

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DA REGIÃO DOS VINHEDOS - CARVI
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

EMANUELA APARECIDA JASKULSKI

**PERFIL DO COMPORTAMENTO DE CONSUMO E FINANÇAS PESSOAIS
DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
DE UMA UNIVERSIDADE DA SERRA GAÚCHA**

BENTO GONÇALVES

2023

EMANUELA APARECIDA JASKULSKI

**PERFIL DO COMPORTAMENTO DE CONSUMO E FINANÇAS PESSOAIS
DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
DE UMA UNIVERSIDADE DA SERRA GAÚCHA**

Relatório de trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora TCC I: Prof.^a M.^a Melissa Baccon

Orientadora TCC II: Prof.^a M^a Simone Taffarel
Ferreira

BENTO GONÇALVES

2023

EMANUELA APARECIDA JASKULSKI

**PERFIL DO COMPORTAMENTO DE CONSUMO E FINANÇAS PESSOAIS
DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
DE UMA UNIVERSIDADE DA SERRA GÁUCHA**

Relatório de trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 30/11/2023

Banca Examinadora

Prof.^a M.^a Simone Taffarel Ferreira - Orientadora

Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof.^a M.^a Melissa Baccon

Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof.^a M.^a Nivia Tumelero

Universidade de Caxias do Sul – UCS

Dedico este trabalho à minha família, em especial aos meus pais, Vilmar e Jane, por todo apoio e incentivo durante minha trajetória acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pela oportunidade, força e coragem para enfrentar os desafios impostos.

Aos meus pais, pelo exemplo familiar, por todo apoio e compreensão. E também por serem minha base, sendo pessoas dedicadas, companheiras, que me deram total força e amor incondicional.

A Universidade de Caxias do Sul e seu corpo docente, que proporcionou excelência de ensino e qualidade, permitindo-me chegar até aqui.

E, por fim a todos aqueles que de alguma forma contribuíram e colaboraram para esta etapa tão importante.

RESUMO

Este estudo consiste em analisar o perfil de comportamento de consumo e finanças pessoais, e de que forma a educação financeira atrelada ao planejamento pode auxiliar como instrumento de transformação de hábitos de consumo e de manuseio das finanças pessoais. Dessa forma, o objetivo principal deste trabalho é identificar qual o perfil do comportamento e consumo dos acadêmicos de administração de uma Universidade da Serra Gaúcha, perante suas finanças pessoais. Em relação aos métodos, consiste em um estudo de revisão narrativa da literatura, estando embasado pela pesquisa bibliográfica, de natureza quantitativa de caráter descritivo por meio da aplicação de um questionário. A revisão de literatura trouxe a descrição e discussão dos principais assuntos relacionados ao tema abordado, tais como: o consumo, comportamento do consumidor, educação financeira, endividamento, inadimplência, planejamento financeiro e finanças pessoais. Após a análise dos resultados, ficou evidenciado que o perfil é de um consumidor que realiza compras impulsivas, sofrendo influências psicológicas, sociais e culturais, possuem controle das finanças pessoais, sendo adimplentes, porém descumprem todo o planejamento traçado com compras, devem a educação financeira à família, consideram ter bom conhecimento em finanças pessoais, mas estão endividados e os responsáveis são o cartão de crédito e momentos de lazer.

Palavras-chave: Comportamento de consumo. Finanças pessoais. Acadêmicos.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo de comportamento do consumidor	22
Figura 2 - Mapa mental planejamento financeiro pessoal	32
Figura 3 - Gênero, faixa etária e estado civil	44
Figura 4 – Renda mensal individual	45
Figura 5 – Principal fonte de renda	45
Figura 6 – Fonte de renda secundária	46
Figura 7 – Segmento em que atua e há quanto tempo	46
Figura 8 – Você se considera consumista	47
Figura 9 – Relação com o consumo	48
Figura 10 – Aspectos que possam te influenciar a comprar.....	49
Figura 11 – Características consideradas importantes para comprar certo produto..	49
Figura 12 – O estado emocional interfere nas minhas compras	50
Figura 13 – Há receio em efetuar compras online e ser vítima de fraude	51
Figura 14 – Frequentemente eu faço compras que depois eu não gostaria de ter feito.....	51
Figura 15 – As novas tendências podem persuadir na escolha das minhas aquisições.....	52
Figura 16 – Gerencio as contas de forma muito organizada	53
Figura 17 – Sempre pago minhas contas em dia	53
Figura 18 – Nunca gasto mais do que planejei	54
Figura 19 – Busco sempre conhecimento sobre o tema finanças pessoais.....	54
Figura 20 – Controlo as finanças pessoais por planilha, aplicativo do celular ou anotações.....	55
Figura 21 – Devo minha educação financeira a minha família	56
Figura 22 – Minha educação financeira veio pela experiência e convívio na escola / universidade	56

Figura 23 – Nível de satisfação do seu conhecimento em finanças pessoais.....	57
Figura 24 – Percentual de comprometimento da renda mensal com dívidas	57
Figura 25 – Quais das opções mais retrata o comprometimento da renda	58
Figura 26 – Nível de satisfação da sua situação financeira atual.....	58

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Modelo de planilha de orçamento pessoal	34
Quadro 2 – Modelo de fluxo de caixa pessoal	36
Quadro 3 – Resumo da fundamentação teórica	37
Quadro 4 – Síntese do delineamento da pesquisa.....	41

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Síntese do perfil de endividamento dos brasileiros	26
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Variação anual de inadimplência no Brasil – 2011 a 2022.....	30
--	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	TEMA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA	14
1.2	OBJETIVOS	15
1.2.1	Objetivo geral	15
1.2.2	Objetivos específicos	15
1.3	JUSTIFICATIVA	16
2	REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1	CONSUMO	17
2.2	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR.....	18
2.2.1	Fatores culturais	20
2.2.2	Fatores sociais	20
2.2.3	Fatores demográficos	21
2.2.4	Fatores psicológicos	21
2.3	EDUCAÇÃO FINANCEIRA	22
2.3.1	Educação financeira no Brasil	23
2.4	ENDIVIDAMENTO	25
2.4.1	Formas de endividamento	27
2.5	INADIMPLÊNCIA	28
2.6	PLANEJAMENTO FINANCEIRO	30
2.6.1	Planejamento financeiro pessoal	31
2.6.2	Orçamento pessoal	33
2.6.3	Fluxo de caixa pessoal	35
2.7	FINANÇAS PESSOAIS	36

3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	39
3.1	DELINEAMENTO DA PESQUISA	39
3.1.1	Quanto à natureza.....	40
3.1.2	Quanto ao nível.....	40
3.1.3	Quanto a estratégia.....	40
3.2	POPULAÇÃO E AMOSTRA	41
3.3	COLETA DE DADOS	42
4	ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA QUANTITATIVA.....	44
4.1	PERFIL DOS RESPONDENTES.....	44
4.2	COMPORTAMENTO DE CONSUMO.....	47
4.2.1	Fatores culturais, sociais e demográficos.....	48
4.2.2	Fatores psicológicos.....	50
4.3	FINANÇAS PESSOAIS.....	52
4.4	EDUCAÇÃO FINANCEIRA.....	55
4.5	ENDIVIDAMENTO.....	57
4.6	PRINCIPAIS RESULTADOS OBTIDOS NA PESQUISA.....	59
4.6.1	Com relação ao comportamento de consumo.....	59
4.6.2	Com relação as finanças pessoais.....	60
4.6.3	Com relação ao endividamento.....	60
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	62
	REFERÊNCIAS	65
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO NO TCC II.....	74

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Kotler e Keller (2012), o conhecimento acerca do comportamento do consumidor visa estudar os indivíduos, como se dá o proveito e a inutilização de bens e serviços adquiridos, de modo a compreender as experiências, tendo a finalidade de rejubilar seus desejos e necessidades. Assim como, Kotler e Armstrong (2015) relatam que no instante em que o consumidor efetua determinada compra ele necessita desembolsar um valor financeiro e esta aquisição pode sofrer influências de variados fatores.

Perante isso, Ferreira (2006) diz que, muitas pessoas acabam por consumir excessivamente, contraindo dívidas e comprometendo uma parte considerável de suas rendas, e, em alguns casos até ficam inandimplentes, não honrando com suas responsabilidades financeiras. Mediante o fato, indivíduos endividados trabalham para pagar dívidas por possuírem pouco conhecimento de manuseio com o dinheiro, por não haver preocupação em realizar um planejamento financeiro ou por fatores implícitos, como os psicológicos. Uma parte desses indivíduos até retoma o equilíbrio financeiro, outra precisa de ajuda, e a outra parte carrega a infâmia de endividados.

Conforme Almeida (2023), durante a vida, as pessoas precisam tomar decisões financeiras, que se não bem geridas levam ao comprometendo financeiro atual e futuro, caso não haja pertinentes precauções. Diante dessa contextualização, nota-se a importância da conscientização dos indivíduos perante seu consumo e conhecimento na área das finanças pessoais.

Levando em conta inúmeros produtos financeiros, como por exemplo, cartão de crédito, cheque especial, financiamentos, empréstimos, crédito direto ao consumidor, entre outros, os indivíduos necessitam estar preparados para enfrentar situações cada vez mais profundas ao quererem obter um produto.

Dessa forma, o estudo se justifica pela precisão de compreensão e sensibilização dos acadêmicos do curso de administração da UCS/CARVI a respeito da relevância do comportamento de compra consciente por meio da boa administração das finanças pessoais, para que por meio do entendimento deste assunto se permitam ter planejamento e discernimento ao obter determinado produto ou serviço.

O presente trabalho aborda a respeito do perfil de comportamento e consumo dos acadêmicos de administração da UCS-CARVI mediante sua administração das

finanças pessoais. Na qual, o mesmo está estruturado em quatro capítulos norteadores para o desenvolvimento da pesquisa. No capítulo um dispomos da introdução do trabalho, tendo também o tema e problema da pesquisa, seguindo de objetivos e justificativa. No capítulo dois há o referencial teórico, com as principais ideias de autores a respeito do consumo e comportamento do consumidor, seguindo para aspectos mais específicos da área de finanças pessoais. O capítulo três menciona os métodos de pesquisa adotados, expondo o delineamento, a coleta e a análise de dados da pesquisa que farão parte do estudo posteriormente. No capítulo quatro, apresenta-se os resultados da pesquisa e a análise da mesma, e no final, no capítulo cinco as considerações finais desta pesquisa.

1.1 TEMA DA PROPOSTA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

O tema proposto que engloba a área financeira neste estudo, tem como objetivo identificar qual o perfil do comportamento e consumo dos acadêmicos de administração da Universidade de Caxias do Sul-UCS, Campus Universitário da Região dos Vinhedos-CARVI perante suas finanças pessoais.

Conforme constata Prodanov e Freitas (2013), a seleção do tema de uma pesquisa deve levar em consideração alguns aspectos que ajudarão no desenvolvimento da pesquisa. Bem como, atualidade e significância, são eles: o discernimento a respeito e a aptidão pessoal do pesquisador para trabalhar com o tema definido.

A pesquisa tem como alvo a obtenção do conhecimento ou da procura para sanar um problema. É um método que apresenta passos para saber a realidade e para descobrir verdades sobre um determinado assunto, além de proporcionar a descoberta de novos fatos ou dados, relações ou leis, em algum campo do conhecimento (LAKATOS, 2021).

É visível que alguns indivíduos apresentam problemas com relação a administração de suas finanças pessoais, seja por descontrole de gastos, liberações de créditos mais acessíveis ou até mesmo por influência de consumo (aspectos psicológicos, propagandas, promoções). Por isso, a importância deste estudo que irá ajudar a compreender onde estão centrados os hábitos de consumo dos indivíduos, levando-nos em consideração que há variação conforme as classes sociais presentes.

De acordo com Vergara (1998), o problema consiste em uma indagação não

solucionada, é algo que demanda da obtenção de respostas a partir de uma pesquisa.

Com base nas especificações acima e tendo o intuito de ajudar as pessoas a administrarem suas finanças pessoais, visando uma melhor qualidade de vida e controle financeiro, surge o problema de pesquisa baseado no questionamento: qual o comportamento de consumo dos acadêmicos da UCS - CARVI em relação as suas finanças pessoais?

1.2 OBJETIVOS

Beuren (2004), escreve que os objetivos são constituídos como forma de responder ao problema imposto pelo estudo, é a ação do estudo, de como se pretende atingir os resultados da pesquisa. Para o desenvolvimento deste estudo, têm-se o objetivo geral e os objetivos específicos.

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar qual o perfil do comportamento e consumo dos acadêmicos de administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS), Campus Universitário da Região dos Vinhedos- CARVI perante suas finanças pessoais.

1.2.2 Objetivos específicos

Para alcançar este objetivo geral, tem-se como objetivos específicos, o que segue:

- a) realizar o levantamento bibliográfico que engloba o consumo, o comportamento do consumidor atrelado aos fatores que influenciam no consumo, endividamento, planejamento financeiro e finanças pessoais;
- b) efetuar pesquisa com os acadêmicos do curso de administração da UCS/CARVI;
- c) analisar e interpretar os resultados obtidos na pesquisa quantitativa.

1.3 JUSTIFICATIVA

A justificativa tem como sustento expor a perspectiva da pesquisa, além de oferecer atributos como a relevância, os esclarecimentos sobre o assunto tratado, bem como complementos que guiam a pesquisa e as contribuições capazes de serem realizadas e exibidas em relação ao problema imposto. Além do mais, a justificativa traz consigo quesitos como originalidade, pertinência e disponibilidade do assunto pesquisado (LAKATOS, 2021).

O estudo se justifica mediante a importância que a administração das finanças pessoais tem no vida dos indivíduos. O problema não está atrelado ao consumo, mas sim ao comportamento de consumo desenfreado, que acaba por levar o indivíduo a adquirir bens supérfluos, desnecessários ou até mesmo em duplicidade, comprometendo sua capacidade de pagamento, afetando todas as suas finanças pessoais. De acordo com Santos (2014), a falta de conhecimento poderá contribuir para o descontrole das finanças e o mesmo destaca que este descontrole pode ser devido a fatores comportamentais, sistêmicos ou de ausência de capital.

O controle das finanças é algo complexo para muitas pessoas, visto que, não possuem conhecimento sobre este assunto, que é fundamental para a gestão de gastos e gerenciamento de receitas. O presente estudo é de grande relevância, principalmente quando observamos os altos índices de endividamento dos indivíduos no país brasileiro. As pessoas, de modo geral, precisam manter um controle sobre tudo que envolva seu dinheiro. Concedido o evidenciado, surge a necessidade de realizar um estudo acadêmico baseado em como se dá o comportamento de consumo dos acadêmicos de administração perante a gestão de suas finanças pessoais, assim será possível analisar a noção e percepção deste público em relação aos seus gastos, sua educação e organização financeira.

Tendo em vista, os aspectos obtidos possam vir a colaborar para o entendimento de um consumo adequado do capital disponível, para o conhecimento e melhoramento na forma de controlar as finanças pessoais. Além disso, este estudo poderá sustentar interesse para outros indivíduos que queiram saber e se aprimorar ainda mais sobre a área das finanças pessoais, minimizando suas tensões de endividamento e inadimplência pessoal.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Serão expostos a seguir assuntos relacionados a área das finanças que deram embasamento para o desenvolvimento do tema proposto. O presente referencial teórico foi estruturado em seis tópicos principais, a saber: o consumo; o comportamento do consumidor; a educação financeira; endividamento; planejamento financeiro e finanças pessoais, na qual, ambos nortearão para o entendimento dos objetivos da pesquisa.

2.1 CONSUMO

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Art. II, consumidor é “ toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”, sendo então, o indivíduo responsável pelo consumo.

O consumo implica em uma forma de aquisição para atender as necessidades dos indivíduos, sem que tenha esbanjo por parte do consumidor (PEREIRA; PEREIRA; CASTRO, 2010). Conforme menciona Harari (2018), o consumo no começo da civilização servia para fins de alimentação, sendo visto como uma forma de sobrevivência.

Entretanto durante a passagem dos tempos, a sociedade passou a exibir consumidores de todos os tipos de consumos existentes (HARARI, 2018). Neste fato, Carvalho, Souza e Fuentes (2017), relatam que o consumo de bens e serviços se encontra em crescimento, juntamente com a alta generalizada da vontade cada vez maior de consumir.

O formato de consumo citado por Harari (2018) modificou por completo ao longo da evolução da civilização. Diante disso, Batista (2015), diz que a história da sociedade consumidora teve sua origem com a Segunda Revolução Industrial, por meio do surgimento dos mecardos em massa, tendo seu fim com a Segunda Guerra Mundial, mas durante o fato ocorrido, a grande característica foi a substituição dos pequenos mercados por grandes estabelecimentos nacionais, uma alteração que instigou o capitalismo (BATISTA, 2015). Ribeiro e Lara (2016), dizem que o controle do consumo nasce como algo capitalista da produção em massa, pois a produção

progressiva precisa de muitos consumidores.

Ainda Batista (2015) aponta que este período de consumo perdurou por três décadas após o fim da Segunda Guerra Mundial, nesta etapa ocorreu crescimento do poder de compra dos salários, da produção industrial e também das táticas de marketing, que persuadiram ainda mais o consumo.

Perante o exposto, Carvalho, Souza e Fuentes (2017), creem que os costumes de consumo estão se modificando. Assim como Silva e Souza (2015), complementam dizendo que as pessoas consomem para fazerem parte do âmbito social. O consumo é um elemento construtivo de identidades, onde o indivíduo obtém bens e serviços, expressando seus desejos a sociedade (CONTE, 2007).

O Conselho Federal de Administração - CFA (2015), expõe que o consumo é o tópico mais básico das finanças pessoais, pois a ação do consumo engloba quesitos financeiros. Além disso, avisam que o consumo permeia a economia, entretanto quando realizado de forma descontrolada passa a ser nocivo para os indivíduos.

Limeira (2016) diz que o ato de consumir é um comportamento que faz parte do cotidiano dos indivíduos, na qual estes, usufruem desde manhã até o encerramento do seu dia bens e serviços.

Neste fato, de acordo com Alves (2019), ao efetuar uma compra, o consumidor passa por um procedimento de aquisição, na qual, é despercebido por ele. Este procedimento acontece por meio de etapas, como: reconhecimento da necessidade, busca por informações, avaliação de possibilidades, decisão de compra e o ato pós-compra (MAÑAS; KUAZAQUI; LISBOA, 2018).

Mediante o processo aquisitivo, segundo Antas e Kanaane (2016), o comportamento do consumidor pode ser influenciado por variantes diferentes e de acordo com o contexto na qual o indivíduo está inserido.

2.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

A concordância de um produto ou serviço procede da percepção do consumidor sobre eles. Compreender a motivação dos consumidores não é algo opcional, mas sim, um pré-requisito para permanência no mercado (PARENTE, 2017).

De acordo com Samara e Morsh (2005), o comportamento dos consumidores é designado por meio de suas necessidades, costumes, razões e desejos de compra. Já Andrade e Bueno (2020), constata o comportamento do consumidor como tarefa

ou método que o indivíduo desenvolve em torno da escolha, da utilização, e do despojo do produto ou serviço usado para satisfazer suas necessidades.

Ao explorar o comportamento do consumidor é possível analisar sobre o que motiva o indivíduo a comprar, bem como estudar como procede a decisão da compra e os fatores influenciadores no momento de aquisição de um determinado produto (MERLO; CERIBELI, 2013).

De acordo com Rocha (2009) a personalidade do consumidor é constituída por influências culturais, sociais, relacionamentos e ações que acabam compreendendo e moldando o comportamento dos indivíduos. Já Camargo (2013) diz que o consumo e o comportamento das pessoas está relacionado diretamente com o lado emocional, trazendo experiências boas ou ruins.

Conforme Lima (2020), os fatores sociais interferem no comportamento do consumidor e abarcam em toda a forma de agir e pensar mediante fatos culturais, em conformidade com a organização do âmbito social. Nesta mesma linha, o comportamento do consumidor também está relacionado à educação, classes e finanças pessoais, que por certa razão acabam delimitando determinados comportamentos.

As convicções psicológicas e pessoais também influenciam no comportamento do consumidor. É plausível relacionar estes dois fatores já que ambos são posições particulares de cada ser humano. Os fatores psicológicos são constituídos por meio de percepções, conhecimentos, posições e sentimentos primordiais para a concepção da identidade pessoal. Já os fatores pessoais estão relacionados ao ciclo de vida do indivíduo e a sua personalidade, sendo que muitas de suas concepções são influenciadas por grupos na qual o consumidor está introduzido (ROCHA, 2009).

A cultura é um fator envolvente no comportamento e na personalidade dos consumidores, pois é nela que constam os hábitos, absorção de tempo, vestuário, convívio em sociedade e trabalho. As práticas culturais também influenciam o modo que os consumidores buscam informações no processo de consumo de produtos ou serviços (MERLO, CERIBELI, 2013).

Camargo (2013) menciona que o comportamento e o consumo dos indivíduos está atrelado com as emoções, onde a sensação física e emocional formam nossas ações do cotidiano, e estas ações dependem da situação ocorrida ou do que estamos sentindo naquele momento. De forma geral, o comportamento está ligado a aglomeração de atos e reações relacionados a movimentos e feitos desenvolvidos

pelos consumidores.

Mediante o exposto, a seguir, pode-se analisar como os fatores culturais, sociais, demográficos e psicológicos influenciam no comportamento do consumidor.

2.2.1 Fatores culturais

A cultura engloba todos os costumes, crenças e condutas de indivíduos que convivem numa mesma sociedade, na qual estão conectados a processos de aprimoração individual e convivência social e é neste ambiente que o consumidor é exposto (MERLO; CERIBELI, 2013).

A cultura é como uma “lente” para os indivíduos, onde estes visualizam produtos e serviços determinando prioridades no mercado. É neste quesito que o consumidor pode estabelecer o sucesso ou fracasso de determinado produto concebido (SOLOMON, 2016).

Os fatores culturais influenciam mutuamente no comportamento do consumidor, pois impactam diretamente no gostos, interesses e costumes dos indivíduos. Desde cedo os seres humanos são influenciados pela cultura e sociedade, durante a socialização (amigos, família, escola, mídia...), pelo qual indivíduos mais experientes partilham valores e hábitos, que podem ser relevantes na sua conduta ao consumir (MERLO; CERIBELI, 2013).

Ao mesmo tempo que a cultura determina o comportamento do consumidor, ela pode também ser bem variável e adaptativa conforme o tempo, trazendo atributos culturais (MERLO; CERIBELI, 2013). Alterações de meio cultural podem afetar o modo como o consumidor lida no momento da compra e compreender esta cultura e seus aspectos é determinante para saber se o produto ou serviço será aceito pelo grupo (FRANKENTHAL, 2022).

2.2.2 Fatores sociais

Os fatores sociais também influenciam no comportamento do consumidor, mas neste aspecto é levado em consideração situações relacionadas ao círculo social e demandas para o grupo em que a pessoa está posta. Os consumidores podem ser de uma mesma cultura, entretanto ao mencionar fatores sociais, (que influenciam fortemente seu comportamento), pode haver extrema variação pois estão associados

aos costumes e condutas conforme seu papel e classe social (BICUDO, 2020).

Com o passar do anos os indivíduos podem mudar suas decisões no mercado por alguma transformação ou desejo moldados, seja pelos âmbitos escolares e profissionais e por meio das escolhas próprias realizadas. Modificando os interesses e hábitos, há alteração também no comportamento (BICUDO, 2020).

2.2.3 Fatores demográficos

A demografia envolve a análise e estudo do comportamento e dinâmica da população de um determinado local, ela está aclopada ao cenário econômico que designa as caraterísticas do mecado e futuro das empresas (FERBANI, 2011).

Os fatores demográficos informam tudo sobre o local na qual se quer introduzir um produto ou serviço, e são nesses fatores que há entendimento do público-alvo. Os aspectos demográficos trazem informações sobre a classe social, gênero, faixa etária, estado civil dos prováveis consumidores, este aglomerado de dados ajudam na definição do perfil do consumidor como também o seu comportamento (NERUS, 2022).

2.2.4 Fatores psicológicos

Kotler e Keller (2012) visam entender o comportamento do consumidor e de acordo com os mesmos, os motivos ambientais e de marketing entram no consciente do comprador, e um aglomerado de fatores psicológicos entrelaçado com características do consumidor leva a etapas de decisão e decisões de compra. Diante disso, Castro (2021) menciona que há quatro fatores psicológicos que influenciam os consumidores, na qual, eles estão submetidos, sendo: a motivação, a memória, a percepção e a aprendizagem.

a) motivação: está relacionada ao desejo e necessidades do consumidor, como por exemplo causas biológicas, fome ou sede, já podem ser razões para o indivíduo ter determinados comportamentos.

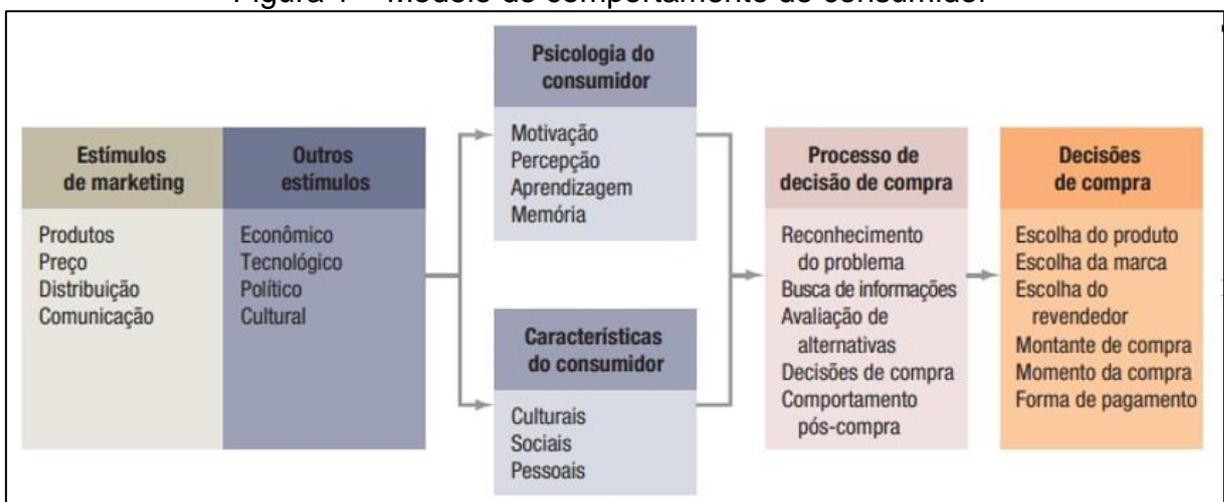
b) memória: pensamento que o indivíduo possui em relação a algo. Está relacionada ao interesse que o indivíduo tem seja pela marca ou por criar alusão desejada ao produto, isto de certa forma molda e muda o comportamento de consumir.

c) percepção: fator pessoal, está associada à visão que o indivíduo tem sobre o produto ou serviço.

d) aprendizagem: ocorre quando os indivíduos ao adquirir um produto ou serviço tem experiência e aprendizagem, acarretando modificações no seu comportamento.

A Figura 1 apresenta, de forma geral, como é o processo de decisão de compra e a ação de compra precisamente, transitando por etapas que interferem no comportamento do consumidor.

Figura 1 – Modelo de comportamento do consumidor



Fonte: Kotler e Keller (2012).

Mediante a Figura 1, nota-se que os estímulos de marketing e outros estímulos, são denominados estímulos ligados externamente, pois são instigantes para a mente dos indivíduos, entretanto as características e a psicologia que fazem o processamento desses estímulos, para que o processo de decisão de compra aconteça (KOTLER; KELLER, 2012).

Na etapa de decisão de compra do consumidor, há domínios externos, como por exemplo: preço, produtos, distribuição, propaganda e elementos tecnológicos, porém para que haja o procedimento de decisão de compra, esses meios dependem de influências pessoais, tais como: família, idade, cultura, personalidade e situação financeira.

2.3 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

De acordo com Da Silva (2022), a educação financeira pessoal é algo essencial

na tomada de decisões financeiras no âmbito da administração das finanças pessoais, na melhoria do bem-estar para a realização da liberdade financeira. Gerir as finanças pessoais é a vivência de um indivíduo em organizar, planejar, controlar, analisar e conservar recursos financeiros diários.

É fundamental entender que a essência da educação financeira consiste em modificar o pensamento das pessoas, deixando-as saudáveis e tranquilas correlação a gestão do seu dinheiro, e não apenas mostrando fórmulas e dicas de como manusear os recursos financeiros (ISOPPO, ZILLI e BIFF, 2019).

Em conformidade Lizote, Simas e Lana (2012) relatam que a educação financeira engloba a inteligência de interpretar números, transformando-os em informações para estruturar o planejamento financeiro, assegurando um consumo saudável e um futuro seguro nas finanças pessoais. No momento em que a educação financeira é desenvolvida os indivíduos planejam um futuro cada vez com mais ganhos e de maneira harmonizada, aumentando sua capacidade financeira.

Conforme mencionam Buss e Amorim (2020), é por meio da educação financeira que consumidores e investidores melhoram seu entendimento dos produtos financeiros e também aprimoram habilidades e segurança para se tornarem mais conscientes dos riscos e possibilidades financeiras. Ter controle das finanças pessoais proporciona um olhar dos custos diários e mensais dos indivíduos, possibilitando cuidado ao realizar compras não planejadas, garantindo então, uma afortunada condição financeira pessoal.

2.3.1 Educação financeira no Brasil

De maneira retrospectiva o contexto brasileiro com relação a educação financeira teve alguns períodos. Em meados dos anos 1990, o Brasil possuía um cenário sinalizado pelo desequilíbrio da moeda nacional, com elevados índices de inflação e mínimo acesso à informação, o que tornava os conhecimentos financeiros restritos para aqueles indivíduos que tinham alguma espécie de capital, pois a educação financeira se convergia nas instruções de investimentos dos especialistas em produtos do mercado financeiro, que orientavam como resguardar ou multiplicar recursos. Até aqui, não existia preocupação em preparar pessoas para se planejar, conforme menciona Araújo e Calife (2014):

Os altos índices de inflação, associados à baixa bancarização, desenhavam um cenário em que o brasileiro médio não conseguia planejar sua vida financeira, nem a curto ou a longo prazo. Na verdade, mal via a cor de seu dinheiro, que circulava rapidamente na troca por produtos necessários para o dia a dia das famílias a fim de evitar a inevitável perda do seu poder de compra. Qualquer planejamento era praticamente impossível (ARAUJO E CALIFE, 2014, p. 1).

Perante o exposto, nenhuma possibilidade de planejamento seria bem processada, visto que a instabilidade econômica instituída no país brasileiro dificultava a inclusão de conhecimentos de planejamento e administração de finanças pessoais.

Outra etapa marcada da educação financeira foi a implantação do Plano Real, em 1994 que estabilizou a economia e reduziu a inflação. Conforme os preços iam se equilibrando, havia vasta melhora nas condições econômicas, no mercado e no avanço do crédito. Já em 2000, por meio de políticas sociais e econômicas do governo, o crédito se tornou um divisor de águas para a educação financeira, na qual, com um melhor cenário econômico, os brasileiros conseguiriam obter novos produtos e serviços facilmente (VIEIRA; PESSOA, 2020).

Segundo Teixeira e Kistemann Jr (2017), com a inflação controlada e com mais pessoas tendo acesso ao sistema bancário, com maior facilidade de concessão de crédito, foi feito um cenário favorável ao crescimento do consumo dos indivíduos. Entretanto, da mesma forma que havia uma nova forma de usufruir das finanças, havia preocupação em informar os indivíduos quanto aos prejuízos do consumo excessivo e a relevância de se possuir um controle das finanças pessoais.

Diante do fato, nos anos 2000 foram publicados vários livros abordando a temática, como por exemplo: *Pai rico pai pobre*, de Robert T. Kiyosaki (1997); *Independência Financeira*, de Robert T. Kiyosaki e Sharon L. Lechter (2001), a fim de conscientizar a população brasileira na época. Porém, as mesmas não foram suficientes para reeducar a maneira de comportamento dos indivíduos com suas finanças (TEIXEIRA; KISTEMANN JR, 2017).

A educação financeira foi inserida oficialmente no país brasileiro no ano de 2010 com a criação da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), a mesma seguia recomendações da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). A criação da ENEF foi feita pelo Banco Central do Brasil em parceria com organizações reguladoras da área financeira, na qual sua existência disponibilizou a criação de inúmeros materiais de divulgação para as escolas. Em

2018, com a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), a educação financeira passou a ser assunto obrigatório para a escola básica, sendo abordada como conteúdo transversal no ensino médio (PERIN; CAMPOS, 2021).

De acordo com Peres (2018), a educação financeira é fundamental para os cidadãos, dessa forma, a Constituição Federal de 1988, estabelece em seu Art. 205, que a Educação deve ser fomentada e incentivada pelo Estado e família, com o intuito de desenvolver os indivíduos para o ato de cidadania e qualificação para o trabalho. Diante do exposto, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB 9394/96), leva alguns artigos, como por exemplo:

Art. 22°. A educação básica tem por finalidades desenvolver o educando, assegurar-lhe a formação comum indispensável para o exercício da cidadania e fornecer-lhe meios para progredir no trabalho e em estudos posteriores. (BRASIL, 1996, p.4)

Art. 35°. O ensino médio, etapa final da educação básica, com duração mínima de três anos, terá como finalidade:
III – o aprimoramento do educando como pessoa humana, incluindo a formação ética e o desenvolvimento da autonomia intelectual e do pensamento crítico. (BRASIL, 1996, p.5)

Perante os artigos evidenciados da República Federativa do Brasil, sabe-se que é dever do Estado e das escolas trabalhar a educação financeira, tendo o objetivo de deixar os indivíduos preparados para os obstáculos financeiros da vida adulta.

2.4 ENDIVIDAMENTO

Segundo Carvalho, Sousa e Fuentes (2017), a designação de endividamento corresponde a existência de uma obrigação que será extinta somente após o pagamento. Ainda constata que o endividamento é definido pelo consumo antecipado, onde basta adquirir a dívida para estar enquadrado como endividado. O endividamento também pode ser apresentado como um desvio de cognição que provoca desequilíbrio na tomada de decisão, estabelecendo interpretações equivocadas.

De acordo com Gonçalves (2022), há numerosos fatores que podem acelerar o endividamento e por consequência reduzir o poder de compra dos indivíduos, como a faixa etária dos consumidores, o gênero, a falta de instrução financeira, entre outros. O Conselho Nacional da Justiça (2022), também relata que os fatores que prejudicam

o indivíduo de exclusão do âmbito de consumo e que podem comprometer o pagamento de suas obrigações pode ser causado por razões da vida, como a perda de emprego, diminuição da renda, doença familiar, separação, nascimento de filhos ou por desequilíbrio financeiro.

O Serviço de Proteção ao Crédito (SPC, 2016), discorre que a cada cinco pessoas, apenas uma entende o real significado de endividamento, que está associado a adquirir obrigações financeiras como empréstimos, financiamentos, etc.

A Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC Nacional) menciona mensalmente por meio da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), os dados que são coletados em todos os estados do Brasil, dentre os indicadores estão: percentual de consumidores endividados, percentual de consumidores com contas em atraso, percentual de consumidores que não terão condições de pagar suas dívidas (PEIC, 2022).

A Tabela 1 apresenta a síntese dos resultados obtidos na pesquisa dos meses de julho, agosto e setembro de 2022:

Tabela 1- Síntese do perfil de endividamento dos brasileiros (% em relação ao total de famílias)

Mês	Percentual de Famílias		
	Endividadas	Contas em Atraso	Não Terão Condições de Pagar
jul/22	75,40%	23,20%	8,70%
ago/22	76,60%	24,00%	8,60%
set/22	76,90%	24,80%	8,40%

Fonte: FecomercioSP (2022).

Conforme os indicadores do PEIC apresentados na Tabela 1, é possível interpretar:

- ✓ percentual de famílias endividadas: a proporção das famílias que se declararam endividadas aumentou sucessivamente de um mês para outro, na qual em setembro de 2022 o percentual ficou em 76,90%.
- ✓ percentual de famílias com contas ou dívidas em atraso: o percentual de

famílias com dívidas ou contas em atraso, também apresentou aumento nas comparações mensais, chegando em setembro de 2022 a 24,80%.

✓ percentual que não terá condições de pagar dívidas: as famílias que mencionaram não ter condições de pagar suas contas em atraso e que, então, continuariam inadimplentes, mostrou diminuição em comparação com os três meses de 2022, na qual em julho foi 8,70%, em agosto 8,60% e 8,40% em setembro.

Sabe-se que o endividamento é um tema em que os indivíduos não têm o hábito de discutir, pois é diretamente atrelado e proporcional ao nível de instrução financeira que possuem. Os indivíduos, no geral, não fazem uma conexão entre o consumo excessivo e sua condição de endividamento (SILVA *et al.*, 2020).

2.4.1 Formas de endividamento

De acordo com Flores (2012) o endividamento está ligado a dois fatores: macroeconômico e microeconômico. No lado macroeconômico, relacionam-se variáveis do ambiente, como taxas de juros e inflação, neste fato, entende-se o endividamento na concepção de um país ou de uma economia. Já no fator microeconômico, o endividamento visa investigar aspectos pessoais, suprimindo características externas.

Conforme Campara (2016), o endividamento corresponde em antecipar determinada quantia, assumindo um comprometimento financeiro para pagamento futuro, e pode acontecer pela contratação do crédito em suas formas, como: cheque especial, cartão de crédito, empréstimo pessoal, crédito consignado, financiamento de casas e veículos, dentre outros.

Alcoforado *et al.*,(2019) discorre a respeito de outras cinco formas de endividamento, que são cheque especial, cartão de crédito, empréstimo pessoal, crédito consignado e financiamento habitacional.

O cheque especial é apontado como uma forma mais fácil e rápida de ser usado, pois é designado como um empréstimo pré-aprovado pela instituição bancária que fica disponível na conta para ser usufruído a qualquer momento. Entretanto, como não há garantia, os juros são elevados.

O cartão de crédito fornece um limite de crédito para que o indivíduo obtenha bens e serviços ou efetue saques em dinheiro. As tarifas são menores, desde que a

fatura dos gastos seja paga em dia.

O empréstimo pessoal ou crédito é uma concessão de determinado valor para o indivíduo, na qual, este valor deverá ser pago posteriormente em parcelas que já possuem juros inclusos. Geralmente esta modalidade é utilizada para os indivíduos financiarem projetos ou quitar dívidas.

O crédito consignado é uma modalidade de empréstimo concedida aos funcionários de empresas conveniadas, onde os descontos das parcelas se dão diretamente no contracheque do beneficiário.

O financiamento habitacional tem por objetivo financiar um imóvel habitacional, mas também pode ser usado para reforma, construção ou compra de imóvel. Já o financiamento de veículos é para a aquisição de um carro novo ou usado, e o limite é imposto de acordo com a base salarial do contratante do crédito.

A facilidade de obtenção de crédito no país brasileiro, atrelada a falta de instrução financeira faz com que o crédito vire um problema de endividamento, ao invés de solução. Isso porque, não é levado em consideração os juros, na negociação, o que acaba por sobrecarregar os indivíduos. Em alguns casos, o consumidor busca novo crédito para suprir dívidas anteriores, mas sendo mal administrado é criado um superendividamento (FANECO, 2016).

Além da falta de uma educação financeira, é atribuído ao endividamento a ausência de um planejamento financeiro (MARQUES, 2018). Baseado nessa afirmativa, os indivíduos não conseguem dar o devido valor ao planejamento financeiro, e não tendo este conhecimento norteador acabam por se perder em suas finanças, ficando muitas vezes, inadimplentes.

2.5 INADIMPLÊNCIA

A inadimplência é relacionada ao fracasso do pagamento de determinado valor, em termos do contrato original da operação de crédito, como por exemplo, em um empréstimo pessoal. Se refere então, ao fato de uma pessoa possuir um valor alto de dívida que exceda suas condições de pagamento, gerando o não acatamento dos prazos pré-estabelecidos (FELIPE, 2023).

É de relevância mencionar que a inadimplência da obrigação pode ser absoluta ou relativa. A inadimplência absoluta ocorre quando não cumprem a obrigação financeira e a mesma não poderá ser de forma a contentar o credor, acontecendo

em três casos: recusa do devedor, quando ele se nega acatar o dever contratual; pela extinção de algo, por exemplo, um imóvel concedido à doação e o mesmo for destruído por incêndio; e por inutilização de algo para o credor, como, fornecimento de produtos perecíveis em data posterior ao evento estipulado (FELIPE, 2023).

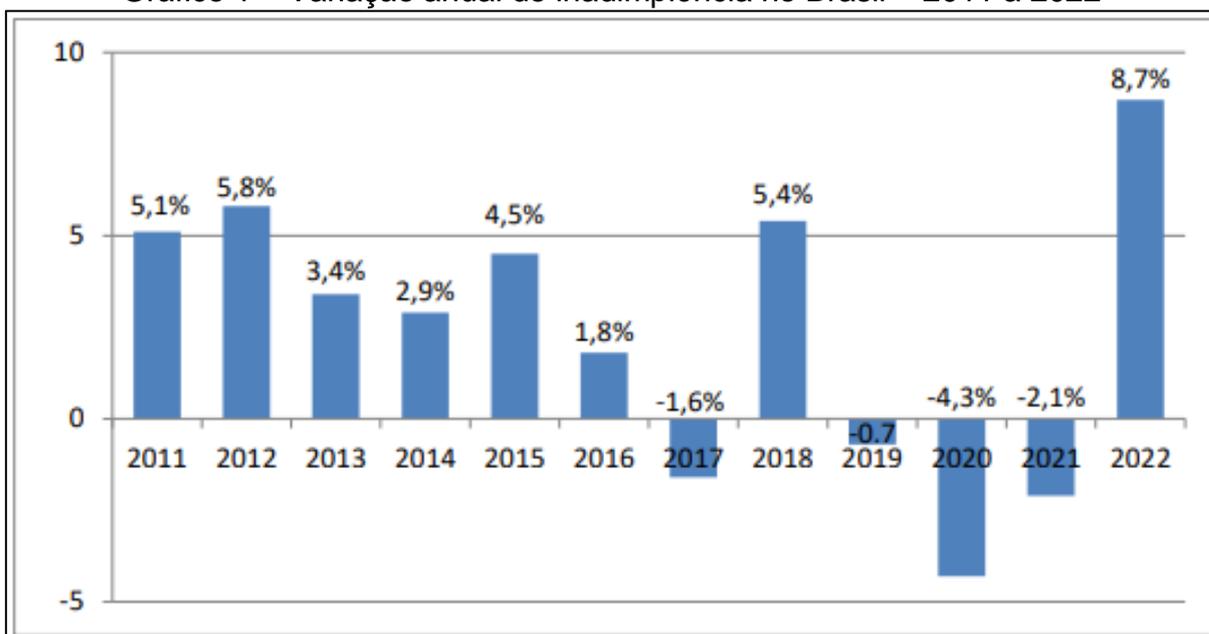
Já a inadimplência relativa acontece quando o devedor efetua o cumprimento parcial ou de aspecto inadequado, por exemplo, o pagamento posterior a data estabelecida ou no prazo determinado, mas não sendo integral. Neste fato, o acatamento da obrigação apresenta retardamento, mas pode vir a ocorrer o cumprimento do pagamento pelo devedor em seguida do restante do valor (FIGUEIREDO, 2013).

Os empréstimos consistem na causa mais comum de inadimplência dos indivíduos, com efeitos voltados para a falta de planejamento da vida financeira, ausência de administração das finanças e pagamento de dívidas. Além disso, em diversos casos, o consumidor sofre contínuos impactos na sua renda, devido a mesma determinar limites e restrições do orçamento, muitas vezes, o indivíduo não consegue controlar suas despesas, sendo então, propenso a ter inadimplência (JERÔNIMO; PRAZERES, 2015).

Como consequência pessoal, o alto nível de inadimplência pode ocasionar, preconceito da família e amigos, levando a exclusão social, sendo tal situação ainda mais grave em casos entre cônjuges, que por não concordarem com as situações financeiras, rompem as famílias. Igualmente, a inadimplência em relação ao âmbito social, é vista como má administração das finanças pessoais e tende a impactar significativamente na economia (CAMPARA *et al.*, 2016).

De acordo com a Confederação Nacional de Dirigentes e Logístas (CNDL) e o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), no Brasil praticamente quatro indivíduos em cada dez (39,17%), encontram-se negativados, compondo um total de 63,3 milhões de pessoas. Ainda segundo a CNDL e o SPC Brasil, comparando o mesmo período do ano anterior, tendo como base o mês de julho, a quantidade de inadimplentes no país brasileiro cresceu para 8,7% em 2022, conforme ilustra o Gráfico 1. E a média de dívidas ficou em torno do valor de R\$:3.638,22, se designando como o maior índice apontado na série histórica desde o 2011.

Gráfico 1 – Variação anual de inadimplência no Brasil – 2011 a 2022



Fonte: adaptado de Confederação Nacional de Dirigentes Logistas (2022).

Vale ressaltar que os indivíduos inadimplentes possuem pouca ou, muitas vezes, nenhuma habilidade em manusear com o dinheiro e, invariavelmente, não fazem a elaboração de um planejamento financeiro, somente contraem gastos e despesas que superam suas receitas, sabe-se que ao efetuar um planejamento financeiro, o controle das finanças pessoais será mantido mensalmente, garantindo um equilíbrio econômico (LUCKE *et al.*, 2014).

2.6 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

A palavra planejamento tem em seu propósito a ação de planejar, seguindo roteiro e processos determinados, planificação, o planejamento leva ao estabelecimento de um aglomerado coordenado de ações, aspirando a obtenção de convictos objetivos. Já o financeiro está relacionado às finanças, ao giro e administração do dinheiro e de outros recursos líquidos (LUCION, 2005).

De acordo com Santos (2015), o planejamento financeiro envolve a gestão financeira, na qual, é uma estimativa de futuro e do que se quer almejar. Além disso, o planejamento estipula o método que será imposto para atingimento de metas financeiras. Para isso, salienta-se o desenvolvimento de habilidades financeiras dos indivíduos que incluem, por exemplo, o conhecimento sobre educação financeira, finanças, economia, planejamento de aposentadoria, dentre outros.

O planejamento financeiro fornece procedimentos para orientar, ordenar e controlar as iniciativas de uma pessoa ou empresa, de modo a alcançar seus propósitos (GITMAN; MADURA, 2003). Dessa forma, o planejamento financeiro inicia com estratégias financeiras de longo prazo que, por sua vez, conduzem a concepção de esquemas e orçamentos de curto prazo.

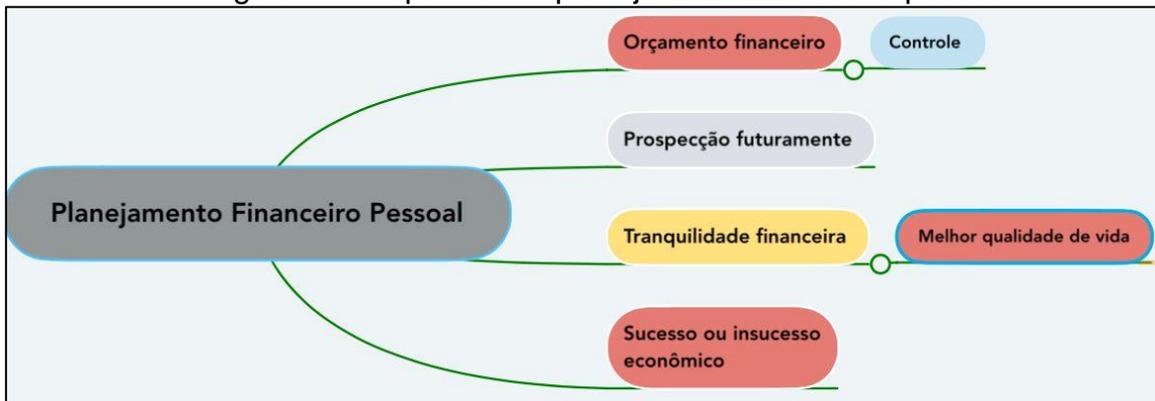
Sabe-se que a identificação do valor recebido na conta bancária e as despesas fixas mensais são de fácil compreensão, todavia, efetuar o controle dos gastos no dia a dia como refeições, cartão de crédito, compras esporádicas (gastos variáveis) é mais complicado, muitos indivíduos acabam se perdendo no controle o que acaba por gerar problemas financeiros (GAMA; CORREIA, 2013).

2.6.1 Planejamento financeiro pessoal

Independente de idade, renda, profissão ou objetivo, é de extrema importância organizar e controlar as finanças pessoais. Medeiros (2022) diz que o planejamento financeiro pessoal é o ato de preparar o futuro de um indivíduo, com base em suas metas e valores, sendo de relevância para obtenção do equilíbrio emocional. O planejamento financeiro possibilita ao ser humano controlar suas finanças por meio de um orçamento, proporcionando consciência de tudo que entra e sai, do que falta e sobra, ajudando assim a planejar recursos (BASTOS; MARTINS, 2015).

A realização de um orçamento pessoal pode ser o primeiro passo para chegar a uma vida financeira equilibrada e com reduzidos incômodos. Entretanto, para obter sucesso no orçamento pessoal, é necessário ter ciência da dimensão de uma gestão de finanças, assim como da importância em perdurar disciplina para a conquista dos objetivos (CHEROBIM; ESPEJO, 2011).

Figura 2 – Mapa mental planejamento financeiro pessoal



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Na Figura 2, têm-se um apanhado de como o planejamento financeiro pessoal está relacionado há inúmeros fatores, como nota-se que o orçamento financeiro está ligado ao controle de receitas e despesas pessoais dos indivíduos. Também a boa condução das finanças irá proporcionar tranquilidade financeira e consequentemente uma melhor qualidade de vida para as pessoas, que pensarão em prospecção futuras de seus objetivos. E por fim, sabe-se que ter um bom manuseio das finanças pessoais está diretamente ligado ao sucesso ou se mal administrado, insucesso econômico dos indivíduos.

De acordo com Oliveira e Kaspczak (2013), o planejamento financeiro pessoal é um plano em que o ser humano realiza de acordo com seus valores e metas, de forma a não comprometer a estabilidade financeira familiar. Ainda para os autores, significa administrar as finanças de uma maneira em que sempre haja reservas para situações imprevistas, e também de forma vagarosa, seja construído um patrimônio que fornecerá uma vida saudável e tranquila ao indivíduo.

É observado que o tema planejamento financeiro pessoal está ligado a consciência de cada ser humano em reavaliar suas receitas e despesas. As receitas que podem ser advindas de aluguéis, remunerações ou investimentos (GAMA; CORREIA, 2013). Mas para que o planejamento financeiro apresente resultados válidos, é preciso ter estratégias financeiras, caracterizando ao longo do caminho o que pode ser melhorado ou deve ser alterado para continuar o processo. A utilização de ferramentas, como um orçamento pessoal, pode ajudar para uma visão clara do planejamento, fornecendo uma posição organizada das finanças (BARSANTE, 2019).

2.6.2 Orçamento pessoal

De acordo com Tommasi e Lima (2007), o orçamento pessoal é a fase inicial de um planejamento financeiro pessoal que visa entender como procede o fluxo de receitas e despesas. Contribuindo para se ter uma vida financeira equilibrada, impulsionando assim um controle da situação financeira.

O orçamento financeiro pessoal se enquadra nos cálculos de possíveis receitas e despesas durante determinado período, sendo uma forma de auxiliar na administração das finanças pessoais. Para o desenvolvimento do orçamento, segundo Cherobim e Espejo (2011), é preciso nomear todas as receitas pessoais, após é identificar as despesas, que são três tipos: fixas, variáveis e eventuais.

No outro momento, faz-se o cálculo da diferença das receitas e despesas, Macedo (2007), relata três casos:

- a) sinal verde (receitas são maiores que as despesas): aproveitar o dinheiro que sobra para investir.
- b) sinal amarelo (receitas iguais despesas): rever o orçamento, procurando reduzir gastos e aumentar receitas.
- c) sinal vermelho (receitas menores que despesas): neste caso é preciso tomar providências urgentes para deixar de pagar juros e sair do vermelho.

Para iniciar um orçamento se deve saber inicialmente qual o valor da renda (receitas), após faz-se uma estimativa dos gastos, estabelecendo os gastos que há todos os meses, pode-se fazer a divisão dos gastos por categorias, como: alimentação, educação, saúde, etc. Assim, nota-se qual o gasto em cada categoria, para então chegar ao levantamento do saldo final. Por meio das informações contidas no orçamento é possível analisar os gastos em relação aos ganhos (TOMMASI; LIMA, 2007).

Se o saldo do orçamento pessoal for positivo, indica que os rendimentos são suficientes para cobrir os gastos existentes. No entanto, se o saldo final for negativo, deve-se averiguar qual categoria de gastos poderá ser economizada, para que alcance o saldo positivo no orçamento pessoal ao final do mês. Todas as informações contidas no orçamento são importantes para a gestão pessoal de um indivíduo (TOMMASI; LIMA, 2007).

Após analisar a situação financeira é possível traçar objetivos. Ao longo da vida, é primordial se ter projetos para atingir metas traçadas, que algumas vezes requerem

a redução de despesas (CHEROBIM; ESPEJO, 2011).

Observa-se no Quadro 1 o apontamento de um modelo de planilha adaptada, que pode ser usada no orçamento pessoal.

Quadro 1 – Modelo de planilha de orçamento pessoal

PLANILHA ORÇAMENTOPESSOAL				
		Meses de janeiro a dezembro		
Receitas		Salário		
		Aluguel a receber		
		Horas extras		
		TOTAL	XXXXXX	XXXXXX
Investimentos (Montante mensal destinado aos investimentos)		Ações		
		Renda fixa		
		Previdência privada		
		TOTAL	XXXXXX	XXXXXX
	Categoria	Despesa		
Despesas Fixas (Aqueles que têm o mesmo montante)	Habituação	Aluguel a pagar		
		Condomínio		
		Prestação da casa		
	Transporte	Prestação do carro		
		Seguro do carro		
	Saúde	Plano de saúde		
	Educação	Universidade Escola		
	Impostos	IPTU / IPVA		
Outros	Seguro de vida			
	TOTAL DESPESAS FIXAS		XXXXXX	XXXXXX
Despesas Variáveis (Aqueles que acontecem todos os meses, mas podem ser reduzidas)	Habituação	Luz		
		Água		
		Telefone / Celular		
		Gás		
	Transporte	Ônibus		
		Combustível		
	Alimentação	Supermercado		
		Padaria		
	Saúde	Medicamentos		
		Cabeleireiro		
Manicure				
Cuidados pessoais	Academia			
	TOTAL DESPESAS VARIÁVEIS		XXXXXX	XXXXXX
Extras (São as despesas extra-ordinárias)	Saúde	Médico		
		Dentista		
	Manutenção/ prevenção	Carro		
		Casa		
	Educação	Material escolar		
	Uniforme			
	Total despesas extras		XXXXXX	XXXXXX
Adicionais (Aqueles que não precisam acontecer)	Lazer	Viagens		
		Restaurantes/bares		
	Vestuário	Roupas		
		Calçados		
	Outros	Presentes		
	Total despesas adicionais		XXXXXX	XXXXXX
Saldo		Receita		
		Investimentos		
		Despesas fixas		
		Despesas variáveis		
		Despesas extras		
		Despesas adicionais		
	Saldo total		XXXXXX	XXXXXX

Fonte: Adaptado de BM&FBOVESPA (2021).

Além do orçamento pessoal, têm-se o fluxo de caixa pessoal, na qual também é uma ótima alternativa para o controle das finanças pessoais.

2.6.3 Fluxo de caixa pessoal

Conforme relata Barbieri (1996), o fluxo de caixa veio por meio da necessidade de algo que mostrasse um novo curso dos recursos, não sendo apenas com a utilização de receitas e despesas, mas sim a demonstração do fluxo de um determinado período.

O fluxo de caixa é uma ferramenta que traz grandes benefícios, por ser um método capaz de efetuar o controle de entradas e saídas dos recursos orçamentários. Para o desenvolvimento de um bom planejamento financeiro pessoal, é de grande relevância o uso desta ferramenta, pois não há como gerir e controlar sem se ter noção de quais recursos entram e estão disponíveis para alocação em um investimento, por exemplo, ou até mesmo para honrar dívidas mais pesadas (REIS, 2017).

Conforme Faria (2008), é aconselhável efetuar o fluxo de caixa em uma planilha eletrônica, pois é mais prático para o controle de entradas e saídas, impondo uma situação real de seu aglomerado financeiro.

Para obtenção de informações é preciso fazer a coleta de dados e organização destes, com a análise das entradas (salários, décimo terceiro salário), recebimentos de auxílios, aluguéis, etc. É preciso pôr na lista os valores de recebimento de vale alimentação, condução, rendas extras realizadas. E também acrescentar as despesas fixas, impostas como previsíveis, exemplo: contas de água, luz, internet, seguro do carro, impostos com IPVA, IPTU, IR. E as despesas variáveis, que mudam conforme o mês, e precisam ser listadas no fluxo de caixa pessoal, como por exemplo, cuidados estéticos, lazer, manutenção do veículo, etc. Cabe informar que apesar de serem gastos variáveis baixos do cotidiano, seus acúmulos podem exceder, influenciando negativamente no fim do período.

No Quadro 2, têm-se um modelo do fluxo de caixa pessoal para pessoa física.

Quadro 2 – Modelo de fluxo de caixa pessoal

FLUXO DE CAIXA PESSOAL			
OPERACIONAL	PROJETADO	REALIZADO	VARIAÇÃO
(+) RECEITAS todas receitas ocorrida no mês (+) Total das Receita			
(-) DESPESAS todas despesas ocorrida no mês (-) Total de despesas			
INVESTIMENTOS			
(+) todos investimentos ocorrido nomês (+) Total dos Investimentos			
FINANCIAMENTOS			
(-) todos financiamentos ocorridono mês (-) Total dos financiamentos			
SUPERÁVIT/DÉFICIT MENSAL			

Fonte: Ferreira (2006), com adaptações.

2.7 FINANÇAS PESSOAIS

As finanças, de modo geral, em conformidade com Cornett, Adair Jr. e Nofsinger (2013), englobam as formas que as pessoas e as empresas captam e aplicam o dinheiro, usando os recursos financeiros e se encarregando pelos riscos que compreendem tais operações.

Já, as finanças pessoais são relativas as escolhas financeiras tomadas na vida pessoal de cada ser humano, como por exemplo: a aquisição de empréstimo para a compra de veículo; o refinanciamento de uma operação para usufruir de taxa de juros menor; efetuar pagamentos de cartões de crédito; poupar para futura aposentadoria; entre outros (CORNETT; ADAIR JR.; NOFSINGER, 2013).

Ao passar da vida, desde a infância até a fase adulta, as pessoas se esbarram com dilemas que rodeiam recursos financeiros e o seu poder de gastá-los. Desta forma inicia, com consciência ou não, a administração das finanças pessoais (SANTOS, 2014). De acordo com Gitman (2010), as finanças são a união da arte e da ciência na gestão de recursos, onde o capital é oriundo das receitas, o qual será gerido por meio de gastos ou investimentos. Entende-se então que as finanças pesosais englobam a área da ciência citada e sua aplicação frente a escolha da decisão.

Vahidov e He (2010), alertam que sem uma gestão de finanças pessoais adequada, é complicado para os indivíduos aderir um plano financeiro, deste modo, para o controle de gastos, é preciso seguir um planejamento. Eid e Garcia (2001),

dizem que é por meio do planejamento que se sabe em detalhes os ganhos, além de adquirir aprendizado de como gastar adequadamente e controlar as finanças para atingir metas estipuladas.

O vocábulo finanças pessoais, de acordo com Maturana (2015), desde antigamente até os tempos atuais possui grande pertinência no cotidiano dos indivíduos, que por muitas décadas suportou várias moedas e instabilidades econômicas, inflação excessiva, que o levaram a repensar sobre como gastar seu dinheiro e fazê-lo perdurar mais.

Neste fato, Massaro (2015) salienta que as finanças pessoais estão muito ligadas as decisões de consumo relacionadas à questões emocionais, crenças e tendências dos indivíduos.

Com o propósito de ilustrar os principais assuntos abordados no referencial teórico de aspecto mais genérico, o Quadro 3 apresenta um breve resumo.

Quadro 3 – Resumo da fundamentação teórica

(continua)

TEMA	DEFINIÇÃO	AUTOR
Consumo	Forma de aquisição para suprir necessidades dos indivíduos, sem que haja esbanjo por parte do consumidor.	PEREIRA; PEREIRA; CASTRO (2010).
Comportamento do consumidor	Método ou modo que o indivíduo desenvolve em torno de uma determinada escolha, da utilização e do espojo do produto ou serviço usado para satisfazer suas necessidades.	ANDRADE; BUENO (2020).
Educação financeira	A educação financeira pessoal é primordial na tomada de decisões financeiras no âmbito da administração das finanças pessoais, na melhoria do bem-estar para a realização da liberdade financeira.	DA SILVA (2022).
Endividamento	Corresponde a existência de uma obrigação que só será extinta após o pagamento. O endividamento é definido pelo consumo antecipado, onde basta adquirir a dívida para estar enquadrado como endividado.	CARVALHO; SOUSA E FLUENTES (2017).

(conclusão)

Inadimplência	Relacionada ao fracasso do pagamento de determinado valor, em termos do contrato original. Se refere então, ao fato de uma pessoa possuir um valor alto de dívida que exceda suas condições de pagamento, gerando o não acatamento dos prazos pré-estabelecidos.	FELIPE (2023).
Planejamento financeiro	O planejamento financeiro fornece procedimentos para orientar, ordenar e controlar as iniciativas de uma pessoa ou empresa, de modo a alcançar seus propósitos.	GITMAN; MADURA (2003).
Finanças pessoais	São relativas as escolhas financeiras tomadas na vida pessoal de cada ser humano. As finanças pessoais estão muito ligadas as decisões de consumo relacionadas à quesitos emocionais, crenças e tendências dos indivíduos.	CORNETT; ADAIR JR.; NOFSINGER, (2013). MASSARO (2015).

Fonte: elaborado pela autora (2023).

Baseado nos autores pautados neste quadro, se desenvolve na sequência a proposta deste estudo, aspirando ajudar os indivíduos a controlar seu consumo e possuir uma administração das suas finanças pessoais.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De acordo com Jacobsen (2016), a metodologia consiste em detalhar as ferramentas e etapas metodológicas usadas pelo pesquisador para a efetuação da pesquisa. Gil (2019) adiciona que os processos metodológicos são focos para descobrir a realidade que a teoria expõe, por meio da escolha de meios instrumentais que definem um modelo de investigação científica. A decisão dos processos metodológicos depende dos objetivos que o pesquisador deseja encontrar.

Já Enago (2021), diz que o foco do método de pesquisa é agrupar informações e amostras com a finalidade de achar uma solução para um problema exclusivo. Neste fato os métodos demandam de fundamentos baseados em medições, análises, causas e observações.

Mediante o apresentado, neste capítulo serão expostas as considerações metodológicas para a formulação e estrutura da pesquisa.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para ocorrer a concretização da pesquisa é preciso defrontar a teoria do problema com os dados da realidade. O delineamento da pesquisa consiste nos métodos adotados pelo pesquisador para a obtenção de respostas do problema, fornecendo efetividade no manuseio do problema e na execução dos objetivos. Enquadra-se o modo de coleta, análise e compreensão dos dados (GIL, 2019).

A pesquisa surge de um problema e de um delineamento determinado. O delineamento da pesquisa compõe diversas variáveis de estudo, e certas vezes há pesquisas comparadas a seus objetivos e formatos de execução. Mediante isso, o pesquisador pode impor seu foco, seu alcance e métodos de pesquisa, além de selecionar delineamentos para a orientação do seu desenvolvimento, possibilitando até classificar seu estudo (GIL, 2019).

Conforme bibliografias mencionadas no referencial teórico e pretendendo responder a questão de partida, para efetivar a presente pesquisa, os meios adotados neste estudo serão explicados nos próximos tópicos.

3.1.1 Quanto a natureza

De acordo com Gil (2019), a pesquisa é classificada em dois tipos: quantitativa e qualitativa. A pesquisa quantitativa aponta números e dados que validam os objetivos gerais da pesquisa, ela possibilita descrever habitantes e fenômenos, além de averiguar se há relação entre as variáveis. E a pesquisa qualitativa visa buscar informações que admitem entender detalhadamente a complexidade dos dados obtidos, com o intuito de analisar a vivência dos indivíduos na sociedade.

Segundo Lakatos e Markoni (2022), a pesquisa quantitativa é a mais exata para obtenção de resultados relacionada a responsabilidades e condutas dos entrevistados. O público estudado deve corresponder a determinado grupo, para que suas informações possam ser generalizadas e projetadas para o local objeto de pesquisa.

Deste modo, a natureza adotada para esta pesquisa é a quantitativa, tendo o intuito de criar relações acerca do tema, além da demanda de obtenção de respostas mais amostrais e amplas, tendo a necessidade de dados estatísticos para realizar a análise das informações apuradas. Os dados da pesquisa foram organizados mediante aplicação de variáveis, como gênero, faixa etária, estado civil, renda mensal, área em que trabalha e também questionamentos relacionados com o consumo, finanças pessoais, educação financeira e endividamento dos entrevistados.

3.1.2 Quanto ao nível

A efetiva pesquisa se enquadra como de nível descritivo pelo método quantitativo visando a compreensão de forma clara e abrangente, analisando as questões que englobam o estudo. De acordo com Gil (2022) as pesquisas descritivas possuem como foco a descrição das características de determinado fenômeno ou população e podem ser feitas também com o objetivo de apontar possíveis ligações entre variáveis.

3.1.3 Quanto a estratégia

O método escolhido para a efetuação desta pesquisa quanto a estratégia é o de estudo quantitativo por meio de enquête. A enquête se dá a partir da coleta de

informações de uma amostra da população. Esse compilado amostral é definido por um grupo predefinido de indivíduos, entrevistados com o objetivo de disponibilizar informações sobre vários tópicos de interesse (ASSEF, 2022).

Na sequência, têm-se o Quadro 4, com um apanhado do delineamento da pesquisa.

Quadro 4 – Síntese do delineamento da pesquisa

DELINEAMENTO		POPULAÇÃO E AMOSTRA	COLETA DE DADOS	ANÁLISE DE DADOS
NATUREZA	NÍVEL			
Quantitativa	Descritivo	Mediante ao fato de buscar alcançar determinado número de respondentes. Os indivíduos participantes do estudo são alunos do curso de graduação de Administração da UCS, do Campus Universitário da Região dos Vinhedos-CARVI.	Compilados por meio de um questionário estruturado. A aplicabilidade do questionário é devido apresentar dados mais objetivos, fornecendo uma observação mais clara do assunto.	Por meio de estatística, baseada na quantidade de dados colhidos.

Fonte: elaborado pela autora (2023).

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

De acordo com Samara e Barros (2007), a população é uma parte de componentes com características semelhantes. Já a amostra é uma parte selecionada de tal população. Amostragem é uma coleta com um fragmento de um determinado público que se usa para averiguar o todo, até porque por quesitos como tempo, custos, logística e outros fatores é quase improvável chegar a toda população (MARCELINO, 2020).

Lozada e Nunes (2019), dizem que a população pode ser caracterizada como um aglomerado de elementos que convivem em um determinado lugar que apresentam características em comum, porém uma população pode ser um grupo de alunos de uma escola ou universidade. Além disso, a população precisa estar relacionada ao conteúdo, ambiente e tempo.

Já a amostra é definida como um composto de elementos ou uma subdivisão da população onde são retirados os dados do grupo participante do estudo. A amostragem é dividida em dois tipos: a amostra não probabilística e a amostra probabilística (LOZADA; NUNES, 2019).

A amostra não probabilística não usa meios da estatística e está vinculada com aspectos da pesquisa ou de quem efetua a amostra. Já a amostra probabilística desfruta do uso de dados estatísticos e de todos os aspectos obtidos da pesquisa, considerados primordiais para a significância da amostra (LOZADA; NUNES, 2019).

Mediante as compreensões descritas, e com a finalidade de alcançar um determinado número de respondentes, a população desta pesquisa abrange os 118 acadêmicos do curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, do Campus Universitário da Região dos Vinhedos – CARVI.

A amostra da pesquisa selecionada para o estudo se enquadra como amostra não probalística e por conveniência, sendo que obteve-se 69 retornos, correspondendo a 58,47% da população.

3.3 COLETA DE DADOS

A coleta de dados engloba um procedimento de apuração de informações para comprovação de um problema levantado. Com isso, leva-se em conta várias técnicas de verificação de problemáticas como: questionários feitos por via telefônica, pessoalmente, por correio ou e-mail (MELLO, 2021).

Esta pesquisa possui como forma de coleta de dados um questionário constituído por perguntas fechadas, cujo objetivo é verificar os construtos que relacionam a pesquisa. O questionário aplicado durante a pesquisa está disponível no APÊNDICE A para a consulta.

Segundo Lakatos (2021), o questionário é um modelo de coleta de dados composto por várias questões que devem ser respondidas pelos indivíduos, com o objetivo de verificar as características mais essenciais da pessoa ou de uma determinada empresa. Neste caso, o pesquisador compartilha o questionário por algum meio, como o eletrônico, por exemplo.

O questionário da pesquisa foi em formato online, por meio do uso da ferramenta *Google Forms*, e foi disponibilizado via e-mail e grupo de WhatsApp dos alunos de Administração da UCS - CARVI. As questões foram aplicadas entre os

meses de agosto de 2023 e setembro de 2023.

Para análise das respostas, em relação ao perfil do comportamento e consumo dos acadêmicos de administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS), Campus Universitário da Região dos Vinhedos- CARVI perante suas finanças pessoais, o instrumento de pesquisa, foi desenvolvido com questões voltadas a identificar: perfil do respondente, comportamento de consumo, fatores culturais, sociais e demográficos, fatores psicológicos, finanças pessoais, educação financeira e endividamento.

Para as questões, foi utilizada uma escala do tipo Likert, com 5 pontos, segundo Malhotra (2006), variando de “1 – discordo totalmente” a “5 - para concordo totalmente”. Havia também questões específicas sobre o panorama geral do tema comportamento de consumo e finanças pessoais na visão dos acadêmicos do curso de Administração da UCS- CARVI.

4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA QUANTITATIVA

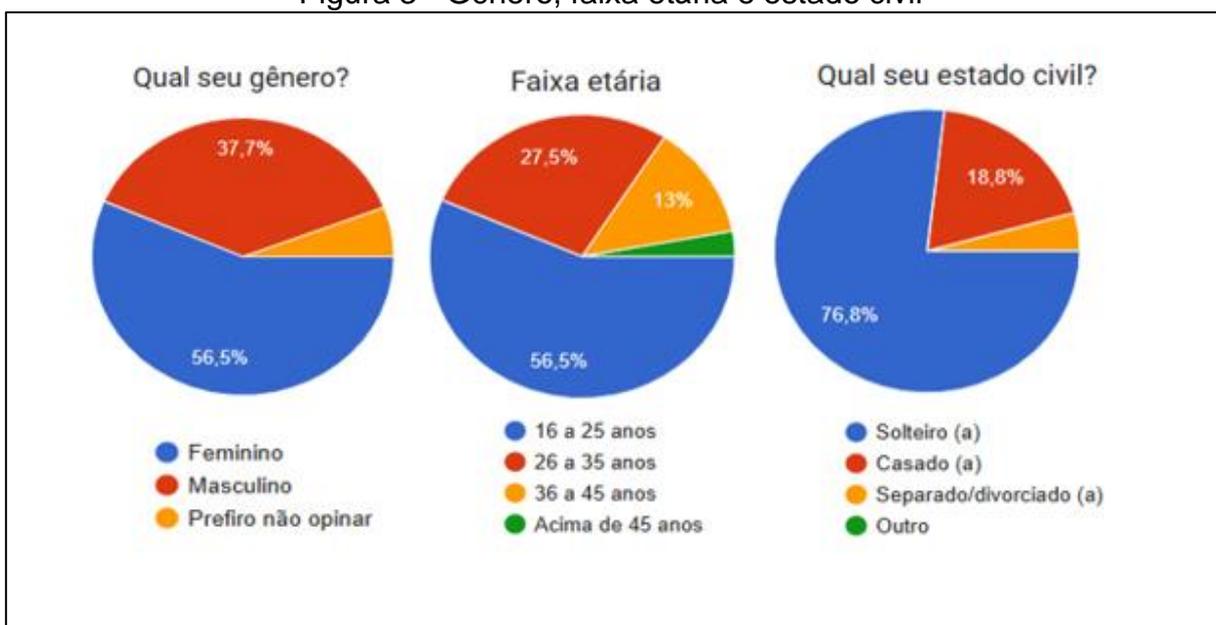
A análise de dados é algo essencial para o direcionamento da pesquisa e análise das informações obtidas, é nela que pode-se confrontar dados com hipóteses geradas no estudo. A compilação dos dados é o procedimento mais importante do estudo, visto que, com a análise, os dados gerados se transformam em informações, trazendo conhecimento para que o pesquisador faça a delimitação das respostas sobre o assunto abordado (LOZADA, 2019).

Os dados obtidos serão analisados mediante técnicas de estatística descritiva, na qual, a mesma retrata as variáveis por meio de medidas como média, desvio-padrão e variância. As variáveis com maior cunho de importância serão apresentadas a partir de então, no final, será feita uma avaliação geral, sobre as discussões levantadas na pesquisa.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

Apresenta-se na Figura 3, questionamentos que englobam o perfil dos respondentes para complementar análise sobre as discussões levantadas.

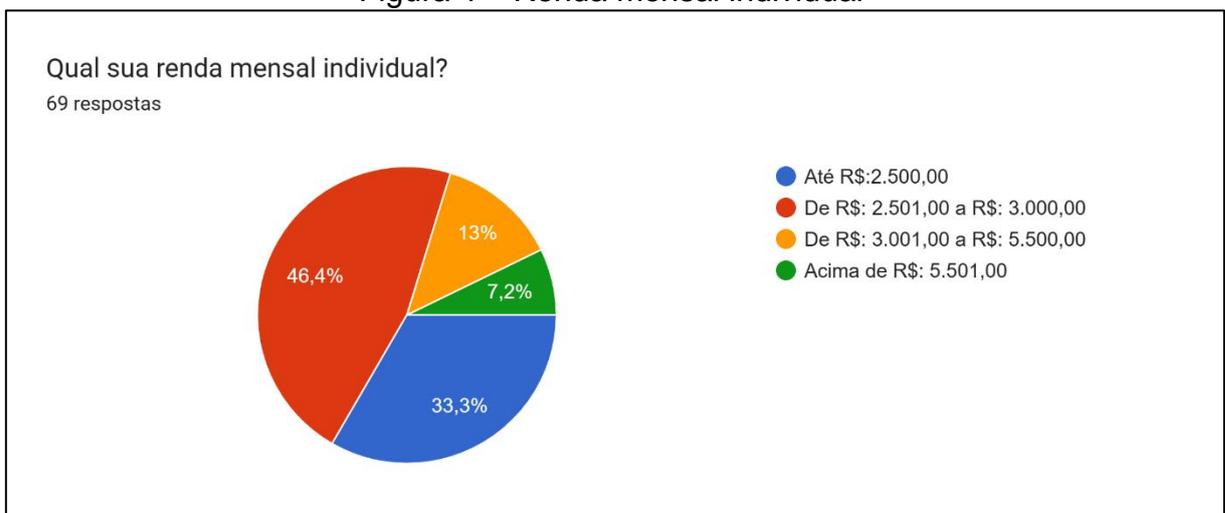
Figura 3 - Gênero, faixa etária e estado civil



Fonte: elaborado pela autora (2023).

A Figura 3 representa o gênero, faixa etária e estado civil, dos entrevistados. Das 69 pessoas que foram entrevistadas, 56,5% são do gênero feminino, estão entre 16 a 25 anos de idade e 76,8% são solteiros. Observa-se a predominância do gênero feminino, jovem e solteiros. Posteriormente serão apresentadas mais perguntas referente ao perfil dos entrevistados, 4 ao 7. Nesta etapa estão mencionados os percentuais de cada pergunta, bem como análises e comparações constatadas. No questionamento 4 têm-se uma noção da renda per capita dos acadêmicos.

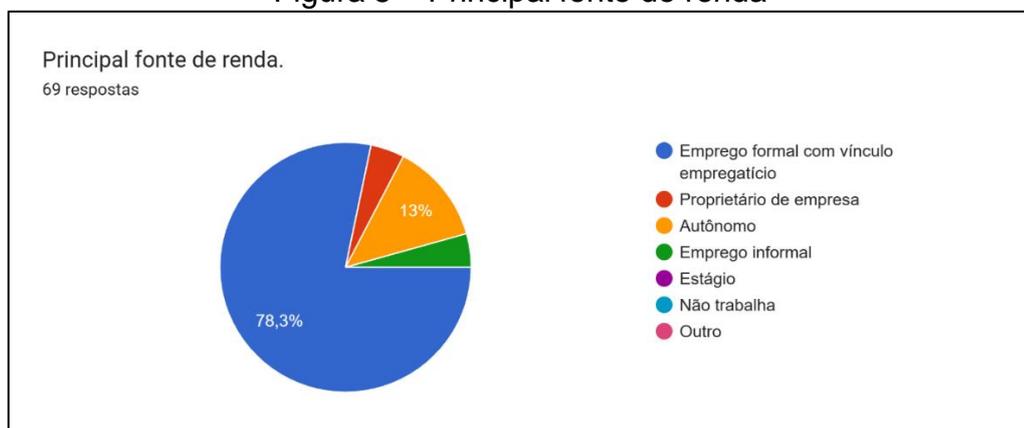
Figura 4 – Renda mensal individual



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Dando sequência as perguntas efetuadas, a Figura 4 demonstra que 46,4% dos entrevistados possui renda mensal individual de R\$ 2.501,00 a R\$ 3.000,00, se enquadrando dentro da média mensal do país brasileiro (IBGE, 2023). Já 33,3% ganham até R\$ 2.500,00 e 13% possuem ganhos de R\$: 3.001,00 a R\$ 5.500,00 por mês.

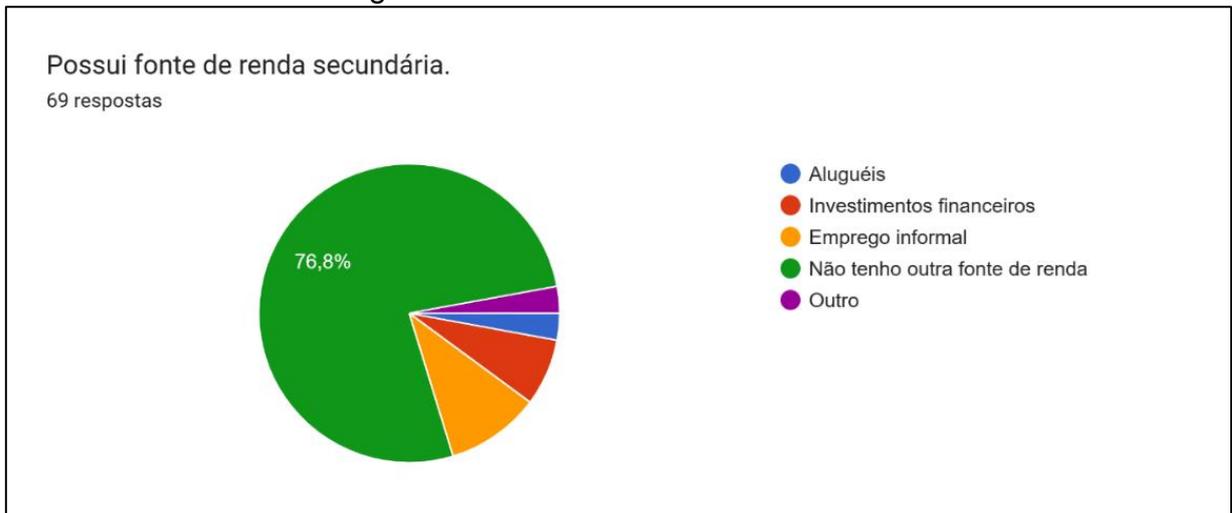
Figura 5 – Principal fonte de renda



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Questiona-se na Figura 5, a respeito da principal fonte de renda mensal, na qual 78,3%, sendo a grande maioria relata ser de um emprego formal com carteira assinada e 13% diz ter sua principal renda trabalhando como autônomo.

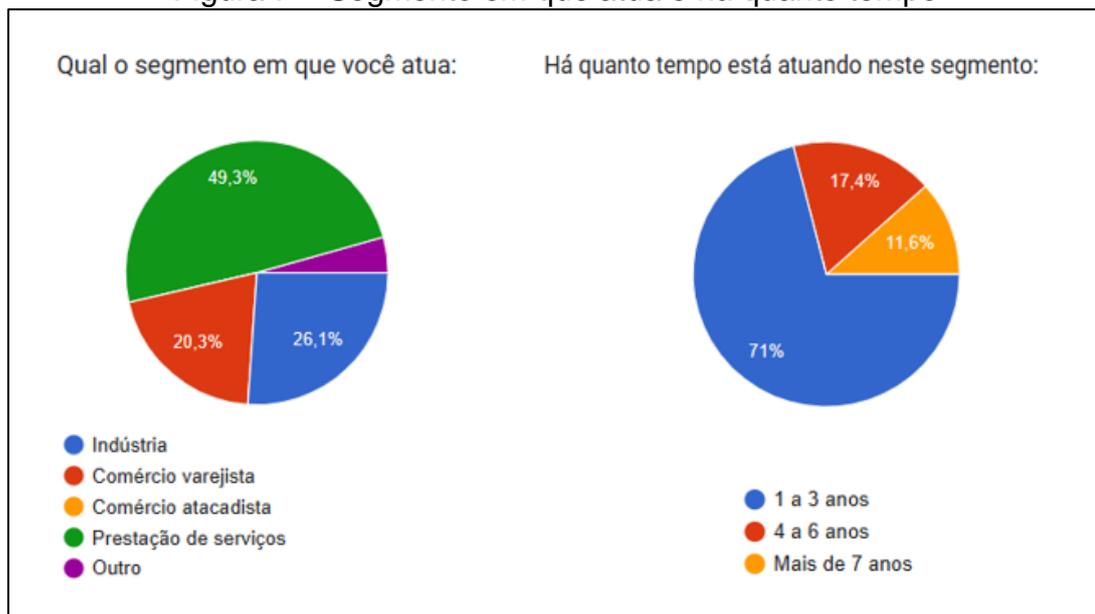
Figura 6 – Fonte de renda secundária



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Com referência aos entrevistados possuírem uma fonte de renda extra, vê-se que 76,8% não tem outra renda, vivendo mensalmente somente com uma única renda. Uma pequena minoria de 11,2% apresenta emprego informalmente como extra e 9% diz ter investimentos financeiros.

Figura 7 – Segmento em que atua e há quanto tempo



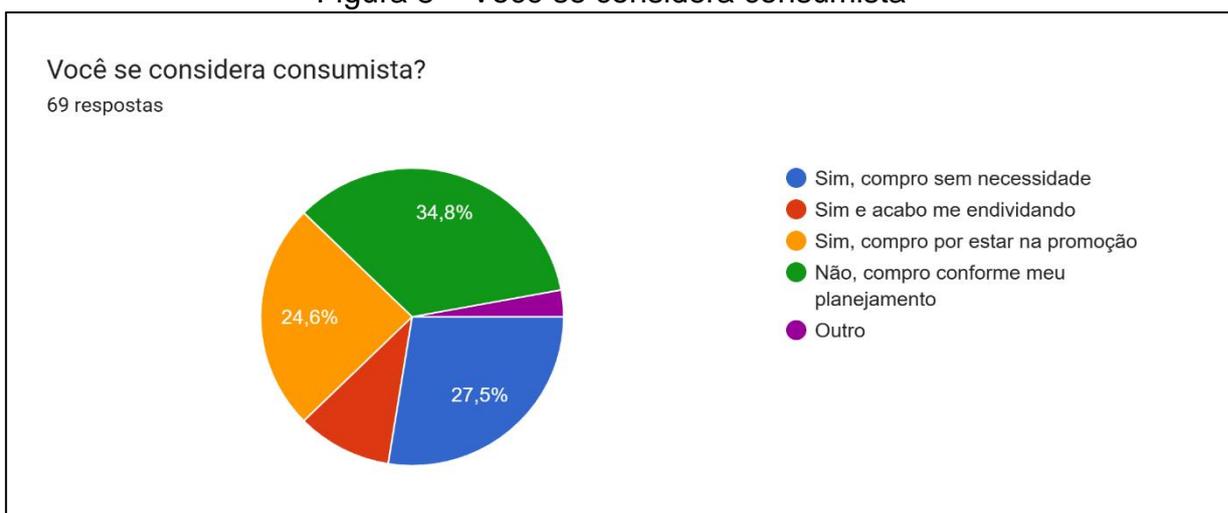
Fonte: elaborado pela autora (2023).

Conforme ilustra a Figura 7, 49,3% dos respondentes atua no ramo de prestação de serviços, seguindo de 26,1% que trabalha na indústria e 20,3% no comércio varejista, sendo que destes 71% atua de 1 a 3 anos, 17,4% atua de 4 a 6 anos e somente 11,6% atua a mais de 7 anos no segmento.

4.2 COMPORTAMENTO DE CONSUMO

Com a intenção de saber como esta o comportamento de consumo dos respondentes, esta etapa engloba os fatores que podem influenciar nas decisões de compras das pessoas. Inicia-se com a Figura 8, que apresenta um questionamento direto.

Figura 8 – Você se considera consumista

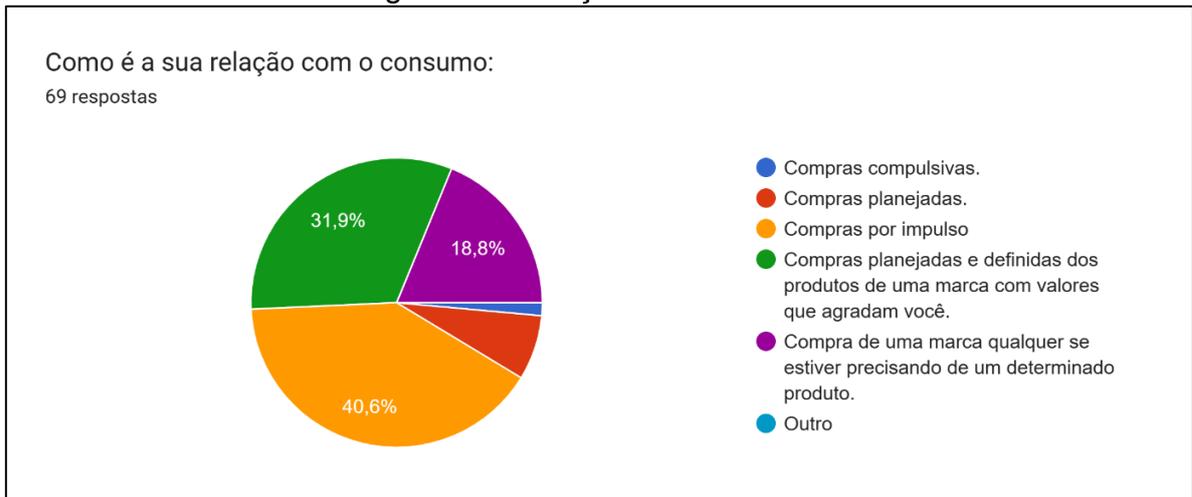


Fonte: elaborado pela autora (2023).

De acordo com a Figura 8, foi questionado se os entrevistados se consideravam consumistas. Na entrevista, dos 69 respondentes, 24 ou seja 34,8% alega não ser consumista e comprar de acordo com o seu planejamento, já 27,5% se considera consumista e acaba por comprar sem necessidade, 24,5% diz também ser consumista e efetuar compras por estar na promoção, 11,2% é consumista e acaba por se endividar e apenas 2% considera outro como alternativa. Observa-se que os 34,8% compra somente conforme planejamento, o que pode estar associado a um processo de decisão de compras que não segue uma trajetória linear e decisiva, mais cautelosa e com maior conhecimento, porém há também compradores que desfrutam de produtos e/ ou serviços por desejos e impulsividade. Mas, ao analisar os 27,5% se

considera consumista e acaba por comprar sem necessidade, 24,5% diz também ser consumista e efetuar compras por estar na promoção, 11,2% é consumista e acaba por se endividar, tem-se um percentual de 63,2%, contra os 34,8% que alegam não ser consumistas.

Figura 9 – Relação com o consumo



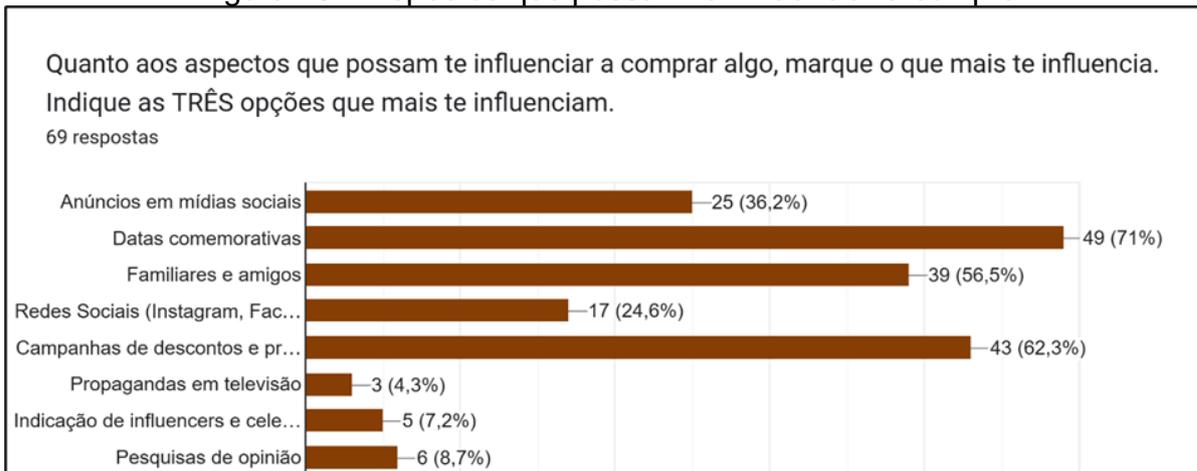
Fonte: elaborado pela autora (2023).

Quando questionados como é a relação com o consumo, de acordo com a Figura 9, são 40,6% dos entrevistados que efetuam compras por impulso, 31,9% fazem compras planejadas com produtos de uma determinada marca com valores que os agradam, seguindo de 18,8% que compram, sem considerar a marca e levando em conta somente sua necessidade, 7,7% diz fazer apenas compras planejadas e 1% diz ter outra relação com o consumo.

4.2.1 Fatores culturais, sociais e demográficos

Conforme desenvolvido no referencial teórico, existem fatores que influenciam o comportamento do consumidor, no momento da compra. Neste subcapítulo, a pesquisa buscou identificar os aspectos culturais, sociais e demográficos, conforme demonstrado nas Figuras 10 e 11.

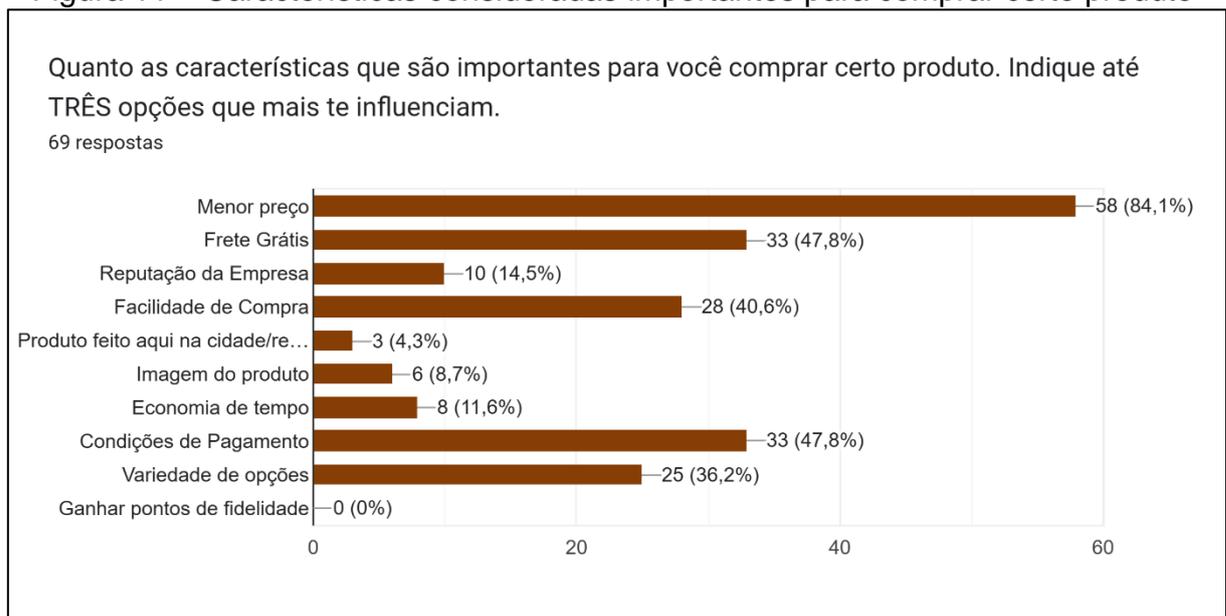
Figura 10 – Aspectos que possam te influenciar a comprar



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Alguns aspectos podem influenciar no momento de elaborar uma compra como mostra na Figura 10, 71% dos entrevistados dizem que as datas comemorativas são extremamente intuitivas para compras, seguido de 62,3% sendo campanhas de descontos e promoções, 56,5% dizem ser influenciados por familiares e amigos, 36,2% decorre de anúncios em mídias sociais e 24,6% de redes sociais, como Facebook, *Whatsapp* e Instagram. Uma minoria de 8,7% diz ser influenciado por pesquisas de opinião, outra de indicação de influencers e celebridades (7,2%) e 4,3% por meio de propagandas em televisão.

Figura 11 – Características consideradas importantes para comprar certo produto



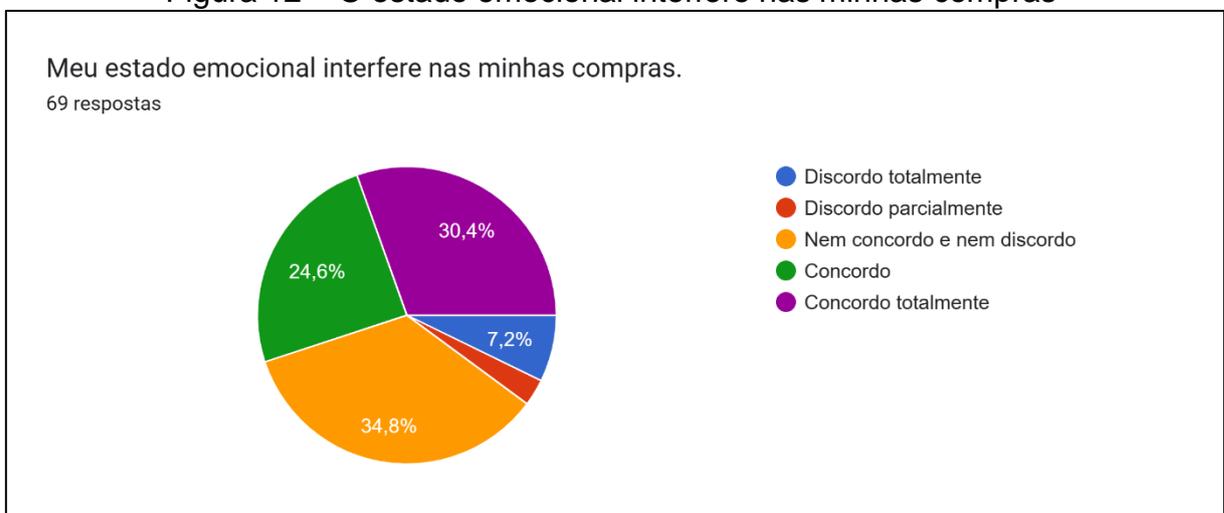
Fonte: elaborado pela autora (2023).

Na Figura 11, nota-se que os entrevistados ao realizarem a compra de determinado produto levam em consideração características consideradas essenciais, na qual, 84,1% diz ser do menor preço dos produtos, 47,8% levam em conta o frete grátis e as condições de pagamento, 40,6% analisam a facilidade de compra, 36,2% a variedade de opções. Apenas 14,5% considera a reputação da empresa como característica importante, sucedendo 11,6% diz dar importância para a economia de tempo ao comprar. Uma quantidade mínima (8,7%) impõem a imagem do produto e 4,3% atenta-se para o produto ser produzido na cidade ou região.

4.2.2 Fatores Psicológicos

De acordo com Garcia (2011), os fatores psicológicos estão associados ao conjunto de funções cognitivas (pensamentos), afetivas (sentimentos) e conativas (comportamento) que acabam por interferir na aquisição de bens ou serviços dos indivíduos, desta forma, para compreender como estes fatores interferem na decisões de compras, inicia-se com a Figura 12 os questionamentos.

Figura 12 – O estado emocional interfere nas minhas compras

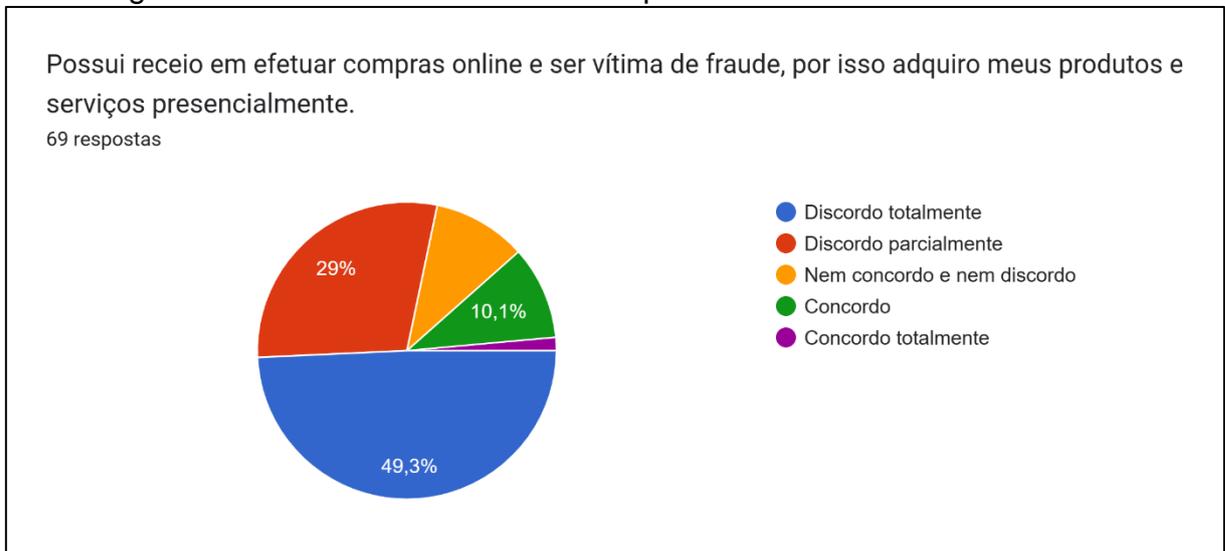


Fonte: elaborado pela autora (2023).

Com relação ao estado emocional dos respondentes mediante aquisições, a Figura 12 nos mostra que de acordo com a totalidade dos questionados, 34,8% não sabe dizer se seu lado emocional interfere em suas compras, porém na sequência têm-se concordâncias, onde 30,4% concorda totalmente e 24,6% concorda, e ao analisar conjuntamente estes percentuais tem-se 55% dos entrevistados, o que demonstra que o estado emocional contribui para que mais da metade dos

respondentes consumam.

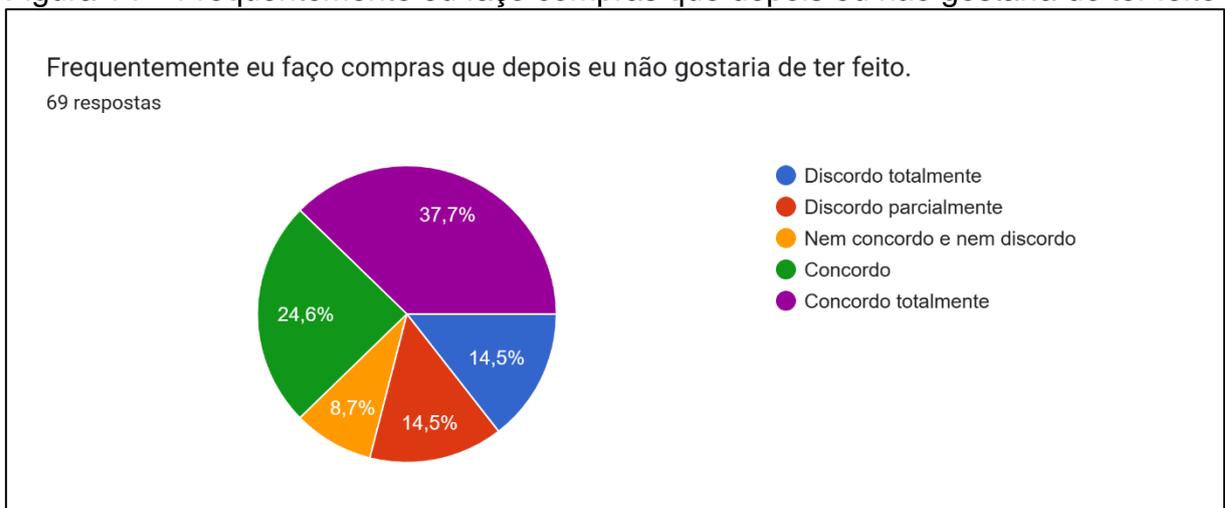
Figura 13 – Há receio em efetuar compras online e ser vítima de fraude



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Como pode-se identificar na Figura 13, foi indagado se há receio dos respondentes em realizar compras online e ser vítima de fraudes, 49,3% discordou totalmente, 29% discordou parcialmente. O questionamento imposto mostra que os entrevistados são adeptos a tecnologia e informações de segurança, pensando na sua praticidade e comodidade nas compras. Apenas 10,1% menciona concordar com a questão e 11,69% não soube responder.

Figura 14 – Frequentemente eu faço compras que depois eu não gostaria de ter feito

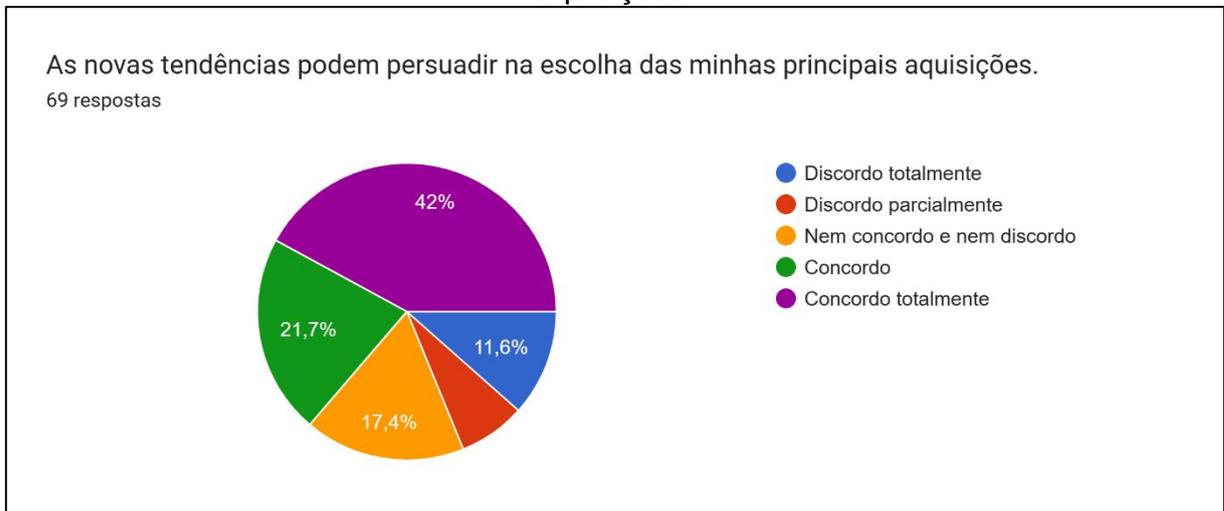


Fonte: elaborado pela autora (2023).

No questionamento em relação as compras realizadas e logo após indesejadas

37,7% concorda totalmente, 24,6% concorda, 14,5% comenta discordar tanto parcialmente, quanto totalmente e 8,7% não souber dizer se concorda ou discorda.

Figura 15 – As novas tendências podem persuadir na escolha das minhas aquisições



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Na Figura 15 ao serem indagados se as novas tendências podem persuadir na escolha das suas principais aquisições, 42% dos entrevistados concorda totalmente com a questão, 21,7% concorda, o que traz um percentual de 63,7%, e 17,4% alega não saber concordar e nem discordar e 11,6% diz discordar totalmente.

4.3 FINANÇAS PESSOAIS

Sabe-se que as finanças pessoais se refere a forma como as pessoas administram seus ganhos e despesas, a todo momento os indivíduos precisam tomar decisões financeiras que terão impacto em sua vida pessoal (MATSUMOTO et al., 2013). E para melhor aprofundamento, na sequência têm-se questões relacionadas as formas de condução dos entrevistados com as finanças pessoais, iniciando com a Figura 16.

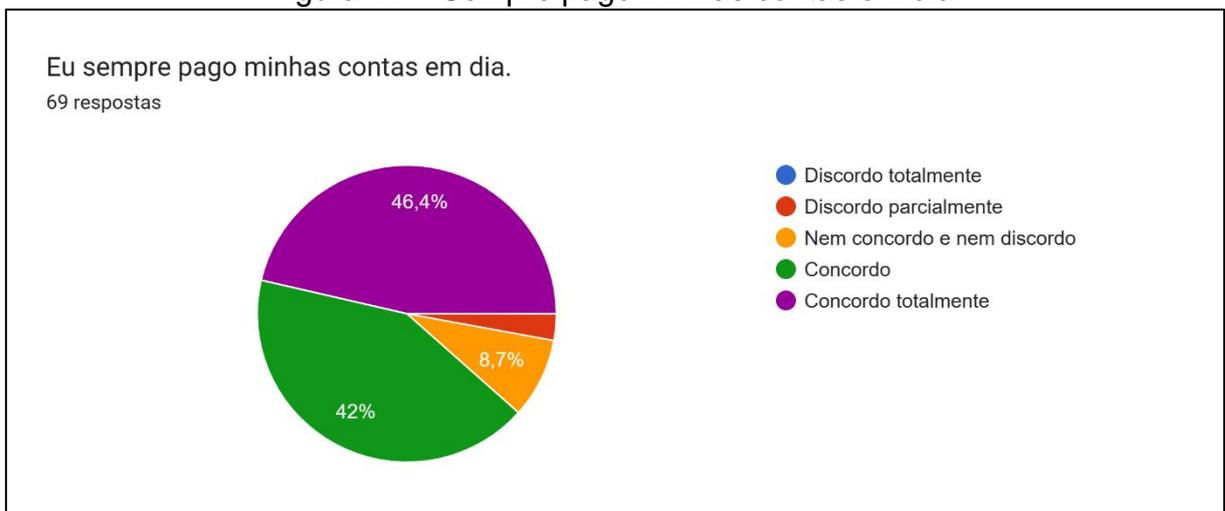
Figura 16 – Gerencio as contas de forma muito organizada



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Por meio da Figura 16, foi perguntado aos acadêmicos da UCS- CARVI se há gerenciamento das contas de uma forma organizada, na qual quase metade dos entrevistados, sendo 43,5% argumenta concordar, 29% diz não saber responder e 20,3% relata discordar parcialmente com o questionamento.

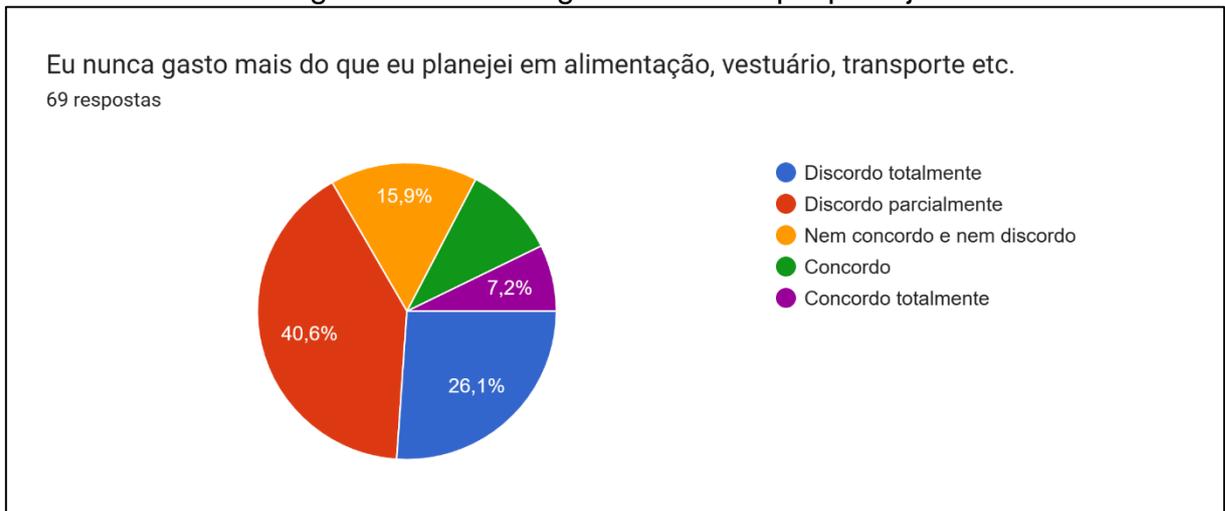
Figura 17 – Sempre pago minhas contas em dia



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Com referência a indagação do pagamento das contas em dia por parte dos respondentes, conforme ilustra a Figura 17, um total de 88,4% foi afirmativo concordando com a afirmativa onde destes, 46,4% diz concordar totalmente e 42% concordar. Apenas 8,7% informa não saber dizer se concorda ou discorda com a demanda questionada.

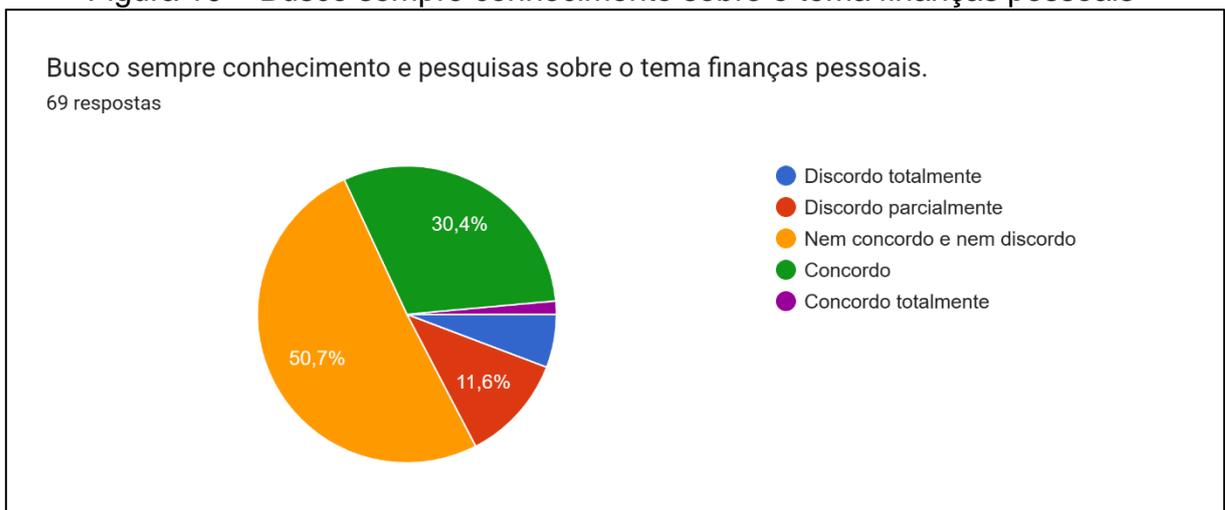
Figura 18 – Nunca gasto mais do que planejei



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Na Figura 18, foi realizada a seguinte pergunta: eu nunca gasto mais do que planejei em alimentação, vestuário, transporte, etc. Obteve-se então 40,6% que alega discordar parcialmente, mostrando que em algumas situações cotidianas acaba por não cumprir com o orçamento mensal, gastando um pouco a mais do que gostaria. 26,1% diz discordar totalmente, 15,9% não soube dizer a respeito e somente 7,2% menciona concordar totalmente seguindo rigorosamente seu orçamento mensal.

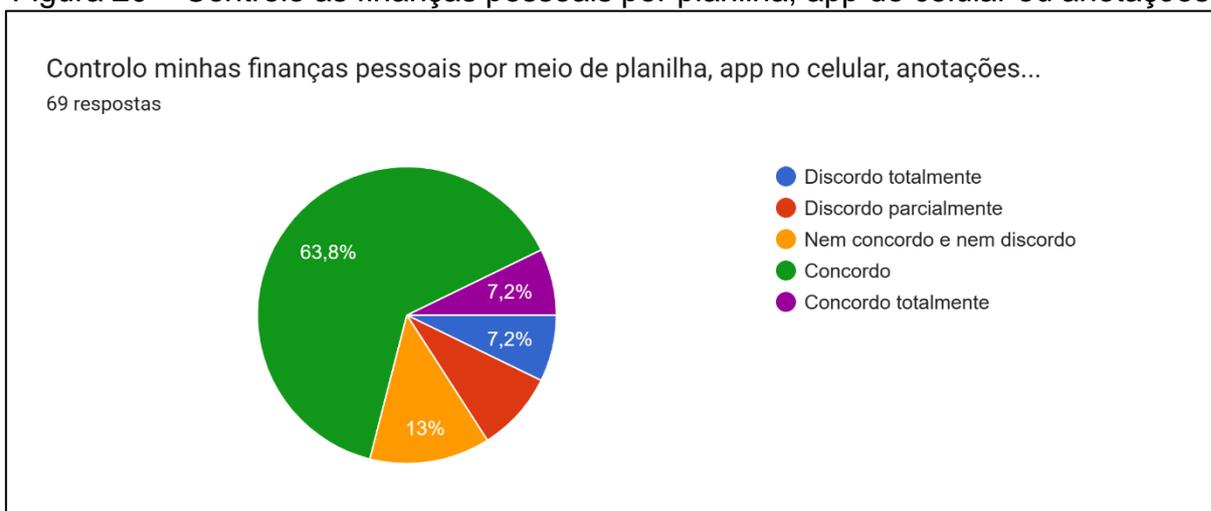
Figura 19 – Busco sempre conhecimento sobre o tema finanças pessoais



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Com o objetivo de saber se há uma busca e conhecimento diário sobre o tema finanças pessoais por parte dos entrevistados, nota-se que 50,7% sendo metade, não saber concordar ou discordar com o fato, 30,4% diz concordar estar sempre atualizado e uma minoria de 11,6% informa discordar parcialmente.

Figura 20 – Controlo as finanças pessoais por planilha, app do celular ou anotações



Fonte: elaborado pela autora (2023).

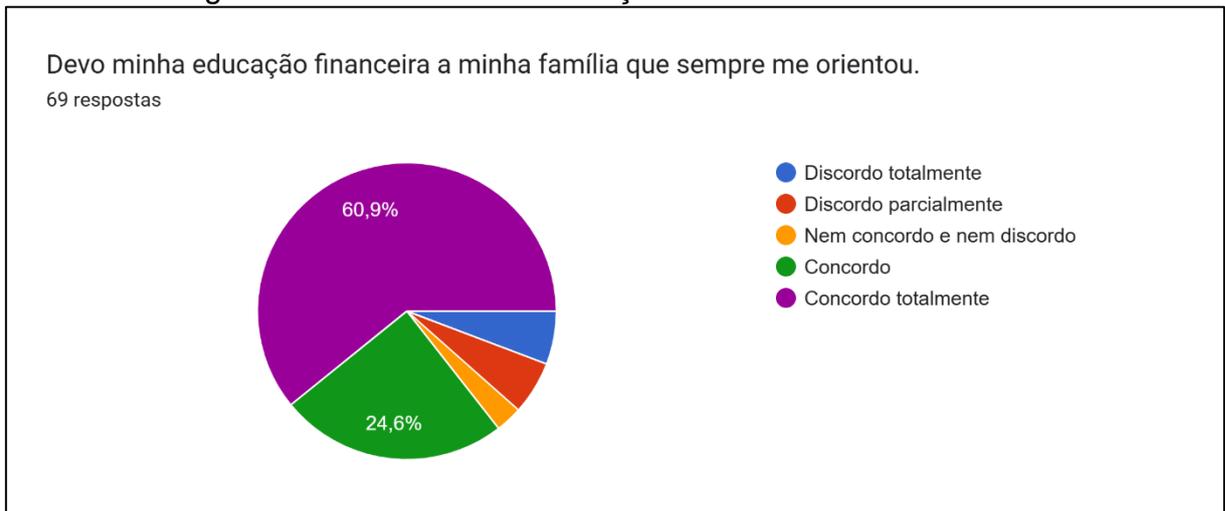
A Figura 20 indica as respostas com relação ao controle das finanças pessoais, seja por planilha, aplicativo de celular ou anotações, dos 69 respondentes a grande maioria, sendo 63,8% informa concordar, realizando este controle. 13% não soube concordar e nem discordar, seguindo de uma parcela irrelevante de 8,8% que diz discordar parcialmente e 7,2% discordar totalmente.

4.4 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

De acordo com Teixeira (2015), o educar financeiramente não se trata apenas do ato de economizar, cortar gastos ou ter incentivos para concentração de capital, mas sim é algo de maior amplitude, que visa na procura de ter melhor qualidade de vida, trazendo como resultado a segurança material frente às adversidades econômicas.

No pensamento de Saito (2007), a educação financeira é um processo de transmissão do conhecimento que auxilia para o aperfeiçoamento da forma de manusear com finanças, possibilitando as pessoas tomar decisões partindo de conceitos pré-estabelecidos e de modo seguro. Mediante o exposto, segue nas Figuras 21, 22 e 23, questionamentos relacionados a educação financeira

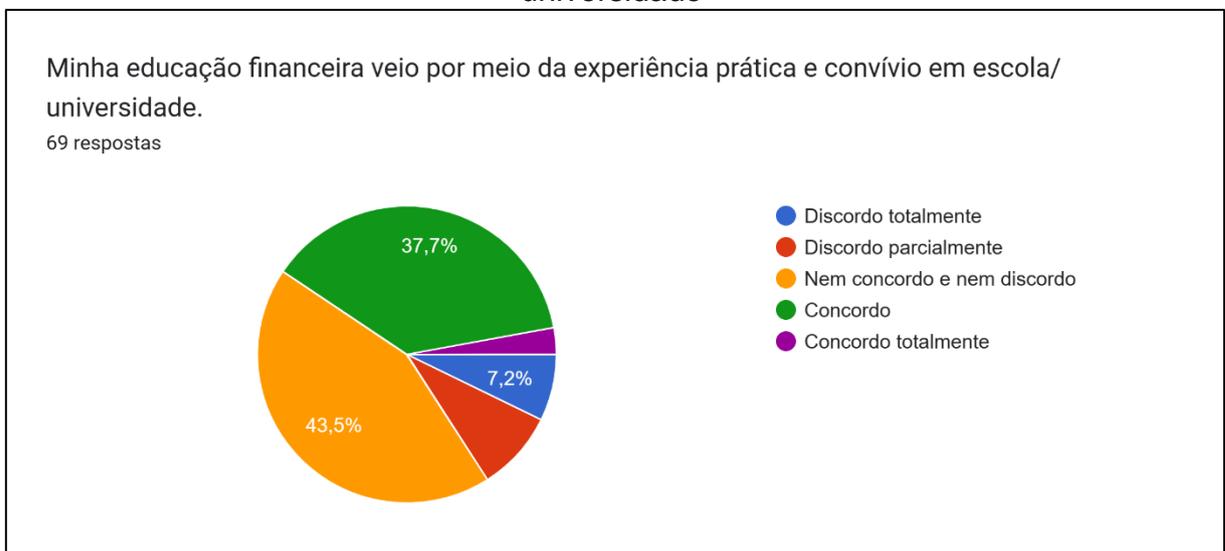
Figura 21 – Devo minha educação financeira a minha família



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Ilustra na Figura 21 o questionamento se devo minha educação financeira a minha família, 60,9% diz concordar totalmente, seguindo de 24,6% que também diz concordar. Em suma, quase todos respondentes dizem ter sua educação financeira devido seu convívio no âmbito familiar.

Figura 22 – Minha educação financeira veio pela experiência e convívio na escola / universidade

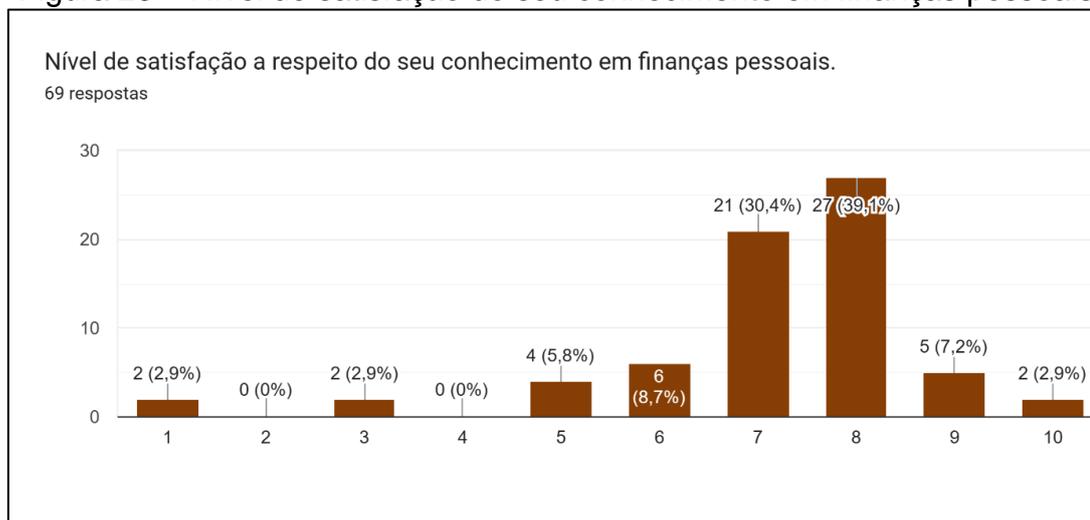


Fonte: elaborado pela autora (2023).

O questionamento na Figura 22, indica que dos 69 entrevistados, 43,5% menciona que não saber dizer se sua educação financeira veio por meio da experiência prática e convívio em escola ou universidade. Já 37,7% dos acadêmicos relata concordar que sua educação financeira veio por meio do exposto e uma porcentagem de 9,5% discorda parcialmente e um mínimo dos respondentes, sendo

7,2% alega discordar totalmente.

Figura 23 – Nível de satisfação do seu conhecimento em finanças pessoais



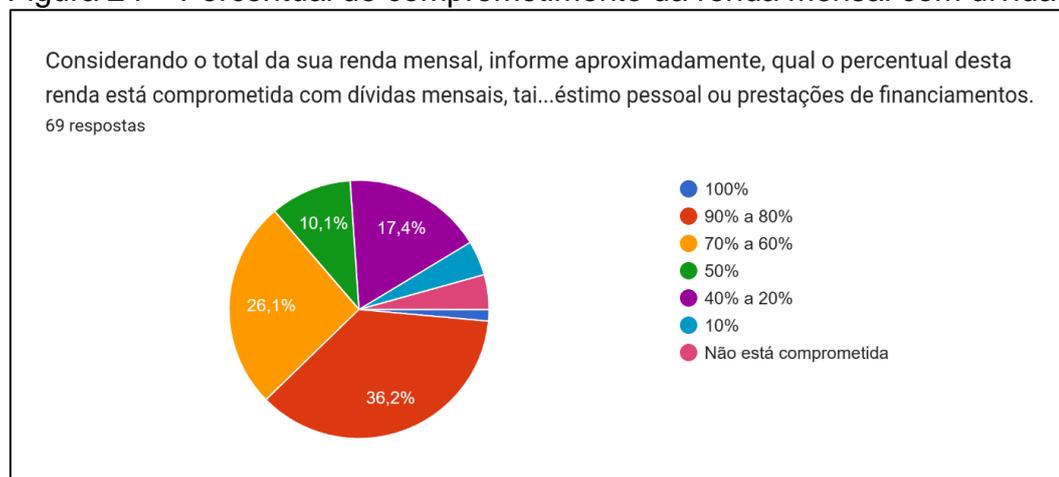
Fonte: elaborado pela autora (2023).

Com relação ao nível de satisfação do conhecimento em finanças pessoais por parte dos acadêmicos do curso de Administração da UCS-CARVI, 39,1% diz ter um nível 8, seguindo de 30,4% diz ter 7 como nível de satisfação, com isso nota-se que os entrevistados alegam ter bom entendimento acerca das finanças pessoais. 8,7% consideram 6 como nível, seguindo de 7,2% que levam em conta 9 seu nível.

4.5 ENDIVIDAMENTO

Nesta etapa foram feitos questionamentos relacionados ao endividamento dos entrevistados, conforme demonstra a Figura 24.

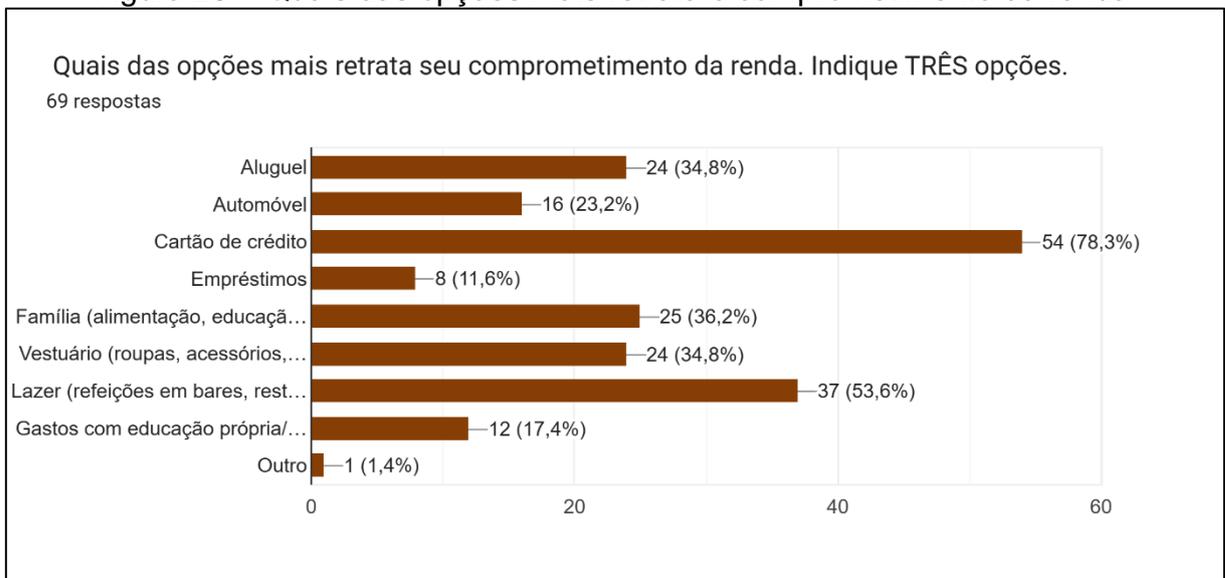
Figura 24 – Percentual de comprometimento da renda mensal com dívidas



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Nota- se na Figura 24 que 36,2% dos acadêmicos entrevistados possuem sua renda mensal comprometida de 90% a 80%, 26,1% comprometem entre 70% a 60% da renda mensal e apenas 17,4% apresenta de 40% a 20% do comprometimento, e ainda 10,1% têm metade da sua renda tomada com dívidas mensais.

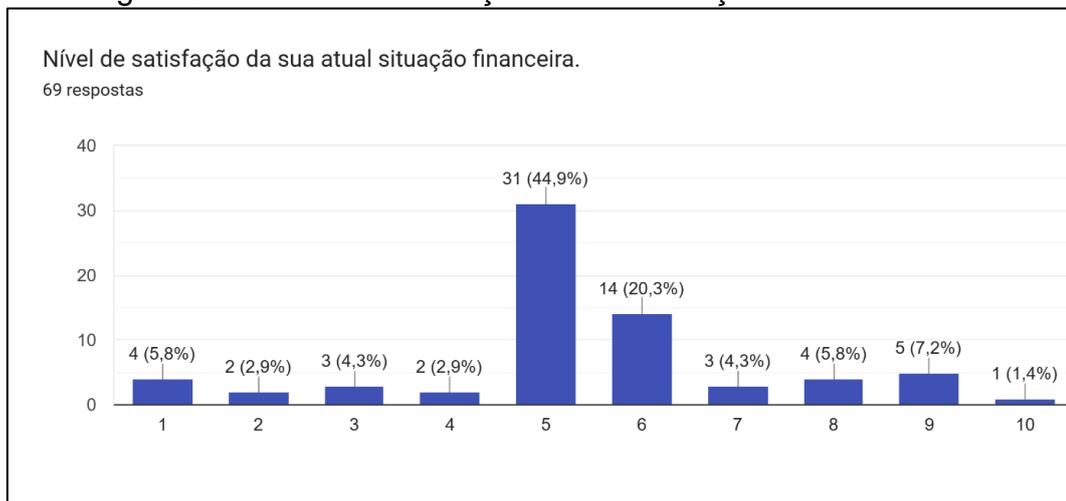
Figura 25 – Quais das opções mais retrata o comprometimento da renda



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Na Figura 25, observa-se ainda que, 78,3% alega que cartão de crédito é o maior motivo do comprometimento da renda, seguido dos momentos de lazer, refeições em bares, restaurante, festas e viagens com 53,6%. Ainda 36,2% indica gastos familiares, 34,8% aluguel e vestuário e 23,2% tem sua renda comprometida devido a gastos com automóvel e 17,4% com educação própria.

Figura 26 – Nível de satisfação da sua situação financeira atual



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Na análise da Figura 26, com referência ao nível de satisfação dos entrevistados com sua situação financeira atual, observa-se que em um nível de satisfação de 1 (pouco satisfeito a 10 (muito satisfeito), observa-se ao somar os percentuais dos índices de 1 a 5 (não satisfeitos) temos 60,98% dos entrevistados. 39,02% das respostas dos índices de 6 a 10 (satisfeito e totalmente satisfeitos). Tem-se aqui uma tendência de não satisfação da situação financeira atual dos respondentes.

4.6 PRINCIPAIS RESULTADOS OBTIDOS NA PESQUISA

Na sequência apresenta-se os principais resultados alcançados com a aplicação da pesquisa, com relação ao comportamento de consumo, finanças pessoais e endividamento dos entrevistados.

4.6.1 Com relação ao comportamento de consumo

Com relação ao comportamento de consumo dos acadêmicos respondentes constatou-se que 63,2% dos acadêmicos de administração da UCS CARVI, admitem ser consumistas, seja por comprar sem necessidade ou por estar na promoção, indicando uma tendência de gastos excessivos. Aqui ressalta-se a importância de identificar o padrão de consumo e também de ser capaz de distinguir necessidades e desejos de consumo. Nota-se um perfil de consumidor, devido gastos impulsivos, porém sabe-se que gastos em excesso podem acarretar em acúmulo de dívidas, podem trazer impactos na saúde, como problemas emocionais ou psicológicos, prejudicando totalmente o bem-estar humano.

Identificou-se que entre os fatores que influenciam no consumo, os fatores culturais, sociais e demográficos, tais como datas comemorativas com 71,1% dos respondentes, é apontada como a mais importante fator, e em segundo as campanhas de promoção com 62,3%, fazem o consumo aumentar.

Em relação aos fatores psicológicos 55% concorda e concorda totalmente que o estado emocional contribui para que mais da metade dos respondentes consumam. Os fatores psicológicos interferem significativamente no consumo dos acadêmicos, há impulsividade no ato da compra e persuasão das novas tendências de mercado durante aquisição de produtos ou serviços.

Mediante os principais pontos considerados importantes na compra de algum produto ou serviço, os acadêmicos optam por menor preço, condições de pagamento e frete grátis, este último ponto levantado leva o fato de que os entrevistados não possuem receio em efetuar compras online.

4.6.2 Com relação as finanças pessoais

Com relação ao manuseio das finanças pessoais, os acadêmicos alegam gerenciar e controlar suas contas de forma organizada e também efetuar o pagamento em dia de suas contas, o que é algo positivo e benéfico, visto que fazer o gerenciamento, seja por planilha, aplicativo ou anotações, evita surpresas desagradáveis e permite maior eficiência na busca pelos objetivos.

Percebe-se que acerca do orçamento mensal, os acadêmicos mencionam gastar mais que do que foi planejado, o que em muitos casos pode acontecer, porém deve-se saber lidar com a situação de forma construtiva, revendo o orçamento, criando reservas e estabelecendo limites claros.

Ao serem questionados, sobre educação financeira, 60,9%, mais da metade dos respondentes, apontam que o núcleo familiar é responsável pelos ensinamentos e importância de se ter uma vida financeira saudável.

A escola e universidade, não aparecem como sendo propulsoras da educação financeira, pois somente 37,7% dos acadêmicos, apontam estas como meio de conhecimento, talvez isso seja reflexo da falta de ensino do tema e da cultura financeira.

Mas ao serem questionados com relação ao nível de satisfação do conhecimento em finanças pessoais, os acadêmicos do curso de administração da UCS-CARVI, apontam nível 8, ou seja, consideram bom seu nível de conhecimento neste tema.

4.6.3 Com relação ao endividamento

Ao analisar o perfil na questão endividamento, observa-se que mais da metade dos acadêmicos, 62,30%, possuem sua renda mensal comprometida entre 90% a 60%, e entre as causas deste comprometimento elevado, está em primeiro lugar o cartão de crédito, seguido dos momentos de lazer, refeições em bares, restaurantes,

festas e viagens. Os gastos com educação aparecem como último colocado.

Ao questionar o nível de satisfação dos acadêmicos com sua situação financeira atual, mais da metade dos respondentes, ou seja, 60,98%, se consideram insatisfeitos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Grande parte da humanidade passa a vida, buscando a saúde financeira, que é um dos pilares da vida em equilíbrio, pois forma a base material para todas as outras realizações. Estar saudável financeiramente significa ter as contas em dia, satisfazer as necessidades essenciais de consumo e conseguir ter dinheiro para momentos de lazer, além, é claro, de poupar para o futuro com a renda atual.

Mediante isso, o presente estudo teve como objetivo principal identificar qual o perfil do comportamento de consumo dos acadêmicos de administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS), Campus Universitário da Região dos Vinhedos-CARVI perante suas finanças pessoais. Para a efetivação da pesquisa foram propostos objetivos que conduzem o estudo, os quais foram alcançados por meio das relações entre referencial teórico e método de pesquisa.

Primeiramente, os objetivos específicos foram permeados por meio de levantamentos bibliográficos relacionados ao tema da pesquisa como: o consumo, o comportamento do consumidor, trouxe dados do endividamento e inadimplência no país brasileiro. Além de trazer métodos de planejamento financeiro e também abordagem das finanças pessoais.

Na sequência, definiu-se os procedimentos relacionados ao instrumento de pesquisa, tendo como propósito coletar dados com o objetivo de buscar respostas para o problema imposto no estudo. Diante disso, a pesquisa foi designada no método quantitativo com a finalidade de aplicar um questionário e englobar de forma completa o assunto colocado.

Para validação do questionário foi definido o público-alvo, que foram os acadêmicos do curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, Campus Universitário da Região dos Vinhedos – CARVI, e também a técnica usada para a coleta de dados, que foi um questionário desenvolvido através do *Google Forms*, o que auxiliou no envio e coleta dos dados.

Desse modo, o estudo exposto traz consigo, uma reflexão para os acadêmicos do curso de Administração da UCS/CARVI e mostrou que é preciso uma educação financeira construtiva para diminuição de consumo impulsivo e melhor gerenciamento das finanças pessoais.

Outro aspecto importante obtido com a pesquisa foi que grande parte dos respondentes alega gerenciar suas finanças de forma organizada, porém evidencia-

se a falta de conscientização no uso do cartão de crédito e gastos com lazer, que acabam por envidiar os acadêmicos, prejudicando o planejamento mensal financeiro.

Constata-se que o gasto com educação própria, é considerado como o último item que compromete a renda mensal, o que cabe aqui ressaltar o quanto a educação é importante, tanto para cada pessoa, quanto para a sociedade, sendo através dela que construímos o nosso desenvolvimento social, cultural e econômico.

Como diz Bugarim (2012), mais essencial que alcançar um padrão de vida é mantê-lo, mediante isso deve-se planejar. Quando se efetua um planejamento das finanças pessoais, a pessoa passa a dispor do conhecimento de limite de crédito para cada tipo de consumo, tornando assim mais fácil o manuseio das despesas.

O ato de consumir deixou de ser do alcance de poucos e passou a ser essencial para a maioria, neste fato, planejar deixou de ser importante e tem sido imposto como segundo plano. Assim nota-se, que ter um manuseio correto com as finanças pessoais, baseado no planejamento a curto, médio e longo prazo é primordial.

Percebeu-se com o estudo que os atos comportamentais de consumo são devido as variáveis envolvendo aspectos psicológicos e culturais, onde as decisões de compras são moldadas por interações internas (emoções, percepções e motivações) e por interações externas (valores, crenças, cultura) dos indivíduos.

Outro ponto importante a ser observado e que desperta atenção é com relação a educação financeira. Nota-se que a origem do conhecimento sobre finanças pessoais advem do âmbito familiar. Com conhecimento de finanças é possível superar desafios e aproveitar oportunidades que surgem. Portanto, educar toda a família é fundamental para garantir um futuro mais tranquilo.

O conjunto de informações geradas na aplicabilidade da pesquisa voltada para o comportamento e consumo mediante as finanças pessoais, permitiu analisar a relação de consumo e seus aspectos influenciadores, trouxe a forma de conduta com as finanças pessoais, assim como o nível de satisfação da atual situação financeira, além de trazer a situação de endividamento e principais dívidas tomadas pelos acadêmicos entrevistados.

Vale ressaltar que este trabalho possibilitou a acadêmica o enriquecimento do conhecimento acerca da educação financeira, planejamento financeiro e finanças pessoais, assim como trouxe os diferentes propulsores de consumo que interferem nos gastos.

Espera-se, com os resultados gerados pelo estudo, que acadêmicos e

interessados no tema, possam usufruir e usar destas informações visando agregação pessoal, também no meio comunitário, para que haja propagação do assunto para indivíduos que desconhecem o tema ou que queiram buscar aprimoração para uma melhor estabilidade e qualidade de vida financeira.

Por todos esses aspectos, torna-se possível dizer que o objetivo do trabalho pôde ser cumprido, e como sugestão ao curso de Administração, incluir uma disciplina eletiva de psicologia financeira, que pode intervir no perfil comportamental dos indivíduos e sua relação com o dinheiro e identificar as barreiras psicológicas que estão interligadas com o nosso poder de decisão em relação com a nossa vida financeira. Outra disciplina eletiva, como sugestão, seria a de educação financeira, na qual irá proporcionar desenvolvimento de habilidades voltadas para métodos de economia, controle de gastos pessoais e investimentos.

Por fim, todas as ponderações obtidas neste trabalho finalizam um ciclo de aprendizado, que ao longo de toda a trajetória do curso de graduação, possibilitou a construção de relacionamentos significativos tanto com colegas, como com professores, obtendo, dessa forma, um conhecimento muito importante para que a acadêmica possa se tornar uma pessoa melhor e se transformar em uma profissional qualificada.

REFERÊNCIAS

ALCOFORADO, Caroline Ferreira et al. **Identificando fatores que influenciam no endividamento do cadete da aeronáutica**. Revista do Seminário Internacional de Estatística com R, v. 4, n. 1, p. 15-15, 2019. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/anaisdoser/article/view/29013/16848>. Acesso em: 18 abril. 2023.

ALMEIDA, Jennifer Aparecida dos Santos. **A relação entre endividamento e a falta de planejamento financeiro pessoal**. Estudo de caso com os técnicos da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/49981/1/TCC%20-%20Jennifer%20Aparecida%20dos%20Santos%20Almeida.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2023.

ALVES, Elizeu B. **Consumo e sociedade: um olhar para a comunicação e as práticas de consumo**. Curitiba: Intersaberes, 2019.

ANDRADE, Lucas Magalhães de; BUENO, Ademir Moreira. **Comportamento do consumidor: um olhar científico sobre como e por que consumimos**. Curitiba: Intersaberes, 2020.

ANTAS, André G.; KANAANE, Roberto. **Curso de marketing: cenários, estratégias e ferramentas**. São Paulo: Atlas, 2016.

ARAÚJO, Fernando Cosenza; CALIFE, Estevez Flavio. **A história não contada da Educação Financeira no Brasil**, 2014. Disponível em: <https://www.boavistaservicos.com.br/wp-content/uploads/2014/08/A-hist%C3%B3ria-n%C3%A3o-contada-da-educa%C3%A7%C3%A3o-financeira-no-Brasil.pdf>. Acesso em: 02 abril. 2023.

ASSEF, Silvia. **O que é enquête eficaz?. In: 10 exemplos de perguntas para enquetes online**. QuestionPro. Disponível em: <https://www.questionpro.com/blog/pt-br/perguntas-para-enquetes/>. Acesso em 20 out. 2023.

BARBIERI, G. **Lucro inflacionário e fluxo de caixa**. Cad. Estud. 1996,n 13,pp.01-13. ISSN 1413-9251. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cest/n13/n13a01.pdf>. Acesso em 02 abril. 2023.

BARSANTE, Kalina. **Como organizar as finanças do casal? Veja 7 dicas**. Jornada rica. 2019. Disponível em: <https://jornadarica.com/planejamento-financeiro>. Acesso em 30 de abril. de 2023.

BASTOS, L. A.; MARTINS, L. **Finanças Pessoais e no Empreendimento**. Santa Maria,RS: Incubadora Social da UFSM, 2015.

BATISTA, Rafael Guedert. **Consumismo: uma investigação teórica a partir de três releituras acerca dos determinantes do consumo individual**. 2015.

Monografia- Curso de Ciências Econômicas, Economia e Relações Internacionais, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/130094/monografia%20do%20Rafael%20Guedert.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 19 mar. 2023.

BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2004.

BICUDO, Otávio Augusto Reis. **Comportamento do consumidor: Quais fatores influenciam o marketing**. Harmo. 2020. Disponível em: <https://harmo.me/blog/comportamento-do-consumidor/>. Acesso em: 18 abril 2023.

BM & FBOVESPA. **Orçamento pessoal**. 2021. Disponível em: http://03_Planilha_BMeFBovespa_OrcamentoPessoalEdu. Acesso em 12 jun.2023.

BUGARIM, Maria Clara Cavalcante. **Orçamento Familiar e Controle Social**. Brasília. Editora Fundação brasileira de contabilidade, 2012.

BUSS, Larissa da Silva; AMORIM, Gabriela Vicente de. **Educação financeira: a importância da sua inclusão no processo de ensino aprendizagem desde o ensino fundamental**. Matemática-Tubarão, 2020. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/16278/1/TCC%20Larissa%20e%20Gabriela.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2023.

CAMARGO, Pedro Celso Julião D. **Neuromarketing: a nova pesquisa de comportamento do consumidor**. São Paulo, SP: Atlas. 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522476961/>. Acesso em: 22 abril. 2023.

CAMPARA, Jéssica Pulino; VIEIRA, Kelmara Mendes; COSTA, Vânia Medianeira Flores; FRAGA, Luana dos Santos. **O dilema dos inadimplentes: antecedentes e consequentes do “nome sujo”**. Revista Brasileira de Marketing, v. 15, n. 1, p.71-85, 2016.

CARVALHO, Helder Araújo de; SOUSA, Felipe Gerhard Paula; FUENTES, Verónica Ligia Peñaloza. **Representação Social do Endividamento Individual**. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 11, n. 1, p. 100-115, 2017.

CASTRO, Carlos Wagner Abreu. **Fatores psicológicos e sociais que influenciam o comportamento do consumidor**. Núcleo do Conhecimento. 2021. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/marketing/fatores-psicologicos>. Acesso em: 30 abr. 2023.

CHEROBIM, A. P. M. S.; ESPEJO, MM dos SB. **Finanças pessoais: conhecer para enriquecer**. São Paulo: Atlas, 2011.

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO (CFA) (org.). **Como cuidar de suas finanças pessoais**. 2015. Disponível em: <https://cfa.org.br/wpcontent/uploads/2018/02/10cfa-cartilha-financa-pessoal.pdf>. Acesso em: 26 abril. 2023

CONTE, Marta et al. **Consumismo, uso de drogas e criminalidade: riscos e responsabilidades**. Psicologia: ciência e profissão, v. 27, n. 1, p. 94-105, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pcp/v27n1/v27n1a08.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2023.

CORNETT, Marcia Millon; ADAIR JR., Troy A.; NOFSINGER, John; **Finanças**. Porto Alegre: AMGH, 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580552157/pageid/0>. Acesso em: 28 mar. 2023.

DA SILVA, Patrícia Cardoso Carvalho. **A Contabilidade e o gerenciamento das finanças pessoais**. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 8, n. 12, p. 23-30, 2022. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/7968/3134>. Acesso em: 27 mar. 2023.

Eid Júnior, W., & Garcia, F. G. (2001). **Como Fazer o Orçamento Familiar**. Publifolha

ENAGO. **Métodos De Pesquisa e Metodologia: Conceitos e Aplicações Na área Científica**. Enago. 2021. Disponível em: <https://www.enago.com.br/academy/difference-methods-and-methodology/>. Acesso em: 20 maio 2023.

FANECO, Livia Carvalho da Silva. **O superendividamento do consumidor: análise das decisões do Superior Tribunal de Justiça acerca do contrato de cartão de crédito**. 2016. Dissertação (Mestrado em Direito) - Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Direito. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2016. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/107/107131/tde-01092017-080249/publico/LiviaCSFanecoOriginal.pdf>. Acesso em: 17 abril. 2023.

FARIA, Luiz Henrique Chaves de. **Planejamento financeiro pessoal**. 2008. 36 f. Monografia (Graduação) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2008.

FELIPE, Rafael Silveira. **Análise do perfil do endividamento e da inadimplência familiar no Brasil**. 2023. Disponível em: https://monografias.ufop.br/bitstream/35400000/5403/2/MONOGRRAFIA_An%c3%a1lisePerfilEndividamento.pdf. Acesso em 06 jun.2023.

FERBANI, Adilson. **Demografia: o fator determinante para o futuro das organizações**. Administradores. 2011. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/demografia-o-fator-determinante-para-ofuturo->

das-organizacoes. Acesso em: 01 maio. 2023.

FERREIRA, R. **Como Planejar, Organizar e Controlar seu Dinheiro**. Thomson IOB. São Paulo: 2006.

FIGUEIREDO, César Augusto Carvalho de. **O inadimplemento do contrato e suas espécies**. 2013. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/24019/o-inadimplemento-do-contratado-e-suas-especies#ixzz2OHvYcsRr>. Acesso em 05 jun. 2023.

FRANKENTHAL, Rafaela. **9 Fatores Que Influenciam O Comportamento Do Consumidor**. Mindminers. 2022. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/fatores-que-influenciam-comportamento-doconsumidor/>. Acesso em: 02 maio 2023

GAMA, Bruna Soares da.; CORREIA, Marcos Vasconcelos. **Planejamento financeiro pessoal e a importância da gestão dos próprios recursos – Um estudo de caso com os estudantes de Administração da Faculdade Paraíso do Ceará – FAP CE**. Revista Científica Semana Acadêmica, Fortaleza, ano MMXII, nº 7, 2013. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/bruna.pdf>. Acesso em: 28 de abril. de 2023.

GIL, Antonio C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 7ª edição. São Paulo, SP: Ática 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020991/>. Acesso em: 05 jun. 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. Barueri [SP]: Atlas, 2022. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559771653/pages/recent>. Acesso em: 26 out. 2023.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GITMAN, L. J; MADURA, J. **Administração financeira: uma abordagem gerencial**. 1. Ed. São Paulo: Pearson, 2003.

GONCALVES, Suelen de et al. **A educação financeira frente ao consumo e endividamento das famílias brasileiras**. 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/232079>. Acesso em 08 abril. 2023.

HARARI, Yuval Noah. **Uma breve história da humanidade sapiens**. Porto Alegre: L&PM Editores, 2018.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. 2023. Disponível em:

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/rendimento-despesa-e-consumo/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html>. Acesso em 02 out. 2023.

ISOPPO, M.; ZILLI, J. C.; BIFF, M. **Perspectivas para a educação financeira no ensino superior**. Congresso Sul Catarinense de Administração e Comércio Exterior, vol. 3, 2019. Disponível em:
<https://periodicos.unesc.net/ojs/index.php/admcomex/article/view/5247/4746>. Acesso em: 27 mar.2023.

JACOBSEN, A. L. **Metodologia Científica** (orientação ao TCC). Florianópolis, SC: UFSC, 2016. Disponível em:
<https://cursodegestaoelideranca.paginas.ufsc.br/files/2016/03/Apostila-Orienta%C3%A7%C3%A3o-ao-TCC.pdf>. Acesso em: 01 de jun. 2023.

JERONIMO, Matheus Tortorelli; PRAZERES, Fabiano Siqueira dos. **A inadimplência e a liberalidade das linhas de crédito: um estudo de caso em uma instituição financeira**. Revista Eletrônica Diálogos Acadêmicos, v. 8, n. 1, p.4-29, 2015.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. São Paulo: Pearson, 2015.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 14^a ed., 2012.

LAKATOS, Eva M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo, SP: Bookman. 2021. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026580/>. Acesso em: 30 mar. 2023.

LIMA, Aline P. **Comportamento do consumidor**. São Paulo, SP: Bookman. 2020. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786581492144/>. Acesso em: 02 maio. 2023.

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. **Comportamento do consumidor brasileiro**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

LIZOTE, Suzete Antoniete; SIMAS, de Jaqueline; LANA, Jeferson. **Finanças Pessoais: um estudo envolvendo os alunos de Ciências Contábeis de uma instituição de ensino de Santa Catarina**. 2012. Disponível em:
<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/10216156.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2023.

LOZADA, Gisele; NUNES, Karina da S. **Metodologia Científica**. São Paulo, SP:

Bookman 2019. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595029576/>. Acesso em: 02 jun. 2023.

LUCION, Carlos Eduardo Rosa. **Planejamento financeiro**. Revista eletrônica de contabilidade, v. 2, n. 1, p. 160, 2005.

LUCKE, Viviane Aparecida Caneppele; FILIPIN, Roselaine; BRIZOLLA, Maria Margarete Baccin; VIEIRA, Euselia Pavaglio. **Comportamento financeiro pessoal: um comparativo entre jovens e adultos de uma cidade da região no roeste do estado do RS**. Anais do XVII Semead – Seminários em Administração. São Paulo: FEA-USP, 2014.

MACEDO, Jurandir Sell Jr. **A árvore do dinheiro: Guia para cultivar sua independência financeira**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MALHOTRA, N.K. 2006. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4ª ed., Porto Alegre, Bookman.

MAÑAS, Antonio V.; KUAZAQUI, Edmir; LISBOA, Teresinha C. **Administração: fundamentos da administração empreendedora e competitiva**. São Paulo: Atlas, 2018.

MARCELINO, Carla Andréia Alvezs da Silva. **Metodologia de pesquisa**. Curitiba: Contentus, 2020.

MARQUES, Wagner Luiz. **Gestão financeira: fundamentos estratégicos de finanças**. São Paulo: Viena, 2018

MASSARO, André. **Como cuidar de suas finanças pessoais: CFA**. - Brasília, DF. Conselho Federal de Administração, 2015. Disponível em: <https://www.yumpu.com/en/document/read/54949580/como-cuidar-de-suas-financas-pessoais/2>. Acesso em: 27 mar. 2023.

MATSUMOTO, A.S.,Junior,I., Bourahli, A., & Carreiro,L. (2013). **Finanças Pessoais: Um estudo sobre a importância do planejamento financeiro pessoal**. Encontro Nacional dos cursos de graduação em Administração. XXIV ENANGRAD. Disponível em: [https:// docplayer.com.br/8639930-Xxiv-enangrad-fin-financas-financas-pessoais-um-estudo-sobre-a-importancia-do-planejamento-financeiro-pessoal-alberto-shigueru-matsumoto.html](https://docplayer.com.br/8639930-Xxiv-enangrad-fin-financas-financas-pessoais-um-estudo-sobre-a-importancia-do-planejamento-financeiro-pessoal-alberto-shigueru-matsumoto.html). Acesso em: 20 out. 2023.

MATURANA, Ana Carolina Koltermann et al. **Finanças pessoais: um estudo dos microempreendedores individuais da cidade de Giruá–rs**. Revista de Administração e Comércio Exterior (ISSN: 2447-2719), v. 1, n. 2, p. 2-18, 2015. Disponível em: <https://silo.tips/download/finanas-pessoais-um-estudo-dos>

microempreendedores-individuais-da-cidade-de-giru. Acesso em: 27 mar. 2023.

MEDEIROS, Ícaro Alberto Dantas. **Finanças pessoais: uma perspectiva de trabalhadores autônomos do ramo de transporte escolar sobre o planejamento financeiro pessoal**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Disponível em:
https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/50453/1/Financas_Medeiros_2022.pdf
f. Acesso em: 22 abril. 2023.

MELLO, de Bandeira Machado Lydio. **Quais são os instrumentos de coleta de dados de pesquisa?** Rockcontent. Revista mundo acadêmico, 2021. Disponível em:
<https://biblio.direito.ufmg.br/?p=5116>. Acesso em: 01 jun. 2023.

MERLO, Edgard M.; CERIBELI, Harrison B. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo, SP – Letras&Cia. 2013. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2538-4/>. Acesso em: 25 abr. 2023

NERUS. **O que são características demográficas do consumidor e como impactam seu negócio**. Nerus. 2022. Disponível em:
<https://nerus.com.br/blog/varejo/o-quesao-caracteristicas-demograficas-consumidor/>.
Acesso em: 29 abril. 2023.

Oliveira, R. B. de, & Kaspczak, M. C. de M. (2013). **Planejamento financeiro pessoal: uma revisão bibliográfica**. Congresso Internacional de Administração, Ponta Grossa. Disponível em: www.admpg.com.br/2013/down.php?id=577&q=1. Acesso em: 23 abril. 2023

PEIC, **Pesquisa de endividamento e inadimplência do consumidor**. Disponível em: <https://www.fecomercio.com.br/pesquisas/indice/peic>. Acesso em: 09 abril. 2023.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; CASTRO, Morgana Franciéle Marques de. **Energia, sustentabilidade ambiental e consumismo frente à globalização**. ZACÃO, p. 9, 2010. Disponível em:
https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/RC_GLOBALIZACAO_EBOOK.pdf#page=11.
Acesso em: 12 mar. 2023.

PERES, Luiz Henrique Arêas. **Educação financeira: uma abordagem realista na escola**. 2018. . 68 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Matemática) – Instituto de Matemática e Estatística, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018. Disponível em:
https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/13820/Monografia_2018-1_Luiz%20Henrique%20Ar%c3%aaas%20Peres.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
Acesso em 01 abril. 2023.

PERIN, Andrea Pavan; CAMPOS, Celso Ribeiro. **Educação financeira: uma**

possibilidade de integração com a educação estatística, 2021. Disponível em: <http://funes.uniandes.edu.co/30338/1/Pavan2021Educa%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em 04 abril. 2023.

Presidência da República, Casa Civil, **LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 17 jun. 2023.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Etapas de um projeto de pesquisa**. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

SAMARA, Beatriz Santos, MORSH, Marco Aurélio. **Comportamento do consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

RIBEIRO, Rodrigo Fernandes; LARA, Ricardo. **O endividamento da classe trabalhadora no Brasil e o capitalismo manipulatório**. Serviço Social & Sociedade, [S.L.], n. 126, p. 340-359, jun. 2016. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-66282016000200340&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 15 abr. 2023

ROCHA, Lygia C. **Série Gestão Estratégica - Consumidor - Como Elaborar o seu Perfil**. São Paulo, SP – Letras. 2009. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2264-2/>. Acesso em: 16 abr. 2023.

SAITO, André Taue. **Uma contribuição ao desenvolvimento da educação financeira em finanças pessoais no Brasil**. 2007. 152 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-28012008-141149/en.php>. Acesso em: 24 out. 2023.

SAMARA, Beatriz Santos, BARROS, José Carlos. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SAMARA, Beatriz Santos, MORSH, Marco Aurélio. **Comportamento do consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SANTOS, F. R. **Planejamento Financeiro**. Cuiabá: UFMT, 2015

SANTOS, J. **Finanças pessoais para todas as idades: um guia prático**. São Paulo: Atlas, 2014.

SILVA, Adriana Cristina et al. **Qualidade de vida e endividamento**. Desafio Online, v. 8, n. 2, 2020.

SILVA, Juliana Tomaz de Lima; SOUZA, Dércia Antunes. **Análise do endividamento e dos fatores que influenciam o comportamento de alunos universitários**. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, [S.l.], v. 12, p. 1-15, 2015. Disponível em: https://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_302_8.pdf. Acesso em: 19 abr. 2023.

SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do Consumidor**. São Paulo, SP: Bookman. 2016. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582603680/>. Acesso em: 09 abr. 2023.

SPC. **O Conceito Do Endividamento E As Consequências Da Inadimplência**. 2016. Disponível em: https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/analise_educacao_financeira_dividas.pdf. Acesso em: 07. Abril. 2023.

TEIXEIRA, Wesley Carminati; KISTEMANN, Marco Aurelio Junior (2017). **Uma investigação sobre a inserção da Educação Financeira em um curso de serviço de Matemática Financeira para graduandos de um curso de Administração**. Educação Matemática Pesquisa, 19, p. 223-249. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/emp/article/view/27828/pdf>. Acesso em: 01 abril. 2023.

Tommasi, A. & Lima, F. (2007). **Viva melhor sabendo administrar suas finanças**. São Paulo: Saraiva.

VAHIDOV, R.; HE, X. **Situated DSS for personal finance management: design and evaluation**. Information & Management, v.47, n.2, p. 78-86, March 2010

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

VIEIRA, Glauciane; PESSOA, Cristiane. **Educação financeira pelo mundo: como se organizam as estratégias nacionais?**. Educação Matemática Pesquisa, v. 22, n. 2, p. 658-688, 2020. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/emp/article/view/47580/pdf>. Acesso em: 01 abril. 2023.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO NO TCC II

Olá, sou formanda do curso de Administração, do Campus Universitário da Região dos Vinhedos, da Universidade de Caxias do Sul e esta pesquisa foi concebida e desenvolvida por meio de uma metodologia com o objetivo de identificar qual o comportamento de consumo e sua influência nas finanças pessoais. Sua colaboração é fundamental para a conclusão deste trabalho. Para tanto, peço a gentileza que participe dessa pesquisa preenchendo o questionário com a maior precisão possível. Ressalto, que todas as informações obtidas são confidenciais e seu respondente não será identificado. Comentários e sugestões serão muito bem-vindos!

Tempo médio de resposta: aproximadamente 5 minutos.

Muito obrigada pelo seu tempo e sua participação!

Acadêmica: Emanuela Aparecida Jaskulski

1) Você se considera consumista?

- Sim, compro sem necessidade
- Sim e acabo me endividando
- Sim, compro por estar na promoção
- Não, compro conforme meu planejamento
- Outro

2) Como é a sua relação com o consumo:

- Compras compulsivas.
- Compras planejadas.
- Compras planejadas e definidas dos produtos de uma marca com valores que agradam você.
- Compra de uma marca qualquer se estiver precisando de um determinado produto.
- Outro

3) Quanto aos aspectos que possam te influenciar a comprar algo, marque o que mais te influencia. Indique as TRÊS opções que mais te influenciam:

- Anúncios em mídias sociais

- () Datas comemorativas
- () Familiares e amigos
- () Redes Sociais (Instagram, Facebook, entre outras)
- () Campanhas de descontos e promoções
- () Propagandas em televisão
- () Indicação de influencers e celebridades
- () Pesquisas de opinião

4) Quanto as características que são importantes para você comprar certo produto. Indique até TRÊS opções que mais te influenciam:

- () Menor preço
- () Frete Grátis
- () Reputação da Empresa
- () Facilidade de Compra
- () Produto feito aqui na cidade/região
- () Imagem do produto
- () Economia de tempo
- () Condições de Pagamento
- () Variedade de opções
- () Ganhar pontos de fidelidade

5) Meu estado emocional interfere nas minhas compras.

- () Discordo totalmente
- () Discordo parcialmente
- () Nem concordo e nem discordo concordo
- () Concordo
- () Concordo totalmente

6) Possui receio em efetuar compras online e ser vítima de fraude, por isso adquiro meus produtos e serviços presencialmente.

- () Discordo totalmente
- () Discordo parcialmente
- () Nem concordo e nem discordo
- () Concordo

Concordo totalmente

7) Frequentemente eu faço compras que depois eu não gostaria de ter feito.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Nem concordo e nem discordo

Concordo

Concordo totalmente

8) As novas tendências podem persuadir na escolha das minhas principais aquisições.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Nem concordo e nem discordo

Concordo

Concordo totalmente

9) Eu gerencio minhas contas de uma forma muito organizada.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Nem concordo e nem discordo

Concordo

Concordo totalmente

10) Eu sempre pago minhas contas em dia.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Nem concordo e nem discordo

Concordo

Concordo totalmente

11) Eu nunca gasto mais do que eu planejei em alimentação, vestuário, transporte etc.

Discordo totalmente

- () Discordo parcialmente
- () Nem concordo e nem discordo
- () Concordo
- () Concordo totalmente

12) Busco sempre conhecimento e pesquisas sobre o tema finanças pessoais.

- () Discordo totalmente
- () Discordo parcialmente
- () Nem concordo e nem discordo
- () Concordo
- () Concordo totalmente

13) Controlo minhas finanças pessoais por meio de planilha, app no celular, anotações...

- () Discordo totalmente
- () Discordo parcialmente
- () Nem concordo e nem discordo
- () Concordo
- () Concordo totalmente

14) Devo minha educação financeira a minha família que sempre me orientou.

- () Discordo totalmente
- () Discordo parcialmente
- () Nem concordo e nem discordo
- () Concordo
- () Concordo totalmente

15) Minha educação financeira veio por meio da experiência prática e convívio em escola / universidade.

- () Discordo totalmente
- () Discordo parcialmente
- () Nem concordo e nem discordo
- () Concordo
- () Concordo totalmente

16) Nível de satisfação a respeito do seu conhecimento em finanças pessoais.

Pouco satisfeito					Muito satisfeito				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

17) Considerando o total da sua renda mensal, informe aproximadamente, qual o percentual desta renda está comprometida com dívidas mensais, tais como, cartões de crédito, carnês de loja, empréstimo pessoal ou prestações de financiamentos.

- 100%
- 70% a 60%
- 90% a 80%
- 50%
- 40% a 20%
- 10%
- Não está comprometida

18) Quais das opções mais retrata seu comprometimento da renda. Indique TRÊS opções.

- Aluguel
- Automóvel
- Cartão de crédito
- Empréstimos
- Família (alimentação, educação, saúde)
- Vestuário (roupas, acessórios, calçados ...)
- Lazer (refeições em bares, restaurantes, festas, viagens...)
- Gastos com educação própria/Graduação
- Outro

19) Nível de satisfação da sua atual situação financeira.

Pouco satisfeito					Muito satisfeito				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

20) Qual seu gênero?

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não opinar

21) Faixa etária:

- 16 a 25 anos
- 26 a 35 anos
- 36 a 45 anos
- Acima de 45 anos

22) Qual seu estado civil?

- Solteiro (a)
- Casado (a)
- Separado/divorciado (a)
- Outro

23) Qual sua renda mensal individual?

- Até R\$:2.500,00
- De R\$: 2.501,00 a R\$: 3.000,00
- De R\$: 3.001,00 a R\$: 5.500,00
- Acima de R\$: 5.501,00

24) Principal fonte de renda.

- Emprego formal com vínculo empregatício
- Proprietário de empresa
- Autônomo
- Emprego informal
- Estágio
- Não trabalha
- Outro

25) Possui fonte de renda secundária.

- Aluguéis

- Investimentos financeiros
- Emprego informal
- Não tenho outra fonte de renda
- Outro

26) Qual o segmento em que você atua:

- Indústria
- Comércio varejista
- Comércio atacadista
- Prestação de serviços
- Outro

27) Há quanto tempo está atuando neste segmento:

- 1 a 3 anos
- 4 a 6 anos
- Mais de 7 anos