. Percebe-se uma grande diversidade nas idades da amostra analisada, sendo 28, 42 e 44 anos as que preponderam, com 6% de frequência cada.

Tabela 4 - Moradores da Serrinha segundo a idade

Idade	Frequência	Percentual	Percentual cumulativo
15	1	1.00%	1.00%
16	2	2.00%	3.00%
17	1	1.00%	4.00%
20	1	1.00%	5.00%
21	4	4.00%	9.00%
22	1	1.00%	10.00%
23	3	3.00%	13.00%
24	1	1.00%	14.00%
25	2	2.00%	16.00%
26	3	3.00%	19.00%
27	1	1.00%	20.00%
28	6	6.00%	26.00%
29	4	4.00%	30.00%
30	4	4.00%	34.00%
31	3	3.00%	37.00%
32	2	2.00%	39.00%
34	2	2.00%	41.00%
35	2	2.00%	43.00%
36	1	1.00%	44.00%
37	4	4.00%	48.00%
38	1	1.00%	49.00%
39	4	4.00%	53.00%
41	4	4.00%	57.00%
42	6	6.00%	63.00%
43	3	3.00%	66.00%
44	6	6.00%	72.00%
45	1	1.00%	73.00%
46	5	5.00%	78.00%
49	2	2.00%	80.00%
50	2	2.00%	82.00%
52	1	1.00%	83.00%
53	3	3.00%	86.00%
54	2	2.00%	88.00%
55	1	1.00%	89.00%
56	1	1.00%	90.00%
57	1	1.00%	91.00%
58	3	3.00%	94.00%
59	1	1.00%	95.00%
60	1	1.00%	96.00%
61	3	3.00%	99.00%
72	1	1.00%	100.00%
Total	100	100,0%	

Fonte: Dados primários.

A figura 3 a seguir ilustra a distribuição de frequências segundo a idade dos moradores da Serrinha, em Florianópolis/SC:

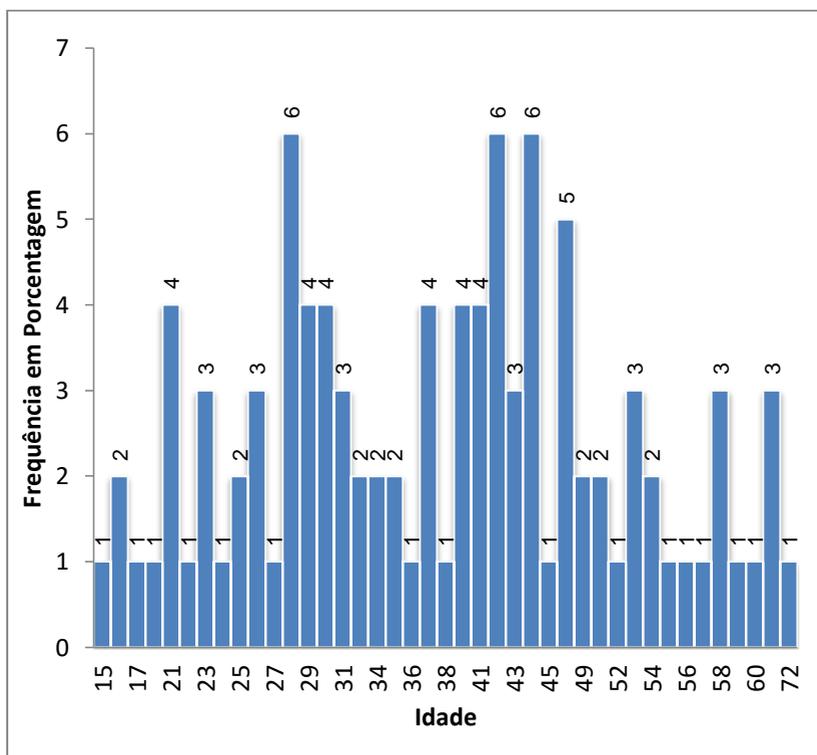


Figura 3 - Distribuição de frequências conforme idade numa amostra de 100 moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, 2016.

Fonte: Dados primários.

Em alguns casos, a amostra apresentou adolescentes de 15, 16 e 17 anos como os controladores das contas domésticas. Pode ser que não sejam esses os responsáveis pelo ganho da renda familiar percebida, mas são os que dispõem de conhecimento hábil ou alfabetização para exercer o controle orçamentário.

A tabela 5 mostra a distribuição dos entrevistados quanto ao sexo.

Tabela 5 - Moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, segundo o sexo

Sexo	Frequência	Percentual	Percentual acumulado
Feminino	63	63,00%	63,00%
Masculino	37	37,00%	100,00%
Total	100	100,00%	

Fonte: Dados primários.

Conforme a figura 4 percebe-se a preponderância do gênero feminino no controle das finanças das famílias. Na amostra de 100 domicílios visitados, ou seja, em 63% das residências da Serrinha, Florianópolis/SC, as mulheres são as que exercem o controle das contas domésticas.

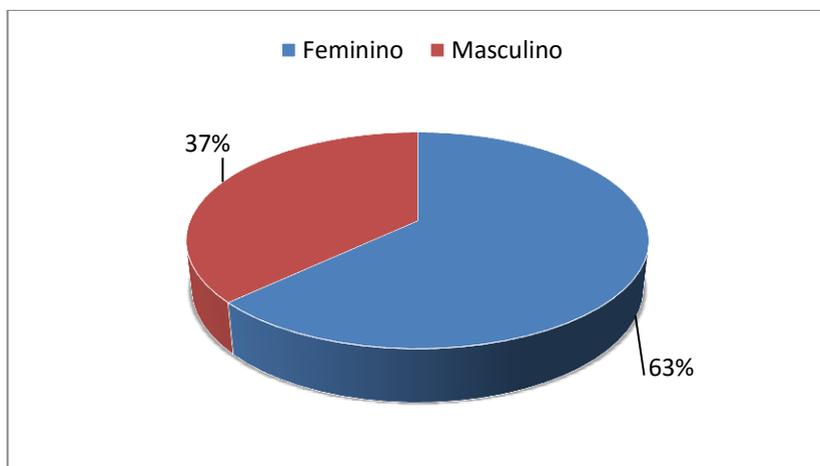


Figura 4 - Distribuição de frequências conforme sexo numa amostra de 100 moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, 2016.

Fonte: Dados primários.

A tabela 6 a seguir mostra a distribuição dos pesquisados com relação à renda mensal familiar percebida.

Tabela 6 - Moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, segundo a renda

Renda mensal domiciliar	Frequência	Percentual	Percentual Acumulado
Sem renda	7	7,0%	7,0%
Até R\$ 880	13	13,0%	20,0%
Mais de R\$ 880 a R\$ 1.760	26	26,0%	46,0%
Mais de R\$ 1.760 a R\$ 2.640	20	20,0%	66,0%
Mais de R\$ 2.640 a R\$ 3.520	18	18,0%	84,0%
Mais de R\$ 3.520 a R\$ 4.400	6	6,0%	90,0%
Mais de R\$ 4.400 a R\$ 5.280	5	5,0%	95,0%
Mais de R\$ 5.280	5	5,0%	100,0%
Total	100	100,0%	

Fonte: Dados primários.

A figura 5 ressalta que a faixa de renda mensal familiar predominante na comunidade analisada é de mais de R\$ 880,00 e R\$ 1.760,00.

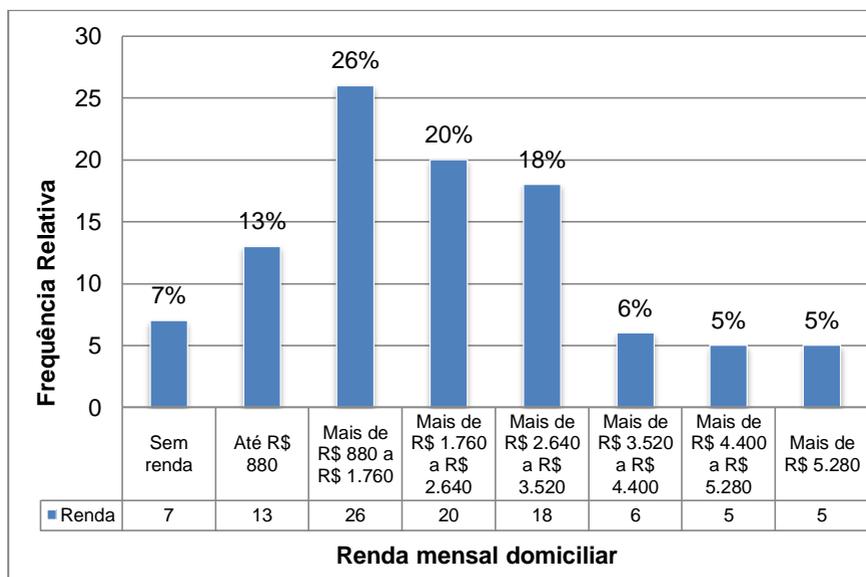


Figura 5 - Distribuição de frequências conforme a renda mensal domiciliar numa amostra de 100 moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, 2016.

Fonte: Dados primários.

Segundo o Critério Brasil (ABEP, 2016), como demonstrado na Tabela 7, o estrato predominante na amostra enquadra-se na Classe C2, com renda média domiciliar de R\$ 1.625,00. Até 2015, o Brasil enquadrava-se no estrato C2. A partir de 2016, a renda média domiciliar brasileira sofreu decréscimo e passou a enquadrar-se na Classe D-E. Nesse sentido, a amostra analisada ficou com renda mensal domiciliar acima da média nacional.

Tabela 7 - Critério de Classificação Econômica Brasil

Estrato Socioeconômico	Renda média domiciliar (2015)	Renda média domiciliar (2016)
A	R\$ 20.272,56	R\$ 20.888,00
B1	R\$ 8.695,88	R\$ 9.254,00
B2	R\$ 4.427,36	R\$ 4.852,00
C1	R\$ 2.409,01	R\$ 2.705,00
C2	R\$ 1.446,24	R\$ 1.625,00
D-E	R\$ 639,78	R\$ 768,00
TOTAL	R\$ 2.876,05	R\$ 3.130,00

Fonte: ABEP (2015, 2016).

Na sequência, apresentar-se-á a análise dos dados referentes à variável interações.

5.2 VARIÁVEL INTERAÇÕES

A partir da aplicação de questionário (Apêndice E), levantou-se o meio de interação predominante na comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC.

A figura 6 representa a distribuição de frequências dos meios de interação existentes na Serrinha, Florianópolis/SC, para exercer a comunicação entre os membros da própria comunidade e o meio em que estão

inseridos (escola, trabalho, instituição religiosa, residência). Além disso, buscou-se obter os meios pelos quais os moradores obtêm informações, notícias, ofertas e promoções de produtos e serviços.

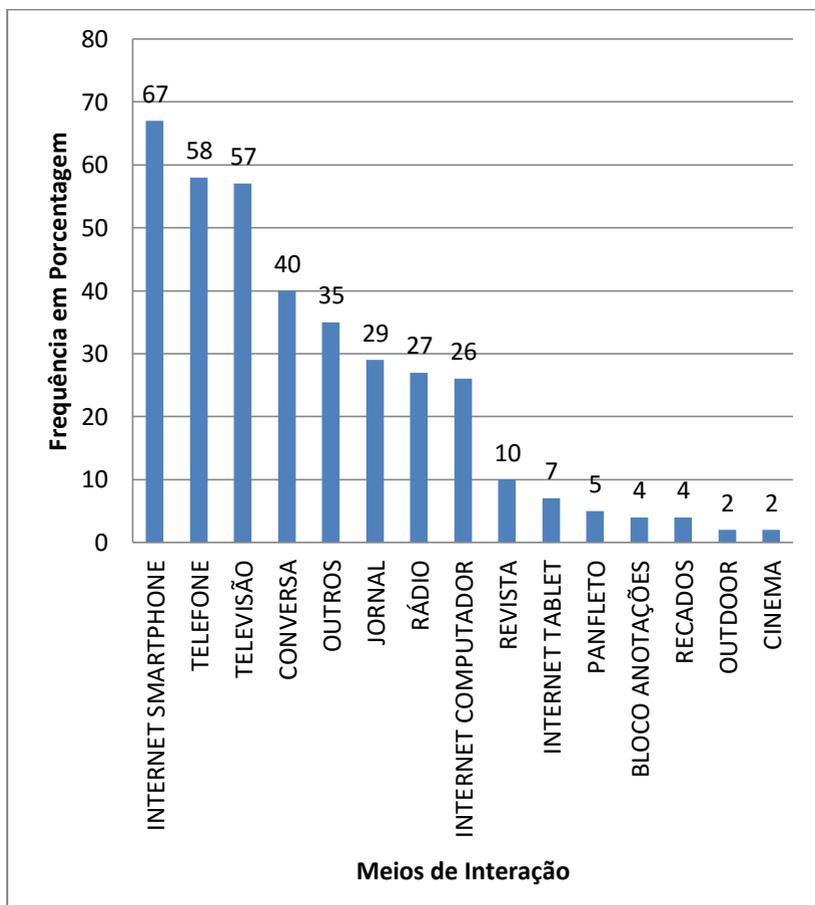


Figura 6 - Distribuição de frequências conforme interações numa amostra de 100 moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, 2016.

Fonte: Dados primários.

A forma de interação predominante na amostra levantada foi o uso da internet pelo *Smartphone* tanto para exercer a comunicação entre os membros da comunidade como para a busca de informações, notícias, ofertas e promoções de produtos e serviços. Diversos membros da comunidade relataram o uso do aplicativo para *Smartphone* “*Whatsapp*” e das redes sociais “*Facebook*” e “*Blogspot*” como os principais meios de interação utilizados para exercer a comunicação. Citam-se como exemplos o *Blogspot* <http://servidaodoslageanos.blogspot.com.br/> e o <http://srvdoslageanos.blogspot.com.br/>.

Do total de respondentes, 58% afirmaram que a televisão é um importante veículo para obtenção de notícias, ofertas de produtos e serviços e promoções em lojas e supermercados. Entre as 100 famílias entrevistadas, 40% relataram que é por meio da troca de informações com os vizinhos, amigos, colegas de trabalho e familiares que ficam sabendo das melhores ofertas de produtos e serviços e que isso as influencia na tomada de decisões de compra.

Enquanto apenas 28% dos entrevistados já acessaram alguma vez uma planilha no *software Excel*, 67% já acessaram alguma vez aplicativos para *Smartphones*, *tablets* ou computadores. Isso revela o espaço que os telefones inteligentes ocupam na vida das pessoas, seja por comodidade, facilidade ou outras razões não identificadas pela pesquisa e a oportunidade que se tem na disseminação da educação financeira por intermédio desse meio de interação social.

5.3 VARIÁVEL DECISÕES DE CONSUMO

Por meio do instrumento de coleta de dados (questões 7 a 13), foi possível levantar o perfil consumidor da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC. A tabela 8 representa a frequência de respostas afirmativas ou negativas por parte dos 100 moradores entrevistados.

Tabela 8 - Frequência de respostas para composição dos indicadores de consumo

Itens questionados	NÃO	SIM
Compra independentemente da marca	28	72
Pagar as contas da casa é prioridade	17	83
Reconhece a compra necessária	14	86
Reconhece a compra desejável	38	62
Já comprou para aliviar o estresse	69	31
Comprar réplicas de luxo é para imitar os ricos	48	52
Já comprou por influência de outras pessoas	52	48
Total	266	434

Fonte: Dados primários.

A partir disso, pode-se dizer que, do total de entrevistados, 72% compram independentemente da marca, 83% já deixaram de comprar alguns produtos para pagar as contas da casa, 86% consideram ter casa própria uma necessidade e 62% reconhecem que comprar uma televisão maior é um item desejável, porém não essencial. Apenas 31% dos entrevistados já compraram para aliviar o estresse e 52% concordam que comprar réplicas de objetos de luxo é uma forma de imitação dos ricos. Por fim, 48% já compraram por influência de outras pessoas, entretanto muitos relataram que se arrependeram depois da compra.

Alguns relatos reforçam a análise dos dados coletados, tais como o do entrevistado 27: “não me

preocupo com marcas, exceto de tênis. Isso porque fiz uma cirurgia e tenho medo de me machucar, por isso, tenho que comprar tênis de boa qualidade, que geralmente são mais caros, porém busco economizar nos demais itens de consumo”. Também do entrevistado 44: “analiso o custo e benefício, nesse sentido procuro comprar produtos que tenham menor preço”. Por fim, do entrevistado 62: “se estiver barato e eu puder comprar eu compro independente da marca”.

Os resultados identificam um comportamento de consumidores que priorizam as necessidades em detrimento dos desejos e que conseguem diferenciar as compras necessárias das supérfluas.

5.4 VARIÁVEL ASSUNÇÃO DE DÍVIDAS

Os achados da pesquisa demonstram que, para a comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC, a dívida é encarada como um problema grave que precisa ser resolvido e muitos socializam com a família quando a situação financeira é dificultosa. Por outro lado, alguém da comunidade estar endividado é algo comum e, portanto, ter dívidas não é encarado como um absurdo.

Com relação ao indicador equiparação social, 49% dos respondentes acham quem têm menos dinheiro que os amigos, enquanto 57% afirmam ter menos dinheiro que os parentes e se sentem felizes por saber que outras pessoas da família têm condições mais favoráveis. O entrevistado 68 afirmou que a “grande preocupação que possui não é se comparar com os familiares, saber se tem menos ou mais dinheiro e sim ter o que comer diariamente”. 64% consideram ter mais dinheiro que os colegas de trabalho. Dos 100

respondentes, 80 acham que ter menos dinheiro que algumas pessoas que veem na televisão não é algo que lhes incomoda. Alguns relatos reforçam essa visão, tais como o do entrevistado 42: “reconheço que as pessoas que têm muito dinheiro foram em busca dos objetivos e se conquistaram riqueza foi por méritos próprios”. O entrevistado 54 afirma que: “cada um tem o que merece, pois nada acontece por acaso para ninguém”. Já o entrevistado 66 relatou que “se alguns têm mais dinheiro que a gente é porque estudaram para isso”. Os resultados indicam que os moradores não assumem dívidas para adquirir bens muito acima da capacidade financeira com o intuito de se equiparar a outros indivíduos do seu entorno.

Uma das razões apontadas para a não identificação de uma comunidade com as finanças controladas é o indicador “Compras por impulso”. As respostas a esse indicador identificaram haver comportamento impulsivo, ou seja, na comunidade, as compras não são realizadas de forma planejada: 64% afirmaram que não conseguem ter dinheiro sobrando no final do mês, pois sentem que precisam gastar, 65% afirmaram que, em muitas das vezes, primeiro realizam a compra e depois pensam como irão pagar, 56% já compraram algo mesmo sabendo que não haveria recurso suficiente para o pagamento da compra e 59% já se sentiram nervosos ou ansiosos pelo fato de não terem conseguido comprar algo em determinado dia.

Esse comportamento revela consumidores impulsivos, emotivos na tomada de decisões de consumo, compram sem planejamento, sem antes elaborar uma lista de compras, fazer pesquisa de preços. A renda também deve ser considerada um limitador, porém entende-se que justamente na escassez é que o

planejamento deveria ocorrer mais fortemente. A literatura afirma que esse perfil consumidor tende ao endividamento, a uma maior assunção de dívidas. Essa observação é reforçada pelos relatos dos entrevistados 27, 44 e 62, que afirmam respectivamente o seguinte: “já passei momentos difíceis que não tinha dinheiro para pagar as contas, cheguei a vender algo em casa para comprar o básico”, “comprei sabendo que tinha o dinheiro, porém no meio do caminho aconteceu imprevisto que mudou a trajetória das coisas” e “já ocorreu de comprar antes e depois pensar como iria pagar, mas isso só ocorreu porque esperava receber pelas vendas e não me pagaram”.

Percebeu-se, portanto, que muitos moradores justificaram ser forçados a comprar de forma impulsiva por não possuírem carro e precisarem utilizar ônibus ou táxi para ir ao supermercado fazer compras e essa é uma das razões pelas quais não conseguem fazer pesquisa de preços. Assim, baseiam-se preponderantemente nas ofertas anunciadas na televisão ou em folhetos promocionais que raramente são distribuídos naquela localização.

Na amostra obtida, 70% dos respondentes afirmaram que já pensaram nos últimos 6 meses em ter realizado o pagamento de contas com atraso. O relato do entrevistado 54 exemplifica essa questão, quando afirma “ter realizado pagamento de contas com atraso por esquecimento”. Do total de entrevistados, 78% revelaram-se preocupados com a falta de uma reserva de dinheiro para emergência e 59% afirmaram-se preocupados com a atividade laborativa desempenhada, devido à instabilidade ou imprevisibilidade no exercício da função. Quase 100% dos entrevistados afirmaram que em algum dos 6 meses passados chegaram a

pensar em contratar empréstimos, alguns o fizeram, outros recuaram da decisão devido às altas taxas de juros, 49% pensaram em pedir dinheiro emprestado para familiares ou amigos, sendo que alguns destes efetuaram tais empréstimos. Nesse sentido, a análise dos resultados sinalizou que os moradores desconhecem a situação financeira que vivenciam. Segundo referencial pesquisado, tal desconhecimento pode indicar baixa educação financeira, má gestão do orçamento doméstico e maior assunção de dívidas.

A questão 31 (Apêndice E) buscou medir os “Fatores imprevistos”. Diferentemente dos estudos de Zerrenner (2007), na comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC, a principal razão do endividamento não é o desemprego e sim o consumo excessivo, ou seja, 29% dos respondentes endividaram-se porque compraram além das reais possibilidades de pagamento. 19% endividaram-se pelo fato de terem usado o crédito no nome deles e não terem pago, 17% endividaram-se devido à perda de emprego, 12% em função de uma separação ou divórcio, 10% em virtude de prejuízos nos negócios, 7% devido em decorrência de doença na família e 6% em razão do nascimento de um filho. Esta última razão não havia sido apontada por nenhum dos estudos realizados, o relato da entrevistada 2 salienta a importância desse fator na assunção de dívidas: “quando fiquei grávida do segundo filho enfrentei dificuldade financeira pois não conseguia emprego como empregada doméstica, as pessoas tinham medo de me empregar eu cair, me machucar e perder o bebê”. Julga-se relevante apresentar alguns outros relatos obtidos ao longo da pesquisa no que tange ao indicador em questão. Para o entrevistado 5, o uso indevido do cartão de crédito foi o responsável pelo endividamento: “me

endividei com o cartão de crédito, comecei a pagar o mínimo da fatura porque não tinha dinheiro para pagar o total, isso gerou uma bola de neve e acabei me afundando”. O entrevistado 44 afirma que, devido a uma sucessão de fatores, endividou-se e salienta que isso pode ocorrer com qualquer cidadão despreparado financeiramente: “primeiramente foi o divórcio, depois o acidente de moto, por conseguinte a falência da empresa e por último a minha depressão. Não costumava me endividar, mas por causa de todos esses fatores foi inevitável”. O entrevistado 72 relata o seguinte: “aconteceu há muitos anos e serviu de lição, mas foi contra nossa vontade, pois a gente morava no sítio, investimos na plantação e quando colhemos para venda, tinha muita gente vendendo feijão e milho, assim o que a gente vendia não valia nada”. O entrevistado 90 afirmou que: “hoje em dia as pessoas se endividam mais para ter um pouco de luxo. O computador é uma necessidade, daí os pais se endividam para poder comprar”. O entrevistado 100 contou o seguinte: “me endividei devido a uma queda nos negócios, fiz um curso para aprender a controlar as contas, mas não ajudou muito porque tinha um monte de planilhas complicadas para preencher, portanto não me ajudou tanto, serviu apenas para eu aprender a não misturar as contas do minimercado com as minhas, mesmo assim às vezes ainda misturo”. Diante disso, constatou-se que, na comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC, ocorre assunção de dívidas em razão de fatores imprevistos.

Em análise detalhada do indicador “Atitudes frente ao uso de crédito”, tem-se que 62% dos respondentes concordaram que usar crédito permite que se tenha uma melhor qualidade de vida, 50% acharam uma boa ideia comprar algo no momento presente e pagar no futuro,

entretanto 92% afirmaram ser preferível pagar as compras sempre à vista e 93% afirmaram ser importante pagar as dívidas o quanto antes possível. Por fim, 90% responderam que a facilidade no uso de cartões de crédito causa endividamento nas pessoas. Com base nesses resultados, afirma-se que os moradores possuem atitudes controladas frente ao uso de crédito.

As análises demonstram que os membros da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC, preocupam-se com a dívida, encaram-na como algo grave, buscam não assumir dívidas para obterem equiparação social com outros membros do mesmo ciclo de convivência. A impulsividade nas compras justifica-se pela falta de planejamento e pela ausência de pesquisa de preços, desconhecem a própria situação financeira, ocasionalmente se endividam por fatores imprevistos, porém possuem atitudes controladas e conscientes frente ao uso de crédito. Alguns relatos corroboram as atitudes encontradas no perfil da amostra, tais como a dos entrevistados 15, 57 e 62 sobre o uso do crédito: “tem que saber usar”, “se bem trabalhado ajuda”, “ajuda, mas em compensação a pessoa se mata de trabalhar para poder pagar a dívida”. O relato do entrevistado 92 sobre comprar no momento atual e pagar no momento futuro e o uso do cartão de crédito demonstra certo conhecimento de mercado: “depende, pagar no cartão de crédito pode ser uma boa, desde que se pague o total da fatura, senão não é uma boa comprar algo agora e pagar depois com juros”.

Tais resultados permitem afirmar que os moradores da Serrinha assumem dívidas e, portanto, estão propensos para o endividamento.

5.5 VARIÁVEL MOTIVAÇÕES PARA POUPAR

A variável “Motivações para poupar” foi construída a partir dos indicadores “Incerteza temporal” e “Investimento”. As questões 37 a 39 buscaram obter informações acerca do indicador “Incerteza temporal”, sendo que 70% dos respondentes afirmaram que a própria situação financeira só melhoraria no futuro, 85% julgaram que o comportamento futuro é totalmente influenciado pelas ações presentes e 54% afirmaram estar dispostos a sacrificar o bem-estar presente para alcançar resultados futuros.

A questão 40 (Apêndice E) buscou verificar com os moradores o hábito de poupar e, somada às questões 41 e 42, compôs-se o indicador “Investimento”. Por diversas vezes, foi necessário esclarecimento em campo sobre o que se pretendia com esta pesquisa a respeito da questão 40, pois muitos respondentes acreditavam que esse hábito de poupar estava voltado para ações do dia a dia, como: não desperdiçar comida, economizar nas compras, efetuar pesquisa de preços. Mesmo com esses esclarecimentos, diferentemente do que se imaginava inicialmente com a pesquisa, 57% dos entrevistados alegaram ter o hábito de poupar e, desse percentual, 41% poupam principalmente para enfrentar situações de emergência, conforme ilustra a figura 7.

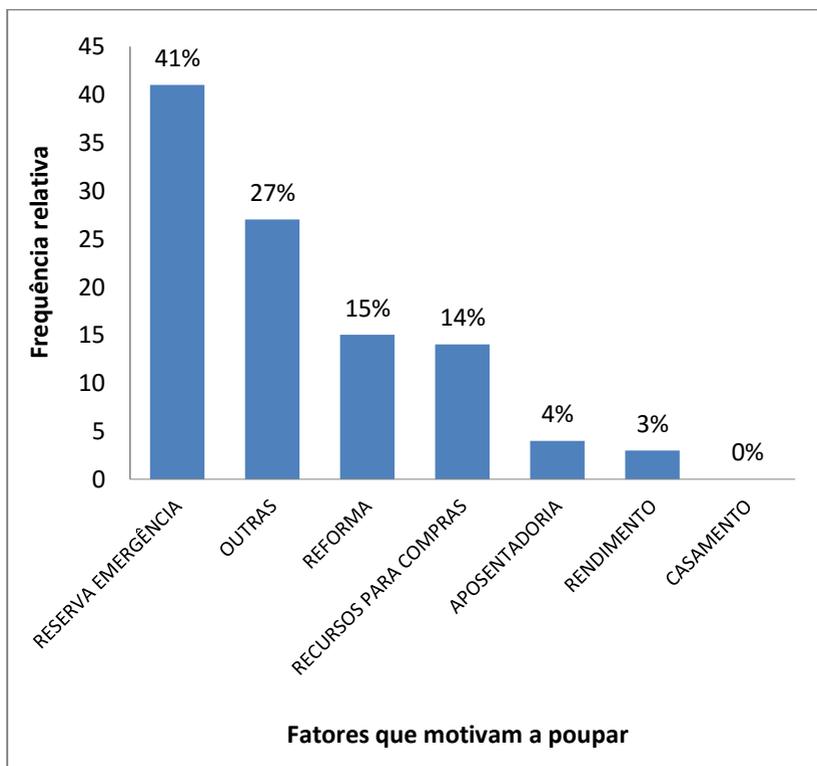


Figura 7 - Fatores que motivam os moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, a poupar.

Fonte: Dados primários.

Do total de poupadores, 27% o fazem por outras razões diferentes das citadas, tais como: aquisição de terreno, compra da casa própria, compra de um carro, recurso para poder ajudar algum familiar, aniversário de 15 anos da filha, aproveitar a primeira melhor oportunidade que aparecer e garantir um bom crescimento familiar e profissional. O entrevistado 25 relatou que poupa “porque se preocupa com o futuro” e o entrevistado 54 poupa porque tem “medo de quando ficar mais velho depender dos outros para comprar

remédios”. Os resultados apontam para uma comunidade bastante previdente, preocupada com as incertezas futuras, entretanto apenas 4% poupam para a aposentadoria, em linha com a média nacional, conforme a Folha de São Paulo (2017).

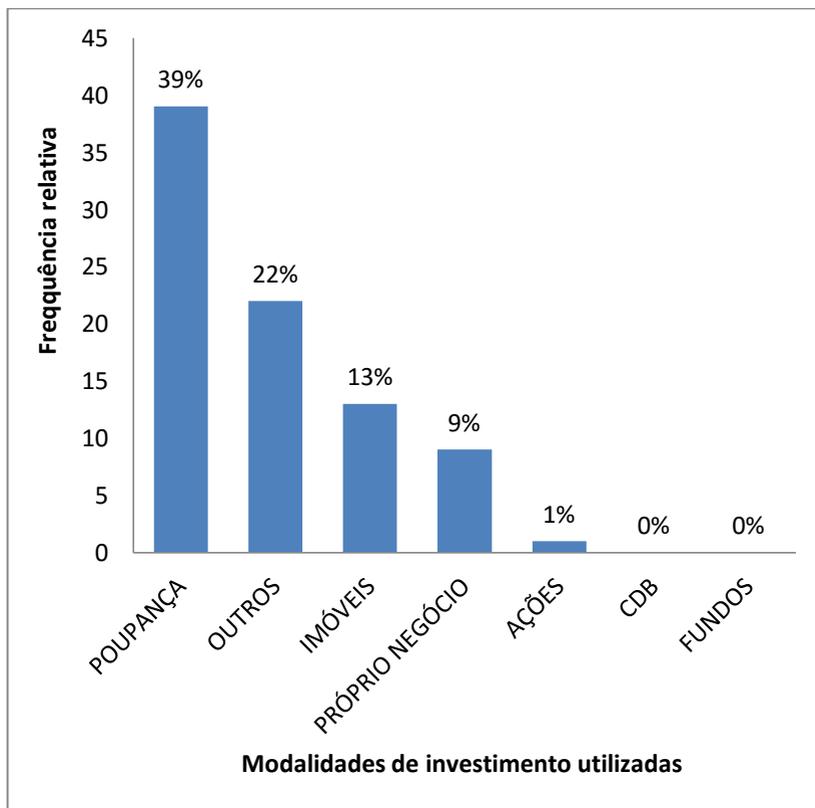


Figura 8 - Modalidades de investimento utilizadas pelos moradores da Serrinha, Florianópolis/SC.

Fonte: Dados primários.

Conforme a figura 8, a poupança é o produto mais usado pelos respondentes para exercer o hábito de poupar (39%), talvez por ser uma das modalidades mais

populares de investimento ou por desconhecerem outras modalidades. O item “Outros” revela que 22% dos moradores que alegam poupar utilizam a conta corrente, conta salário e planos de capitalização como forma de investimento, entretanto a literatura não trata esses itens como modalidades de investimento.

Os resultados indicaram alta consideração de consequências futuras (CCF). Significa que os respondentes se concentram nas consequências futuras de uma decisão financeira em detrimento das consequências imediatas. Consta-se, portanto, a propensão para poupança na comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC.

5.6 VARIÁVEL CONTROLE DO ORÇAMENTO

O perfil da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC, com relação à prática do controle orçamentário domiciliar, foi levantado a partir dos indicadores: hábito, frequência, instrumentos e resultados.

As análises demonstram que 70% dos respondentes têm o hábito de realizar algum tipo de controle do orçamento doméstico, conforme a tabela 7.

Tabela 7- Hábito de fazer o controle do orçamento doméstico

	Frequência	Percentual	Percentual Acumulado
Não	30	30%	30%
Sim	70	70%	100%
Total	100	100%	

Fonte: Dados primários.

Do percentual de moradores que realizam algum tipo de controle, 52% o fazem mensalmente e 29% relataram frequências diferentes das listadas, como bimestralmente ou trimestralmente.

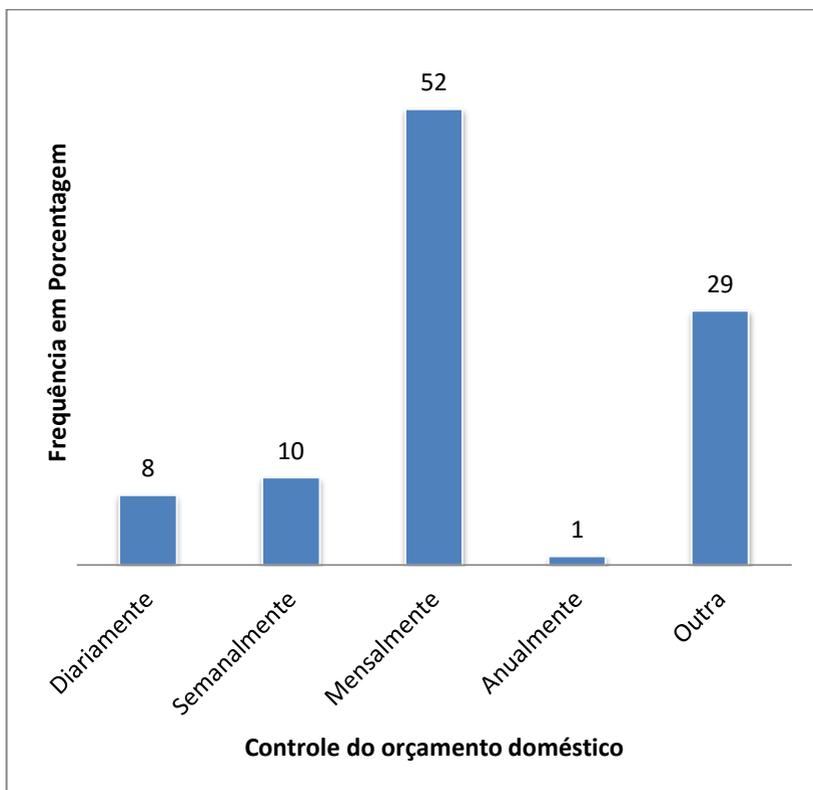


Figura 9 - Frequência no controle do orçamento doméstico.

Fonte: Dados primários.

Quanto ao indicador “Instrumentos”, 30% dos entrevistados que praticam algum tipo de controle orçamentário alegaram controlar mentalmente as contas da casa. Algumas hipóteses podem ser levantadas acerca dessa questão, tais como:

- Os respondentes conhecem tão bem as contas da casa, a ponto de não necessitarem mais fazer nenhum tipo de controle mais rígido;
- Não fazem nenhum tipo de controle e, para não se sentirem constrangidos ao serem questionados, relataram controlar tudo mentalmente;
- Desconhecem outras ferramentas de controle mais efetivo.

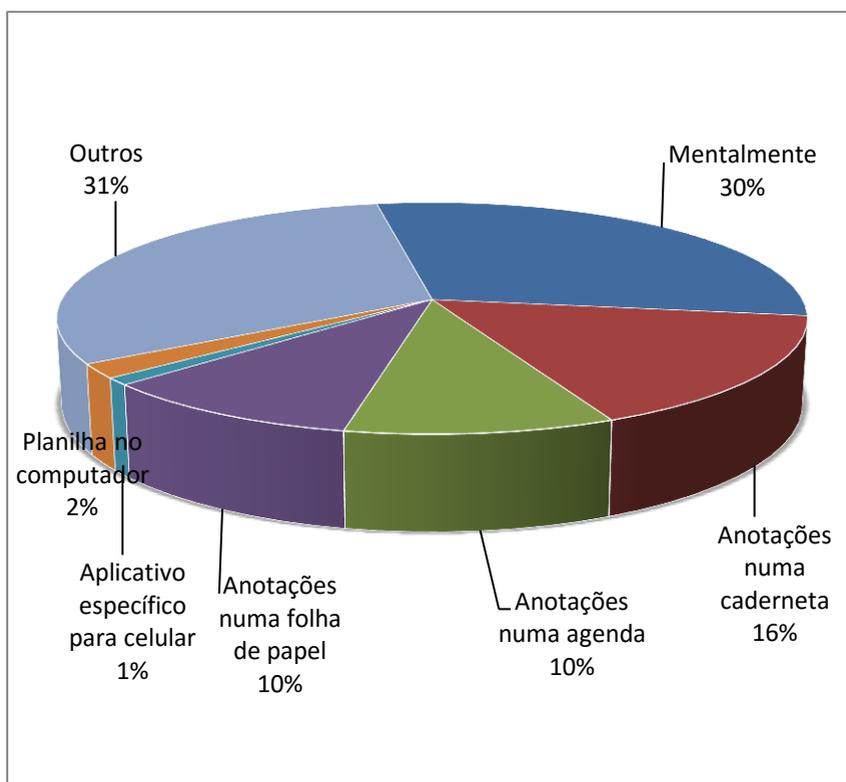


Figura 10 - Instrumentos de controle do orçamento doméstico.

Fonte: Dados primários.

A figura 10 ilustra os instrumentos de controle utilizados pelos moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, sendo que 31% relataram utilizar outros instrumentos de controle não listados na questão 45 do questionário (Apêndice E). Enquanto o entrevistado 3 relatou que utiliza a “fatura do cartão de crédito para controlar as contas da casa”, o 14 utiliza uma “pasta com arquivo (fichário)” para melhor exercer o controle. O entrevistado 22 relatou o seguinte: “faço tudo num caderno, guardo por 1 ano e depois jogo fora”. O entrevistado 27 citou que guarda todos os comprovantes das compras que realiza, soma tudo e limita os gastos conforme percebe que já utilizou todo limite do cartão de crédito. O entrevistado 54 alega que faz tudo “de cabeça” para se referir ao fato de controlar mentalmente as contas da casa, complementando: “faço dessa forma porque tenho uma ideia das contas devido à minha experiência de vida”. O entrevistado 57 afirma controlar por meio do extrato bancário, o entrevistado 66 informou que soma todas as contas no próprio recibo de salário (contracheque). O entrevistado 67 utiliza um livro caixa para exercer o controle orçamentário, o entrevistado 92 cita que verifica “no armário tudo o que está faltando para depois ir às compras”. Por fim, o entrevistado 99 cita que costuma anotar mensalmente todas as receitas e despesas numa folha de papel, no mês subsequente revisa todas as contas, realiza novas anotações e descarta as anotações que realizou no mês anterior.

Os tipos de contas que estão presentes no orçamento doméstico da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC, estão listados na figura 11.

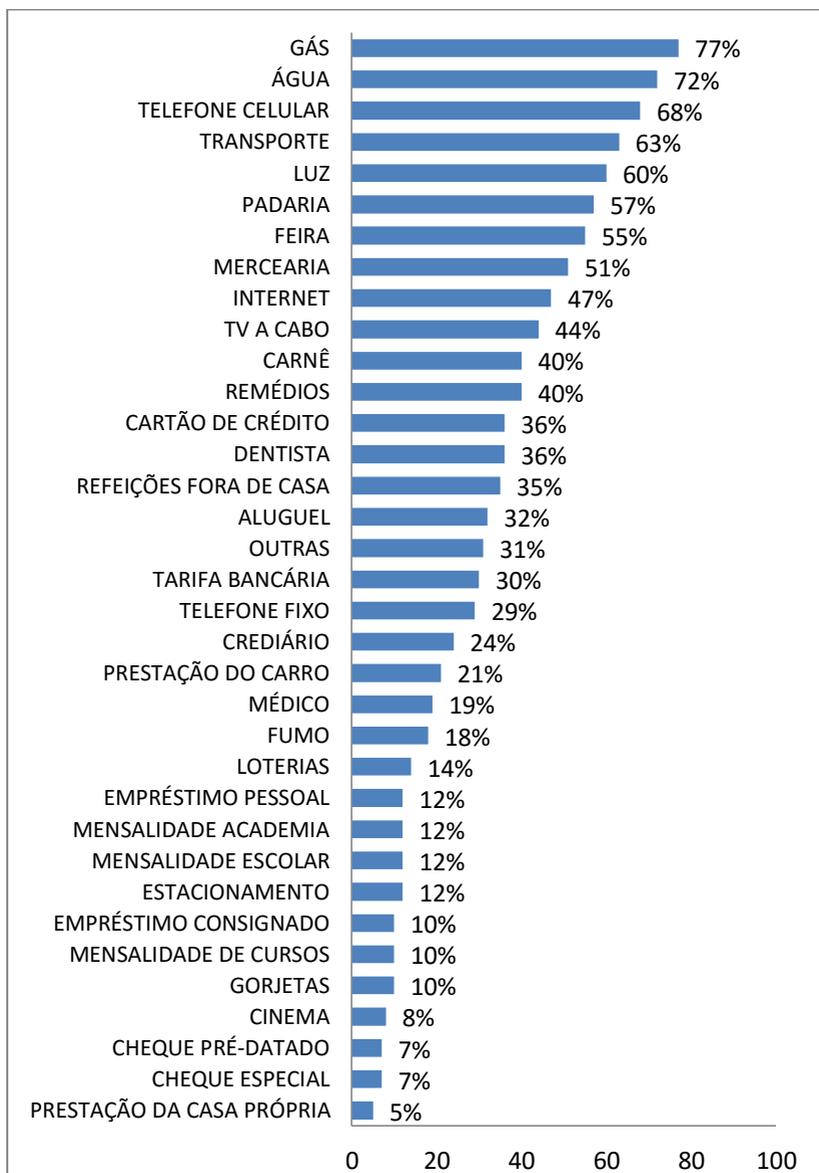


Figura 11 - Despesas domésticas dos moradores da Serrinha, Florianópolis/SC.

Fonte: Dados primários.

O item “Outras” contempla contas que foram citadas pelos próprios moradores durante a coleta dos dados e incluem despesas como: passeio com os filhos, salão de beleza, supermercado, construção civil, alimentação dos netos, vestuário dos netos, comida para animais domésticos, cerveja, utensílios para maquiagem, bijuterias, diversão e lazer, horta caseira, lanche fora de casa, matrícula escolar, ônibus, combustível, táxi, compras com revendedoras de produtos da Natura, compras com revendedoras de produtos da Avon, plano de saúde.

Conforme a tabela 8, do total de entrevistados, 95% reconhecem que fazer algum tipo de controle do orçamento doméstico ajuda a manter as contas da casa em dia.

Tabela 8 - Fazer o controle ajuda a manter as contas em dia

	Frequência	Percentual	Percentual acumulado
Não	5	5%	5%
Sim	95	95%	100%
Total	100	100%	

Fonte: Dados primários.

Além dos dados estatísticos, a questão 47 (Apêndice E) permitiu alguns relatos que elucidam a análise, bem como os dos entrevistados 25, 29, 62, 63 e 86: “se tu não fizer controle, se perde”, “eu já fazia, mas depois que participei de um curso sobre orçamento doméstico lido com as finanças com mais segurança”, “só deixei de fazer o controle um único mês nos últimos anos, isso porque viajei e não tive tempo”, “sempre controlei porque não se pode gastar mais do que se ganha”, “aqui em casa sempre fizemos controle”.

Interessante verificar que 70% dos moradores fazem algum tipo de controle, porém 95% reconhecem que fazer o controle ajuda a manter as contas da casa em dia.

As questões 48 a 51 (Apêndice E), juntamente com alguns relatos dos moradores, revelaram as razões pelas quais muitos ainda não fazem nenhum tipo de controle do orçamento doméstico, se em algum momento o fizeram, mas abandonaram, quais instrumentos eram utilizados antes do abandono, quais foram as razões para o abandono e quais as motivações para que voltem a controlar.

De acordo com a tabela 9, dos 100 entrevistados, 20 faziam o controle do orçamento doméstico e, por alguma razão, abandonaram.

Tabela 9 - Fazia o controle do orçamento doméstico e, por alguma razão, abandonou

	Frequência	Percentual	Percentual acumulado
Não	80	80%	80%
Sim	20	20%	100%
Total	100	100%	

Fonte: Dados primários.

Entre as razões citadas para o não controle do orçamento doméstico, estão: preguiça, falta de tempo, indisciplina, desorganização, esquecimento, relaxamento, desprazer e sensação de cerceamento, desnecessário, falta de um objetivo específico, renda oscilante. O entrevistado 15 alega que “só se deve controlar quando o cinto aperta”, referindo-se que o controle só deve ser feito em situações financeiras difíceis.

Dos 20% que faziam, mas por alguma razão abandonaram o controle, seguem alguns relatos. O

entrevistado 44 alega que “fazia o controle, porém sem uma necessidade específica”, o entrevistado 50 afirma que gosta “de curtir, fazer festa e quando controlava percebia que perdia essa liberdade”, a entrevistada 97 relata o seguinte: “acho que se for controlar todo dia ficarei neurótica, sem poder gastar o que quero, sem poder sair com os amigos, deixarei de ser feliz, se fizer isso vou vegetar, qual o sentido de trabalhar então, amanhã depois você morre e não aproveita a vida”.

Dos que abandonaram o controle, seguem relatos dos instrumentos que eram utilizados antes do abandono. O entrevistado 2 afirma que “anotava tudo numa agenda” e o entrevistado 99 cita “uma vez eu fiz no computador, mas dava muito trabalho, tinha que ligar, abrir planilha, demorava, daí desisti”.

Seguem também relatos dos entrevistados 19, 64, 67 e 68 sobre as justificativas fornecidas para o abandono do controle orçamentário: “tentava controlar, mas me perdia nas contas, pois tinha muitas dívidas”, “abandonei porque casei e meu esposo é contador e faz numa planilha do *Excel*”, “é muito chato controlar, teria que achar uma forma mais fácil de fazer o controle, mas ainda assim falta tempo”, “não controlo porque o dinheiro não dá para isso, quantas vezes eu fui ao supermercado e deixei quase tudo porque o dinheiro não dava, eu calculei mais ou menos o dinheiro que tinha, mas quando fui ao caixa deu mais do que eu tinha no bolso”.

Como já foi visto, a análise dos dados permitiu avaliar que 20% dos moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, abandonaram o controle, porém, em campo, percebeu-se que havia um determinado público que alegava nunca ter feito qualquer tipo de controle. Uma das razões para a retomada ou início do controle estaria na necessidade de reduzir os gastos. Seguem

relatos de alguns entrevistados que ou abandonaram o controle e manifestaram razões para retomada, ou nunca fizeram, mas apresentaram razões para iniciar o controle.

Entrevistado 21: “Voltaria a controlar para ter uma situação financeira mais favorável, tenho necessidade de trocar de carro, mas a gente sente a crise, o governo era melhor, hoje em dia vamos ao supermercado já não é igual antes, com R\$ 500,00 não se compra as mesmas coisas que se comprava”.

Entrevistado 24: “O nascimento da minha filha me forçou a voltar a controlar”.

Entrevistado 34: “Fazia controle, mas parei, talvez voltasse a fazer para quitar as dívidas”.

Entrevistado 38: “Nunca controlei, mas, devido à falta de dinheiro, seria interessante começar a controlar”.

Entrevistado 42: “Voltei a fazer o controle porque o cinto apertou, a dificuldade bateu, tive até que vender o carro para nunca⁴”.

Entrevistado 44: “Voltei a fazer o controle quando comecei a passar necessidade”.

Entrevistado 49: “Quero voltar a controlar para poder construir minha casa”.

⁴ Expressão conhecida entre os moradores da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC, para designar a venda de um automóvel financiado em um banco ou financeira, que nunca terá a dívida quitada. Quem compra o veículo está ciente dessas condições e assume os riscos de uma possível retirada do bem por parte do banco.

Entrevistado 50: “Quem sabe quando eu enfrentar alguma necessidade comece a controlar, talvez para gastar numa festa de casamento”.

Entrevistado 58: “Começaria a controlar quando todo mundo em casa estivesse trabalhando”.

Entrevistado 79: “Não sei o que me faria controlar porque nunca fiz”.

Entrevistado 97: “Achei que estava gastando demais, então coloquei tudo na ponta do lápis e me apavorei, repensei e parei de fazer o controle porque percebi que controlando tudo a gente deixa de viver, por isso preferi não fazer mais controle”.

5.7 CRUZAMENTOS ENTRE VARIÁVEIS

Além da análise individual de todas as variáveis e indicadores que as compõem, realizaram-se testes estatísticos entre as variáveis “Assunção de dívidas” e “Decisões de consumo”, “Motivações para poupar” e “Decisões de consumo” e, também, entre “Motivações para poupar” e “Assunção de dívidas”, que serviram para verificar se existia relação entre elas.

5.7.1 Assunção de dívidas X Decisões de consumo

O cruzamento da variável “Assunção de dívidas” com “Decisões de consumo” buscou identificar se existia associação entre os moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, apresentarem propensão ao endividamento, mesmo que controlados financeiramente.

Os resultados encontram-se no Apêndice F desta pesquisa e revelam que, das pessoas que julgam ter casa própria uma necessidade, 74% encaram a dívida como algo normal e a compartilham com a família, 80% consideram que ter dívidas não é um absurdo, 91% acreditam que têm menos dinheiro que seus amigos, 93% já compraram alguma coisa mesmo sabendo que não teriam recurso suficiente para pagar, 93% pensaram estar num trabalho instável ou imprevisível, 100% ficaram endividadas porque perderam o emprego, 80% endividaram-se por outras razões, 81% preocupam-se em pagar as contas à vista e 83% acreditam ser importante pagar as dívidas o quanto antes.

Do total de respondentes que consomem roupas independentemente da marca, 79% acham que têm menos dinheiro que seus amigos, 80% consideram que têm menos dinheiro que os parentes e 89% endividaram-se porque emprestaram o nome e não pagaram.

Na comunidade, observam-se dois extremos: um perfil formado por consumidores previdentes, conscientes e controlados, que procuram comprar sempre à vista, distinguem compras necessárias das supérfluas e procuram pagar as dívidas o quanto antes; outro formado por moradores que encaram a dívida como algo comum, acham que ter dívidas não é um absurdo, compram mesmo sabendo que não terão recursos suficientes para o pagamento, endividam-se por terem emprestado o nome para alguém comprar ou endividam-se por fatores imprevistos. O segundo perfil indica que existe propensão para o endividamento na comunidade analisada.

5.7.2 Motivações para poupar X Decisões de consumo

O cruzamento da variável “Motivações para poupar” com “Decisões de consumo” buscou identificar se existia uma associação entre a propensão à poupança e o controle financeiro do consumo por parte dos moradores da Serrinha, Florianópolis/SC.

A análise dos resultados indica que não há associação entre a propensão à poupança e o fato de os entrevistados se concentrarem nas consequências futuras de uma decisão financeira em detrimento das imediatas e priorizarem a compra de itens necessários em detrimento dos supérfluos (Apêndice G).

5.7.3 Motivações para poupar x Assunção de dívidas

Buscou-se, com o cruzamento das variáveis “Motivações para poupar” e “Assunção de dívidas”, uma relação entre propensão à poupança e propensão ao endividamento por parte dos moradores da Serrinha, Florianópolis/SC.

Os resultados encontram-se no Apêndice H desta pesquisa e revelam que, das pessoas que imaginam que a própria situação financeira só será melhor no futuro, 78% consideram o fato de estar endividado na comunidade em que vivem não ser um absurdo, 88% endividaram-se devido à perda do emprego, 100% endividaram-se em razão do nascimento de filho e 62% endividaram-se por outros motivos.

Dos moradores que têm o hábito de poupar, 78% não são daqueles que não podem ver dinheiro sobrando no final do mês, que já saem gastando, 64% pensam primeiro como irão pagar antes de realizar alguma compra e 67% não compram sabendo que não terão dinheiro suficiente para pagar.

Daqueles que estão dispostos a sacrificar o seu bem-estar presente para alcançar resultados futuros, 55% já compraram alguma coisa mesmo sabendo que não teriam dinheiro suficiente para pagar, 58% já pensaram no fato de não ter nenhuma reserva para emergência, 67% já pensaram em pedir dinheiro emprestado para familiares e amigos e 3% acreditam que o cartão de crédito não causa endividamento nas pessoas.

Entre os que não têm o hábito de poupar, 88% preocupam-se com o fato de não terem nenhuma reserva de dinheiro para emergência e 66% já se endividaram devido a uma separação ou divórcio.

Por fim, 92% dos moradores que acham que seu comportamento futuro é totalmente influenciado pelas ações no presente opinam que a facilidade de usar cartão de crédito causa endividamento nas pessoas.

Identificou-se a presença tanto de indivíduos poupadores, que precisam direcionar os ganhos para as alternativas adequadas de investimento, como moradores endividados, que necessitam de informações para melhor controlar as finanças. Nesse sentido, imagina-se que existe uma carência em educação financeira para as melhores tomadas de decisões.

Diante disso, buscou-se consolidar as informações no item 5.8, o qual descreve o perfil da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC.

5.8 PERFIL DA COMUNIDADE DA SERRINHA, FLORIANÓPOLIS/SC

Este item apresenta uma síntese do perfil da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC, a partir das análises das variáveis, indicadores e cruzamentos realizados:

- Mulher, de 38 anos de idade, com renda familiar entre R\$ 880,00 e R\$ 1.760,00, acessa a internet pelo celular *smartphone*, onde também usa aplicativos.
- Assiste televisão para se inteirar das notícias. Interage e troca informações com vizinhos, amigos, colegas de trabalho, familiares e não utiliza planilhas no *Excel*.
- Compra itens necessários, encara as dívidas como um problema grave que precisa ser resolvido, porém considera que estar endividada é algo comum a todos.
- Não assume dívidas para obter equiparação social, porém, por vezes, compra por impulso. Não tem uma visão muito clara da própria situação financeira e já se endividou por consumo excessivo.
- Preocupa-se com as consequências futuras das decisões financeiras e também em não gastar toda renda percebida, principalmente para enfrentar situações de emergência. A caderneta de poupança é o instrumento financeiro que mais utiliza, embora considere que deixar o dinheiro parado na conta corrente, na conta salário ou em título de capitalização também seja uma forma de poupar.

- Tem o hábito de fazer o controle do orçamento doméstico, pois considera que controlar mensalmente as contas da casa ajuda a mantê-las em dia.

A partir desse perfil, foi possível propor uma cartilha de planejamento e de controle do orçamento doméstico orientada para a comunidade em questão e que também possa ser utilizada por outras comunidades com perfil assemelhado.

6 CONCLUSÕES, RECOMENDAÇÕES E PROPOSTA

Este capítulo trata das conclusões da pesquisa, recomendações para novos estudos e proposta de uma cartilha de planejamento e de controle do orçamento familiar orientada para as famílias residentes na comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC.

6.1 CONCLUSÕES

O objetivo geral desta dissertação foi propor um instrumento de planejamento e de controle do orçamento familiar adequado às famílias residentes na comunidade da Serrinha, em Florianópolis/SC. Para tanto, buscou-se conhecer os hábitos e as prioridades de consumo bem como identificar se e como as famílias realizam o controle do orçamento familiar.

Apesar da grande variação de idades na amostra apresentada, a maior concentração está entre 28 e 44 anos. Chama a atenção o fato de adolescentes com idades entre 15 e 20 anos serem os controladores financeiros nos domicílios. Isso pode ter ocorrido em razão de serem esses os alfabetizados na casa ou porque constituem famílias nas quais figuram como os principais provedores da renda. Preocupa saber se o nível de educação financeira adquirida pela cultura vivenciada é suficiente para administrarem as finanças domésticas.

Na maior parte das residências, as mulheres são as responsáveis pelo controle orçamentário. Entretanto a pesquisa não evidenciou as razões desse fenômeno, nem foram encontradas evidências em outros estudos

que permitam aferir se essa é uma tendência nacional ou global, embora o “senso comum” possa afirmar que sim.

A renda mensal domiciliar da amostra ficou acima da média nacional. Isso pode ter acontecido em razão de uma deterioração da renda do brasileiro em relação a aspectos econômicos ou de uma melhora da renda dos moradores da Serrinha. Pode ser ainda em virtude das diferenças metodológicas adotadas nesta pesquisa em relação ao Critério Brasil.

A pesquisa revelou que os moradores da Serrinha usam o *smartphone* como principal mecanismo de interação. Portanto, diferentemente da teoria que cita planilhas eletrônicas no *Excel* como forma de controle do orçamento doméstico, um aplicativo específico ou um grupo no *whatsapp* com dicas e informações sobre educação financeira seriam mais utilizados pelos moradores.

Apesar de o questionário aplicado não abordar aspectos sobre a naturalidade dos moradores, durante a coleta, percebeu-se que boa parte dos entrevistados é oriunda da região serrana catarinense. Há, inclusive, naquela localização, a Servidão dos lageanos, colonizada por moradores oriundos de Lages/SC. De acordo com a Casa São José (2016), há alguns anos, houve uma migração devido ao êxodo rural e às dificuldades de emprego.

Tal aspecto pode revelar um comportamento consumidor diferente de outras regiões, em função das influências culturais e subculturais (nacionalidade e região geográfica).

Os moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, procuram comprar itens necessários sem se preocupar com a marca, pois o que importa é o menor preço do produto ou serviço. Tal comportamento assemelha-se ao

dos demais brasileiros e, inclusive, é tido pelos moradores como um hábito de poupança. Esse perfil fornece subsídios para que a indústria de *marketing* invista em produtos com foco mais no preço do que na marca.

A alimentação e a habitação são alguns dos principais itens prioritários de despesa no orçamento doméstico dos moradores. Tanto que já deixaram de comprar produtos supérfluos ou venderam eletrodomésticos, por exemplo, para priorizar o pagamento dessas contas. Essa questão está em linha com a teoria quando afirma que a classe econômica com renda mais baixa consome itens necessários para subsistência, ainda que haja desejo pelo consumo de itens supérfluos.

Outro aspecto da pesquisa é que os tipos de despesas de consumo, tais como alimentação, habitação, transporte, assistência à saúde, vestuário e educação, apresentaram ordem de participação no orçamento das famílias da Serrinha diferente da encontrada pela POF 2008-2009. Isso pode ter ocorrido em razão dos diferentes cortes temporais, do tamanho das amostras, das metodologias adotadas ou de uma mudança no comportamento dos brasileiros.

Existem na comunidade indivíduos que assumem dívidas, percebem isso como algo normal e acreditam que todos os demais à sua volta também estão endividados. Essa percepção é negativa, pois pode gerar um conformismo e contribuir para a formação de uma cultura de endividamento, ainda que não assumam dívidas para obterem equiparação social.

A atitude de alguns moradores em primeiramente comprar e posteriormente definir como irão pagar as compras pode ser um dos fatores que elevam o

endividamento e reduzem as chances de poupança. Essa atitude revela má gestão das contas e é consolidada pelo elevado percentual de moradores que desconhecem a própria situação financeira.

O desconhecimento da situação financeira pode ocorrer em razão do desinteresse pelas próprias contas, por não identificarem vantagens no exercício do controle financeiro ou porque preferem manter o *status quo* vigente. Alguns relatos revelaram que esse desconhecimento é, em alguns casos, consciente e proposital, pois preferem não controlar as contas, a fim de não deixarem de aproveitar a vida, de não ficarem limitados, de se sentirem podados no consumo. Essa situação é bastante crítica e, por isso, a educação financeira deve estar mais presente na vida dessas pessoas.

Quando se questionou a respeito dos seis meses passados, muitos responderam ter pensado nas contas pagas com atraso. Essa atitude pode revelar a propensão para o endividamento devido a uma possível desorganização financeira ou renda insuficiente para o pagamento das contas. Muitos apontaram preocupação com o fato de não terem reservas para emergência.

A falta de reservas pode ocorrer em razão da restrição orçamentária, da ausência de planejamento ou do desconhecimento de como e onde poupar. O fato de muitos já terem pensado em pedir dinheiro emprestado para familiares e amigos pode sinalizar aumento do desemprego, queda/estagnação da renda ou indicar uma piora nos indicadores econômicos do país, bem como aumento da inflação e da taxa básica de juros. Tais resultados estão em linha com os vislumbrados em outras pesquisas.

Apesar de as atitudes relativas ao uso de crédito serem de indivíduos controlados e conscientes, a maioria acredita que o crédito permite que se tenha melhor qualidade de vida. Isso eleva as chances de os indivíduos contraírem dívidas e contribui com a falácia conhecida popularmente pela expressão “quem não faz dívidas não progride”.

Assim como em outras pesquisas, nesta também se encontrou propensão ao endividamento associada a questões comportamentais, que vão além do binômio consumo e renda. A despreocupação que os moradores têm em relação à reputação de devedores na sociedade e o hábito de comprarem mesmo sem terem condições financeiras são alguns desses comportamentos.

Como o consumo excessivo foi a principal razão do endividamento diante de imprevistos, deve-se investir na mudança dos hábitos e na conscientização, ressaltando-se os efeitos danosos que o consumo em excesso pode ocasionar, tais como: endividamento, inadimplência, doenças psicológicas e, até mesmo, físicas.

Curiosamente, os moradores apontaram que endividar-se por ter consumido além das possibilidades financeiras seria um imprevisto, entretanto sabe-se que os indivíduos se endividam por vontade própria, diferentemente de uma doença ou de falecimento, que são involuntários. Uma vez que se faça um controle adequado do orçamento doméstico, o consumo em excesso será um fator previsível, pois o indivíduo conhecerá as próprias condições e limitações para consumir.

Identificaram-se hábitos perniciosos, como o pagamento do valor mínimo da fatura do cartão de crédito, a contratação de empréstimos considerando

apenas a parcela que “cabe no bolso”, a compra de produtos no momento presente considerando valores que ainda receberão no futuro. A educação financeira com foco na mudança comportamental pode reduzir ou eliminar essas práticas.

O fato de os moradores terem uma visão de que a própria situação financeira só será melhor no futuro e estarem dispostos a sacrificar o bem-estar presente para alcançar resultados futuros pode revelar um certo descontentamento com a situação financeira presente.

Apesar de a maioria ter alegado que poupa, tal hábito está atrelado a práticas do dia a dia, como a de economizar, buscar preços mais baratos nos supermercados, não desperdiçar comida. Para esses moradores, o hábito de poupar está no fato de não se gastar toda renda percebida, de adiar o consumo. Pouparam para ter uma reserva de emergência e não para auferir rendimentos com aplicações financeiras.

Essa pode ser uma das razões pelas quais deixam dinheiro parado em conta corrente ou conta salário, compram títulos de capitalização e não investem para a aposentadoria. Outras razões que podem justificar o comportamento poupador dos moradores da Serrinha, Florianópolis/SC, estão nas limitações do conhecimento técnico, nas expectativas e experiências passadas e nas restrições dos ganhos percebidos. Esta última razão, inclusive, encontra justificativa nos relatos de alguns moradores que sobrevivem com ajuda de outros ou participam de programas de distribuição de renda do governo.

Em suma, existe propensão para poupança na comunidade pesquisada, porém as motivações são equivalentes as de uma população de baixa renda e os instrumentos conhecidos para poupar são aqueles que

melhor atendem às expectativas dela. Acredita-se que um planejamento orientado para objetivos e metas motivaria os moradores a poupar para outras finalidades, além das citadas.

Apesar de 70% dos moradores alegarem fazer algum tipo de controle do orçamento doméstico, 30% o fazem mentalmente ou “de cabeça”. Segundo a teoria, quem controla via planilha financeira alcança melhores resultados. Ainda que não utilizem computadores para acesso ao *Excel*, fazer controle “de cabeça” é menos eficaz que outros instrumentos.

Em relação à frequência, o controle mensal que realizam está de acordo com a teoria revisada. Entre as razões para o não controle do orçamento doméstico, a preguiça, a falta de tempo e o esquecimento são algumas das que demonstram desconhecimento dos moradores quanto às vantagens de controlar as contas.

Muitos não sabem, inclusive, que terão mais liberdade no consumo, melhor tomada de decisões e, até mesmo, ganho de tempo. Alguns relatos reforçam a crença de que só se deve iniciar ou retomar o controle do orçamento doméstico quando a situação financeira piora e as dificuldades aparecem.

Na verdade, devem-se acompanhar as contas com frequência, justamente para evitar o descontrole e o estresse financeiro. Nesse sentido, conclui-se que os moradores que exercem algum tipo de controle orçamentário o fazem porque precisam atender às necessidades imediatas, mas não como um plano de atividades futuras voltado para a conquista de objetivos e metas traçadas.

Em campo, havia grande dificuldade dos respondentes em enumerar as despesas variáveis. As despesas fixas eram facilmente lembradas, porém as

variáveis precisavam de um esforço maior do pesquisador para que os respondentes lembrassem. Isso pode ter ocorrido em razão de as pessoas não darem a devida importância às despesas variáveis, ao peso que possuem no orçamento doméstico, o que evidencia maior propensão para o endividamento.

É relevante afirmar que 30% dos moradores estão vulneráveis porque não realizam nenhum tipo de controle orçamentário e, portanto, podem estar em situação financeira desfavorável ou apresentar um nível de endividamento elevado.

Conclui-se que os moradores estão propensos tanto para poupar como para se endividar. Em ambos os casos, identifica-se a necessidade de planejamento e controle sobre as finanças pessoais.

Ainda que sejam controlados financeiramente, o cruzamento entre as variáveis demonstrou que a assunção de dívidas é influenciada pelas decisões de consumo, ou seja, os indivíduos que consomem mais tendem a se endividar mais e isso pode ocorrer em razão da crença de que a dívida contribui positivamente para o progresso material. Conclui-se, também, que indivíduos controlados financeiramente não necessariamente são mais poupadores.

Uma vez que são conhecidos os hábitos e prioridades de consumo e de poupança da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC, e foram identificadas as formas e os instrumentos de controle do orçamento doméstico, apresentar-se-ão as recomendações e a proposta de controle do orçamento familiar para o devido cumprimento dos objetivos desta pesquisa.

6.2 RECOMENDAÇÕES

Em razão da carência de pesquisas e publicações, principalmente voltadas à população carente, recomendam-se estudos direcionados que envolvam temas como educação financeira, consumo, poupança, controle orçamentário e planejamento financeiro.

Recomenda-se um cruzamento entre os indivíduos mais jovens e o nível de educação financeira para que se avalie se existe propensão para o endividamento e quais os impactos futuros para a economia brasileira.

Caso fosse analisado um estrato mais amplo da renda mensal domiciliar, 64% ficariam enquadrados entre R\$ 880,00 e R\$ 3.520,00. Apesar de não ter sido foco deste estudo, caberia uma análise para identificar se, conforme o aumento da renda, o endividamento também aumenta ou se quem ganha mais poupa mais.

É recomendável a criação de um aplicativo para *smartphones* direcionado para o público feminino da comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC. Tal instrumento precisa ter cunho educativo, apresentar, de forma clara, as vantagens financeiras e de qualidade de vida que os usuários podem obter no uso. É importante que o aplicativo garanta sigilo das informações inseridas e não seja usado para fins comerciais. Os aplicativos existentes no mercado atual são voltados para o público em geral, são incompletos, alguns exigem pagamento para tornar a versão completa e atualizada, não garantem a confidencialidade e o repasse para fins comerciais.

Recomenda-se, também, a expansão de novos programas educacionais, que, a exemplo do “Hábilis”, da UDESC/ESAG, possam realizar palestras, cursos, postagens em *blogs* e visitas aos domicílios para auxílios financeiros. Além disso, deve-se fazer um acompanhamento das ações já realizadas para garantir a melhoria contínua dos resultados.

Outra recomendação segue a OCDE (2005), para que se inclua uma disciplina de educação financeira no currículo escolar, de forma que crianças e jovens aprendam a lidar com o dinheiro, consumam com consciência e elevem o nível de poupança no país.

A teoria ressalta que as mulheres são menos preparadas financeiramente para se aposentar. Como o perfil da comunidade é feminino, recomendam-se ações voltadas para esse público, pois, assim como ocorre a socialização da dívida, deveria haver a socialização da poupança.

6.3 PROPOSTA

Com base na teoria revisada, na análise dos questionários aplicados aos 100 moradores, no perfil traçado e na experiência do pesquisador com o tema estudado, elaborou-se uma cartilha de planejamento e de controle do orçamento familiar orientada para a comunidade da Serrinha, Florianópolis/SC (Apêndice I). O material contempla instruções, orientações, dicas e sugestões financeiras que visam a ampliar conhecimentos e, conseqüentemente, melhorar a vida dos moradores, uma vez que está orientado para as necessidades em detrimento dos desejos. Esse instrumento consiste no último objetivo da pesquisa a ser

entregue e reforça o compromisso do pesquisador em contribuir de forma substancial para que as famílias que adotem a cartilha para o planejamento e o controle do orçamento doméstico possam se endividar menos e poupar mais.

A cartilha foi disponibilizada via “Listas de Transmissão”, do aplicativo “*Whatsapp*”, e também por meio de modelo impresso para aqueles moradores que não tinham acesso ao aplicativo. O nome da lista foi “Orçamento Casas Serrinha”, respeitando-se a quantidade máxima de caracteres dessa funcionalidade do aplicativo (25 no máximo). Essa lista envolveu 80 moradores que foram entrevistados, informaram o número de telefone celular e autorizaram receber o resultado da pesquisa. A “Lista de Transmissão Orçamento Casas Serrinha” teve cunho educativo, preservou a confidencialidade dos participantes, tendo em vista que somente o pesquisador e “Administrador” da lista puderam acessar os integrantes e repassar o conteúdo pesquisado em linguagem informal e acessível a todos. A lista de transmissão existiu apenas por um período determinado de 30 dias (15/03/2017 a 15/04/2017) e depois foi extinta.

Dos 100 entrevistados, 8 não têm telefone celular ou convencional, 6 não têm telefone celular, mas têm convencional, e 6 não têm telefone convencional nem celular ou *e-mail*. Todos esses foram convidados a receber a cartilha impressa: por contato telefônico, *e-mail*, por meio do líder comunitário ou Casa São José. Dessa forma, repassaram-se orientações sobre consumo e poupança de acordo com os resultados obtidos.

Considera-se que a definição de um perfil realista da comunidade, construído não só a partir da aplicação do questionário mas também pela convivência com os

moradores e a experiência do pesquisador, contribuiu para que se tivesse, de fato, um instrumento adequado ao planejamento e ao controle do orçamento familiar. Acredita-se que a adoção desse instrumento contribuirá significativamente para a melhoria da qualidade de vida das pessoas bem como da redução do endividamento e do aumento da poupança.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO, Claudia Rosa; NOHARA, Jouliana Jordan. **Monografia no curso de administração: guia completo de conteúdo e forma. Inclui normas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, trabalhos de estágio, MBA, dissertações e teses.** São Paulo: Abril, 2004.

ALMEIDA, Maria Daniel Vaz de e AFONSO, Cláudia I. P. Neves. **Princípios básicos de alimentação e nutrição.** Lisboa: Editora Universidade Aberta, 1997.

ANTUNES, Ana Cristina; CALADO, João Paulo Tomé. Diz-me porque poupas dirte-ei como te comportas: uma análise das motivações e dos comportamentos de poupança em Portugal. **Repositório Científico Lusófona – ReCiL**, International Business and Economics Review, Portugal, 2012.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Problematizando o conceito de “meio” de comunicação. Disponível em <<http://revistas.unibh.br/index.php/ecom/article/viewFile/486/275>>. Acesso em 30 set 2016. **E-com, Revista Científica do Departamento de Ciências da Comunicação do Uni-BH** - Centro Universitário de Belo Horizonte, vol.1, n. 1, 2007.

ARAÚJO, Fábio de A. L.; SOUZA, Marcos A. P. de. Educação financeira para um Brasil sustentável evidências da necessidade de atuação do Banco Central do Brasil em educação financeira para o cumprimento de

sua missão. **Banco Central do Brasil – Trabalhos para Discussão**, Brasília, v. 280, p. 1-52, jun., 2012.

ARAUJO, Jessica Mesquita de. **A análise do orçamento de uma família potiguar comparada à pesquisa de orçamento familiar do IBGE**. Monografia (Graduação em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Natal - RN, 45f, 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA (ABEP). Disponível em <<http://www.abep.org>> Acesso em 11 jan 2016.

ASSOCIAÇÃO DE JORNAIS DO INTERIOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA (ADJORISC). **Jornal Eletrônico**. Disponível em <<http://www.adjorisc.com.br/agenda/curso-gratuito-planejando-o-orcamento-domestico-comeca-na-segunda-dia-14-1.1359878#.UlboES2920k.email>> Acesso em 14 nov 2015.

BALDIN, Nelma; MUNHOZ, Elzira M. Bagatin. Educação ambiental comunitária: uma experiência com a técnica de pesquisa *Snow Ball* (Bola de Neve). **Rev. eletrônica Mestr. Educ. Ambient.**, v. 27, julho a dezembro de 2011.

BANCO CENTRAL DO BRASIL (BACEN). Cartilhas. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?CARTILHAS>> Acesso em 13 nov 2015.

_____. **Caderno de Educação Financeira: Gestão de finanças pessoais, (conteúdo básico), 2013.**

Disponível em
<<https://cidadaniafinanceira.bcb.gov.br/sou-professor>>.
Acesso em 16 julho 2016.

_____. **Guia de Excelência de Educação na Oferta de Serviços Financeiros**. Brasília: BCB, 2013, volume I, 50p. Disponível em <www.bcb.gov.br>. Acesso em 10 julho 2016.

BAPTISTA NETO, Francisco. As mudanças são feitas pela minoria dos jovens. **Diário Catarinense**, Santa Catarina, 7 jul. 2016. Sua vida: entrevista, p. 24.

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 5ª edição revisada. Florianópolis: UFSC, 2002.

BARROS, Aidil J. da Silveira; LEHFELD, Neide A. de Souza. **Fundamentos de metodologia científica, um guia básico para a iniciação científica**. 2. ed. amp. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1986.

BECKER, Jaqueline Taiz Zoz; WERLANG, Nathalia Berger; OSWALD, Rosiane; FAVRETTO, Fabiane. Consumo de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos: uma análise de consumidores do Estado de Santa Catarina. **XXXV Encontro Nacional de Engenharia de Produção: perspectivas globais para a Engenharia de Produção**. Fortaleza, CE, Brasil, 13 a 16 out 2015.

BELK, R.; GER, G.; ASKEGARD, S. The fire of desire: a multisited inquiry into consumer passion. **Journal of Consumer Research**, v. 30, p. 326-351, 2003.

BORZEKOWSKI, R.; KISER, E. K.; AHMED, S. Consumers' Use of Debit Cards: Patterns, Preferences and Price Response. **Finance and Economics Discussion Series**, Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs, Federal Reserve Board, Washington, DC, 2007.

BRASIL. **Estratégia Nacional de Educação Financeira**. ENEF. Decreto 7.397 de 22 dezembro de 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm>. Acesso em: 22 de abr. 2017.

BROOKSON, Stephen. **Como elaborar orçamentos**. 2 ed. São Paulo: Publifolha, 2001.

CAIXETA, Ronaldo Pereira; FERNANDES, Renato Borges; TANA, Warlei; COSTA FILHO, Custódio Genésio; TEIXEIRA, Milton Roberto de Casytro. Religião e comportamento de consumo de vestuário. **Revista PRETEXTO**. Belo Horizonte – MG, v.13, n. 4, p 66-100, out-dez, 2012.

CARIDA, Helen Ch. Primary pupils' consumer habits and behaviors in the purchase and management of products and services: the case of Greece. **Journal of Human Behavior in the Social Environment**, 2011.

CARRO, Rodrigo. Renda do brasileiro cai mais de 9% em três anos. **Valor Econômico**, São Paulo, 2, 3 e 4 jul. 2016. p.1, ano 17, n. 4039.

CARVALHO, Angelita Alves de; ALVES, José Eustáquio Diniz. Explorando o consumo das famílias brasileiras e sua interface com o ciclo de vida e gênero. **Oikos: Revista Brasileira de Economia Doméstica**. Viçosa - MG, v. 23, n.1, p. 6-29, 2012.

CASA SÃO JOSÉ. Associação Casa São José, entidade não governamental, sem fins lucrativos, localizada no Morro da Serrinha, Florianópolis/SC. Disponível em < <http://www.casasaojosefloripa.org.br/> >. Acesso em 06 dez 2016.

CENTRAL REGIONAL DE NOTÍCIAS (CRN). Disponível em < <http://crn1.com.br/noticias/32505/Pesquisa-de-habitos-de-consumo-mostrou-o-perfil-do-consumidor-mouraoense.html>>. Acesso em 21 ago 2016.

CERBASI, Gustavo. **Casais inteligentes enriquecem juntos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.

CERVI, Cleber; KIELING, Ana Paula; STEIL, Andrea Valéria; DANDOLINI, Gertrudes Aparecida e SOUZA, João Artur. Análise de pesquisas quantitativas sobre os temas comportamento do consumidor e saciação na base de dados Web of Science. **Rev. Adm. UFSM, Santa Maria**, v. 8, número 3, p. 438-454, Jul - Set. 2015.

CERVO, Amando L.; BERVIAN, Pedro A. & SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6ª ed. São Paulo: Pearson, 2007.

CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo; ESPEJO, Márcia Maria dos Santos Bortolucci. **Finanças pessoais: conhecer para enriquecer.** São Paulo: Atlas, 2011.

COBA, Liliana Gutiérrez; DÍAZ, Javier Andrés Gómez; CARDONA, Andrea Salgado; Juliana Estrada Gutiérrez; MÉNDEZ, María José Ramírez. Criterios y hábitos de consumo de información periodística online em Colombia. El profesional de la información. **Revista internacional de Información y Comunicación.** Colômbia, maio-jun, 2012, vol. 21, n. 3, pp. 261-267.

COGHLAN, D. (1993). **A person-centred approach to dealing with resistance to change.** Leadership and Organization Development Journal, 14(4), 10-14. doi: 10.1108/01437739310039433.

CONTI, Fátima. Muitas dicas, laboratório de Informática, UFPA, 11 out 2009. Disponível em < <http://www.cultura.ufpa.br/dicas/pdf/bioqui.pdf> >. Acesso em 21 jan 2017.

CORDEIRO, *et al.* Revisão sistemática: uma revisão narrativa. **Rev. Col. Cir.** v. 34, n. 6. p. 428-31, 2007.

CRANE, Donald E. **Seminário de finanças da família.** São Paulo: [S.n.], 1987.

CRISTO, Fábio de. **O hábito de usar automóvel tem relação com o transporte coletivo ruim?** Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações. Universidade de Brasília, Brasília – DF, 2013.

CUNHA, Maria Zulmira Bessa Amorim Nascimento. Critérios de Escolha e Hábitos de Consumo do Consumidor de Produtos de Moda e Vestuário. **Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia**. São Paulo, Brasil, v. 17, p. 24-45, outubro, 2015.

DESSEN, Marcia. **Finanças pessoais: o que fazer com meu dinheiro**. São Paulo: Trevisan Editora, 2015.

DINIZ, Poliana Cristina de Oliveira; PEREIRA, Nevison Amorim; ROGERS, Pablo. A relação da educação financeira e do otimismo no número de cartões de crédito. **In: XVII SEMEAD - Seminários de Administração, 2014**.

DOBELLI, Rolf. **A arte de pensar claramente: como evitar as armadilhas do pensamento e tomar decisões de forma mais eficaz**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

DOMINGOS, Reinaldo. **Livre-se das dívidas: como equilibrar as contas e sair da inadimplência**. São Paulo: DSOP Educação Financeira, 2011.

DOMINGOS, Reinaldo. **Como controlar o seu orçamento: dinheiro sem segredo**. São Paulo: DSOP Educação Financeira, 2012.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens – para uma antropologia do consumo**. Tradução Plínio Dentizen. 1. Ed. 1. Reimpressão. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

DUNN, Elizabeth; NORTON, Michael. **Dinheiro feliz: a arte de gastar com inteligência.** São Paulo: JSN Editora, 2014.

EBSCOhost. **Principal agregador de base de dados do mundo.** Disponível em:

<<http://search.ebscohost.com/Community.aspx?authtype=uid&ugt=723731163C3635373716358632553E2226E364D36313659363E326E339133503&IsAdminMobile=N&encid=22D731163C6635473726356632753C37361374C373C375C373C376C379C375C33013>> Acesso em 17 set 2015.

EDENRED. Líder mundial em cartões e vales de serviço. No Brasil é detentora das marcas Ticket Restaurante, Ticket Car, Ticket Alimentação e Ticket Cultura. Disponível em <<http://www.edenred.es/blog/habitos-transporte-empleados-espana>> Acesso em 20 ago 2016. Equipe de Professores da FEA/USP – **Contabilidade Introdutória.** 8a ed. São Paulo: Atlas, 1993.

EWALD, Luís Carlos. **Sobrou dinheiro!:** lições de economia doméstica. 4ª ed, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003, 182p.:il.

FABER, R. J.; O'GUINN, T. C. *A clinical screener for compulsive Buying.* **Journal of Consumer Research.** v. 13, p. 348-356, 1992.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DE SANTA CATARINA (FECOMÉRCIO/SC). **Intenção de Consumo das Famílias (ICF) - Outubro de 2015.** Disponível em: <<http://www.fecomercio->

sc.com.br/fmanager/fecomercio/pesquisas/arquivo436_1.pdf>. Acesso em 10 nov de 2015.

_____. **Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor catarinense (PEIC) - Outubro 2015**. Disponível em: <http://www.fecomercio-sc.com.br/fmanager/fecomercio/pesquisas/arquivo435_1.pdf>. Acesso em 10 nov de 2015.

_____. **Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor catarinense (PEIC) - Junho 2016**. Disponível em: <http://www.fecomercio-sc.com.br/fmanager/fecomercio/pesquisas/arquivo509_1.pdf>. Acesso em 16 julho de 2016.

_____. **O Consumo Atual em Santa Catarina: O comportamento das principais variáveis que incidem sobre o consumo em Santa Catarina - Outubro 2015**. Disponível em: <http://www.fecomercio-sc.com.br/fmanager/fecomercio/pesquisas/arquivo433_1.pdf>. Acesso em 10 nov de 2015.

FELERICO, Selma. **Percepção e comportamento de consumo relacionados à beleza e à estética corporal das mulheres na faixa etária entre 50 a 65 anos**. Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo – SP, 2012.

FERREIRA, Marcelo Costa. Consumo Cultural e Espaços Sociais: Os Vestibulandos das Universidades Públicas na Cidade do Rio de Janeiro, 1990. **Revista Opinião Pública**, Campinas - SP, vol.IX, n. 1, pp.170-189, 2003.

FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia econômica: estudo do comportamento econômico e da tomada de decisão.** Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2008.

FIGUEIRA, Rebeca Formiga; PEREIRA, Rita de Cassia de Faria. Devo, não nego, pago quando puder: uma análise dos antecedentes do endividamento do consumidor. **Revista Brasileira de Marketing – ReMark**, vol. 13, n. 5, jul-set, 2014.

FLAVIAN, Carlos; GURREA, Raquel. **Perceived substitutability between digital and physical channels: the case of newspapers: online information review**, 2007, v. 31, n. 6, pp. 793-813.

_____. Reading newspapers on the internet: the influence of web sites attributes. *Internet research*, 2008, v.18, n. 1, pp.26-45.

FOGG, B. J. **Persuasive technology: using computers to change what we think and do.** Morgan Kaufmann Publishers. San Francisco, 2003.

FOLHA DE SÃO PAULO. Jornal a serviço do Brasil. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/09/1679422-crise-faz-57-dos-brasileiros-mudarem-habitos-de-consumo.shtml> . Acesso em 09 set 2015.

FOLHA DE SÃO PAULO. Jornal a serviço do Brasil. Disponível em

<<http://m.folha.uol.com.br/mercado/2017/01/1847930- apenas-4-dos-brasileiros-poupam-para-a-aposentadoria.shtml?cmpid=newsfolha>> . Acesso em 08 jan 2017.

FRANKENBERG, Louis. **Seu futuro financeiro**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

FREITAS, Maria C. P. de. Os efeitos da crise global no Brasil: aversão ao risco e preferência pela liquidez no mercado de crédito. **Estudos Avançados**, v. 23, n. 66, p. 125-145, 2009.

FUNDAÇÃO LAMF. Fundação Luiz Almeida Marins Filho. Disponível em <http://www.fundacaolamf.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=54> . Acesso em 11 ago 2016.

GAZETA DE ALAGOAS. Disponível em <<http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas/noticia.php?c=287560>>. Acesso em 24 ago 2016.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GILLIGAN, H. L. **An Examination of the Financial Literacy of California College Students**. Unpublished doctoral dissertation, California State University, 2012.

GREENHALGH, T. Papers that summarize other papers (systematic review and meta-analyses). **British Medical Journal**, London, v. 315, n. 7109, p. 672-675, Sep. 1997.

HABILIS. Ateliê de economia e finanças: programa de extensão da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC/ESAG). Disponível em: <<http://programahabilis.wix.com/habilis>>. Acesso em 27 julho de 2016.

GOOGLE MAPS. Mapa da Serrinha, Florianópolis/SC. Disponível em <<https://www.google.com/maps/@-27.5962466,-48.529486,15z>>. Acesso em 21 abr 2017.

HALFELD, Mauro. **Investimentos:** como administrar melhor seu dinheiro. 2^a. ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora Fundamento Educacional, 2004.

HSBC BANK BRASIL SA – BANCO MÚLTIPLO. Clube de vantagens. Disponível em <<http://www2.hsbc.com.br/clubedevantagens-hsbc/pages/gestao-de-financas-hsbc.shtml>>. Acesso em 28 jul 2016.

HSM Management. As 10 armadilhas do orçamento. Maio-jun, p. 138-142, 2002.

HUNT, E.K. **História do pensamento econômico:** uma perspectiva crítica. 2a ed. 7a reimpressão. Tradução de José Ricardo Brandão Azevedo e Maria José Cyhlar Moonteiro. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA SOCIAL (MTPS). Disponível em <<http://trabalho.gov.br/index.php/salario-minimo>>. Acesso em 29 set 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003 (POF)**. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/19052004pof2002html.shtm>>. Acesso em 01 mar 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009 (POF)**. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=245130>>. Acesso em 16 nov 2015.

_____. Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD). Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?indicador=1&id_pesquisa=149> Acesso em 29 set 2016.

_____. **Acesso aos metadados**. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/protabl.asp?c=1134&z=cd&o=7&i=P>> Acesso em 16 nov 2015.

KAISER FAMILY FOUNDATION (KFF). Filling the need for trusted information on national health issues. Disponível em <<http://kff.org/>>. Acesso em 24 jul 2016.

KALIL, E. F. S.; GONÇALVES FILHO, C. Comportamento do Consumidor: Avaliação de alternativas e busca de informação na escolha de Cursos Superiores em Ciência da Computação. **Revista de Ciências da Administração**, v. 14, n. 34, p.131-154, 2012.

KATONA, George. **Psychological Economics**. New York: Elsevier, 1975.

KEYNES, John Maynard. **A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda**. São Paulo: Editora Atlas, 1982, pp 84-97.

KIM, J.; GARMAN, E. T. Financial stress and absenteeism: An empirically derived model. **Financial Counseling and Planning**, v. 14, n. 1, p. 31-42, 2003.

KIYOSAKI, Robert T.; LECHTER, Sharon L. **Pai rico, pai pobre**: o que os ricos ensinam a seus filhos sobre dinheiro. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Pearson Hall, 2000.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Revista Turismo em Análise Universidade de São Paulo (USP)**. São Paulo - SP, v.6, n.2, nov 1995.

LAMBERT, J.L.; BATALHA, M.O.; SPROESSER, R.L.; et al. As principais evoluções dos comportamentos alimentares: o caso da França. **Revista de Nutrição**, v. 18, n. 5, p.577-591, 2005.

LIMA, Tadeu. Difícil de engolir. Valor Econômico, São Paulo, 19 fev. 2016, p. 12, ano 16, n. 797.

MACEDO JR., Jurandir Sell. **A árvore do dinheiro**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MATTAR, Fauze Nagib. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1999.

MATOS, Celso Augusto; BONFANTI, Kátia. Comportamento Compulsivo de Compra: Fatores Influenciadores no Público Jovem. In: XXXII EnANPAD – Encontro da ANPAD, 2008, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

MEDEIROS, Roberta de. Consumo, logo existo. Disponível em <http://www2.uol.com.br/vivermente/reportagens/consumo_logo_existo.html> Acesso em 25 ago 2016.

METTE, Frederike Monika Budiner; MATOS, Celso Augusto de. Comportamento do Consumidor Endividado: um Estudo com Indivíduos de Baixa Renda. **Anais do XXXVIII Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, 2014.

MONTORO FILHO, André Franco. **Manual de economia**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, p.484, 1992.

MORAES, Marcus Alexandre de Souza; FAMÁ, Rubens; Eduardo Kazuo, KAYO. Teorias de consumo/poupança e o sistema previdenciário brasileiro. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v.1, no 6, 1 trim., 1998.

MOTTA, Fernando Claudio Prestes; VASCONCELOS, Isabella Francisca Freitas Gouveia de. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

NAKAMURA, Wilson T.; MENDES-DA-SILVA, Wesley; MORAES, Daniel C. Determinantes de comportamento de risco no uso de cartões de crédito por estudantes universitários. In: XXXV EnANPAD – Encontro da ANPAD, 35., 2011, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2011.

NICÁCIO-SILVA, S. B. da C. **Alfabetização econômica, hábitos de consumo e atitudes em direção ao endividamento de estudantes de pedagogia**. Campinas, 2008. Tese (Doutorado) - Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas.

NOTÍCIAS DO DIA. **Jornal Eletrônico de Notícias**.

Disponível em:

<<http://ndonline.com.br/florianopolis/noticias/curso-ensina-a-manter-financas-equilibradas-e-a-garantir-a-aposentadoria.html>> Acesso em 14 nov 2015.

OCDE – The Organisation for economic co-operation and development annual report. Improving **Financial literacy**: analysis of issues and policies. Paris, 2005.

OLIVEIRA, Daiane Martins de. GUIMARÃES, Celma Martins. Tabagismo entre estudantes de enfermagem: transformações culturais e perfil dos fumantes. **Revista estudos**, Goiânia - GO, v. 41, especial, p. 201-227, out, 2014.

OLIVEIRA, Edson Gomes de; MARCONDES, Kleiton dos Santos; MALERE, Ernesto Pedro; GALVÃO, Henrique Martins. Marketing de serviços: relacionamento com o cliente e estratégias para a fidelização. **Revista de Administração da Fatea**, v. 2, n. 2, p. 79-93, jan./dez, 2009.

Pesquisa CNI-IBOPE. Retratos da sociedade brasileira : hábitos de consumo e endividamento. Confederação Nacional da Indústria. – Brasília: CNI, 37 p., nov 2012.

PORTELA, Carmen Beatriz Miranda. **O marketing e o comportamento do consumidor**. MBA em Marketing, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2012.

RAMOS, Ivoneti da Silva. **Finanças pessoais**. Apostila de capacitação teórica e prática. Curso de Pós-graduação em Finanças para Executivos. Florianópolis, FEPESE/UFSC/2008.

RAPOSO, Elsa Simões. George Katona (1901-1981): precursor da psicologia econômica. **Revista análise psicológica**, v 3, pp 299-308, 1983.

RAYMUNDO, Francisco A. **Necessidades e desejos: a saga do consumidor**, 2010. Disponível em < <http://franciscoaraymundo.blogspot.com.br/2010/04/nece>

ssidades-e-desejos-saga-do.html>. Acesso em 09 Agosto 2016.

REZENDE, Marcelo Lacerda; CARVALHO, Flavia Giolo de; REZENDE, Eliane Garcia; AZEVEDO, Luciana. Hábitos de consumo: uma abordagem dos consumidores da feira livre de Alfenas-MG. **Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural (SOBER), 47º Congresso**. Porto Alegre, 26 a 30 julho, 2009.

RICKWOOD, Catherine; Lesley WHITE. Pre-purchase decision-making for a complex servisse: retirement planning. **Journal of Services Marketing**, vol 23, n. 3, pp. 145-153, 2009.

RODRIGUES, Alexandra Mauricio da Silva; SARON, Margareth Lopes Galvão e NASCIMENTO, Kamila de Oliveira do. Análise do comportamento e hábitos de consumo de frequentadores de um supermercado no município de Barra Mansa – RJ. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**. Mossoró – RN, v 9. , n. 2 , p. 185 - 194, abril-jun, 2014.

RODRIGUES, Cristina Tristão; GOMES, Adriano Provezano; DIAS, Roberto Serpa. Alterações nos hábitos de consumo da população de Viçosa-MG e seus impactos sócio-econômicos. **XLV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER): Conhecimentos para Agricultura do Futuro**. Londrina – PR, jul, 2007.

ROGERS, P.; ROGERS, D.; SECURATO, J.R. About psychological variables in application scoring models.

RAE – Revista de Administração de Empresas, v.55, n.1, jan.-fev., p. 38-49, 2015.

ROSA, Thiago Mendes. **Ensaio sobre consumo**. 126f. Dissertação (Mestrado) – Programa de pós-graduação em Desenvolvimento Econômico, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

ROSADO, E, L. **Obesidade e alimentos funcionais**. Rio de Janeiro: Ed: Rubio, 2010, p.353-370.

SACCOL, Amarolinda Zanela. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em Administração. **Rev. Adm. UFSM**, Santa Maria, v.2, n.2, p. 250-269, maio/ago. 2009.

SANTOS, Antônio Raimundo dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. Rio de Janeiro: DP & A, 1999.

SANTOS, Thiago dos. SOUZA, Maria José Barbosa. Fatores que influenciam o endividamento de consumidores jovens. **Revista Alcance Eletrônica**, v. 21, n. 1, p. 152-180, 2014.

SANVICENTE, Antônio Zoratto. **Administração financeira**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

SARDENBERG, Carlos Alberto; LUQUET, Mara. **O assunto é dinheiro: uma conversa entre Carlos Alberto Sardenberg e Mara Luquet**. São Paulo: Saraiva: Letras & Lucros, 2006.

SHECAIRA, Natália Jordão. **Cuidados com os cabelos:** aspectos simbólicos e experienciais do consumo de um grupo de mulheres. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto Coppead de Administração Rio de Janeiro, 112f, 2014.

SCHUMPETER. Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico:** uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda, 1997.

SCHOR, Juliet B. **Nascidos para comprar:** uma leitura essencial para orientarmos nossas crianças na era do consumismo. São Paulo: Editora Gente, 2009.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Consumidores e escolhas: entenda o comportamento dos consumidores. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-comportamento-dos-consumidores,4c73ce6326c0a410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em 23 ago 2016.

SERASA EXPERIAN. **Líder mundial em serviços de informação que fornece dados e ferramentas de análise a clientes ao redor do mundo.** Disponível em <http://www.serasaexperian.com.br/>>. Acesso em 09 Agosto 2015.

SILVA, Suellen Farias Antunes da. **Análise de atitudes e comportamentos relacionados à administração financeira pessoal do jovem contemporâneo em uma empresa de tecnologia.** 49f. Monografia (Pós-Graduação em Contabilidade, Setor de Ciências Sociais Aplicadas) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras.** 1. ed., São Paulo: Globo, 2014.

SILVA, Ana Paula do Amaral Carvalho e. **A Influência de hábitos de vida (Tabagismo, consumo nocivo de álcool e sedentarismo) associados à hipertensão arterial sistêmica na Síndrome da Fragilidade no idoso.** Dissertação de Mestrado apresentada à Faculdade de Ciências Médicas da Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP para obtenção do título de mestra em gerontologia, 2012.

SILVA, Priscila Karrer Figueiredo da. **Consumo multiplataforma de conteúdo digital: o caso do mercado de e-books.** 2014. 100f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa, Rio de Janeiro, 2014.

SINDICATO DAS ESCOLAS PARTICULARES DE SANTA CATARINA. (SINEPE/SC). Jornal on-line. Disponível em <<http://www.sinepe-sc.org.br/>> Acesso em 14 nov 2015.

SOHSTER, Carlos Von. **Como cuidar bem do seu dinheiro**. São Paulo: Qualitymark, 2012.

SOLOMON, M. **O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SOUZA, Marcos A. P. de. **O uso do crédito pelo consumidor: percepções multifacetadas de um fenômeno intertemporal**. 2013. 118f. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

SPC BRASIL. **Serviço de Proteção ao Crédito - é um banco de dados com informações de crédito e cadastro, disponibilizado ao associado através de um sistema de consultas que armazena informações de milhares de consumidores, empresas e grupos econômicos**. Disponível em <<https://www.spcbrasil.org.br/>>. Acesso em 09 Agosto 2015.

STEFANINI, Claudio Jose; OLIVEIRA, Braulio. Fatores Relacionados à Compra Compulsiva. In: XXXIII EnANPAD – Encontro da ANPAD, 2014, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2014.

STEINBURG, C. (1992). **Taking charge of change**. *Training and Development*, 46(3), 26-32.

TAVARES, Ary Baddini; MACHADO, José Roberto. **Economia familiar: recomendações para sua vida financeira não naufragar**. São Paulo: Liv. E Ed. Universitária de Direito, 2007.

TEIXEIRA, Daniel Viana. A armadilha do trabalho: reflexões sobre tempo, dinheiro e previdência. **Revista Direito GV**, São Paulo, pp. 539-568, jul-dez, 2011.

THUROW, Lester. **O futuro do capitalismo**: como as forças econômicas moldam o mundo de amanhã. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

TRINDADE, Larissa de L.; RIGUI, Marcelo B.; VIEIRA, Kelmara M. De onde vem o endividamento feminino ? Construção e Validação de um modelo PLS-PM. **REAd - Revista eletrônica de Administração**, v. 73, n.3, p.718-746, 2012.

VARIAN, Hal R. **Microeconomia**: conceitos básicos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

VIEIRA, Leonardo Pereira. **Experimentos de Física com Tablets e Smartphones**. 1167 f. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ensino de Física, da Universidade Federal do Rio de Janeiro - RJ, 2013.

WISNIEWSKI, Marina L. G. A importância da educação financeira na gestão das finanças pessoais: uma ênfase na popularização do mercado de capitais brasileiro. **Revista Intersaberes**, v. 6, n. 12, p. 155-172, 2011.

WELSCH, Glenn A. **Orçamento empresarial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1983.

WILLIS, Lauren E. Evidence and ideology in assessing the effectiveness of financial literacy education. **San Diego Law Review**, v. 46, p. 415-447, 2009.

ZERRENNER, S. A. **Estudo Sobre as razões para o endividamento da população de baixa renda.** 57 f. Dissertação (Mestre em Ciências Administrativas) – Universidade de São Paulo, SP, 2007.

APÊNDICES

Apêndice A – Teoria Keynesiana

Descrita pela função consumo, a teoria Keynesiana é formada pelo produto das vendas em relação à soma despendida em consumo de acordo com a disponibilidade de emprego e a destinação ao investimento:

$C = c Y_d$, onde:

- C: consumo;
- c: propensão marginal a consumir ($0 < c < 1$); e
- Y_d : renda disponível.

É evidente que o gasto com consumo é diretamente proporcional ao montante da renda, porém além da renda afirma-se que existem seis fatores que influenciam o consumo, tais como:

- Variação do salário real unitário;
- Alteração entre a renda e a renda líquida;
- Imprevisibilidades no cálculo da renda líquida;
- Mudanças na taxa intertemporal de desconto (relação de troca de bens presentes e bens futuros);
- Instabilidade fiscal
- Oscilações das expectativas sobre a relação entre os níveis presentes e futuros da renda.

Apêndice B - Planilha para Controle Orçamentário (Modelo 1)

RENDAS	Valor em (R\$)
Saldo do mês anterior	R\$ -
Salário líquido	
Outras rendas complementares (inserir benefícios)	
TOTAL DAS RENDAS 1	R\$ -

DESPESAS	Valor em (R\$)
Habitação	
Moradia (aluguel ou prestação de crédito imobiliário)	
Condomínio / gás / água	
Luz	
IPTU (anotar as referências de parcelas e quantas faltam)	
Telefone Fixo	
Telefone Celular	
Telefone Celular 2	
SUBTOTAL 2	R\$ -

Alimentação	
Supermercado	
Restaurante	
Entregas em casa	
SUBTOTAL 3	R\$ -

SAÚDE	
Plano de saúde e odontológico	
Farmácia (remédios e consultas extras)	
SUBTOTAL 4	R\$ -

EDUCAÇÃO	
Mensalidade escolar	
outros gastos escolares (abra este item em detalhes)	
SUBTOTAL 5	R\$ -

TRANSPORTES	
Transporte (combustível / estacionamento ou passagens de ônibus)	
IPVA / outros gastos com transportes (abra este item em detalhes)	
SUBTOTAL 6	R\$ -

DESPESAS FINANCEIRAS		
Cheques pré-datados (anote quantas parcelas ainda faltam)		
Cartão de crédito		
Cobertura limite do cheque especial		
Juros bancários		
Prestações de empréstimos parcelados		
SUBTOTAL 7	R\$	-
INVESTIMENTOS		
Previdência Privada		
Poupança		
Capitalização		
SUBTOTAL 8	R\$	-
OUTRAS DESPESAS		
Empregada doméstica / diarista (incluir os encargos tributários + transporte)		
Seguros (residencial / do veículo / de vida / outros)		
TV a cabo / internet / assinatura de revistas		
Jornal / cigarro / cafezinho / happy hour		
Aniversários (presentes ou festas)		
Salão de beleza / academia		
Lazer no fim de semana / viagens		
Outros		
SUBTOTAL 9	R\$	-
TOTAL DE DESPESAS (somar os subtotais de 2 a 9)	R\$	-
() VALOR LIQUIDO DE 1 (total das RENDAS - total dos GASTOS)	R\$	-
(-) Disponível para investimentos e aplicações		
(-) Disponível para outros investimentos		
(-) Disponível para previdência privada		
(-) Disponível para consumo e lazer		
(-) Disponível para outras finalidades (especificar)		
Total	R\$	-
Saldo do mês	R\$	-

Fonte: Adaptado HSBC Bank Brasil (2016).

Apêndice B - Planilha para Controle Orçamentário (Modelo 2)

ITENS ORÇAMENTÁRIOS	MÊS DE JULHO (2016)					TOTAL
	SEMANA 1 (01 a 02)	SEMANA 2 (03 a 09)	SEMANA 3 (10 a 16)	SEMANA 4 (17 a 23)	SEMANA 5 (24 a 31)	
RECEITA						
Salário						
Extras						
Alugueis						
Dividendos						
RENDA TOTAL (RT)						
DESPESAS FIXAS						
Água						
Luz						
Telefone						
Prestação do carro						
Aluguel						
TV a cabo						
DESPESAS VARIÁVEIS						
Restaurante						
Entretenimento						
Cinema						
GASTO TOTAL (GT)						
(RT) - (GT)						
	Sobrou?					
	Faltou?					

Fonte: Adaptado programa Habilis (2016).

Apêndice C – Cálculo do tamanho da amostra

Considerando-se, que a população seja infinita, o cálculo do tamanho da amostra, segundo Barbetta (2002), foi com base na seguinte fórmula, onde n_0 é uma primeira aproximação para o tamanho da amostra, ou seja, o número de elementos da amostra, e E_0 é o erro amostral tolerável:

$$n_0 = \frac{1}{E_0^2}$$

Considerando-se um erro amostral de 10%, chega-se a uma amostra de 100 elementos, como apresentado a seguir:

$$\begin{aligned} n &= 1/(0,1)^2 \\ n &= 1/ 0,01 \\ n &= 100 \end{aligned}$$

Aplicando-se um fator de correção da população, tem-se que:

$$\begin{aligned} n &= (7.465 \cdot 100)/(7.465 + 100) \\ n &= 98,6781 \end{aligned}$$

Por arredondamento matemática a amostra foi enquadrada em 100 domicílios.

Apêndice D – Teste Qui-quadrado (χ^2)

É um teste não paramétrico, que independe dos parâmetros populacionais (média e variância) e tem como princípio comparar proporções e verificar as divergências entre as frequências observadas e esperadas no evento. Nesse sentido, existirá associação entre as variáveis analisadas se as diferenças entre as frequências observadas e as esperadas em cada uma forem muito pequenas, próximas a zero. Segundo Barbetta (2002) a estatística do teste Qui-quadrado, χ^2 , é definida por:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{e}$$

o = frequência observada para cada classe,

e = frequência esperada para a mesma classe.

O cruzamento entre as variáveis foi realizado a partir do teste de associação Qui-quadrado, versão SPSS® v.20 (FAVERO, *et al.*, 2009).

Apêndice E – Questionário

QUESTIONÁRIO – FAMÍLIAS SERRINHA

Questionário Nº: _____ Data: ____/____/____ Telefone Contato: (____) _____
 Nome Entrevistado: _____ E-Mail: _____

Sou Richardson Ribeiro, mestrando do curso de Administração da UDESC e estou realizando uma pesquisa, cujo objetivo é propor um instrumento de planejamento e controle do orçamento familiar, adaptado à realidade das famílias residentes na comunidade da Serrinha em Florianópolis/SC. Conto com sua colaboração em responder o questionário e dou garantia do sigilo de suas informações. Caso queira obter o resultado desta pesquisa entre em contato através do e-mail: ricco.ribeiro@bol.com.br.

Parte A - Estratificação

1) Qual é a sua idade? _____ anos

2) Sexo
 1. Masculino
 0. Feminino

Marque com um X apenas uma resposta.

3) Qual é a sua faixa mensal de renda bruta familiar?

1. () Até R\$880,00	5. () Mais de R\$3.520,00 a R\$4.400,00
2. () Mais de R\$880,00 a R\$1.760,00	6. () Mais de R\$4.400,00 a R\$5.280,00
3. () Mais de R\$1.760,00 a R\$2.640,00	7. () Mais de R\$5.280,00
4. () Mais de R\$2.640,00 a R\$3.520,00	0. () Sem renda

Parte A - Interações

4)	Indique abaixo o(s) meio(s) pelo(s) qual(is) você se comunica com outras pessoas e fica sabendo das informações, notícias, novidades e fofocas em geral:	
	1. () Internet via Microcomputador 2. () Internet via Celular Smartphone 3. () Internet via Tablet 4. () Bloco de anotações 5. () Recados na geladeira 6. () Panfletos 7. () Outdoor 8. () Jornal	9. () Revista 10. () Rádio 11. () Televisão 12. () Telefone 13. () Cinema 14. () Conversa com vizinhos, amigos e familiares 0. () Outro(s) qual(is) _____

	Responda SIM ou NÃO aos questionamentos abaixo:	SIM	NÃO
5)	Já acessou alguma vez uma planilha no <i>Excel</i> ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6)	Já acessou alguma vez aplicativos para Smartphones, Tablets ou Computadores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Parte B - Decisões de Consumo

	Responda SIM ou NÃO aos questionamentos abaixo:	SIM	NÃO
7)	Compra roupas independente da marca?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8)	Deixa de comprar alguns produtos para pagar as contas da casa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9)	Considera que ter casa própria é uma necessidade?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10)	Deseja comprar uma TV maior?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11)	Vai as compras para recompensar esforços e reduzir o estresse?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12)	Concorda que comprar réplicas de objetos de luxo é uma imitação dos ricos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13)	Já comprou por influência de outras pessoas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Parte B - Assunção de Dívidas

Responda SIM ou NÃO aos questionamentos abaixo:

Aceitação social		SIM	NÃO
14)	Encara a dívida como algo normal do qual compartilha com a família?		
15)	Encara a dívida como um problema grave que precisa ser resolvido?		
16)	Na sua comunidade estar endividado é algo comum?		
17)	Na sua comunidade estar endividado é um absurdo?		

Equiparação social		SIM	NÃO
18)	Acha que tem menos dinheiro que seus amigos?		
19)	Acha que tem menos dinheiro que seus parentes?		
20)	Acha que tem menos dinheiro que seus colegas de trabalho?		
21)	Acha que ter menos dinheiro que algumas pessoas que vê na TV é algo que lhe incomoda?		

Compras por impulso		SIM	NÃO
22)	Você é daqueles que não pode ver dinheiro sobrando no final do mês que logo já sai gastando?		
23)	Seus hábitos de consumo são daqueles que primeiro compra e depois pensa como vai pagar?		
24)	Já comprou alguma coisa mesmo sabendo que não teria dinheiro suficiente para pagar?		
25)	Houve dias em que se sentiu ansioso e nervoso apenas pelo fato de não ter comprado nada?		

Desconhecimento da situação financeira

Dado o clima econômico atual, muitos experimentam estresse financeiro. Responda SIM ou NÃO se nos últimos 6 meses já pensou a respeito dos seguintes eventos financeiros:		SIM	NÃO
26)	Ter realizado pagamentos com atraso		
27)	Não ter nenhuma reserva de dinheiro para emergência (poupança por exemplo)		
28)	Estar em um trabalho que não é estável, é imprevisível		
29)	Ter contratado empréstimos com taxas de juros muito altas		
30)	Pedir dinheiro emprestado para familiares ou amigos		

Fatores imprevistos

31) Por qual(is) dos fatores imprevistos abaixo já se endividou:	
1. () Usaram o crédito em seu nome e não pagaram	5. () Doença na família
2. () Prejuízo nos negócios	6. () Nascimento de um filho
3. () Separação ou divórcio	0. () Outro(s) qual (is) _____
4. () Perda de emprego	

Responda SIM ou NÃO aos questionamentos abaixo:

	Atitudes frente ao uso do crédito	SIM	NÃO
32)	Concorda que usar o crédito permite ter uma melhor qualidade de vida?		
33)	É uma boa idéia comprar algo agora e pagá-lo depois?		
34)	É preferível preocupar-se em pagar sempre à vista?		
35)	É importante pagar as dívidas o quanto antes possível?		
36)	A facilidade de usar cartões de crédito causa endividamento nas pessoas?		

Parte B - Motivações para Poupar

Responda SIM ou NÃO aos questionamentos abaixo:

	Incerteza temporal	SIM	NÃO
37)	Imagina que a sua situação financeira só será melhor no futuro?		
38)	Acha que seu comportamento futuro é totalmente influenciado pelas suas ações no presente?		
39)	Está disposto a sacrificar o seu bem estar presente para alcançar resultados futuros?		

	Investimento	SIM	NÃO
40)	Você tem o hábito de poupar ?		

41) Qual(is) razão(ões) te leva(m) a poupar?	
1. () Reserva para emergência	5. () Preocupação com a aposentadoria
2. () Recurso para efetuar alguma compra	6. () Pagar festa de casamento
3. () Obter rendimento com aplicações financeiras	0. () Outra(s), qual (is) _____
4. () Reforma	

42) Você tem o hábito de investir em:	
1. () Poupança	5. () Imóveis
2. () CDB	6. () Próprio Negócio
3. () Fundos	0. () Outro(s), qual (is) _____
4. () Ações	

Parte C – Controle do Orçamento

Responda SIM ou NÃO ao questionamento abaixo:

Hábito	SIM	NÃO
43) Você tem o hábito de fazer o controle do orçamento da contas da sua casa?		

Frequência:

44) Com que frequência você faz o controle do orçamento doméstico?	
1. () Diariamente	4. () Anualmente
2. () Semanalmente	0. () Outra
3. () Mensalmente	

Instrumentos:

45) Como você faz o o controle orçamentário da contas da sua casa?	
1. () Mentalmente	5. () Aplicativo específico para celular
2. () Anotações numa caderneta	6. () Aplicativo específico para tablet
3. () Anotações numa agenda	7. () Planilha no computador
4. () Anotações numa folha de papel	0. () Outro, qual? _____

Resultados:

46) Indique quais os tipos de contas abaixo você possui:		
1. () Água	13. () Transporte	25. () Prestação da casa
2. () Luz	14. () Estacionamento	26. () Cheque especial
3. () Telefone fixo	15. () Gorjetas	27. () Cartão de crédito
4. () Telefone celular	16. () Refeições fora de casa	28. () Cheque pré-datado
5. () Internet	17. () Mercearia	29. () Empréstimo consignado
6. () Aluguel	18. () Padaria () Tarifas bancárias	30. () Empréstimo pessoal
7. () TV a cabo	19. () Mensalidade escolar	31. () Carnê
8. () Gás	20. () Mensalidade cursos	32. () Crediário
9. () Remédios/Farmácia	21. () Mensalidade academia	33. () Fumo
10. () Médico	22. () Loterias	0. () Outra(s), qual(is)_____
11. () Dentista	23. () Feira	
12. () Cinema	24. () Prestação do carro	

Responda SIM ou NÃO aos questionamentos abaixo:	SIM	NÃO
Acredita que fazer o controle do orçamento doméstico ajuda a manter as contas em dia?		
Fazia o controle do orçamento doméstico mas por alguma razão abandonou o controle?		

Responda as questões abaixo apenas se tiver assinalado SIM na questão 48:
Cite a forma de controle do orçamento doméstico que utilizava antes de ter abandonado o controle? _____
Porque abandonou o controle do orçamento doméstico? _____
O que te faria voltar a controlar? _____

Obrigado!

Apêndice F

Teste Qui-quadrado da relação das variáveis Assunção de Dívidas X Decisões de Consumo

Assunção de Dívidas X Decisões de Consumo	Compra roupas independente da marca?	Deixa de comprar alguns produtos para pagar as contas da casa?	Considera que ter casa própria é uma necessidade?
Encara a dívida como algo normal do qual compartilha com a família?	0,846	0,954	<u>0,017**</u>
Encara a dívida como um problema grave que precisa ser resolvido?	1,000	0,645	0,318
Na sua comunidade estar endividado é algo comum?	0,382	0,338	0,121
Na sua comunidade estar endividado é um absurdo?	0,928	0,232	<u>0,034**</u>
Acha que tem menos dinheiro que seus amigos?	<u>0,097*</u>	0,374	<u>0,099*</u>
Acha que tem menos dinheiro que seus parentes?	<u>0,026**</u>	0,481	0,240
Acha que tem menos dinheiro que seus colegas de trabalho?	0,153	0,297	0,221
Acha que ter menos dinheiro que algumas pessoas que vê na TV é algo que lhe incomoda?	0,373	0,690	0,387
Você é daqueles que não pode ver dinheiro sobrando no final do mês que logo já sai gastando?	0,175	0,947	0,532
Seus hábitos de consumo são daqueles que primeiro compra e depois pensa como vai pagar?	0,575	0,558	0,506
Já comprou alguma coisa mesmo sabendo que não teria dinheiro suficiente para pagar?	0,451	0,184	<u>0,067*</u>
Houve dias em que se sentiu ansioso e nervoso apenas pelo fato de não ter comprado nada?	0,814	0,272	0,460
Ter realizado pagamentos com atraso	0,437	0,601	0,258
Não ter nenhuma reserva de dinheiro para	0,246	0,418	0,182

emergência (poupança por exemplo)			
Estar em um trabalho que não é estável, é imprevisível	0,115	0,987	<u>0,013**</u>
Ter contratado empréstimos com taxas de juros muito altas	0,135	0,558	0,952
Pedir dinheiro emprestado para familiares ou amigos	0,748	0,215	0,936
Usaram o crédito em seu nome e não pagaram	<u>0,059*</u>	0,876	0,223
Prejuízo nos negócios	0,882	0,249	0,701
Separação ou divórcio	0,351	0,432	0,546
Perda de emprego	0,652	0,431	<u>0,068*</u>
Doença na família	0,972	0,214	0,982
Nascimento de um filho	0,216	0,982	0,846
Outro(s) qual (is)	1,000	0,790	<u>0,084*</u>
Concorda que usar o crédito permite ter uma melhor qualidade de vida?	0,452	0,423	0,112
É uma boa idéia comprar algo agora e pagá-lo depois?	0,373	0,790	1,000
É preferível preocupar-se em pagar sempre à vista?	0,533	0,182	<u>0,046**</u>
É importante pagar as dívidas o quanto antes possível?	0,364	0,398	<u>0,001***</u>
A facilidade de usar cartões de crédito causa endividamento nas pessoas?	0,373	0,131	0,124

Teste de hipóteses: *0,10, **0,05 e ***0,01.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados coletados (2016).

Apêndice G

Teste Qui-quadrado da relação das variáveis **Motivações para Poupar X Decisões de Consumo**

Motivações para Poupar X Decisões de Consumo	Compra roupas independente da marca?	Deixa de comprar alguns produtos para pagar as contas da casa?	Considera que ter casa própria é uma necessidade?
Imagina que a sua situação financeira só será melhor no futuro?	0,846	0,523	0,166
Acha que seu comportamento futuro é totalmente influenciado pelas suas ações no presente?	0,454	0,280	0,125
Está disposto a sacrificar o seu bem estar presente para alcançar resultados futuros?	0,343	0,244	0,158
Você tem o hábito de poupar ?	0,666	0,868	0,991

Teste de hipóteses: *0,10, **0,05 e ***0,01.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados coletados (2016).

Apêndice H

Teste Qui-quadrado da relação das variáveis **Motivações para Poupar X Assunção de Dívidas**

Motivações para Poupar X Assunção de Dívidas	Imagina que a sua situação financeira só será melhor no futuro?	Acha que seu comportamento futuro é totalmente influenciado pelas suas ações no presente?	Está disposto a sacrificar o seu bem estar presente para alcançar resultados futuros?	Você tem o hábito de poupar?
Encara a dívida como algo normal do qual compartilha com a família?	0,341	0,359	0,431	0,402
Encara a dívida como um problema grave que precisa ser resolvido?	0,801	0,872	0,105	0,907
Na sua comunidade estar endividado é algo comum?	0,921	0,482	0,985	0,315
Na sua comunidade estar endividado é um absurdo?	0,026**	0,253	0,806	0,621
Acha que tem menos dinheiro que seus amigos?	0,896	0,449	0,537	0,435
Acha que tem menos dinheiro que seus parentes?	0,628	0,166	0,471	0,154
Acha que tem menos dinheiro que seus colegas de trabalho?	0,317	0,351	0,285	0,289
Acha que ter menos dinheiro que algumas pessoas que vê na TV é algo que lhe incomoda?	0,102	0,484	0,547	0,226
Você é daqueles que não pode ver dinheiro sobrando no final do mês que logo já sai gastando?	0,716	0,414	0,150	0,000***
Seus hábitos de consumo são daqueles que primeiro compra e depois pensa como vai pagar?	0,253	0,883	0,644	0,036**
Já comprou alguma coisa mesmo sabendo que não teria dinheiro suficiente para pagar?	0,930	0,735	0,012**	0,013**

Houve dias em que se sentiu ansioso e nervoso apenas pelo fato de não ter comprado nada?	0,564	0,221	0,448	0,879
Ter realizado pagamentos com atraso	1,000	0,359	0,161	0,692
Não ter nenhuma reserva de dinheiro para emergência (poupança por exemplo)	0,206	0,636	0,060*	0,030**
Estar em um trabalho que não é estável, é imprevisível	0,894	0,292	0,954	0,136
Ter contratado empréstimos com taxas de juros muito altas	0,253	0,186	0,192	0,409
Pedir dinheiro emprestado para familiares ou amigos	0,239	0,449	0,009***	0,112
Usaram o crédito em seu nome e não pagaram	0,697	0,412	0,894	0,264
Prejuízo nos negócios	0,146	0,641	0,285	0,121
Separação ou divórcio	0,687	0,121	0,767	0,078*
Perda de emprego	0,072*	0,682	0,331	0,148
Doença na família	0,441	0,956	0,863	0,433
Nascimento de um filho	0,098*	0,289	0,521	0,622
Outro(s) qual (is)	0,081*	0,779	0,688	0,545
Concorda que usar o crédito permite ter uma melhor qualidade de vida?	0,857	0,453	0,530	0,490
É uma boa idéia comprar algo agora e pagá-lo depois?	1,000	0,779	0,688	0,545
É preferível preocupar-se em pagar sempre à vista?	0,748	0,409	0,615	0,677
É importante pagar as dívidas o quanto antes possível?	0,441	0,297	0,863	0,424
A facilidade de usar cartões de crédito causa endividamento nas pessoas?	0,467	0,020**	0,023**	0,637

Teste de hipóteses: *0,10, **0,05 e ***0,01.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados coletados (2016).

Apêndice I – Cartilha de Planejamento e Controle do Orçamento Familiar

Cartilha de PLANEJAMENTO E CONTROLE DO ORÇAMENTO FAMILIAR

Educação financeira para a Serrinha, Florianópolis/SC



Autor: **Richardson Ribeiro**
Orientação: **Arlindo Carvalho Rocha**

CARTILHA DE PLANEJAMENTO E CONTROLE DO ORÇAMENTO FAMILIAR**Prezado(a)**

Esse material foi elaborado especialmente para você. Trata-se de uma Cartilha de Planejamento e Controle do Orçamento Familiar com dicas sobre economia, além de planilhas que você pode utilizar para assumir o controle das suas finanças pessoais.

Fazer o seu planejamento financeiro exigirá muita força de vontade, paciência e disciplina, mas tenha certeza de que os resultados serão compensadores.

Com o tempo, você perceberá que a prática contínua do orçamento individual e familiar é bastante saudável e indispensável em sua vida.

Para começar, leia atentamente as informações e dicas fornecidas e depois pense por alguns minutos nas contas que possui para elaborar sua planilha de receitas, gastos e investimentos.

As planilhas devem ser preenchidas inicialmente com as informações do mês atual e valores correspondentes a sua renda e despesas mensais. No final você poderá calcular qual é a sua renda total mensal, despesas totais mensais, investimentos e o saldo total disponível.

Para continuidade do seu planejamento financeiro, recomenda-se que tire cópia das planilhas e assim possa utilizar nos próximos anos.

Aproveite as facilidades desta cartilha para que você e sua família vivam muito melhor, com mais tranquilidade e segurança financeira.





Conceitos para o futuro

Prepare-se, de agora em diante inicia-se uma nova jornada de conhecimentos.

Renda - Quantidade de dinheiro recebido por um determinado tempo em troca de serviços prestados.

Exemplos: salário, extras ("bicos"), recebimento de alugueis.

Bens - Itens de valor que capazes de serem vistos ou tocados.

Exemplos: carro, casa, apartamento.

Despesas - As despesas podem ser fixas ou variáveis e referem-se ao consumo de bens ou serviços.

Despesas Fixas - Corresponde a um valor contratado ao qual se deve efetuar o pagamento em algum momento.

Exemplos: conta de luz, conta de água/esgoto, consumo de gás, telefone, prestação do carro, seguro do automóvel, aluguel da casa/apartamento, mensalidade da academia, mensalidade escolar, televisão a cabo, financiamento da casa própria, plano de saúde, empréstimo pessoal.

Despesas Variáveis - São aquelas imprevistas, que normalmente superam o valor orçado, pois são de difícil controle.

Exemplos: gastos com roupas pessoais, roupas de cama, mesa e banho, calçados, médicos, dentistas, farmácias, material escolar, combustível, oficina e reparos, idas ao cinema, jantar num restaurante, viagens, gorjetas, padaria, supermercado, açougue e feira livre, presentes, manicure e cabeleireiro.

Investimento

Refere-se a economias reservadas para se ganhar dinheiro no presente de forma que se possa gastar no futuro.

E para que serve o Dinheiro ?



Educação



Casamento



Casa Própria



Férias



Aposentadoria



Carro novo



Emergência

Por que planejar?

- ✍ Equilibrar receitas e despesas;
- ✍ Iniciar poupança;
- ✍ Impor limites em seus gastos, senão o banco ditará seus limites;
- ✍ Assumir o controle financeiro da sua vida.



Quando planejar?

- ✍ Não deixe para planejar apenas quando estiver endividado;
- ✍ Aquele sonho de viajar com a família nas férias fica mais próximo quando se planeja;
- ✍ Sempre é hora de iniciar o planejamento;
- ✍ Comece agora mesmo e assuma o controle financeiro da sua vida!

Defina Objetivos

Pegue agora um lápis ou caneta e anote o(s) seu(s) sonho(s) ou objetivo(s).

Exemplos: comprar um computador, comprar uma roupa nova, trocar o aparelho celular, reformar a casa.

Qual(is)o(s) seu(s) sonho(s) ou objetivo(s)? _____
_____.

Defina Metas

Anote agora as metas que deseja atingir no curto, médio e longo prazo.

- ✍ Curto prazo - em até 1 ano: _____.
- ✍ Médio prazo - em até 3 anos: _____.
- ✍ Longo prazo - em até 5 anos: _____.

Então, o que você está esperando? Mãos à obra!

Como equilibrar as contas?

- ✍ Comece com um bom planejamento;
- ✍ Corte gastos e economize;
- ✍ Avalie sua situação financeira;
- ✍ Quando comprar algo, opte por itens que duram mais, que possa utilizar em diversas ocasiões diferentes;
- ✍ Antes de comprar, faça para si mesmo as seguintes perguntas:

1. Eu preciso?
2. Serve para mim neste momento?
3. Cabe no meu orçamento?

- ✍ Antes de fazer compras, elabore uma lista;
- ✍ Compare e negocie preços;
- ✍ Verifique se as ofertas anunciadas nas propagandas realmente valem a pena;
- ✍ Não compre só para agradar o vendedor;
- ✍ Compre itens de qualidade;
- ✍ Considere garantia e manutenção do produto antes de comprar;
- ✍ Considere reposição posterior e assistência técnica após a compra;
- ✍ Analise as vantagens de comprar itens em grandes quantidades;
- ✍ Considere a compra de um bem usado em relação a um novo;
- ✍ Procure por produtos recicláveis;
- ✍ Identifique seu perfil financeiro, se é mais gastador ou poupador;
- ✍ Se estiver endividado, negocie as dívidas, não deixe virar uma "bola de neve";
- ✍ Se estiver com dinheiro sobrando, identifique quais as melhores alternativas para investir seu dinheiro.



Orçamento Familiar

✍ É um plano de atividades futuras que deve ser elaborado mensalmente.

Atitudes positivas para o controle do orçamento familiar

✍ Procure pagar sempre todas as suas contas rigorosamente em dia, evitando as multas e os juros. O débito automático pode ajudar no controle;

✍ Agende os vencimentos das contas para alguns dias após o recebimento do salário, assim evita atrasos e filas nos bancos;

✍ Utilize o telefone e a internet para comparar preços de produtos antes de comprar;

✍ Evite sair diariamente com todos os seus cartões de débito e crédito na carteira. No caso de talão de cheques, saia somente com uma folha e preferencialmente cruzada. Assim poderá gastar menos;

✍ Negocie descontos sempre que efetuar pagamentos à vista;

✍ Estabeleça limites para as refeições fora de casa;

✍ Defina o seu estilo de vida baseado nas suas reais possibilidades financeiras. Se possui dependentes, eles também devem estar cientes do quanto podem gastar e de como podem contribuir com o orçamento familiar.

Por onde começar o controle do orçamento familiar?

✍ Comece elaborando uma planilha seguindo o modelo e instruções que constam nas páginas seguintes;

✍ A planilha de orçamento familiar é uma poderosa ferramenta de controle, que vai lhe ajudar na administração das contas domésticas;

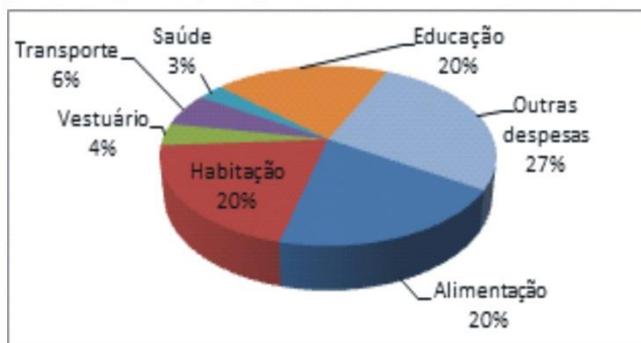
✍ A prática, disciplina e organização são importantes para atingir seu(s) objetivo(s) e meta(s) anteriormente definido(s);

✍ Elabore mensalmente sua planilha e convide o(a) esposo(a) e filho(s). Isso poderá motivá-los(as) na busca por soluções conjuntas para superar eventuais momentos de crise financeira.

- ✎ No primeiro mês da elaboração de sua planilha de orçamento, anote inclusive os pequenos valores, pois muitas vezes alguns gastos que a princípio parecem “irrelevantes” podem absorver razoável parcela da sua renda;
- ✎ Seja sincero ao listar todos os gastos. Tentar “burlar” seu próprio orçamento não é a melhor saída;
- ✎ Se preciso tire cópias das planilhas para que possa utilizar nos anos seguintes.

Instruções para o preenchimento da planilha

- ✎ Pense nas contas que possui;
- ✎ Anote sua(s) renda(s);
- ✎ Anote suas despesas;
- ✎ Anote os investimentos que realiza;
- ✎ Se desejar, com o auxílio de uma calculadora some o total de rendas, diminua as despesas e investimentos e com isso vai obter o saldo disponível para uso;
- ✎ O gráfico abaixo ilustra os percentuais de despesas em relação à renda que normalmente uma família possui, isso pode lhe ajudar a planejar melhor as suas contas.



O hábito de poupar, proporciona tranquilidade financeira e permite a conquista de sonhos, objetivos e metas.

PLANILHA DE PLANEJAMENTO E CONTROLE DO ORÇAMENTO FAMILIAR

09



MARÇO/ 2017 SALDO MÊS ANTERIOR: R\$ 0,00

RENDAS		VALOR EM R\$									
SALÁRIO LÍQUIDO		1.500,00									
OUTRAS RENDAS		200,00									
TOTAL DAS RENDAS		1.700,00									
DESPESAS		VALOR EM R\$									
ALIMENTAÇÃO											
SUPERMERCADO		150,00									
PADARIA		80,00									
FEIRA		50,00									
MERCEARIA		60,00									
REFEIÇÕES FORA DE CASA		0,00									
HABITAÇÃO											
GÁS		48,00									
ÁGUA		71,78									
TELEFONE CELULAR		15,00									
LUZ		69,32									
INTERNET		0,00									
TV A CABO		0,00									
ALUGUEL		150,00									
TELEFONE FIXO		0,00									
PRESTAÇÃO CASA PRÓPRIA		0,00									
VESTUÁRIO											
ROUPAS		50,00									
CALÇADOS		0,00									
ACESSÓRIOS		18,00									
TRANSPORTE											
ÔNIBUS / TÁXI / UBER		102,00									
GASOLINA/ALCOOL		0,00									
PRESTAÇÃO DO CARRO		0,00									
ESTACIONAMENTO		0,00									
SAÚDE											
REMÉDIOS		51,00									
DENTISTA		0,00									
MÉDICO		0,00									
ACADEMIA		0,00									
EDUCAÇÃO											
MENSALIDADE ESCOLAR		0,00									
MENSALIDADE CURSOS		340,00									
OUTRAS DESPESAS											
CREDIÁRIO/CARNÊS		59,00									
EMPRÉSTIMO PESSOAL/CONSIGNADO		0,00									
CHEQUE ESPECIAL		0,00									
CARTÃO DE CRÉDITO		300,00									
TOTAL DAS DESPESAS		1.614,10									
INVESTIMENTOS		VALOR EM R\$									
POUPANÇA/OUTROS		51,00									
TOTAL DOS INVESTIMENTOS		51,00									
Resultado	TOTAL RENDAS	R\$1.700,00	-	TOTAL DESPESAS	R\$1.614,10	-	TOTAL INVESTIMENTOS	R\$51,00	=	TOTAL SALDO	R\$34,90

✎ No exemplo acima, 97% da renda familiar está comprometida e 3% é o saldo disponível para uso no mês. Veja como fica a sua situação ao preencher a própria planilha financeira a partir de agora.

PLANILHA DE PLANEJAMENTO E CONTROLE DO ORÇAMENTO FAMILIAR

13

ABRIL / _____		SALDO MÊS ANTERIOR: R\$ _____	
RENDAS		VALOR EM R\$	
	SALÁRIO LÍQUIDO		
	OUTRAS RENDAS		
	TOTAL DAS RENDAS		
DESPESAS		VALOR EM R\$	
ALIMENTAÇÃO			
	SUPERMERCADO		
	PADARIA		
	FEIRA		
	MERCEARIA		
	REFEIÇÕES FORA DE CASA		
HABITAÇÃO			
	GÁS		
	ÁGUA		
	TELEFONE CELULAR		
	LUZ		
	INTERNET		
	TV A CABO		
	ALUGUEL		
	TELEFONE FIXO		
	PRESTAÇÃO CASA PRÓPRIA		
VESTUÁRIO			
	ROUPAS		
	CALÇADOS		
	ACESSÓRIOS		
TRANSPORTE			
	ÔNIBUS / TÁXI / UBER		
	GASOLINA/ÁLCOOL		
	PRESTAÇÃO DO CARRO		
	ESTACIONAMENTO		
SAÚDE			
	REMÉDIOS		
	DENTISTA		
	MÉDICO		
	ACADEMIA		
EDUCAÇÃO			
	MENSALIDADE ESCOLAR		
	MENSALIDADE CURSOS		
OUTRAS DESPESAS			
	CREDIÁRIO/CARNÊS		
	EMPRÉSTIMO PESSOAL/CONSIGNADO		
	CHEQUE ESPECIAL		
	CARTÃO DE CRÉDITO		
TOTAL DAS DESPESAS			
INVESTIMENTOS		VALOR EM R\$	
	POUPANÇA		
TOTAL DOS INVESTIMENTOS			
TOTAL	RENDAS	-	TOTAL DESPESAS
		-	TOTAL INVESTIMENTOS
		=	SALDO

14

PLANILHA DE PLANEJAMENTO E CONTROLE DO ORÇAMENTO FAMILIAR

MAIOR / _____		SALDO MÊS ANTERIOR: R\$ _____	
RENDAS		VALOR EM R\$	
	SALÁRIO LÍQUIDO		
	OUTRAS RENDAS		
	TOTAL DAS RENDAS		
DESPESAS		VALOR EM R\$	
ALIMENTAÇÃO			
	SUPERMERCADO		
	PADARIA		
	FEIRA		
	MERCEARIA		
	REFEIÇÕES FORA DE CASA		
HABITAÇÃO			
	GÁS		
	ÁGUA		
	TELEFONE CELULAR		
	LUZ		
	INTERNET		
	TV A CABO		
	ALUGUEL		
	TELEFONE FIXO		
	PRESTAÇÃO CASA PRÓPRIA		
VESTUÁRIO			
	ROUPAS		
	CALÇADOS		
	ACESSÓRIOS		
TRANSPORTE			
	ÔNIBUS / TÁXI / UBER		
	GASOLINA/ÁLCOOL		
	PRESTAÇÃO DO CARRO		
	ESTACIONAMENTO		
SAÚDE			
	REMÉDIOS		
	DENTISTA		
	MÉDICO		
	ACADEMIA		
EDUCAÇÃO			
	MENSALIDADE ESCOLAR		
	MENSALIDADE CURSOS		
OUTRAS DESPESAS			
	CREDIÁRIO/CARNÊS		
	EMPRÉSTIMO PESSOAL/CONSIGNADO		
	CHEQUE ESPECIAL		
	CARTÃO DE CRÉDITO		
TOTAL DAS DESPESAS			
INVESTIMENTOS		VALOR EM R\$	
	POUPANÇA		
TOTAL DOS INVESTIMENTOS			
TOTAL	RENDAS	-	TOTAL DESPESAS
		-	TOTAL INVESTIMENTOS
		=	SALDO

PLANILHA DE PLANEJAMENTO E CONTROLE DO ORÇAMENTO FAMILIAR

15

JUNHO / _____		SALDO MÊS ANTERIOR: R\$ _____	
RENDAS		VALOR EM R\$	
	SALÁRIO LÍQUIDO		
	OUTRAS RENDAS		
	TOTAL DAS RENDAS		
DESPESAS		VALOR EM R\$	
ALIMENTAÇÃO			
	SUPERMERCADO		
	PADARIA		
	FEIRA		
	MERCEARIA		
	REFEIÇÕES FORA DE CASA		
HABITAÇÃO			
	GÁS		
	ÁGUA		
	TELEFONE CELULAR		
	LUZ		
	INTERNET		
	TV A CABO		
	ALUGUEL		
	TELEFONE FIXO		
	PRESTAÇÃO CASA PRÓPRIA		
VESTUÁRIO			
	ROUPAS		
	CALÇADOS		
	ACESSÓRIOS		
TRANSPORTE			
	ÔNIBUS / TÁXI / UBER		
	GASOLINA/ÁLCOOL		
	PRESTAÇÃO DO CARRO		
	ESTACIONAMENTO		
SAÚDE			
	REMÉDIOS		
	DENTISTA		
	MÉDICO		
	ACADEMIA		
EDUCAÇÃO			
	MENSALIDADE ESCOLAR		
	MENSALIDADE CURSOS		
OUTRAS DESPESAS			
	CREDIÁRIO/CARNÊS		
	EMPRÉSTIMO PESSOAL/CONSIGNADO		
	CHEQUE ESPECIAL		
	CARTÃO DE CRÉDITO		
TOTAL DAS DESPESAS			
INVESTIMENTOS		VALOR EM R\$	
	POUPANÇA		
TOTAL DOS INVESTIMENTOS			
TOTAL	RENDAS	-	TOTAL DESPESAS
		-	TOTAL INVESTIMENTOS
		=	SALDO

PLANILHA DE PLANEJAMENTO E CONTROLE DO ORÇAMENTO FAMILIAR

17

AGOSTO / _____		SALDO MÊS ANTERIOR: R\$ _____	
RENDAS		VALOR EM R\$	
	SALÁRIO LÍQUIDO		
	OUTRAS RENDAS		
	TOTAL DAS RENDAS		
DESPESAS		VALOR EM R\$	
ALIMENTAÇÃO			
	SUPERMERCADO		
	PADARIA		
	FEIRA		
	MERCEARIA		
	REFEIÇÕES FORA DE CASA		
HABITAÇÃO			
	GÁS		
	ÁGUA		
	TELEFONE CELULAR		
	LUZ		
	INTERNET		
	TV A CABO		
	ALUGUEL		
	TELEFONE FIXO		
	PRESTAÇÃO CASA PRÓPRIA		
VESTUÁRIO			
	ROUPAS		
	CALÇADOS		
	ACESSÓRIOS		
TRANSPORTE			
	ÔNIBUS / TÁXI / UBER		
	GASOLINA/ÁLCOOL		
	PRESTAÇÃO DO CARRO		
	ESTACIONAMENTO		
SAÚDE			
	REMÉDIOS		
	DENTISTA		
	MÉDICO		
	ACADEMIA		
EDUCAÇÃO			
	MENSALIDADE ESCOLAR		
	MENSALIDADE CURSOS		
OUTRAS DESPESAS			
	CREDIÁRIO/CARNÊS		
	EMPRÉSTIMO PESSOAL/CONSIGNADO		
	CHEQUE ESPECIAL		
	CARTÃO DE CRÉDITO		
TOTAL DAS DESPESAS			
INVESTIMENTOS		VALOR EM R\$	
	POUPANÇA		
TOTAL DOS INVESTIMENTOS			
TOTAL	RENDAS	-	TOTAL DESPESAS
		-	TOTAL INVESTIMENTOS
		=	SALDO



Após a elaboração da sua planilha de orçamento familiar, algumas mudanças de comportamento de consumo e poupança podem ser necessárias.

Pense que o seu futuro depende de atitudes tomadas no presente, portanto faça uma avaliação consciente e tente incorporar novos hábitos em sua rotina.

Dicas de economia

1) Se após elaborar sua planilha de orçamento doméstico perceber que ficou no negativo, ou seja, faltou dinheiro para completar o mês, você precisa seguir algumas dicas:

- ✎ Reavalie com urgência e determinação as despesas que possui, verificando na planilha com o que está gastando, onde podem ser feitos alguns ajustes, quais despesas são supérfluas e podem ser eliminadas;
- ✎ Gastar menos do que ganha. Por mais óbvio que pareça, ter o controle das contas é fundamental. Nesse sentido busque concentrar suas despesas naquilo que é necessário, que de fato é essencial ser consumido;
- ✎ Procure acompanhar e avaliar diariamente os lançamentos que realiza, seja através do extrato bancário de sua conta corrente/conta salário ou anotações que possui;
- ✎ Se for necessário um empréstimo, priorize o banco ou financeira de menor custo efetivo total (CET), se optar por parcelar em vários meses busque a menor taxa de juros;
- ✎ Se pretende comprar no cartão de crédito use o que cobra a menor ou nenhuma taxa anual de uso;
- ✎ Evite manter vários cartões de crédito ou adquirir novos além do(s) que já possui;

- ✍ Não faça crediário ou empreste o nome para alguém comprar se você não tiver como pagar. A reputação de mau pagador atrapalha as chances de obter novo crédito no futuro;
- ✍ Para sanear as contas avalie a opção de vender um bem (automóvel ou imóvel), refinarciar dívidas ou renegociar prazos com credores;
- ✍ Caso a sua situação financeira pareça difícil de ser solucionada procure orientações junto a assistência social da comunidade;
- ✍ A solução para qualquer situação de crise requer força de vontade, disciplina e organização. Não existem milagres para sair desta situação.

2) Se as contas ficaram equilibradas, significa que possui um padrão de vida bastante ajustado, nesse caso deve:

- ✍ Manter a disciplina para não cair em tentações de consumo;
- ✍ Fazer pequenos ajustes para tornar esse resultado positivo;
- ✍ Manter sempre uma reserva de dinheiro para situações de emergência.

3) Se sobrou dinheiro, significa que você está no caminho certo, pois tem o controle das finanças e busca melhores perspectivas de futuro. Precisar pensar em soluções para fazer seu dinheiro render mais. Seguem algumas alternativas de investimento:

Alternativas de investimento		
Aplicações Financeiras	<ul style="list-style-type: none"> - Caderneta de Poupança: conta bancária para guardar dinheiro e receber juros mensalmente. - CDB: certificado bancário que garante rendimento diário sobre o dinheiro que deposita. - Fundos: funciona como um condomínio em que vários investidores em conjunto (cotistas), reúnem recursos com objetivo de obtenção de juros. - Ações: títulos que representam uma fração do capital de uma empresa (S/A). Pagam dividendos sobre o investimento. Apresenta risco de mercado. 	
Imóveis	<ul style="list-style-type: none"> - Apartamento - Casa 	<ul style="list-style-type: none"> - Fazenda - Sala comercial - Sítio - Terreno
Outras	<ul style="list-style-type: none"> - Planos de Aposentadoria: INSS, Previdência complementar fechada (PGBL) e Previdência complementar aberta (PGBL e VGBL). 	

Fatores a considerar na hora de investir

- ✍ Liquidez: tempo que leva para obter seu dinheiro de volta quando precisar (resgate do investimento);
- ✍ Rentabilidade: quanto recebe de juros pelo total investido. Pode ser representada tanto em percentual quanto em valores monetários;
- ✍ Segurança: quais os riscos estão envolvidos;
- ✍ Impostos: quais impostos incidirão sobre o seu rendimento;
- ✍ Facilidade: qual o funcionamento do investimento e vantagens a serem obtidas;
- ✍ Mercado: conhecer a taxa básica de juros no Brasil, inflação, leis e impostos que influenciam seus ganhos.



Valorize o esforço do seu trabalho e faça com que seus familiares compreendam o valor do dinheiro. busquem fazer economias e dessa forma consigam em conjunto realizar os projetos de vida.



Parabéns!

Você chegou ao final de uma grande jornada, mas saiba que o dinheiro atende de forma limitada as necessidades humanas e por isso deve planejar o seu futuro financeiro.

Os hábitos de consumo e poupança determinam a sua capacidade de gastar mais ou de economizar sempre.

A atividade de controlar as contas frequentemente pode parecer por vezes uma tarefa um pouco chata, mas a recompensa valerá o esforço.

Espero ter contribuído para que de alguma forma você e sua família tenham melhor qualidade de vida.

Caso tenha ficado com alguma dúvida, escreva para ricco.ribeiro@bol.com.br, pois estarei à disposição.

Abraço;

Richardson Ribeiro

Execução:
Richardson Ribeiro
ricco.ribeiro@bol.com.br