



## EDUCAÇÃO FINANCEIRA: O NOVO PERFIL DAS FAMÍLIAS NA ADMINISTRAÇÃO DAS FINANÇAS PESSOAIS

Paulo Roberto Santana Borges, (TIDE), Unespar – Câmpus de Campo Mourão,  
paulorsb@yahoo.com.br

**RESUMO:** O tema educação financeira aborda a relação dos indivíduos com o consumo de produtos e serviços. Esse trabalho tem por objetivo identificar o novo perfil das famílias na administração das finanças pessoais. As análises aqui descritas, apuradas em uma pesquisa qualitativa/quantitativa e descritiva, têm como propósito contribuir para o estudo do comportamento de consumo das famílias brasileiras e o reflexo nas finanças pessoais. A busca por pontos comuns entre teoria e os dados resultantes dos dados aplicadas no que tange a fatores econômicos, sociais, culturais, pessoais e psicológicos de influência na ação de consumo das famílias se fez necessária para atingir os resultados. Assim, os resultados demonstraram que existe uma estreita relação entre as variáveis do significado do dinheiro, e as variáveis de orientação de consumo.

Palavras-chave: Educação Financeira. Consumo. Poupança.

### INTRODUÇÃO

A abordagem dos assuntos sobre os estudos da “educação financeira” pode capacitar as pessoas e as famílias a entenderem melhor o mundo em que vivem, torná-los cidadãos críticos que conseguem entender as notícias veiculadas através dos meios de comunicação, prepara-los para ingressar no mundo do trabalho, consumir, questionar, indagar sobre seus direitos e analisar quais os seus deveres. O estudo ligado à educação financeira tem uma dimensão sócio-político-pedagógico, visa a contribuir para a formação do cidadão atuante.

Educação Financeira é uma temática muito divulgada nos jornais, revistas, telejornais envolvendo assuntos como o endividamento, controle financeiro, valorização da renda, entre outros.

Subsidiado pelos insistentes apelos vindos dos meios de comunicação, algumas escolas, crises econômicas de toda ordem, facilidades de crédito, desconforto financeiro familiar e *marketing* cada vez mais agressivo remetem as pessoas e as famílias para a qualificação na temática “educação financeira” que não é parte do contexto educacional formal nas escolas brasileiras.

Contudo, acreditamos que a educação financeira não deve ser confundida com o ensino de técnicas e macetes de bem administrar o dinheiro, nem tampouco ser confundida como um manual de regras moralistas. O objetivo real da educação financeira está no sentido criar uma mentalidade adequada e saudável em relação ao bom uso do dinheiro na aquisição de bens e serviços pelos consumidores, além das decisões nas aplicações financeiras.

Considerando essa postura, criamos ferramentas na qual se deve atuar de forma a aproximar as situações encontradas no cotidiano de um grupo cultural específico e age como um processo dinâmico usado para a compreensão de situações advindas do mundo real (BASSANEZI, 1994).

É possível executar um projeto de educação financeira para as famílias, pois, possibilita uma linguagem comum entre as pessoas e objetivando a formação dos valores éticos para que possa construir uma situação de sustentabilidade econômica e financeira. Assim, a educação financeira, passa a ser a referência dos conteúdos tradicionais do conhecimento devido sua importância para a racionalização da administração financeira pessoal.

Numa economia cada vez mais capitalista e globalizada, a sedução através da mídia, a arte do designer e as estratégias de marketing devem ser cuidadosamente administradas e combatidas pelos consumidores e assim se constituindo como uma forma inteligente de manter um orçamento equilibrado.

A princípio este trabalho teve o objetivo principal de contextualizar a disseminação da orientação sobre a temática “educação financeira” focando o novo perfil das famílias sobre a administração das finanças pessoais. O resgate do papel de mediador na transferência do conhecimento, através de uma prática que leva em consideração os interesses e as necessidades de da administração financeira pessoal mais consciente e que como resultado venha proporcionar uma melhor condição de vida para as famílias.

A metodologia empregada neste trabalho foi qualitativa/quantitativa descritiva, foi utilizado um método de pesquisa bibliográfica em livros, artigos científicos, sítios eletrônicos para revisão de literatura sobre educação financeira, além de dados estatísticos na forma de gráficos para auxiliar nas análises necessárias.

O interesse em estudar o comportamento financeiro das famílias reside na possibilidade de levantar dados, informações e resultados que possam subsidiar a realização de pesquisas envolvendo os hábitos de consumo, além de fazer parte das pesquisas que fazem parte do projeto de Tempo de Dedicção Exclusiva – TIDE que está vinculado aos estudos sobre Educação Financeira.

Além da introdução, esse trabalho está organizado em três partes. Na primeira parte tratamos da contextualização teórica da educação financeira. Na segunda parte retratamos sobre a educação financeira no País. Na terceira parte abordamos sobre o novo perfil de consumo das famílias brasileiras com ilustrações gráficas

## **CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

A contextualização e a interdisciplinaridade se constituem nos dois princípios que inspiram o uso transformador da educação financeira. Na visão de MAIA (2000) essa associação está relacionada à integração do saber, das competências exercidas nas diversas áreas do conhecimento. “A perspectiva interdisciplinar implica reconhecer que todo o conhecimento mantém um diálogo

permanente com outros conhecimentos, que pode ser de complementação, de negação, de ampliação e de iluminação de aspectos não distinguido” (MAIA, 2000, p.34).

Segundo pesquisa da Data Popular (2008), o consumo encontra-se ligado a fatores subjetivos, tais como autoestima e *status*. Isso é um parâmetro para entender por que as pessoas tendem a comprar bens de consumo sem planejamento, principalmente quando não estão preparadas para não ceder às promoções e facilidades de pagamento.

Em relação à contextualização, MAIA (2000) a conceitua como uma estratégia para encontrar os pontos de ligação que permitem ao indivíduo dar significado ao que está aprendendo e praticando nas relações que envolvem a sua renda e o consumo, o que depende da sensibilidade do profissional da educação financeira, inclusive na formação de cidadãos.

Perrenoud (2002) diz que ensinar direitos e deveres sem mudança de pensamento e atitude não é suficiente para se formarem cidadãos. Assim o exercício da cidadania é ingrediente indispensável da construção de uma sociedade democrática e justa, e a educação financeira tem como principal propósito ser um componente da formação para a cidadania que se deve muito de como o indivíduo se planeja para as tomadas de decisões, entre elas sobre as finanças pessoais.

As decisões de consumo e poupança são influenciadas por diversos fatores, segundo Lucci et al. (2006), o nível de conhecimento sobre educação financeira: trata-se de conhecimentos básicos como liquidez de ativos, valor do dinheiro no tempo, efeito da incidência de juros compostos, custo de financiamento, fluxo de caixa, orçamento e risco. Relevante, também é a atitude dos indivíduos em relação às decisões financeiras: trata-se das reações dos indivíduos em sua vida prática. Esta variável tem por objetivo avaliar se há outros fatores que influenciam as decisões de consumo e poupança.

A falta de planejamento e a sensação de que o presente não se relaciona com o passado nem com o futuro faz com que o tempo pareça multiplicado em “eternos instantes” acidentais e episódicos. A educação financeira inter-relaciona passado, presente e futuro, conferindo às ações do presente a responsabilidade pelas consequências que advirão. Para se alcançar determinada situação, é necessário planejamento que contemple distintas etapas de execução, o que envolve priorização e renúncias que não seriam cogitadas pelo pensamento exclusivo do presente (BACEN, 2013).

Assim como no Brasil, nos Estados Unidos, a preocupação com educação financeira também existe, apesar da reconhecida potencia econômica mundial. O grande número de inadimplências, falências e consequências da má administração das finanças pessoais na economia, instituições públicas e privadas estudam constantemente essa situação e maneiras de disponibilizar programas educativos para a população, iniciando nas escolas primárias. Em trabalho do Banco Central dos Estados Unidos (Federal Reserve) ficou definido que os objetivos são encontrar as melhores práticas de ensino, os locais de maior abrangência, o público-alvo (BRAUNSTEIN e WELCH, 2002).

IX EPCT – Encontro de Produção Científica e Tecnológica  
Campo Mourão, 27 a 31 de Outubro de 2014  
ISSN 1981-6480

Nesse contexto, selecionamos duas pesquisas, a primeira realizada na Universidade Texas A&M University-Commerce (AVARD *et al.*, 2005) com alunos do primeiro ano da graduação, aplicou-se um questionário com 20 questões sobre finanças. Verificou-se que dos 407 respondentes, 92% dos alunos tiveram um aproveitamento abaixo de 60%; o melhor aluno acertou 80% das questões e a média de acerto foi de 34,8%.

A segunda pesquisa de maior abrangência, realizada nos Estados Unidos, os alunos das 924 faculdades pesquisadas responderam corretamente, em média, 53% das questões. O principal ponto de dificuldade parece ser em relação às decisões de investimento; os alunos acertaram, em média, somente 40% das questões (Chen e Volpe, 1998).

Lucci *et al.* (2006), destaca que nos resultados das duas pesquisas mencionadas anteriormente e em estudos realizados nas três últimas décadas, os autores responsáveis pelas pesquisas concluíram de que existe uma falha no sistema educacional do país em relação à educação financeira, que pode afetar as decisões financeiras daqueles alunos consultados.

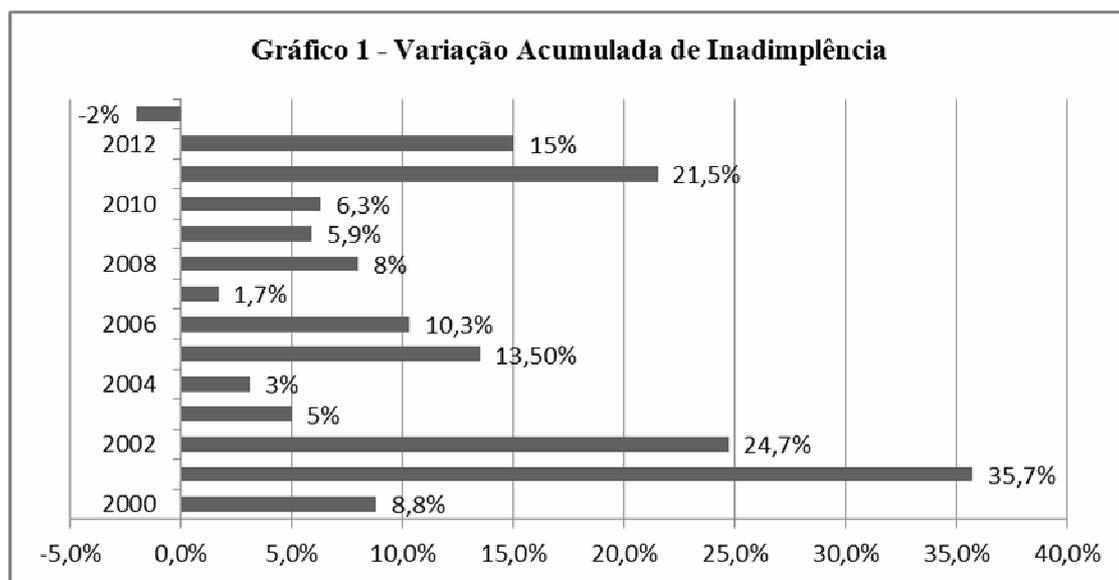
Assim no Brasil essas preocupações são levadas em consideração, pois de acordo com Jeunon (2004), os consumidores têm vontade de consumir bens, mas nem sempre podem fazê-lo. Por isso, é importante estabelecer um processo de escolha de prioridades, procurando disciplinar a vontade de consumir, obedecendo às limitações possíveis do planejamento financeiro. Lembrando que “a escolha é inerente a cada pessoa, que é um padrão de referência e funciona como filtro, selecionando a aceitação e o processamento de qualquer informação. Nesse sentido, há uma estreita ligação entre o consumo e a forma como o indivíduo administra suas finanças pessoais” (PEREIRA, 2009, p. 11).

Cobra (1997) relata que os indivíduos devem repensar suas prioridades de consumo, devido as instabilidades econômicas, pois nem sempre os negócios podem contar com a regularidade, pois o mercado e a economia são crescentes e vulneráveis. “Em uma época de crise econômica, por exemplo, os consumidores tendem a reduzir o padrão de consumo da família, restringindo-se a comprar produtos realmente essenciais, eliminando o supérfluo” (COBRA, 1997, p. 62).

Segundo Paiva e Mendes (2007) a responsabilidade por grande parte do endividamento do consumidor vem da ausência de planejamento e organização das finanças pessoais. A experiência adquirida ao longo do tempo faz reconhecer que uma simples orientação básica sobre educação financeira se faz necessário para planejar a vida em sua trajetória, quanto para estabelecer pequenas metas pessoais para fazer os sonhos materiais se concretizarem.

A Serasa (2013), órgão de centralização de serviços bancários, divulga constantemente que a inadimplência dos consumidores está em patamar além do desejável, sendo que o crescimento da inadimplência, em média atingiu 11,3% durante o período 2000-2013, porém devido o maior rigor na concessão de crédito aliado a preocupação dos consumidores em quitar as dívidas fizeram com o

índice de inadimplência em 2013 tivesse um recuo em 2%<sup>1</sup> na comparação com o ano anterior. Nos demais anos a variação foi positiva, salientando que nos anos de 2001, 2002 e 2011 ocorreram as maiores variações, notadamente em 2001 com variação anual de 35,7% (Gráfico 1).



Fonte: Serasa Experian de inadimplência do consumidor (2013)

O consumidor ao se preparar para a administração financeira pessoal o leva a menores dificuldades quando ocorrer as oscilações e imprevistos da economia, haja vista, que nos últimos anos o consumidor vem sofrendo uma série de influências do marketing e da propaganda motivando o consumo cada vez maior por bens e serviços o que vem de encontro com o entendimento de Gliglio (2002), defendendo que o consumidor é influenciado por família, crenças, costumes, valores, idade, sexo, raça, e tudo o mais que impacta na formação de sua personalidade.

Os estudos recentes da economia têm levado em conta apenas a racionalidade do consumidor, mesmo sabendo que não existe decisão humana que não considere a subjetividade. Segundo com Paiva e Mendes (2007), não podemos consumir os bens como queremos e, por isso, somos obrigados a escolher, porque as necessidades são ilimitadas e os recursos escassos..

Como é de conhecimento, temos visto consumidores dos mais diversos tipos, ou seja, o mais comedido, o mais extravagante, o compulsivo, entre outros. Nessa linha, Solomon (2002) enfoca três

<sup>1</sup> A queda de 2,0% na inadimplência dos consumidores em 2013 foi puxada pelo recuo de 9,4% no volume de cheques devolvidos (2ª devolução por falta de fundos) e pela queda de 4,8% na inadimplência das dívidas não bancárias (cartões de crédito, financeiras, lojas em geral e prestadoras de serviços como telefonia e fornecimento de energia elétrica, água, etc.). Já junto aos bancos, a inadimplência em 2013 subiu 0,6%, ao passo que o ano passado também presenciou uma alta de 5,8% no volume de títulos protestados.

tendências, sendo uma delas relacionada à integração e à afiliação do indivíduo com os outros; outra relacionada a diferenciação e distribuição e por fim que os padrões de preferência são determinados por uma terceira tendência que é o processo de comparação individual e social.

Segundo Pindyck; Rubinfeld (2005) os consumidores maximizam sua satisfação a partir da escolha de uma cesta de atributos no mercado, em função daquilo que entendem como de maior utilidade para si, sem ultrapassar sua restrição orçamentária, definido pela teoria do consumidor.

### **Comportamento do consumidor e os fatores influenciam no consumo**

Alguns fatores influenciam diretamente nas decisões dos consumidores, como exemplo o hábito e a cultura da poupança para os indivíduos e para qualquer nação que pretenda livrar-se da pobreza, pois sabendo investir os recursos poupados é fundamental para a economia de um país. Os brasileiros, em geral, não possuem muito o hábito de planejar as finanças pessoais, devido a própria cultura, a falta de educação financeira nos bancos escolares, além de um histórico de desestabilização econômica vivida há algumas décadas (HALFELD, 2004).

Os autores Cobra (1997), Boa Nova (2007) e Paiva e Mendes (2007), orientam que a busca da compreensão do comportamento do consumidor gira em torno das ações dos próprios consumidores. Prossegue os autores, em que a compreensão do comportamento do consumidor faz abrir leque de situações possíveis para ser estudada, que vêm sendo influenciadas ao longo do tempo.

Segundo Karsaklian (2000) e Kotler e Armstrong (2003) os fatores determinantes que influenciam na tomada de decisão do consumidor são: i) a) Diferenças individuais - recursos do consumidor, conhecimento, atitude, motivação e personalidade, valores e estilo de vida; ii) Influências ambientais - cultura, classe social, influência pessoal, família e situação; iii) Processos psicológicos - informação em processamento, aprendizagem e mudança de atitude e comportamento; iv) Motivações \_ recebem influências de necessidades básicas (necessárias para sua sobrevivência), psicológicas; v) Personalidade – baseia-se no ambiente em que o consumidor está inserido no momento da compra; e vi) Percepção – considerada como “processo pelo qual as pessoas selecionam, organizam e interpretam informações para formar uma imagem significativa do mundo”.

### **A EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO BRASIL**

A Educação Financeira é uma temática que começa ser mais divulgada, discutida e estudada no território brasileiro. Apesar disso, vimos, a partir de nossos estudos, que a medida do passar dos anos existe uma redução de carência de trabalhos que tenham por objetivo analisar propostas que tratam desse assunto, graças a ampla socialização das técnicas e orientações sobre a administração financeira pessoal.

Saito (2007) aponta que não há especificamente trabalhos sobre a implantação da Educação em Finanças Pessoais nos currículos nacionais<sup>2</sup>, sendo essa uma lacuna que os educadores de forma geral estão reivindicando. Segundo o autor, a maior parte dos trabalhos brasileiros relacionados a educação financeira está voltada para a discussão da gestão do patrimônio, havendo necessidade de uma análise do ponto de vista mais pontual.

Experimentamos um avanço na disseminação dessa temática, pois a sociedade e os educadores reconhecem a importância da discussão da Educação Financeira nas escolas. No entanto, o interesse é de que os conteúdos possam dialogar de forma multidisciplinar, como a matemática, economia, economia, ciências contábeis e engenharias.

No Brasil, devido a importância da educação financeira para a vida das pessoas de todas as classes sociais, entidades brasileiras disponibilizam programas e ações que estão sendo desenvolvidos em nosso país relacionadas à Educação em Finanças Pessoais, conforme relação a seguir:

- O Banco Central do Brasil possui o Programa de Educação Financeira (PEF), uma proposta de orientação da sociedade sobre assuntos econômicos.
- A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) promove palestras e disponibiliza cartilhas e um site com o propósito de orientar as pessoas sobre investimentos.
- A Bolsa de Valores de São Paulo criou o Programa Educacional BOVESPA com o objetivo de discutir a importância da Bolsa de Valores em um país e o funcionamento do mercado de ações.
- A Bolsa de Mercadorias e Futuros (BM&F) oferece um curso de pós-graduação voltado para a capacitação de jornalistas na análise dos mercados.
- A Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN) disponibiliza informações sobre uso de produtos financeiros oferecidos pelas instituições bancárias.
- A SERASA criou o Guia SERASA de Orientação ao Cidadão, buscando auxiliar a gestão dos recursos financeiros.
- O Banco Itaú disponibiliza o Guia do Crédito Consciente que fornece orientações sobre a elaboração de um orçamento familiar além de discutir o uso de empréstimos e financiamentos.
- O Banco do Brasil disponibiliza o curso Planejamento Financeiro Pessoal. O conteúdo será apresentado no formato de um jogo.
- Outras informações e orientações pela imprensa falada e escrita a ainda pelos sites que tratam do assunto.

---

<sup>2</sup> O Projeto de Lei nº 3401, de 2004, é citado no trabalho de Saito (2007) e também por Muniz Jr. (2010). Ele propõe a criação da disciplina Educação Financeira nos currículos das quatro séries finais do Ensino Fundamental e também no Ensino Médio. Após alterações, a proposta é que a Educação Financeira seja inserida no conteúdo de Matemática.

Segundo Saito (2007), com exceção da mídia, principalmente a televisiva, as demais iniciativas atingem apenas alguns segmentos da sociedade. O autor afirma que tais propostas ainda tem muito que aprimorar por não atender integralmente às necessidades dos indivíduos.

A importância da educação financeira a partir das transformações na política econômica brasileira depois de um longo período de elevados índices de inflação veio a contribuir para que as pessoas não tivessem o hábito e nem cultura para lidar com planejamento financeiro de médio e longo prazo.

Nesse sentido Campos (2012) destaca que:

Convivendo com altas taxas de inflação, a população não podia ficar com o dinheiro parado em casa. Alguns buscavam aplicações financeiras. No entanto, uma parcela considerável da população, principalmente os mais pobres, não tinha acesso ao sistema bancário. Era preciso correr aos supermercados para transformar o dinheiro em alimentos (CAMPOS, 2012, p. 25).

Na concepção de Campos (2012), alguns autores entendem o período de altas taxas inflacionárias ainda exerce influência diante da tomada de decisão do consumidor na atualidade, contribuindo para uma perspectiva de consumo imediato: mesmo com a estabilização dos preços, algumas pessoas continuam estocando determinados produtos. Convém ainda destacar, que planejamentos financeiros, mesmo em curto prazo, são mais difíceis de serem colocados em prática em um cenário de hiperinflação, principalmente para as classes sociais mais pobres.

Com a implantação do Plano Real, o Brasil apresenta transformações no mercado financeiro e a estabilização da economia com o controle inflacionário com a chamada “metas da inflação” a principal ferramenta ou política econômica adotada desde então.

A discussão recente sobre as facilidades de crédito, cartões de crédito, débito ou pré-pagos, pagamentos e transferências bancárias em caixas eletrônicos e Internet, é importante, mas pode significar problemas na gestão financeira com o consumo, se não houver o preparo adequado na utilização da renda disponível por parte das pessoas que a detêm. São mudanças rápidas e profundas e necessárias que atingem os diversos segmentos da população brasileira.

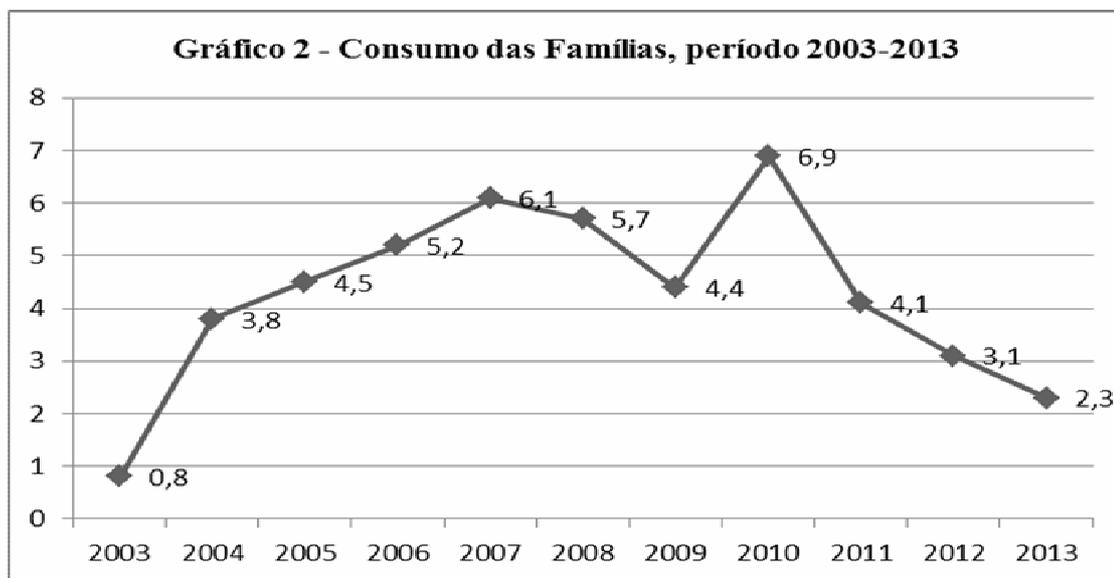
Em conformidade com Campos, o cenário econômico mundial tem atravessado profundas transformações. O Brasil em menos de vinte anos deu um salto saiu da situação de hiperinflação e passa por um período de ampliação de consumo e de acesso ao crédito acompanhado de um preocupante nível de endividamento da população. Um grande problema para o caso é de que o sistema de ensino brasileiro não tem acompanhado tais transformações no que diz respeito a uma proposta de Educação Financeira que venha de encontro com os anseios das pessoas e das famílias.

## O NOVO PERFIL DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS BRASILEIRAS

Para grande maioria das famílias brasileiras o controle das finanças pessoais, ainda, não é costume passar os conceitos de educação financeira ou buscar a melhor forma de se organizar para melhor utilização do dinheiro ou renda disponível. Quando o assunto é investimentos, os brasileiros tem o perfil mais conservador, os níveis de investimentos são baixos e preferem as modalidades de menor risco, como a caderneta de poupança que é a mais tradicional e caracterizado por baixo risco.

Em relação ao consumo das famílias, com exceção ao ano de 2003, o país acumulou crescimento no consumo por dez anos consecutivos, considerando o ano atual em relação ao ano anterior (Gráfico 2). Isso reflete, por exemplo, que o Brasil é dos países que mais vende em diversos setores, segurando os resultados do PIB que vem apresentando baixos índices nos últimos anos. Segundo o IBGE (2013) o comércio de celulares e tevês de telas finas, para usar exemplos de produtos que demandam tecnologia de maior intensidade, cresce velozmente como poucos países do mundo.

De acordo com o IBGE (2013), o aumento do consumo das famílias, reflete o comportamento da massa salarial real dos trabalhadores, que subiu 6,7% - além do aumento de 14% do saldo de operações de crédito do sistema financeiro com recursos livres para as pessoas físicas nas mais diversas modalidades de financiamentos facilitados, como o empréstimo consignado, por exemplo.



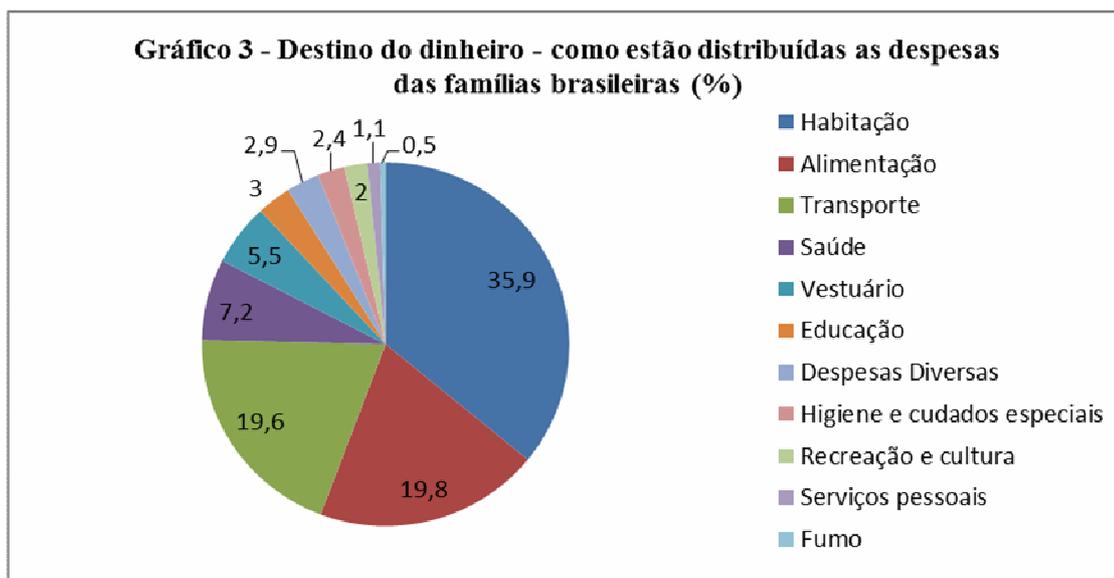
Fonte: IBGE (2013)

As despesas de consumo das famílias brasileiras, com base no ano de 2012 tem na habitação, alimentação e transporte os principais gastos que absorvem 75,3% da renda familiar. Os grupos que saúde e educação juntas têm participação de 10,2% da totalidade da renda. Chama a atenção o baixo

investimento em educação que é de fato a grande saída para melhores rendimentos, mas como a grande massa da população está situada a partir da classe C, explica esse fenômeno em virtude da renda dos trabalhadores (Gráfico 3).

Os grupos Alimentação, vestuário e higiene e cuidados pessoais são despesas indispensáveis para as famílias e se apresentam com 27,7% dos gastos totais de consumo, esse valor foi atingido em função da concentração no caso da alimentação. Essa movimentação dos grupos de despesas sugerem, então, que a redução da concentração dos gastos em consumo deve preponderantemente administrada subgrupos com despesas mais concentradas.

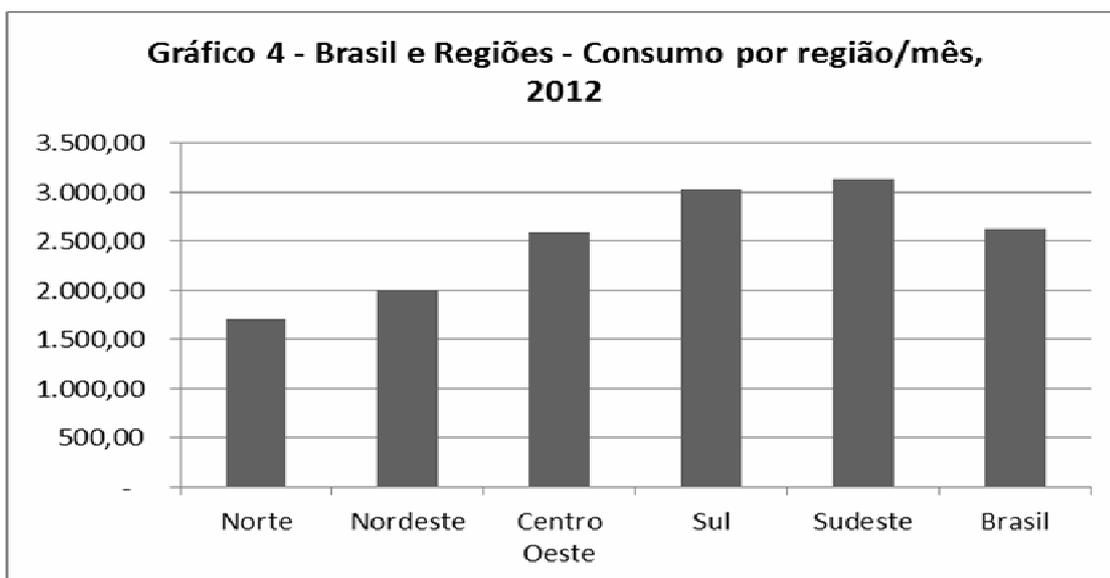
É oportuno referenciar e destacarmos o movimento dos gastos com o grupo educação, dado seus potenciais impactos futuros sobre a desigualdade, e aquele das despesas com o grupo de habitação, dado o seu peso nos gastos totais de consumo.



Fonte: Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) - IBGE

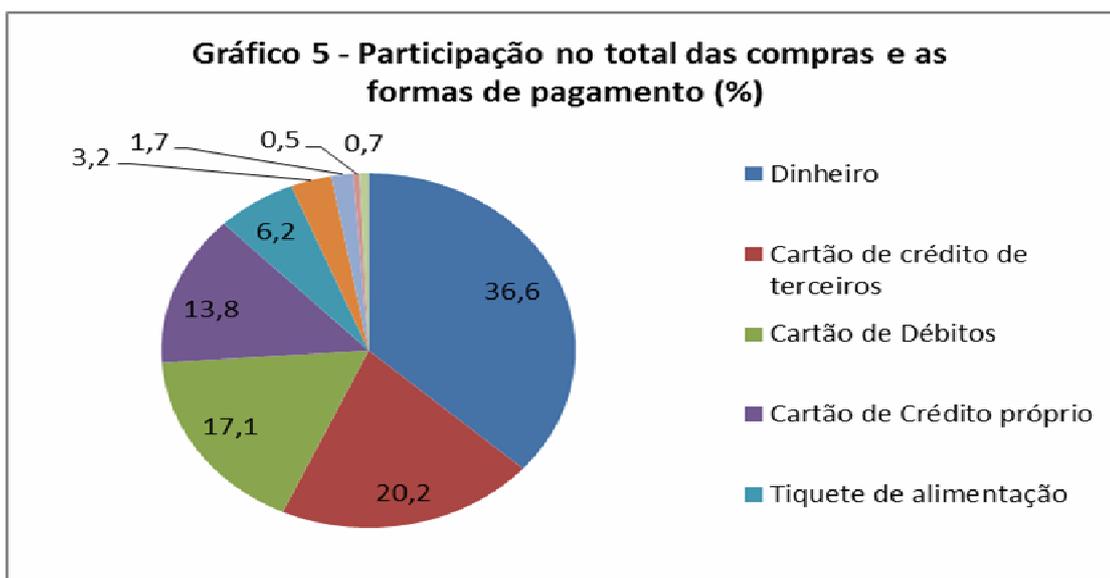
O mapa do consumo é o retrato acabado da transformação econômica pelo que passa o Brasil. Geograficamente, embora ainda predominem como forças econômicas, as regiões Sul e Sudeste, segundo o IBGE (2013), vem perdendo espaço no volume de vendas nacionais para os Estados do Norte e Nordeste. Em 2012 o consumo da região Sudeste chegou a 7%, enquanto nas regiões Norte e o Nordeste do país o consumo atingiu o crescimento de 28%.

Os moradores da região Sudeste são os que mais consomem e os moradores das regiões Norte e Nordeste gastam menos, pelas condições salariais, historicamente mais elevadas nas regiões Sudeste e Sul do Brasil.



Fonte: Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) – IBGE

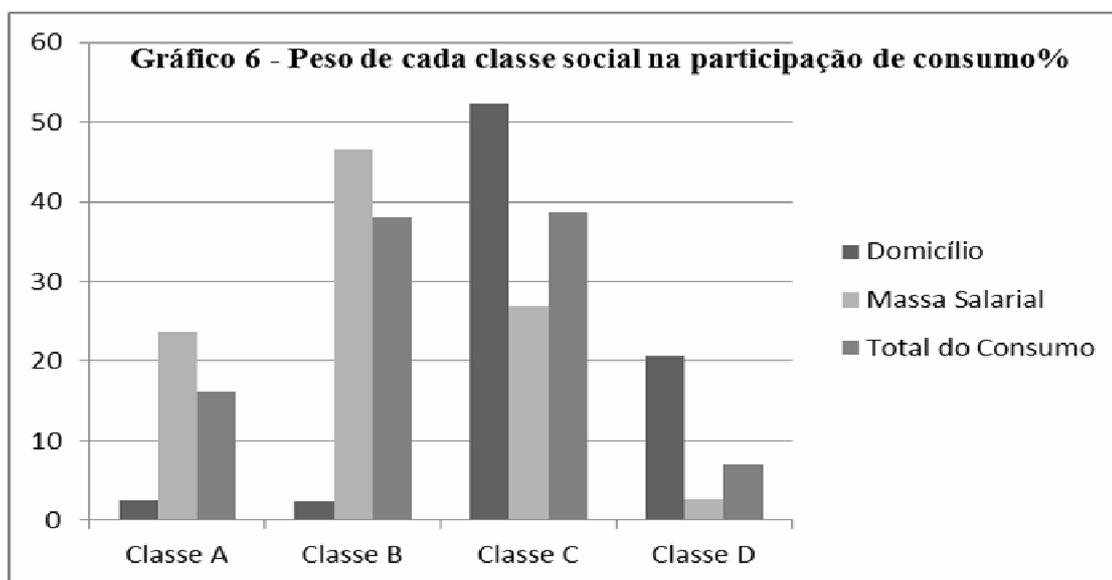
De acordo com ABRAS (2012), os brasileiros estão utilizando outras formas de pagamento que juntas superam a modalidade mais tradicional que é o dinheiro. A preocupação maior nessa variável é a utilização, muitas vezes indiscriminada e impensada no uso de cartões de crédito/débito que tem sido a grande plataforma de endividamento das famílias. Nesse sentido a conscientização e a prática da educação financeira podem ajudar na administração das finanças pessoais.



Fonte: Associação Brasileira de Supermercados – ABRAS (2012)

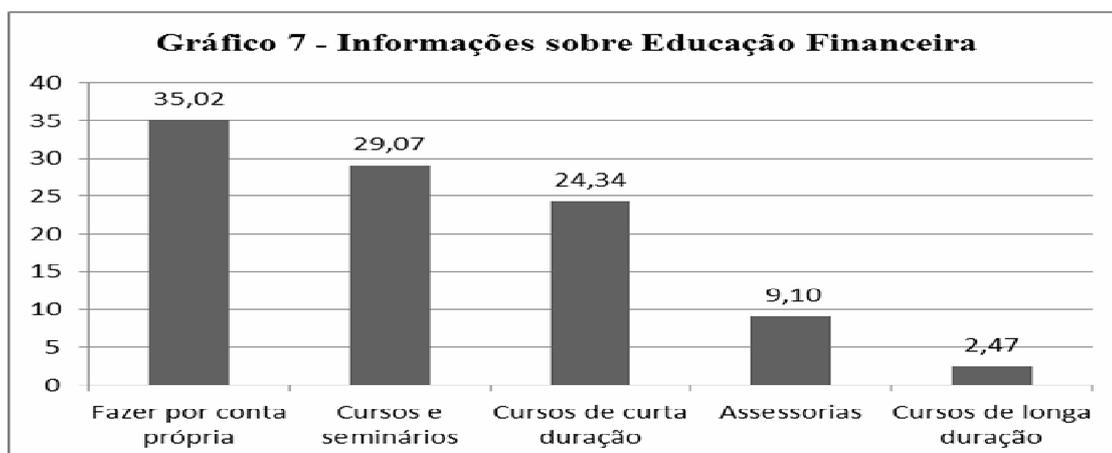
A pesquisa do Ibope revela que classe B detém 46,6% da massa salarial, a classe C com 52,4% participação de domicílios e as classes B e C totalizam 76,8% da participação total no consumo

das famílias, de outro lado, vale lembrar que o consumo é superior à massa salarial monetária, o que se explica pelo acesso ao crédito e outras fontes de renda, como vale-alimentação. Nesse particular a educação financeira pode contribuir para as famílias na organização das finanças pessoais.



Fonte: Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) – IBGE

O interesse em obter capacitação em educação financeira através de curso, seminários, palestras e assessorias num universo de 124 pessoas em pesquisa realizada durante cursos de Educação Financeira em diversas entidades e empresas da cidade de Campo Mourão, nos deparamos com 64,98% dos entrevistados que externaram essa vontade de aprender e praticar a educação financeira para melhorar o desempenho pessoal em relação aos gastos e investimentos (Gráfico 7).



Fonte: Dados da Pesquisa.

Os dados referente as pesquisas sobre o interesse e importância da educação financeira, auxiliam também a entender as mudanças do perfil de consumo das famílias brasileiras que vem de encontro com a Pesquisa de Orçamentos Familiares – IBGE que sinaliza os hábitos de consumo, em que a renda é gasta, pela ordem de classificação, em entretenimento fora de casa, pagamentos de dívidas, aplicações na poupança e por último viagem.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente estudo teve por objetivo investigar como a orientação de consumo se relaciona com a administração das finanças pessoais e identificar o novo perfil de consumo das famílias brasileiras. Para elucidar o tema pesquisado, a partir da revisão da literatura, constatamos a importância da educação financeira para as famílias que buscam uma melhor condição de vida do cidadão que deve ser entendida como uma melhoria da sua qualidade de vida, que pode se dar por meio da possibilidade de desenvolvimento do indivíduo, a partir da apropriação dos conhecimentos da educação financeira.

Assim as propostas de educação financeira começam a surgir em alguns setores, com diferentes olhares e perspectivas. No entanto, o sistema de ensino não tem acompanhado estas mudanças devido ao próprio sistema educacional brasileiro que está retardando essa prática.

Durante a elaboração desse trabalho, identificamos que o enfoque de decisões financeiras associadas ao planejamento de gastos tem a finalidade contribuir para que as famílias se organizem e tenham uma vida financeira mais saudável. Realizamos uma pesquisa quantitativa qualitativa descritiva. Procuramos identificar a relação entre a orientação do consumo, planejamento financeiro pessoal e os comportamentos de consumo.

Na identificação do perfil de consumo das famílias brasileiras, identificamos que os níveis de consumo estão crescendo a dez anos consecutivos e isto tem auxiliado nos resultados do Produto Interno Bruto para que seu desempenho não fosse mais deprimente com está nos últimos anos. Esse comportamento de consumo tem colocado o Brasil como um mercado muito viável para as empresas nacionais e multinacionais, porém os consumidores brasileiros tem se endividado e causando preocupantes índices de inadimplência.

O destino do dinheiro das famílias brasileiras está concentrado nos gastos com habitação, alimentação e transportes, porém os cuidados com a saúde e educação acabam sendo aquém das necessidades recentes. Nessa linha, na região Sudeste ocorre os maiores gastos de consumo enquanto na região Nordeste com os mais baixos níveis de consumo do país, devido, principalmente as diferenças salariais entre as regiões.

Outro dado importante que vem mudando o perfil de consumo está atrelado às novas formas de pagamento, notadamente, o cartão de crédito em que as pessoas passam a consumir mais, devido às

facilidades de compra e com problemas de pagamento para os consumidores menos organizados e orientados na temática “educação financeira”.

As Classes sociais B e C juntas detêm 73,5% da massa salarial, na participação dos domicílios respondem 74,4% e no total de consumos 76,8%. Isso reflete a importância econômica das famílias inseridas nessas duas classes. Com peso de cada classe social na compra de alguns produtos e serviços, temos o norte do perfil de consumo dos produtos nos quais cada classe social se adapta, como por exemplo, na Classe A os gastos maior ficam com produtos financeiros, artigos de decoração e veículos; na Classe B os gastos são mais para combustível, ensino, serviços automotivos; na Classe C e D os gastos maiores estão com carnes e aves, cereais e leite e alimentos.

Com o avanço da tecnologia nos deparamos com algumas mudanças de atitudes devido às facilidades de crédito, oferta exagerada de cartões de crédito para a população em geral e as compras virtuais, são mecanismos que facilitam as compras e esse é o grande perigo pela ausência de controle financeiro e emocional e de onde provêm os maiores índices endividamentos.

Sintetizando, alguns detalhes são importantes para análise final do presente trabalho, ou seja, o estudo e a persistência nas orientações sobre educação financeira são essenciais para que as famílias brasileiras usem racionalmente a renda disponível e assim criar possibilidades futuras de investimentos e uma condição de vida melhor ao longo do tempo.

Ainda em relação ao novo perfil de consumo das famílias brasileiras, podemos afirmar que em função das dificuldades por que passou a economia brasileira e por consequência cada cidadão e cidadã, as pessoas estão mais preparadas quanto aos limites de gastos e como enfrentar as “tentações de consumo”. Essa defesa no consumismo se concretiza graças a maciça quantidade de informações sobre finanças pessoais veiculada diariamente nos meios de comunicação, apesar de que nas escolas essa difusão continua, ainda, engatinhando

## REFERÊNCIAS

AVARD, Stephen et al. **The financial knowledge of College Freshmen**. College Student Journal, Jun 2005.

BACEN. Banco Central do Brasil. **Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF**. Brasília, 2013

BASSANEZI, R.C. **Ensino-aprendizagem com modelagem matemática**. 1.ed.São Paulo: Editora Contexto. 1994.

BOA NOVA, Paulo. **Mulher é maioria nos cartões** Caderno Economia. Belo Horizonte, 2007.

BRAUNSTEIN, Sandra e WELCH,Carolyn. **Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy**. Federal Reserve Bulletin. Nov, 2002.

CAMPOS, Marcelo Bergamini. **Educação financeira na matemática do ensino fundamental: uma análise da produção de significados**. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Matemática)– Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012.

CHEN, Haiyang e VOLPE, Ronald P. **An analysis of personal financial literacy among college students**. Financial Services Review; 1998.

COBRA, Marcos. Marketing Básico: **Uma Abordagem Brasileira**. 4. ed., São Paulo: Atlas 1997.

DATA POPULAR. **A Educação Financeira no Brasil: relatório quali-quantitativo**. 2008.

GIGLIO, Ernesto. **O comportamento do consumidor**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002.

HALFELD, Mauro. **Investimentos: como administrar melhor seu dinheiro**. 2.ed. São Paulo: Fundamento, 2004.

JEUNON, Éster E. **Prioridades Axiológicas e Orientação de Consumo: Validação de Modelo Integrativo**. Tese. Universidade de Brasília. Brasília, 2004.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Atlas. 2000.

KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LUCCI, Cíntia R.; ZERRENNER, Sabrina A; VERRONE, Antonio G; SANTOS, Sérgio C. dos. **A influência da educação financeira nas decisões de consumo e investimento dos indivíduos**. FEA - Faculdade de Economia e Administração – USP. São Paulo, 2006.

MAIA, Eny. **A reforma do ensino médio em questão**. São Paulo: Ed. Biruta. 2000.

PAIVA, Paulo; MENDES, Karla. **Endividados: Brasileiros devem R\$204 bilhões no cheque especial, cartão de crédito e outras modalidades de empréstimos**. Estado de Minas, Belo Horizonte, 20 de maio de 2007. Caderno Economia, p.1 e 3.

PEREIRA, Élvio Soares. **Administração financeira pessoal e o consumo: um estudo em três cidades mineiras**. Dissertação de Mestrado Acadêmico em Administração da Faculdade Novos. Belo Horizonte, 2009.

PINDYCK, R. S; RUBINFELD, D.L. **Microeconomia**. 7ª Edição. Ed. Pearson, 2010  
SERASA. **Inadimplência anual do consumidor registra a primeira queda em 14 anos, revela Serasa Experian**. Acesso: 02 set 2012. Disponível em:  
<http://noticias.serasaexperian.com.br/inadimplencia-anual-do-consumidor-registra-a-primeira-queda-em-14-anos-revela-serasa-experian/>

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.