

## EDUCAÇÃO FINANCEIRA PESSOAL APLICADA À SOCIEDADE COMO CONTRIBUIÇÃO NA QUALIDADE DE VIDA

Paulo Roberto Santana Borges, (UNESPAR/FECILCAM), paulorsb@yahoo.com.br

**RESUMO:** O presente artigo tem por objetivo levar conhecimentos relacionados à educação financeira à sociedade, para que esta possa se organizar quanto à utilização do orçamento financeiro, e para que essa prática possibilite tranquilidade financeira capaz de culminar com a melhora na qualidade de vida dos indivíduos. Os temas: consumo e administração financeira pessoal abordam a relação dos indivíduos com a aquisição de produtos e serviços. O trabalho justifica-se, além do compromisso com o TIDE, pelo interesse em apurar se os conhecimentos aprendidos com a educação financeira pessoal são suficientes para que os indivíduos se tornem mais conscientes nas decisões financeiras e se isso se transforma em ferramenta capaz de resistir pressões de consumo. O método científico adotado para desenvolver a pesquisa é composto por pesquisas de obras, dissertações e teses, palestras e cursos aos participantes, aplicação de questionários e trabalhos em grupo com a aplicação de planilha financeira utilizada no tratamento dado ao orçamento doméstico pessoal com reflexos nas finanças pessoais. Os resultados mostram que a educação financeira é fundamental na gestão das finanças pessoais, principalmente o acompanhamento e o controle do planejamento financeiro. Recomenda-se a continuidade desse projeto devido à importância para o equilíbrio financeiro econômico das pessoas.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Educação Financeira; Orçamento; Planilha Financeira.*

### INTRODUÇÃO

O presente artigo tem origem no projeto de extensão oferecido pela Faculdade Estadual de Ciências e Letras de campo Mourão (FECILCAM) à comunidade mourãoense, fazendo parte das atividades correspondentes ao *Tempo Integral de Dedicção Exclusiva* (TIDE). Inicialmente, esse projeto contou com a participação da comunidade beneficiada pelo projeto “Pensando Como”<sup>1</sup> com gestão da Secretaria Municipal de Ação Social de Campo Mourão, tendo como público alvo os beneficiários de Cestas Básicas. Participaram do processo os trabalhadores da Fundação Educere que detém o programa de “Educação Financeira Pessoal”, além de participação no curso de SIPAT da empresa Sajama Malhas com seus colaboradores e os funcionários da COAMO – Agroindustrial Cooperativa no programa “5S de Qualidade”.

A sociedade brasileira passa por mudanças socioeconômicas devido aos mais variados meios de consumo de bens e serviços. O consumidor vem ganhando cada vez mais espaço no mercado devido à elevação do seu poder aquisitivo de compra se as facilidades de crédito que setor bancário vem disponibilizando aos cidadãos que muitas das vezes não está preparado para enfrentar essa

<sup>1</sup> Tem o objetivo de orientar e conscientizar os usuários da Assistência Social que recebem o benefício da Cesta Básica para que os mesmos consigam superar a situação de vulnerabilidade que se encontram. O projeto do TIDE entra nesse contexto para dar suporte na administração financeira dos beneficiários.

maratona de resistências às promoções, lançamentos e o agressivo marketing aplicado pelas empresas comerciais, industriais e o sistema financeiro.

O objetivo desse artigo visa, basicamente, o atendimento as famílias a partir das mais carentes da cidade de Campo Mourão, como forma de atuar como medida de orientação sobre maneiras e técnicas de melhor administrar os recursos financeiros das comunidades, com isso dando condições de estabelecerem metas de consumo e poupança das pessoas, bem como mostrar as maneiras de racionalizar o uso do dinheiro.

Dentro dessa premissa, o presente artigo foi elaborado no sentido de criar condições para que as comunidades, independente da idade, para que possam refletir a respeito da responsabilidade cada um no planejamento e administração financeira pessoal. Para isso, pensou-se no estabelecimento de mostrar métodos de saneamento financeiro, começando com a análise da situação financeira atual da pessoa e suas perspectivas de evolução num futuro próximo.

Esses desafios propostos têm a finalidade principal na inspiração sobre a expectativa da conquista de mais tranquilidade financeira, econômica. São várias as razões para difundir a Educação Financeira Pessoal para as comunidades, em especial para as de níveis de renda mais baixas. Essas razões são motivadas, entre outras, pelo dinheiro que provém de diversos lugares e pode ser usados para diferentes tipos, destinos como despesas pessoais e familiares e investimentos.

O projeto mostrou para essas famílias participantes que independente de sua situação financeira ou renda de cada uma, é possível poupar, no mínimo pequenas quantias, gastar com cautela, administrar melhor o dinheiro, calcular e comparar preços e produtos, já que o mercado oferece inúmeras opções de compras de bens e serviços.

Para desenvolvimento do projeto foi necessária a participação de pessoas e famílias de entidades, instituições públicas e privadas. O foco principal desse artigo foi com a participação das famílias carentes que recebem Cesta Básica, com o auxílio da Secretaria Municipal de Ação social/CRAS que indicou as famílias beneficiárias. A Fundação Educere, abriu o processo de seleção através das empresas conveniadas, as quais indicaram seus colaboradores e familiares que mais necessitavam de informações a respeito da Educação Financeira. A Sajama Malhas contribuiu com para o projeto através da realização de palestra referente a SIPAT – Semana Interna de Prevenção de Acidentes, inserindo a Educação Financeira como uma ferramenta para minimizar os acidentes pessoais. A empresa COAMO – Agroindustrial Cooperativa (Unidade de Campo Mourão) em suas reuniões do Sistema de Qualidade – 5S abriu espaço para a inserção de orientações na condição de palestra sobre Finanças Pessoais. Na Secretaria Municipal de Ação Social/CRAS e na Fundação Educere foram ministradas palestras, cursos e acompanhamento através de planilhas de receitas e

despesas para a adequação das pessoas com dificuldades econômicas, mostrando os caminhos a serem seguidos para alcançar uma melhor gestão dos recursos e, em consequência disso, gerar a melhor qualidade de vida para essas famílias.

Um dos principais resultados desse trabalho foi atribuição futura de grande relevância ao ensino da educação financeira pessoal por parte das comunidades que foram assistidas por esse programa de orientação financeira. Pretendeu-se, a partir desse trabalho, que o conhecimento em conceito sobre finanças transmitido durante o programa influencie positivamente a qualidade de decisões financeiras, mesmo sem uma avaliação da qualidade do ensino.

A educação financeira apresenta relevância significativa, uma vez que as pessoas têm suas vidas afetadas pelas decisões que tomam ao longo do tempo e por isso, ao optarem por investimento os indivíduos realizam escolhas de natureza financeira, bem como fazem ao optar por consumir no presente ao invés de poupar, ou, ainda, ao antecipar o consumo futuro mediante a contratação de financiamentos, além da própria administração das dívidas existentes e as habilidades dos indivíduos no trato com o gerenciamento da renda.

A educação financeira não é explorada na maioria das escolas de ensino médio, fundamental e até nas universidades. Não existem disciplinas sobre dinheiro, orçamento familiar e pessoal, planejamento financeiro e nem cadeiras específicas sobre o assunto.

Assim, para cumprir com os objetivos propostos, na próxima seção, serão descritos alguns fatores que afetam o comportamento das pessoas com relação a consumo e poupança que são os principais alvos do orçamento familiar.

Na seção 3 serão abordados os aspectos metodológicos. A seção 4 apresenta as análises e discussões. Por fim, na seção 5, serão apresentadas algumas considerações acerca do estudo realizado.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

A economia é tratada como a teoria voltada para a administração dos recursos escassos, recursos relacionados à produção, receitas governamentais e empresarias e nas transações econômicas como um todo, além da Teoria do Consumidor que estuda a racionalidade econômica dos consumidores, na forma de alocação de seus limitados recursos para sobrevivência e investimentos.

A teoria do consumidor, de acordo com as obras de microeconomia, como Pindyck (1994) e Varian (1997) abordam a maximização da utilidade com o mínimo de esforço monetário explicando o processo de racionalidade do consumidor, afirmando que a utilização do dinheiro deva ser direcionada para o bem-estar das pessoas. As abordagens microeconômicas, nesse sentido, vêm a

ênfatizar indiretamente sobre a necessidade da educação financeira para todas as classes sociais, pois o equilíbrio se dá ao fato de como se gasta e não de quanto se ganha.

Cada vez mais fazemos parte de um ciclo de consumismo, e um dos principais causadores desse ciclo é o “analfabetismo financeiro”, ou seja, a falta de educação financeira. A reportagem de Maria Manso, exibida no *Jornal Hoje* da Rede Globo, em 25 de agosto de 2007, é um exemplo da falta de comprometimento com a educação financeira em geral:

“[...] 75% dos brasileiros das classes C, D e E não se preocupam com o valor dos juros. Uma pesquisa feita em seis capitais comprova que o consumidor de baixa renda não se preocupa se a prestação vai caber no bolso. Na média, as taxas para pessoa física estão em 7,28% ao mês, as mais baixas em 12 anos. Mesmo assim, o consumidor brasileiro ainda paga os juros mais altos do mundo [...] Rosana ainda não aprendeu a fazer essas contas. Por isso faz malabarismo para pagar o que deve. “Numa quinzena eu pago uma, na outra quinzena eu pago a outra. “E sempre tem um atrasado”, diz. (Apud THEODORO, 2007, *Jornal Hoje*, 25/08/2007).

Para Soares (2006) a Educação Financeira deveria ter início dentro de casa e dentro da escola, ambientes favoráveis para disseminação das informações sobre a importância do uso consciente do dinheiro, consumo e desperdício. Compartilhar experiências, preocupações e metas com a família podem ser muito bons para um planejamento financeiro eficiente.

Segundo Soares (2006), a temática da Educação Financeira vem sendo mais valorizada e mais utilizada em nossa sociedade de consumo. Um número maior de pessoas procura cursos e livros publicados sobre o tema, a fim de administrar melhor o orçamento pessoal e familiar. No entanto, ainda é muito grande a dificuldade que as pessoas têm para poupar porque o prazer pela aquisição imediata e o apelo da mídia em torno do consumismo são tentadores.

Para Soares (2006), se tal proposta fosse seguida com certeza o número de consumidores inadimplentes diminuiria de forma significativa. A forma com que os consumidores administram suas finanças vem preocupando cada vez mais a sociedade, pois não se trata apenas de consumidores de classe baixa, mas afeta toda a sociedade<sup>2</sup>.

Segundo Braunstein e Welch (2002), a administração ineficiente do dinheiro deixa os consumidores vulneráveis a crises financeiras mais graves e ainda enfatizam que as operações de mercado e as forças competitivas ficam comprometidas quando os consumidores não têm habilidade

<sup>2</sup> São milhões de consumidores com bolso de classe média e cabeça de baixa renda. Muitos consumidores se julgam aptos para administrar suas próprias finanças, mas não são, e muitas vezes não conseguem perceber como a falta de conhecimento afeta a sociedade de um modo geral.

para administrar efetivamente suas finanças. Quando os agentes são bem informados, o mercado se torna mais competitivo e mais eficiente.

Os fatores e determinantes influenciadores que atuam na tomada de decisão do consumidor são extensos e, de acordo com Karsaklian (2000), distribuem-se nessas três categorias: a) Diferenças individuais - recursos do consumidor, conhecimento, atitude, motivação e personalidade, valores e estilo de vida; b) Influências ambientais - cultura, classe social, influência pessoal, família e situação; c) Processos psicológicos - informação em processamento, aprendizagem e mudança de atitude e comportamento.

Kotler e Armstrong (2003) destacam alguns fatores que influenciam o comportamento do consumidor no momento em estiver efetuando suas: a) Motivações - recebem influências de necessidades básicas (necessárias para sua sobrevivência), psicológicas; b) Personalidade – baseia-se no ambiente em que o consumidor está inserido no momento da compra; c) Percepção – considerada como “processo pelo qual as pessoas selecionam, organizam e interpretam informações para formar uma imagem significativa do mundo”.

Segundo Moura (2005) a escala de atitudcomprase para o endividamento foi desenvolvida especialmente para o contexto de grupos brasileiros de baixa renda a partir de Lea, Webley e Walker (1995). A escala compreende três dimensões: a) Impacto sobre a moral na sociedade - engloba o patrimônio, valores e crenças encontrados em sociedade que tem influência sobre a atitude do indivíduo em relação ao endividamento; b) Preferência no tempo - inclui a escolha dos indivíduos entre valor e tempo (adiar ou não adiar planos de consumo); c) Grau de autocontrole - inclui a capacidade para gerir os próprios recursos financeiros, a tomar decisões financeiras e de manter o indivíduo (ou família) orçamento sob controle.

Considerando a influência do materialismo no processo de endividamento, Moura (2005) utilizou a escala de Richins (2004) adaptada ao contexto brasileiro, que aborda três dimensões para o materialismo. A primeira dimensão refere-se à centralidade que os bens materiais exercem na vida do indivíduo, assim quanto maior é o apego aos bens, maior é a manifestação da dimensão. A segunda dimensão refere-se à satisfação e ao bem-estar proporcionado pela aquisição de bens, ou seja, a felicidade alcançada com o materialismo. Já a terceira dimensão, o sucesso, se manifesta pelo valor que o bem proporciona na aquisição de status social.

No entendimento de Grussner (2007) os altos índices de inadimplência e endividamento, bem como o consumismo excessivo e, como consequência, a baixa de poupança do país, podem ser indicativos de carência de educação financeira dos brasileiros, tratando assim de indicadores relevantes para retratar os problemas de caixa dos consumidores.

Macedo Jr. (2007) relata que somente uma em cada seis pessoas no Brasil tem poupança e apenas um em cada três brasileiros não possui dívidas, excluindo dessa lista as dívidas com o pagamento da casa própria.

Segundo Pires (2007, p. 27) para se considerar uma situação financeira ideal as receitas deverão ser sempre maiores do que as despesas. Para chegar a esse ponto de equilíbrio há os seguintes caminhos: a) aumento das receitas, mantendo constantes as despesas; b) aumento das receitas mais que proporcionalmente às despesas, quando estas estão subindo; c) redução das despesas, mantendo constantes as receitas; d) aumento das receitas com redução simultânea das despesas.

Afinal, por que algumas pessoas ganham dinheiro com tanta facilidade e outras não, mesmo quando aparentam as mesmas condições? O que é ser verdadeiramente rico? Quais são as razões que fazem com que nosso dinheiro não ajude a realizar nossos sonhos e desejos de consumo? Por que motivos nosso dinheiro não rende ou não o gastamos naquilo que havíamos planejado? As respostas a essas e outras perguntas referentes ao universo intangível do dinheiro estão em mostrar como é possível criar e manter uma relação saudável entre pessoas e seus bens materiais.

A teoria do consumidor, de acordo com as obras de microeconomia, como Pindyck (1994) e Varian (1997), aborda a maximização da utilidade com o mínimo de esforço monetário e faz entender a racionalidade do consumidor, demonstrando que a utilização do dinheiro deve ser direcionada para o bem-estar das pessoas.

Segundo Nasajon (2003) tudo passa por planejamento e de maneira competente, através da própria experiência, em que planejamento quase sempre significa ou se identifica com dinheiro e de como utiliza-lo da melhor maneira possível.

Para Torralvo (2008) um planejamento financeiro, quando bem elaborado, tende a fornecer resultados muito positivos como: a aquisição de um patrimônio capaz de conferir segurança durante toda a vida, inclusive na fase da aposentadoria, conquista de objetivos como uma viagem, o custeio da educação da escola dos filhos, a manutenção de um padrão de vida agradável, a troca de um carro ou de um imóvel, tudo isso com segurança financeira. Para isso, um planejador financeiro pessoal qualificado e a utilização dos diversos instrumentos financeiros de que se dispõe atualmente provavelmente contribuirão para tais resultados.

## **METODOLOGIA**

A metodologia de exposição divide o artigo da seguinte forma. Inicialmente, foi apresentada uma breve resenha dos principais aspectos demonstrados na literatura dos estudos sobre educação

financeira e os fundamentos da teoria microeconômica. Dentro desse mesmo contexto, também foi abordado, resumidamente, os riscos do consumismo e do endividamento excessivo dos consumidores.

A metodologia utilizada neste trabalho fundamenta-se na pesquisa qualitativo-quantitativa descritiva. Optou-se por um estudo descritivo, uma vez que se buscou identificar a relação entre a orientação do consumo e o orçamento financeiro pessoal. Fortalece, ainda, como descritiva por mostrar e relacionar diferentes formas de administração de rendimentos recebidos pelo consumidor.

A partir das pesquisas advindas dos trabalhos de campo com abordagem quantitativa a pesquisa se complementa com análises qualitativas por possuir caráter descritivo, pois se pretende compreender a perspectiva dos agentes envolvidos no fenômeno.

Com o apoio da Secretaria Municipal de Ação Social do município de Campo Mourão, da Fundação Educere, foi selecionado famílias, colaboradores, para participar do processo de educação financeira.

As empresas Sajama Malha e COAMO – Cooperativa Agroindustrial (Unidade de Campo Mourão) fazem parte desse estudo apenas na categoria de palestra para atendimento de programação em atividades internas agendadas aos seus funcionários.

Após a definição dos grupos de trabalho, de acordo com a seleção, foram ministradas palestras, cursos, e acompanhamento através de planilhas de receitas e despesas para a adequação das pessoas com dificuldades econômicas mostrando os caminhos a serem seguidos, inclusive na recuperação das situações de endividamento. Foram aplicados questionários para os participantes.

Foi trabalhado com relatos, depoimentos das pessoas participantes sobre as experiências com a administração das finanças pessoais. Nos encontros foram também discutidos casos reais de dificuldades financeiras enfrentadas pelos participantes que receberam orientações sobre as melhores maneiras de poupar, renegociar as dívidas, etc..

Cada grupo foi composto de no máximo 30 (trinta) famílias totalizando 960 (novecentos e sessenta) participantes (com participação opcional do casal e os filhos). Os encontros foram distribuídos da seguinte forma: 9 (nove) na Central, 10 (dez) Lar Paraná, 8 (oito) Asa Leste, 1 (um) na COAMO, 1 (um) na Sajama Malha e 9 (nove) na Fundação Educere. Os grupos estiveram sob orientação do professor responsável pelas atividades. Os grupos foram conduzidos paralelamente, de acordo com o cronograma estabelecido, porém a execução foi separada por grupo em locais diferentes.

O tempo de atividades foi realizado de acordo com as necessidades e o andamento das mesmas, com palestras realizadas em tempo de 2 (duas) horas. Foi utilizado de recursos de multimídia e os resultados obtidos nessa primeira etapa servirão de análises comparativas para as próximas.

## ANÁLISE E DISCUSSÕES

Para os consumidores, notadamente os de baixa renda, o dia da realização da compra é muito especial. O fato de estarem com dinheiro na mão lhes possibilita abastecer a casa com os produtos preferidos pelos filhos, cônjuge e pelo próprio comprador ou compradora. Isto desperta, entre outros, sentimentos positivos de poder, felicidade, alegria, alívio e tranquilidade e em muitos casos desperta um sentimento de realização profissional, principalmente quando conseguem atingir os objetivos sem estourar o orçamento previsto.

Por outro lado, o dia da compra pode provocar sentimentos negativos, gerando certa frustração e constrangimento, pois, por vezes são obrigados (as) a deixar de comprar certos produtos solicitados, especialmente pelos filhos, em detrimento de outros de primeira necessidade. O sentimento de desconforto se agrava quando essa dificuldade só é percebida no caixa.

Considerando, o levantamento de dados através de questionários, entrevistas e as discussões em grupo, o discurso racional prevalece em boa parte do tempo. Alguns ingredientes emocionais mais profundos, que permitiram explicar o comportamento dos clientes, só foram revelados ao serem adotadas técnicas de logísticas, ou seja, as estratégias de influenciar o consumidor a se interessar pela aquisição de produtos, mediante a mudança de layout, métodos avançados de qualificação dos colaboradores, exposição de mercadorias, embalagens e etc.. O que mais tem atraído os consumidores é, entre outros, o atendimento, os preços<sup>3</sup>, as promoções, a variedade e a qualidade dos produtos.

Segundo o (IPEA, 2005), o consumidor de baixa renda tem comportamento diferenciado do consumidor de renda mais elevada, com isso cerca de 70% a 80% do total de vendas das lojas de eletrodomésticos são direcionadas a esse público. O crescimento desse potencial de consumo no Brasil pode ser identificado a partir da década de 1990, após a estabilização da economia e a facilidade de acesso a crédito e a partir do crescimento da população que compõe a base piramidal do Brasil.

A literatura pesquisada também comprova esses resultados, já que, devido a limitação de recursos, os consumidores buscam ter racionalidade na sua decisão de compra.

Os resultados de pesquisas científicas comprovam que, principalmente, os consumidores de baixa renda não decidem a compra apenas pelo elemento preço, como muitas empresas tendem a crer: outros atributos como a garantia, assistência técnica e design do produto podem ser trabalhados na elaboração da estratégia do negócio, por serem muito valorizados pelos consumidores de baixa renda.

Tomando-se em conta o referencial teórico apresentado nesse trabalho e analisando as expectativas das pessoas nos gastos e investimentos durante a execução da pesquisa, pôde-se

---

<sup>3</sup> O preço é o primeiro fator considerado no processo de compra.



visivelmente identificar a importância do valor do dinheiro que será atrelado à maneira de comprar, a preocupação com o futuro e o reconhecimento do trabalho. Da mesma forma, a preocupação com as dificuldades na administração financeira, tanto no quesito consumo como nos meios para realizar investimentos passam a se constituírem em reunindo atributos relacionados com as expectativas futuras, que se inicia com a consciência da importância da educação financeira que permite a prática do planejamento, da organização financeira e dos controles dos gastos.

No projeto que se trata o presente artigo ficou estabelecido que em relação aos principais fatores que afetam o planejamento orçamentário pessoal são classificados: o elevado custo de vida, as despesas com imóveis, impostos, saúde, família, educação, o descontrole financeiro e também os baixos rendimentos citados na maioria dos resultados. Uma minoria dos brasileiros não tem problema com rendimentos, ou seja, os rendimentos são suficientes para cumprir todos os compromissos pagar todas as despesas e ainda sobrar para os investimentos. De uma maneira geral, muitos brasileiros possuem dificuldades na administração das finanças pessoais, principalmente em função dos baixos rendimentos, do descontrole e do consumo elevado que geram o endividamento.

De acordo com Boa Nova (2007) por meio de um planejamento relativamente simples e algumas atitudes é possível reverter a situação financeira desfavorável para uma situação confortável ou, pelo menos, controlável. Um dos maiores problemas enfrentados para se obter um orçamento bem sucedido talvez seja alinhar as decisões como o planejamento financeiro.

Os principais fatores de orientação de consumo se voltam para a poupança das sobras. Isso poderá promover um futuro financeiro e de conquistas para uma vida melhor. A orientação é de sempre procurar comprar produtos mais baratos, procurando planejar os gastos, reconhecendo ainda que não importe os ganhos, mas sim o que se pode guardar dos ganhos.

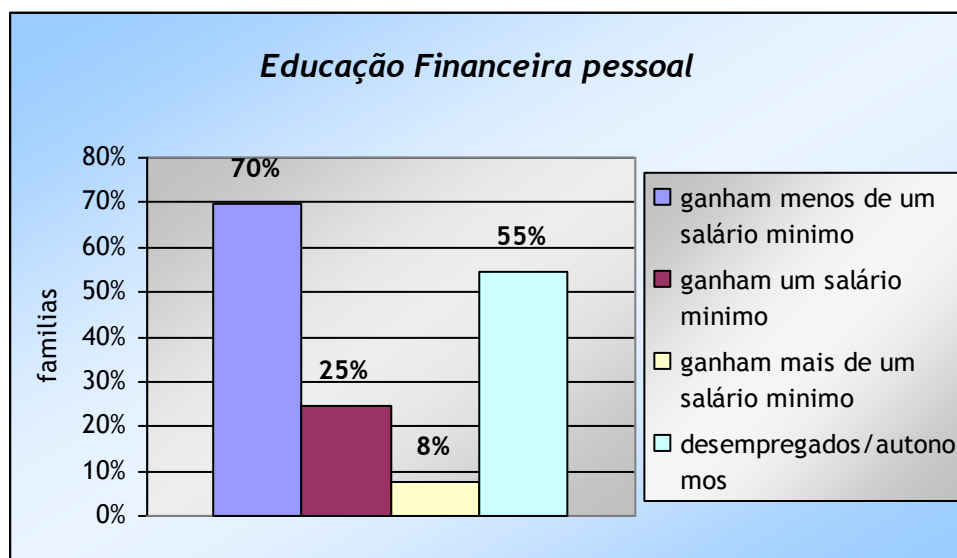
As considerações, a cerca da pesquisa, indicaram de um modo geral, que a gestão dos próprios recursos relacionam-se diretamente com a maneira de consumir, aliada a forma de planejamento e, também a tomada de decisão. Se não houve uma educação financeira na vida das pessoas, os prejuízos afetaram diretamente administração de seus recursos.

De acordo com os questionários representados através dos gráficos e inseridos nesse artigo, pode-se obter alguns dados significativos para efeito de análise conclusiva da pesquisa.

O Gráfico 1 aponta que 70% das famílias entrevistadas durante o processo ganham menos que um salário mínimo, e apenas 8% ganham mais do que um salário, pode perceber que mais da metade das famílias (55%) são autônomas ou estão desempregados. Esse grupo de pessoas pertence a classe dos beneficiários da Cesta Básica, portanto se trata de pessoas mais carentes. Fica evidente a dificuldade de obtenção de renda por boa parte dos entrevistados, levando-se em conta a quantidade de

desempregados e autônomos que não podem contar com renda certa e nesse sentido a política social do Governo Federal e da Prefeitura Municipal são plausíveis para minimizar o sofrimento dessa comunidade.

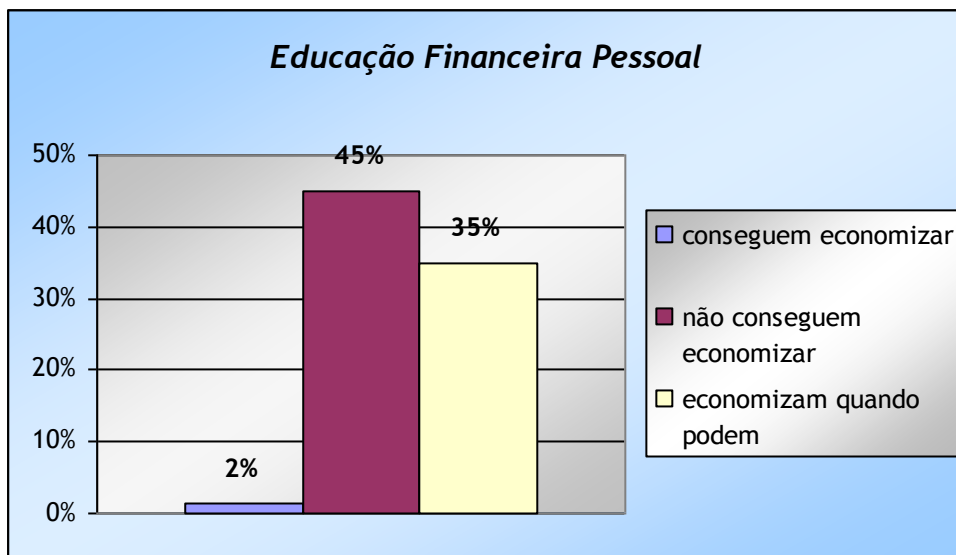
**GRÁFICO 1** – Rendimentos dos beneficiários da Cesta Básica



FONTE: Elaborado pelo autor do relatório

O Gráfico 2, conforme análise do gráfico anterior mostra as dificuldades de poupar são influenciadas pela própria renda “quase” que impossibilitam as famílias programarem reservas financeiras, cerca de 80% não conseguem. O que mais impressionou nesses dados, foi que apenas 2% conseguem de fato poupar dinheiro, provavelmente pela organização orçamentária, 45% afirmam que não consegue poupar e 35% economizam quando podem.

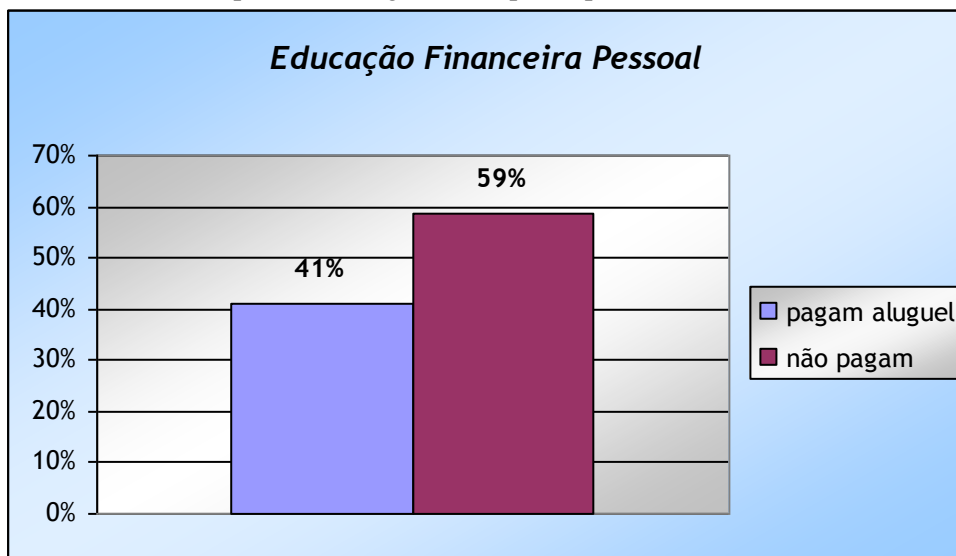
**GRÁFICO 2** – Percentual de economia dos participantes beneficiários da Cesta Básica



FONTE: Elaborado pelo autor do relatório

Através do Gráfico 3, percebe-se que mais da metade das famílias entrevistadas (59%) não pagam aluguel, ou seja, moram de favor ou em casa própria, sendo essa a realidade desse grupo de pessoas que se beneficiam da Cesta Básica

**GRÁFICO 3** – Despesa com aluguel - dos participantes beneficiários da Cesta Básica



FONTE: Elaborado pelo autor do relatório

O Quadro 1, retrata a síntese do questionário refletido nas análises dos gráficos. O que se detectou foi que durante as entrevistas, pôde-se observar que as famílias mais carentes, tinham uma maior facilidade em economizar, pois havia uma maior necessidade de economia, já que sua renda era menor, em todas as situações o renda familiar era totalmente gasta, o que mais uma vez enfatiza que não importa quanto se ganha, mas como se gasta.

Muitas famílias recebiam mais do que uma ajuda do governo, como cestas básicas, vale gás, bolsa família, o que de certa forma ajuda no orçamento. Algumas famílias possuíam pouca escolaridade, que por consequência afetou a forma com que administravam seu orçamento doméstico, já que o nível de conhecimento na área era ainda mais reduzido.

As respostas obtidas mediante os questionários demonstraram que muitas famílias relataram que poupam apenas quando possui o objetivo de adquirir ou planos já para o dinheiro, e que depois de cumprida a meta, eles deixam de poupar, utilizando o dinheiro que antes era poupado para utilidades necessárias ou para o próprio lazer.

#### QUADRO 1 – Levantamento Geral dos beneficiários da cesta básica

LEVANTAMENTO TOTAL		
qtd	descrição	%
200*	total de pessoas	100%
139	ganham menos de um salário mínimo	70%
49	ganham um salário mínimo	25%
15	ganham mais de um salário mínimo	8%
109	desempregados/autônomos	55%
82	pagam aluguel	41%
117	não pagam	59%
3	conseguem economizar	2%
90	não conseguem economizar	45%
70	economizam quando podem	35%

FONTE: Elaborada pelo autor do relatório  
\*numero aproximado de pessoas entrevistadas.

Devido às limitações de espaço nesse artigo, os resultados a seguir serão apresentados de forma descritiva para se ter ideia da extensão do comportamento dos grupos sociais bem diferenciados quando comparados com os beneficiários da Cesta Básica.

Nas empresas Sajama Malhas e COAMO somente foram realizados palestras entrando como dados estatísticos em termos de quantidades de participantes sem questionários e entrevistas.

Em relação à Fundação Educere, os níveis salariais e educacionais dos participantes são bem superiores aos praticados aos beneficiários da cesta básica, porém os problemas no uso do dinheiro são semelhantes.

De acordo com os pronunciamentos dos participantes pela Fundação Educere, cerca de 10% faziam o controle orçamentário e aproximadamente 20% não tinham muitas dificuldades de se manter com a renda dentro do próprio mês, o que comprova que a educação financeira pessoal ainda não chegou ou não foi assumida pela maioria das famílias.

Ficou identificado nas pesquisas realizadas que as pessoas demonstram boa vontade de se corrigir através de planejamentos orçamentários, utilizando planilha de controle das finanças pessoais, aprimorando a consciência nos gastos e estabelecendo metas de investimentos através de aplicações, principalmente, na caderneta de poupança.

Cerca de 80% dos participantes não conseguem comprar a vista utilizando-se de cartões de crédito, cheque especial e cheques pré-datados, sendo identificado que dentre os atores com esse perfil chegam a financiar o consumo da própria alimentação. Por isso as dificuldades em possuírem uma caderneta de poupança são enormes.

O desconhecimento sobre educação financeira foi identificado que 25% do público alvo, porém, entre aqueles que têm o conhecimento através de cursos e programas de televisão, somente 40% aplicam razoavelmente as técnicas e 20% estão bem enquadrados com a sistemática e 15% são indiferentes.

Quanto ao endividamento, ainda é muito grande o número de pessoas que tem dificuldades de sair dele, o pagamento de juros é muito significativo e torna-se uma variável das mais comprometedoras. Pelos levantamentos mais de 50% das pessoas pagam juros de uma forma ou de outra nas Instituições Financeiras, porém, não tem o controle de qual é essa participação no orçamento doméstico.

O planejamento financeiro é privilégio de 8% dos participantes, sendo essa a grande causa dos desequilíbrios financeiros das famílias, levando as pessoas a efetuarem compras por impulso,

principalmente de bens supérfluos, com isso 35% dos entrevistados não sabem definir o que é necessidade e o que é desejo.

Nas discussões ficou claro que 70% das pessoas não tinham noção dos gastos com veículos e do seu real impacto no orçamento. As compras em supermercados é a maior preocupação dos assistidos, ou seja, quase a totalidade das pessoas ficam mais atentas a esse tipo de gasto.

---

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho demonstra que a educação financeira é fundamental na gestão das finanças pessoais principalmente no tocante ao acompanhamento e controle do planejamento financeiro elaborado, além das técnicas auxiliares como fluxo de caixa e conciliação bancária e as consagradas demonstrações financeiras e a análise através de índices extraídos destas demonstrações.

Durante o trabalho pôde-se observar que embora fossem pessoas carentes, de certa forma muitas famílias conseguem poupar uma quantia de dinheiro por mês, embora isso não seja um hábito, pode-se perceber que quando eles se esforçavam, sempre conseguiam poupar, pois o equilíbrio financeiro realmente não depende de quanto se ganha, mas como se gasta.

Todas as famílias que participaram do projeto tem a mesma situação financeira, embora apenas algumas famílias consigam de fato economizar certa quantia, e pode-se observar também que das famílias que conseguem poupar mensalmente, tem já estabelecido um objetivo para o dinheiro, o que o incentiva a poupar.

Muitos relataram várias formas de economizar com seus próprios hábitos diários, são gestos simples, mas que no fim do mês fazem muita diferença, muitas famílias não possuem uma renda mensal fixa, o que dificulta um pouco na hora de fazer um orçamento com a receita da família, mas os gastos são muitas vezes fixos, como já foram dito, as famílias são carentes, mas nota-se uma grande vontade de melhorar a qualidade de vida, e então que a educação financeira pessoal pode auxiliar muito.

No que se refere à rolagem de dívidas, a aplicação prática é coerente com o conceito correto. Além disso, a maioria mostrou-se consciente sobre a existência de custos em uma dívida, além do valor devido em si. Mas afirmam que muitos produtos adquiridos possuem um valor muito acima, e as formas de pagamentos são infinitas, e por consequência disso é quase inevitável fugir dos juros. Muitos disseram que seria melhor poupar antes de consumir, porém disseram estar endividados, ou seja, muitas vezes a regra não se aplica a eles mesmos.

Contudo, desses, a maioria declarou-se com dívidas planejadas, e/ou de longo prazo, e em dia. Porém tiveram que passar por grandes crises financeiras para poderem aprender administrar seu orçamento familiar, e que após saírem da crise, acabam novamente se endividando.

Durante os cursos e palestras foi enfatizado sobre a importância do planejamento financeiro pessoal, notadamente sobre o uso de planilhas de controle orçamentário, em que a pessoa ou a família define os objetivos a serem atingidos no curto, médio e longo prazo.

A proposta desse trabalho, também, foi embasar a importância da administração das finanças pessoais e do comportamento do consumidor no mercado e motivar sua prática com disciplina e foco na racionalidade do uso do dinheiro tanto para consumo como para acumulação de capital. Sugere-se que a pessoa experimente a rotina de gerir as finanças, para que assim possa vivenciar seus benefícios, verificando o dinheiro se capitalizar evitar dívidas e oportunizar a realização de sucessos através da educação financeira.

Os objetivos e propostas podem ser perseguidos por todos, de acordo com as possibilidades e realidade de cada um, através de medidas de poupança sistemática e decisões de investimentos adequadas. Ressalta-se a importância do pensamento em longo prazo, da análise das opções de investimentos e do controle de fluxo de caixa.

Como uma das causas principais da dificuldade em elaborar um planejamento econômico esteja centrada na falta de educação financeira e utilização consciente dos instrumentos financeiros, projetos ou políticas públicas voltadas para a melhoria dessa situação devem focar, principalmente, o aspecto educativo e didático, através da difusão de informações e conhecimentos de economia, que possam ser utilizados de forma prática pelos consumidores.

Os resultados obtidos apontam para dificuldades no gerenciamento das finanças pessoais, em parte causado pela falta de educação financeira, situação que não permite creditar a importância devida ao planejamento financeiro, o que acaba gerando a utilização dos instrumentos de crédito de forma desmedida, a falta de reservas e o endividamento.

Os trabalhos realizados atingiram aos objetivos pelo fato de levar conhecimentos e trocas de experiências entre os mais diversos grupos que participaram. As pessoas entenderam o que os promotores do evento queriam e por isso, os resultados foram satisfatórios, porém com propostas de continuidade. O importante é que essa ação realizada poderá ajudar as famílias dos participantes a terem a partir de agora uma qualidade de vida superior a que tinham até então.

## REFERÊNCIAS

- BOA NOVA, Paulo. **Mulher é maioria nos cartões**. Estado de Minas, Belo Horizonte, 24 de maio de 2007. Caderno Economia, p.18.
- BRAUNSTEIN, Sandra e WELCH,Carolyn. **Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy**. Federal Reserve Bulletin. Nov, 2002.
- GRUSSNER, Paula Medaglia. **Administrando as Finanças Pessoais para criação do Patrimônio**. Monografia (Bacharel em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Porto Alegre, 2007.
- JEUNON, Éster E. Universidade de Brasília. Tese. **Prioridades Axiológicas e Orientação de Consumo: Validação de Modelo Integrativo**. Brasília, 2004.
- KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Atlas. 2000.
- KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
- MACEDO JR., Jurandir Sell. **A Árvore do Dinheiro: guia para cultivar a sua independência financeira**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- MOURA, A.G. **Impacto dos diferentes níveis de materialismo na atitude ao endividamento e no nível de dívida para financiamento do consumo nas famílias de baixa renda no município de São Paulo**. Dissertação de Mestrado. Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas: São Paulo, 2005.
- NASAJON, C.- Planeje-Se - **Um Plano Estratégico para a Felicidade Pessoal**. 1ª Edição, Editora: Campus 2003 - 200 pág.
- PIRES, Valdemir. **Finanças Pessoais, Fundamentos e Dicas**. Edição do autor. Piracicaba – SP, 2007
- PINDYCK, R. S. & RUBINFELD, D. - **Microeconomia**. 2ª ed., Makron Books, 1994, 968 p.
- RICHINS, M.L. **The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form**. Journal of Consumer Research, Chicago, v. 31, n. 1, p. 209-219, Jun. 2004.
- SOARES, F.P. – **A importância da Educação Financeira**. Artigo, PUC-MG. 2006.
- THEODORO, F. - **O uso da matemática para a educação financeira a partir do ensino fundamental**. Trabalho de Graduação em Matemática - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Engenharia de Guaratinguetá. Guaratinguetá: [s.n]. 2007.
- TORRALVO, C. F. – **Planejamento Financeiro Pessoal: ciência ou arte?** Artigo. 2008. Acessado em 01/11/2009. Disponível em:  
<http://www.valoronline.com.br/valoreconomico/285/eueinvestimento/49/Planejamento>.
- VARIAN, H. R. – **Microeconomia**. Ed. Campus, 1997, 710 p.