



UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO- MEC  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA- UFDPar  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO MINISTRO REIS VELLOSO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS E QUANTITATIVAS  
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**BRUNA HELLEN MONTEIRO DO NASCIMENTO**

**OS FATORES QUE AFETAM AS CONDIÇÕES FINANCEIRAS PESSOAIS E SUAS  
CONSEQUÊNCIAS NA UTILIZAÇÃO DA RENDA: UMA ANÁLISE COM  
FUNCIONÁRIOS TERCEIRIZADOS DA UFDPar**

**PARNAÍBA-PI**

**2021**

BRUNA HELLEN MONTEIRO DO NASCIMENTO

**OS FATORES QUE AFETAM AS CONDIÇÕES FINANCEIRAS PESSOAIS E SUAS  
CONSEQUÊNCIAS NA UTILIZAÇÃO DA RENDA: UMA ANÁLISE COM  
FUNCIONÁRIOS TERCEIRIZADOS DA UFDPAR**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Delta do Parnaíba, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas, sob a orientação do Professor Mestre José Ribamar Pereira.

**PARNAÍBA-PI**

**2021**

BRUNA HELLEN MONTEIRO DO NASCIMENTO

**OS FATORES QUE AFETAM AS CONDIÇÕES FINANCEIRAS PESSOAISE SUAS  
CONSEQUÊNCIAS NA UTILIZAÇÃO DA RENDA: UMA ANÁLISE COM  
FUNCIONÁRIOS TERCEIRIZADOS DA UFDPAR**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Delta do Parnaíba, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas, sob a orientação do Professor Mestre José Ribamar Pereira.

Monografia apresentada publicamente e aprovada em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ pela Banca Examinadora constituída pelos seguintes professores:

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof.º: Mestre José Ribamar Pereira**

Professor Orientador- presidente

---

**Prof.ª: Mestre Hana Rosa Borges de Oliveira**

Professor membro

---

**Prof.ª: Maria de Fatima Vieira Crespo**

Professor membro

FICHA CATALOGRÁFICA  
Universidade Federal do Piauí  
Biblioteca Setorial Prof. Cândido Athayde – Campus Parnaíba  
Serviço de Processamento Técnico

N244f Nascimento, Bruna Hellen Monteiro do

Os fatores que afetam as condições financeiras pessoais e suas consequências na utilização da renda: uma análise com funcionários terceirizados da UFDPAr [recurso eletrônico] / Bruna Hellen Monteiro do Nascimento. – 2021.

1 Arquivo em PDF

Monografia (Bacharelado em Ciências Econômicas) - Universidade Federal do Piauí, Campus Ministro Reis Velloso, 2021.

Orientação: Prof. Me. José Ribamar Pereira.

1. Condições Financeiras Pessoais. 2. Utilização da Renda. 3. Funcionários Terceirizados. I. Título.

CDD: 332.74

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a DEUS todo poderoso pelo dom da vida, pela sabedoria e graças alcançadas. À Virgem Maria Santíssima, a quem recorro minhas orações. Aos meus pais Raimundo Filho e Carmem Lúcia, pela educação, cuidado, amor e esforço para que eu chegasse até aqui. Ao Bruno Herbertty, pelo carinho e apoio de irmão mais velho.

Aos meus avôs paternos, Nascimento e Graça, pela assistência financeira e experiência de vida, na qual me inspiro profissionalmente. Aos meus avôs maternos, João Salvador e Gorette, por todo cuidado e experiências compartilhadas. Também a todos os familiares tios, tias, primos e primas pelo encorajamento todos esses anos.

Ao meu atual namorado, melhor amigo e futuro esposo, Helber Rubin, por estar comigo em todos os momentos que pensei em desistir, me mostrando o caminho certo e o futuro que me espera. Também a todos os parentes, em especial, ao meu falecido e eterno sogro Lazaro Rubin por toda a confiança e orgulho que depositava em mim. À sogra, cunhados, cunhadas, sobrinhos e sobrinhas, pelo incentivo.

Às minhas amigas de ensino fundamental e médio, Morgana, Beatriz Pontes e Beatriz Costa, as quais se tornaram amigas de vida. Às amigas de universidade, Renara, Heloísa e Claudivane, pela presença em todos os trabalhos, congressos, estudos e apresentações, que choraram e riram junto a mim nesta jornada. Também agradeço as demais colegas que conheci na universidade, que de algum modo colaboraram a mim.

Agradeço a todos os meus professores e professoras que desde a educação infantil até o ensino superior, me educaram de forma pessoal e profissional. Em especial às docentes do curso, Vera Beatriz, Vera Lúcia e Hanna Borges, que além de me inspiraram em ser uma mulher economista, foram essenciais para minha formação. E por fim, ao meu professor orientador José Ribamar Pereira, pela dedicação, conselhos, confiança e contribuição para o desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso.

## RESUMO

A presente Monografia tem como tema “Os fatores que afetam as condições financeiras pessoais e suas consequências na utilização da renda: uma análise com funcionários terceirizados da UFDPAr”. O dinheiro serve como intermediário de troca que representa o valor dos bens e serviços, causando consequências positivas ou negativas na vida das pessoas dependendo das decisões de escolha dos agentes econômicos. Com o passar dos anos para as famílias parece ter se tornado mais difícil lidar com as finanças pessoais. Dessa forma, a presente pesquisa partiu da seguinte indagação: Quais os fatores que afetam as condições financeiras dos funcionários terceirizados da UFDPAr? E de que modo esses fatores interferem na renda desses profissionais? Esse trabalho é de grande importância para a sociedade, pois traz o conhecimento das interferências na situação financeira das famílias, e desta forma, os indivíduos poderão controlar tais razões e se necessário diminuí-las. De modo a responder a indagação o objetivo central foi estudar os principais fatores que influenciam na situação financeira dos funcionários terceirizados da UFDPAr, examinando a forma que esses elementos interferem na utilização da renda dos mesmos. Assim, visou de forma específica descrever o perfil dos funcionários e suas atuais situações financeiras, em seguida, identificou como a renda destes servidores foi utilizada entre quitar suas obrigações, consumir, poupar e investir, assim como verificou em quais categorias de despesa estas pessoas comprometeram maior parte de suas rendas. O referente trabalho foi realizado dentro da pesquisa bibliográfica e levantamento de dados, em uma abordagem quali-quantitativa, para a coleta de dados foi utilizando como técnica o questionário semi-estruturado realizado com 31 funcionários. Diante do exposto, este estudo considerou que os servidores terceirizados não se planejam e vivem somente o agora e dessa forma, não encontram abertura para investir e utilizar de forma sábia e produtiva sua renda.

**PALAVRAS-CHAVE:** Condições financeiras pessoais. Utilização da renda. Funcionários Terceirizados.

## **ABSTRACT**

This Monograph has as its theme "The factors that affect personal financial conditions and their consequences in the use of income: an analysis with outsourced employees of UFDPAr". Money serves as an exchange intermediary that represents the value of goods and services, causing positive or negative consequences on people's lives depending on the decisions of choice of economic agents. Over the years for families it seems to have become more difficult to deal with personal finances. Thus, the present research started from the following question: What are the factors that affect the financial conditions of UFDPAr's outsourced employees? And how do these factors interfere with the income of these professionals? This work is of great importance to society, because it brings knowledge of the interferences in the financial situation of families, and in this way, individuals will be able to control such reasons and if necessary reduce them. In order to answer the question, the central objective was to study the main factors that influence the financial situation of UFDPAr's outsourced employees, examining how these elements interfere in the use of their income. Thus, it aimed specifically to describe the profile of employees and their current financial situations, then identified how the income of these servers was used between paying their obligations, consuming, saving and investing, as well as verifying in which categories of expenditure these people committed most of their incomes. The reference work was carried out within the bibliographic research and data collection, in a quali-quantitative approach, for data collection was using as technique the semi-structured questionnaire conducted with 31 employees. In view of the above, this study considered that outsourced servers are not planned and live only now and in this way, they do not find an opening to invest and use wisely and productively their income.

**KEYWORDS:** Personal financial conditions. Use of income. OutsourcedEmployees.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 -Grau de conhecimento sobre Finanças Pessoais .....	37
Gráfico 2 - Influência dos sentimentos nas escolhas .....	40
Gráfico 3 -Período para realizar os objetivos .....	42
Gráfico 4 -Prioridade na compra .....	42
Gráfico 5 -Quantidade de Cartão de Crédito.....	45
Gráfico 6 -Conhecimento dos juros nas parcelas .....	47
Gráfico 7 -Monitoramento do Orçamento Doméstico.....	47
Gráfico 8 -Frequência do monitoramento das despesas .....	48
Gráfico 9 -Frequência de compras .....	51
Gráfico 10 -Pagamento de Obrigações .....	51
Gráfico 11 -Motivos de não realizar investimentos.....	54
Gráfico 12 -Categoria de Despesas.....	55

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -Características dos respondentes .....	36
Tabela 2 - Atual Situação Financeira .....	38
Tabela 3 -Forma de Educação Financeira .....	39
Tabela 4 -Interferência das Emoções no Consumo .....	40
Tabela 5 -Forma de Gerenciar os Objetivos.....	41
Tabela 6 –Efeito Manada .....	43
Tabela 7 -Comportamento do Consumidor .....	44
Tabela 8 - Créditos utilizados para consumir .....	45
Tabela 9 -Créditos utilizados para quitar dívidas .....	46
Tabela 10 - Motivos de não praticar o Monitoramento das Despesas .....	49
Tabela 11 -Preocupação com o Futuro Financeiro .....	50
Tabela 12 -Sobre Poupança.....	52
Tabela 13 -Realização de Investimentos Financeiros.....	53

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	13
2.1 ECONOMIA E FINANÇAS COMPORTAMENTAIS .....	13
2.2 FINANÇAS PESSOAIS.....	14
2.3 CONSUMO E CONSUMISMO .....	14
2.4A DIFERENÇA ENTRE DÍVIDA E INADIMPLÊNCIA .....	15
2.5 FATORES QUE AFETAM A SITUAÇÃO FINANCEIRA PESSOAL.....	17
<b>2.5.1 Educação Financeira</b> .....	17
<b>2.5.2 Emoções</b> .....	18
<b>2.5.3 Objetivo na Vida</b> .....	19
<b>2.5.4 Marketing e Publicidade</b> .....	21
<b>2.5.5 Status Social</b> .....	22
<b>2.5.6 Crédito</b> .....	24
<b>2.5.7 Planejamento financeiro e Orçamento</b> .....	27
2.6 POUPANÇA E INVESTIMENTO .....	29
2.7 CATEGORIAS DE DESPESAS PESSOAIS.....	31
<b>3. FUNDAMENTOS E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	33
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA .....	33
3.2 DEFINIÇÃO DE POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	35
3.3 COLETA DE DADOS .....	36
3.4 ANÁLISE DE DADOS.....	37
<b>4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	38
4.1. PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....	38
4.2. FATORES QUE AFETAM AS CONDIÇÕES FINANCEIRAS .....	40
4.3. MODO DE UTILIZAÇÃO DA RENDA .....	53
4.4. CATEGORIAS DE DESPESAS .....	57
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	59
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	61
<b>APÊNDICE</b> .....	66

## 1 INTRODUÇÃO

Falar sobre dinheiro e suas consequências ainda é um assunto pouco explorado nas rodas de conversa da sociedade brasileira, devido à falta de naturalidade das pessoas ao tratarem do tema. No entanto, este recurso monetário é o meio principal para que a economia de um sistema capitalista funcione, é através dele que as famílias compram os alimentos diários, pagam suas contas, realizam viagens e diversas atividades, além disso, é devido a ele que as empresas produzem e contratam mão de obra.

O dinheiro serve como intermediário de troca que representa o valor dos bens e serviços, causando consequências positivas ou negativas na vida das pessoas, aumentando ou diminuindo o capital pessoal dependendo das decisões de escolha dos agentes econômicos. Assim, torna-se necessário entender o comportamento dos consumidores diante das decisões que envolvem esse recurso financeiro.

Ariely e Kreisler (2019) acreditam que as pessoas podem se tornar capazes de melhorar suas decisões se entenderem o modo como o dinheiro impacta nos pensamentos, pois as decisões financeiras envolvem diversos aspectos além do monetário, tais como, o tempo, carreira, convivência com outras pessoas, felicidade, e entendimento do mundo ao redor.

Para mais, é importante ressaltar que os agentes econômicos ao obterem uma decisão tendem a enfrentar o custo de oportunidade, ou seja, ao realizarmos uma escolha estaremos abrindo mão de outras. Todavia, muitas pessoas ao tomarem uma decisão esquecem ou nem conhecem este custo, sendo necessário entender que das várias alternativas de escolhas que possuímos, cabe a nós escolher a mais racional.

Com o passar dos anos para as famílias parece ter se tornado mais difícil lidar com as finanças pessoais. As pessoas reclamam do quanto se ganha e do preço dos produtos no mercado, vivem em um dilema com as contas a pagar, e veem seus desejos, sonhos e objetivos se distanciarem. Todavia, estudos mostram que quem administra pequenos recursos consegue controlar outros de qualquer estrutura, não sendo o valor que se ganha o principal problema para o descontrole financeiro. Além disso, são inúmeros os fatores que afetam as decisões e conseqüentemente a situação financeira das pessoas.

Desta maneira, podemos indagar: Quais os fatores que afetam as condições financeiras dos funcionários terceirizados da UFDPAr? E de que modo esses fatores interferem na renda desses profissionais?

Essa pesquisa é de grande importância para a sociedade, pois traz o conhecimento dos principais fatores que interferem na situação financeira das famílias, e desta forma, os indivíduos poderão controlar tais razões e se necessário diminuí-las. Proporcionando um bem estar social, pois quanto menor for o montante da renda utilizada para quitar as obrigações, maior será a disponibilidade dessas pessoas para pouparem, com possibilidade de realizarem aplicações em diferentes tipos de investimentos gerando renda extra.

Ainda, a pesquisa permite um conhecimento sobre as despesas pessoais. Nessa conjuntura, foi escolhido praticar o estudo na Universidade Federal do Delta do Parnaíba- UFDPAr, visto que é uma renomada instituição pública de ensino superior, e com muitos profissionais terceirizados. Destarte, o presente trabalho possui capacidade de agregar um aprendizado sobre finanças pessoais, contribuindo para melhorar a vida desses profissionais.

Para responder a indagação, a pesquisa tem como objetivo central estudar os principais fatores que influenciam na situação financeira dos funcionários terceirizados da UFDPAr, examinando a forma que esses elementos interferem na utilização da renda dos mesmos. Assim, visa de forma específica descrever o perfil dos funcionários e suas atuais situações financeiras, em seguida, identificar como a renda destes servidores é utilizada entre quitar suas obrigações, consumir, poupar e investir, assim como, verificar em quais categorias de despesa estas pessoas compromete maior parte de suas rendas.



## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 ECONOMIA E FINANÇAS COMPORTAMENTAIS

A economia comportamental é uma disciplina econômica associada à psicologia, neurociência e outras áreas de ciências sociais (ÁVILA ; BIANCHI, 2014). Para Hill (2009) essa disciplina é um novo campo da economia que discute contra a teoria tradicional, e possui como premissa básica as rápidas decisões.

A economia tradicional defende uma teoria denominada “*homo economicus*”, que aborda sobre a tomada de decisão humana ponderada e racional, como também, que o processo de informações pessoais tem capacidade ilimitada. Todavia, a economia comportamental mostra que a realidade é oposta, os indivíduos decidem com base em suas experiências pessoais e hábitos, além disso, buscam decisões rápidas e são influenciados por suas emoções ou comportamentos de terceiros (ÁVILA E BIANCHI, 2014). Com isso, a economia comportamental visa compreender e melhorar as decisões dos agentes econômicos.

Em relação às finanças comportamentais, trata-se de uma área de estudo sobre as influências cognitivas, sociais e emocionais no comportamento econômico pessoal, tendo como objetivo analisar a tomada de decisão e o comportamento financeiro (DIAS, 2018). Esse âmbito possui como ideia principal observar as razões que influenciam a tomada de decisões das pessoas relacionada ao dinheiro, desta forma, auxilia os indivíduos a compreenderem os motivos que influenciam em suas escolhas contribuindo para evitar falhas nas condições financeiras.

Ademais, os modelos comportamentais possuem irracionalidades conhecidas como heurísticas e vieses. Heurísticos são atalhos mentais que proporcionam resoluções ágeis na tomada de decisão, facilitando as respostas, sendo estratégias, muitas vezes, falhas que provocam ocasiões de escolhas incorretas. E a partir das heurísticas podem surgir vieses, no qual consiste em uma tendência mental de infringir a racionalidade, ou seja, um erro ao tomar decisões que varia de acordo com as pessoas (PRATES, 2014).

### 2.2 FINANÇAS PESSOAIS

Os meios e ações de gestão financeira na ocasião em que são aplicados aos indivíduos e famílias formam as finanças pessoais. Esta gestão é repleta de fatores emocionais, crenças e vieses (MASSARO, 2015). As finanças pessoais englobam tudo

que está relacionado ao dinheiro e que faz parte da vida cotidiana dos indivíduos (STUMPF, 2019).

Assim, como é necessário gerir as finanças de uma empresa para que a mesma possa progredir, é importante estruturar os recursos econômicos pessoais ou familiares. Conforme Silva *et al.* (2013) a abordagem sobre finanças pessoais é um assunto contemporâneo, que obteve destaque no Brasil após a estabilização da moeda. Entretanto, para grande parcela da população ainda falta o entendimento da administração de seus recursos e controle de suas finanças.

Antes no Brasil poucos estados abordavam esse tema nas escolas, eram as instituições de ensino privado que davam uma maior ênfase, porém isso vem mudando. De acordo com o Ministério da Educação (2018) as informações sobre finanças pessoais vêm se expandindo no país resultando em mudanças positivas na vida de estudantes e de suas famílias, assuntos como planejamento financeiro e até mesmo taxas bancárias surgiram nos lares, diversificando as decisões de despesas.

Visto isso, é através das finanças pessoais que os indivíduos controlam e melhoram suas condições financeiras, pois quando planejam suas despesas e conhecem seus ganhos possuem maior facilidade de atingir seus objetivos. De acordo com Leitão (2019) saber o quanto é gasto todos os meses, fazer cortes em despesas desnecessárias, poupar, investir, possuir reserva de emergência, evitar dívidas, e sempre que possível realizar compras à vista, assim como, verificar como está sendo o planejamento, são estratégias para organizar a vida financeira.

### 2.3 CONSUMO E CONSUMISMO

As pessoas praticam o consumo como uma atividade econômica para satisfazerem seus desejos e suas necessidades. Mancebo *et al.* (2015) sustentam essa visão abordando que os indivíduos consomem de acordo com suas necessidades culturais, vontades, posição social e cidadania. Todavia, o excesso de consumo acaba se tornando um malefício social. Para Tolotti (2007) Comprar é divertido e necessário, mas pode se tornar um veneno quando as pessoas o utilizam para satisfazerem outros tipos de sentimentos, como baixa autoestima, angústia e tristeza.

De acordo com Hinz (2013) há uma diferença entre consumo e consumismo, o primeiro, trata-se da compra de um bem ou serviço devido à carência do mesmo. Já o segundo, ocorre pela aquisição de produtos supérfluos gerando gastos excessivos.

Para Domingos (2012) há dois tipos de consumidores, o consciente, que cogita antes de comprar, leva apenas o necessário, utiliza de forma sustentável e pensa no impacto dessa aquisição em seu futuro financeiro e o consumista, que gasta de forma compulsiva, desperdiça, vive em decorrência do status, realiza compras para melhorar o estresse ou algum sentimento de incomodando, como também, é ansioso e faz tudo de forma imediata.

Assim, segundo Silva (2014) gastos descontrolados para recompensar o estresse resultam em dívidas que causam ansiedade, angústia e depressão. Para a mesma, essas pessoas compulsivas são chamadas de “oneomaníacos”, doentes e viciados em aquisição.

Na atualidade, o consumo muitas vezes atende mais os desejos que as necessidades pessoais (BLACKIE, 2014). Para Cerbasi (2016) as pessoas sentem uma falsa felicidade ao adquirir bens materiais, e acumulam cada vez mais tentando suprir a ganância sem limites.

Não obstante, o consumo por si é ideal ao sistema capitalista, pois ao consumir as pessoas estão contribuindo para a economia. A aquisição proporciona renda, e a mesma, crescimento econômico, o que leva um desenvolvimento social. Entretanto, uma compra demasiada afeta de forma negativa o mercado como um todo. Desse modo, percebe-se que o consumo em si não é o problema, o contraponto encontra-se no seu excesso, pois se gera perdas que leva ao endividamento e ao sofrimento.

#### 2.4 A DIFERENÇA ENTRE DÍVIDA E INADIMPLÊNCIA

Muitas pessoas acreditam não estarem endividadas por não compreenderem o conceito de endividamento. Porém, no momento em que se compra algo e parcela, já se gera uma dívida. Para Flor e Rosa (2016) o endividamento é a operação de fundos de terceiros para finalidades de consumo, o indivíduo ao ter posse desses recursos, possui compromisso de devolvê-lo em uma data estabelecida. Reis (2017) sustenta essa afirmativa destacando que a dívida é uma forma concreta ou intangível de terceiros.

Para Marchetto (2012) inadimplência é a falta de cumprimento das obrigações que foram realizadas por meio de um acordo entre as partes envolvidas em determinada data. De acordo com Oliveira (2016) para atingir o nível de inadimplência o primeiro passo é o endividamento, isso explica a relação entre ambos, o que confunde os consumidores.

Tolotti (2007) explica que uma pessoa endividada que não possui a capacidade de cumprir com seus compromissos financeiros, se torna um consumidor aprisionado, sem sossego, com baixa autoestima ou falta de segurança. Esse tipo de pessoa paralisa-se, pois o endividamento limita suas ações, afetando além da vida financeira a afetiva, ela se sente fracassada e imponente diante da situação de endividamento, sendo a consciência o fator mais afetado.

Em vista disso, o mesmo autor afirma que o endividamento pessoal é consequência tanto de uma gestão financeira equivocada quanto de resultado das motivações efetivas, ou seja, algum tipo de angústia.

Conforme Konzen (2018) há dois tipos de endividamento: o passivo e o ativo. Este ocorre devido um não planejamento financeiro, aquele, se refere a imprevistos, ou seja, é alheio ao desejo dos indivíduos. Para Tolotti (2007) o endividamento passivo é consequência de doenças, acidentes, desemprego entre outros, e o ativo é caracterizado como dívidas oriundas das escolhas e gestões financeiras contraditórias.

Toledo (2010) afirma que a causa do endividamento e abalo ao orçamento financeiro decorre do acúmulo de compras durante meses e crescimento das pequenas parcelas. Já para Arcuri (2018) outro motivo que leva ao endividamento é a ostentação de um padrão de vida que não condiz com a pessoa.

Às vezes os indivíduos chegam a um nível “sobreendividados”, não conseguem pagar suas dívidas e entram em estado de falência. Isso é resultado da tentativa de pagar uma dívida inicial contraindo outras, deixando de ser um problema social e tornando-se jurídico (TOLOTTI, 2007). Aliás, conforme Toledo (2010) é importante as pessoas entenderem que ao desperdiçar dinheiro estão desperdiçando o tempo dedicado às horas trabalhadas.

Ademais, segundo o Banco Central do Brasil (2013) se a dívida vira inadimplência, o indivíduo pode ter o nome escrito no Serasa ou Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC), entre outros cadastros de restrições, ato denominadopopularmente como “nome sujo”. Destarte, a inadimplência acontece quando as pessoas não conseguem pagar suas dívidas no dia estabelecido, provocando mais dívidas para quitar as anteriores.

## 2.5 FATORES QUE AFETAM A SITUAÇÃO FINANCEIRA PESSOAL

### 2.5.1 Educação Financeira

Para Tolotti (2007) a educação financeira é um importante elemento social que afeta as escolhas diárias dos indivíduos. Quanto maior esse conhecimento mais chances as pessoas terão de melhorar sua vida monetária, pois a educação financeira ajuda no autoconhecimento e no controle da mente.

A maneira como os indivíduos administram seus recursos ao longo de suas vidas depende dos ensinamentos que eles receberam. Assim, a educação financeira não está relacionada apenas com as ciências exatas, o comportamento, costumes e hábitos são os fatores cruciais para sua base (DOMINGOS, 2012).

Outrossim, o aumento do conhecimento nas áreas de finanças eleva a forma crítica das pessoas frente à aquisição e análise das emoções que influenciam em suas escolhas, com efeito, a chance de romper com a cultura do endividamento são maiores. O conhecimento financeiro é uma ferramenta importante para distinguir pessoas que são capazes de aproveitar as oportunidades e aquelas que estão alienadas, seja com suas próprias contas ou com os acontecimentos econômicos nacionais e mundiais (TOLOTTI, 2007).

A Educação financeira permite que a sociedade como um todo compreenda sobre as oportunidades e riscos de suas escolhas em relação à administração de seus recursos (SILVA *et al.*, 2016) ocasionando desta forma um bem estar social. De acordo com Carvalho (2016) quanto menor for à instrução financeira dos indivíduos, maior será o nível de endividamento pessoal, pois há uma relação inversa entre ambos.

### 2.5.2 Emoções

A emoção é o lado mais primitivo do ser humano, pois realiza resposta automática, tendo como objetivo garantir a sobrevivência imediata. Ela é impulso, está ligada ao instinto humano, gera nas pessoas a busca por satisfação, assim como, é o componente mais poderoso da arquitetura psíquica pessoal, sendo o fator principal de influência na tomada de decisão (FERREIRA, 2011).

As escolhas humanas possuem um motivador psíquico, muitas vezes inconsciente, não perceptível pelo indivíduo. Algumas decisões financeiras são tomadas de forma errada por impulso ou compulsão. Quando as pessoas estão bravas elas

possuem a probabilidade de utilizar os gastos como uma forma de melhorar tal sentimento (TOLOTTI, 2007).

O cérebro humano possui dois tipos de sistema, o 01 é automático, prático, descontrolado, fácil, associativo, rápido e inconsciente. E o sistema 02 é reflexivo, controlado, complicado, dedutivo, lento, autoconsciente e obediente às regras. O sistema 01 é instinto, não envolve pensamento, já o sistema 02 é premeditado, assim, para treinar o sistema automático é necessário tempo e esforço (THALER ; SUNSTEIN, 2019).

De acordo com Ariely e Kreisler (2019) o dinheiro é uma das causas principais de estresse no Brasil. Diante disso, para melhorar as decisões financeiras as pessoas devem ser conscientes de seus atos e da necessidade de mudanças, assim como, transformarem suas consciências em passos concretos.

Conforme Toledo (2010) muitas vezes os indivíduos agem por emoção ao invés da razão para realizar o consumo, logo, compram um bem ou serviço por impulso emocional não se questionando sobre a utilidade e necessidade dos mesmos ou sobre a possibilidade de pagá-los, visualizando apenas o prazer do consumo.

Para Domingos (2012) a maneira como o indivíduo lida com seu dinheiro mostra sobre suas emoções, sendo importante desenvolver a visualização das motivações e impulsos que estão por trás do consumo de cada pessoa.

Na visão desse mesmo autor os indivíduos demandam algo que não pode ser comprado por dinheiro, seja isso causado por culpa, vazio, insegurança ou raiva. Gerando uma intensificação das emoções e piora na vida financeira. Semelhante, Toledo (2010) afirma que quando a pessoa está em um fosse emocional muitas vezes se utiliza da compra para sentir um prazer imediato, o que é ilusão, pois em pouco tempo o desconforto emocional retorna.

Com efeito, Tolotti (2007) explica que no processo de escolha os indivíduos não percebem que há uma dominação de sentimentos. A ansiedade, tristeza ou raiva geram nas pessoas uma minimização dos riscos, resultando em atos impensáveis. Arcuri (2018) sustenta essa ideia abordando que o cérebro humano possui circuitos que são ativados quando se sente prazer, associando alguma atividade agradável à sobrevivência do indivíduo.

Thaler e Sunstein (2019) abordam que ao se encontrar em meio de uma escolha complicada as pessoas tendem a preferir uma opção padrão que exige menos esforço, pois, decisões complexas exigem estratégias mais simplificadas de escolha.

Para Ariely e Kreisler (2019) os agentes possuem dificuldade de resistir às tentações mesmo sabendo o que é ou não benéfico a eles, dado a dificuldade de se autocontrolar, pois tendem a valorizar mais o presente que o futuro. De acordo com Thaler e Sunstein (2019) em muitas situações as pessoas tomam más decisões devido à falta de atenção, informações necessárias e autocontrole.

Nesse caso, as empresas utilizam como fator importante para a estratégia de venda as emoções, já que as outras medidas possuem limites, tais como corte de custos e avanços tecnológicos. Além disso, as emoções influenciam na razão e os sentimentos antecipam os pensamentos, assim as instituições geram reações emocionais nos clientes para conquistá-los (HILL, 2009).

### 2.5.3 Objetivos na Vida

Para o crescimento pessoal e realização dos desejos é preciso sonhar, pois os sonhos motivam as pessoas a alcançarem seus objetivos superando os obstáculos que vierem a existir (DOMINGOS, 2012). De acordo com Arcuri (2018) os sonhos encorajam os indivíduos a encarar as dificuldades da vida, já que os estimulam a aperfeiçoarem suas finanças. Visto que quando se há um objetivo, poupar se torna fácil, racional e estimulante.

Até para realizar sonhos de não consumo próprio é necessário ter dinheiro, seja para possuir um lar beneficente ou dedicar-se a causas humanas, independente de qual for o sonho pessoal, ele não será realizado se o indivíduo destinar apenas o que sobra de seus recursos (DOMINGOS, 2012).

Ferreira (2011) aborda que quando as pessoas ganham dinheiro inesperado, como bônus, herança e prêmios, a maioria gasta sem preocupação por não possuir objetivo para direcioná-los. Conforme Ariely e Kreisler (2019) quando alguém define e detalha o futuro que imagina ele se torna tangível, assim as pessoas tendem a agir com cuidado no presente em relação a sua vida financeira.

De acordo com Arcuri (2018) há distinção entre meta e promessa, esta, aborda o que se deseja fazer, já aquela, diz o que se pretende e como realizar. Além disso, é importante ter em mente o cenário atual, o desejado e a estratégia para realizar o sonho. Por isso, os objetivos devem ser separados em metas financeiras pequenas, médias e grandes.

Para essa autora, as pequenas metas são as atuais e mais fáceis de controlar. Já as médias, são de curto prazo levando de um a dois anos e exigem mais planejamento. E as grandes, são de longo prazo e mais complexas. Esses objetivos podem ser atingidos através do planejamento financeiro, grandes metas têm a possibilidade de serem subdivididas em pequenas etapas. O importante é realizá-los, ser autêntico, e justificável, além de fazer sentido e ter significado para a vida.

Ademais, ela também ressalta o esquema SMART e sua importância para ajudar a realizar essas metas financeiras, tal esquema consiste numa abreviatura em inglês com cinco fundamentais itens: S de “*specific*”, ou seja, específico, deve definir exatamente o que se deseja. M de mensurável, precisa medir como estão indo as metas, se está chegando próximo ao resultado e o quanto precisa para atingi-los. A de atingível, a meta precisa ser realizável. R de relevante, a pessoa deve ter clareza em relação à importância da meta. E T de “*time-bound*”, prazo, deve haver um tempo para realizá-la.

Em suma, algumas pessoas sentem desejo de possuir algo, mas não sabem o porquê, a falta de clareza desses objetivos faz com que elas corram riscos de não os alcançar e se frustrarem, como também, conquistá-los e desapegarem em pouco tempo. Por isso, é fundamental ter os objetivos claros e estabelecer estratégias para realizá-los. Diante disso, perseguir nos objetivos requer escolhas e renúncias (ARCURI, 2018).

#### 2.5.4 Marketing e Publicidade

De acordo com Nogueira (2014) marketing e publicidade não são sinônimos mesmo estando conectados. Marketing caracteriza-se por ser a estratégia geral, abrangendo o processo de vendas e a relação entre empresa e consumidor. A publicidade é um desdobramento de ideias e divulgação do produto, sendo composto por propagandas, anúncios e marcas.

Consoante Silva *et al.* (2013) a publicidade atrai diversas pessoas diariamente ao consumo por oferecer diferentes produtos e dar uma facilidade de parcelá-los, resultando na integralidade de seus rendimentos.

Com o tempo o comércio passou a prometer objetivos de satisfação pessoal ao invés de vender produtos de necessidades (TOLOTTI, 2007). Para Thaler e Sunstein (2019) o mercado incentiva as empresas a lucrarem atendendo e explorando as fragilidades humanas, devido à competição dos negócios.

Como explica Silva (2014) diante das ocasiões diárias de insistência do mercado para o consumo dos indivíduos, torna-se necessário que o consumidor possa se proteger financeiramente. Toledo (2010) aborda que as liquidações e promoções em geral repassam uma visão de economia, porém, é apenas uma oportunidade de fazer as pessoas consumirem sem culpa.

Para Ariely e Kreisler (2019) o comércio se interessa pelo o que é benéfico a ele. Lojas, aplicativos, sites e mídia social conquistam a atenção, tempo e dinheiro dos indivíduos, pensando apenas em seus próprios benefícios no curto prazo sem a preocupação com os objetivos de longo prazo dos clientes.

Muitos estabelecimentos possuem um modo essencial de atrair os consumidores, como a inflação de preço, as lojas reduzem os preços por um determinado período, com diferentes cartazes, porcentagens e descontos que atraem os olhares e desejos dos clientes, no entanto, no ano inteiro esses preços são elevados de forma exorbitaria (ARIELY ; KREISLER, 2019).

Os autores supracitados, aludem que destaca-se também como estratégia o *branding* ou gestão de marca, essa ação cria expectativas nos consumidores para aumentar a percepção de valor dos mesmos, influenciando e tornando as coisas mais desfrutáveis dentro do cérebro, ou seja, o rótulo impacta na utilidade perceptível de cada produto.

Como explica Schuler (2018) o objetivo da gestão de marca é despertar nos clientes sensações, como também criar uma conexão essencial para a escolha de tal marca na decisão de compra do produto ou serviço. Outrossim, Hill (2009) diz que a essência do valor da marca é o sentimento da lealdade que as empresas despertam nos clientes.

De acordo com Tolotti (2007) o comercial cria nas pessoas a sensação que além de adquirirem o produto consomem também uma relação social. Para Arcuri (2018) a propaganda estimula o cérebro humano a desejar algo que ele na verdade não quer. Assim, as vitrines do shopping formam os mesmos efeitos resultantes das cores, aroma, da palavra liquidação em vermelho e outras estratégias, que são táticas planejadas para incentivar os gastos momentâneos.

Sendo assim, Ferreira (2011) mostra que as palavras estão dentro desses aspectos, através delas o mercado muda a concepção de consumo das pessoas fazendo com que elas gastem mais que o esperado. Para Ariely e Kreisler (2019) a linguagem molda a forma das experiências pessoais, dobrando a atenção ao produto, para que as

peças o apreciam pela maneira como foi descrito e não como realmente é, sendo um ato irracional, modificando a qualidade de experiência do consumo.

Destarte, o marketing e a publicidade se utilizam de diversas estratégias para atrair a atenção do consumidor e instigar neles possíveis aquisições.

#### 2.5.5 *Status Social*

O status é a posição que o cidadão ocupa na sociedade, como também, é o valor que uma pessoa possui na visão de outra. O capitalismo é um sistema voltado para o sucesso, portanto, as pessoas se atendem a quem está no topo (TOLOTTI, 2007).

Para Arcuri (2018) se alguém compra bens apenas pelo status está desperdiçando tempo e dinheiro, ocasionando muitas vezes em renúncia dos sonhos importantes. Logo, irá empobrecer aos poucos por tentar parecer rico.

Tolotti (2007) também ressalta que ao utilizar bens de marca os indivíduos não serão transferidos para uma classe, mas estarão vivendo de aparências, alimentando essa ilusão e gerando o endividamento. Domingos (2012) esclarece que a busca por um padrão que não condiz com sua realidade faz que as pessoas criem despesas maiores que seus rendimentos, ocasionando uma dificuldade de manter seus custos.

Nas relações sociais dos últimos anos a aparência se tornou muitas vezes mais importante do que a própria realidade. Pessoas apresentam condição financeira que não possuem e o problema disso consiste na inversão de valores, visto que para a maioria dos indivíduos é mais importante ter que ser (TOLOTTI, 2007).

Os agentes econômicos são influenciados pelo ambiente em que vivem desde o princípio, e respondem conforme o estímulo que é recebido, como também, das suas características pessoais, físicas e psíquicas (FERREIRA, 2011).

De acordo com Thaler e Sunstein (2019) essas influências podem ser boas ou ruins, pois aprender com o outro ajuda no desenvolvimento social, mas muitas vezes as ideias equivocadas também influenciam. Assim, é importante se inspirar por comportamentos benéficos e se desencorajar dos equivocados.

Dentre esses equívocos está o “efeito manada”, que segundo Ferreira (2011) faz com que as pessoas sejam impulsionadas por desejo de pertencer a um determinado grupo. Isso responde o porquê dos indivíduos estarem dispostos a reproduzir o que observam ao seu redor.

Quando alguém passa a se preocupar com o que os outros pensam dele vive em relação ao reconhecimento de terceiros (TOLEDO, 2010). De acordo com Thaler e Sunstein (2019) as pessoas ignoram seus próprios sentidos para seguir a opinião dos outros. Além disso, vivem em torno do efeito holofote, ou seja, acham que todos prestam atenção nas suas ações, por isso devem viver da melhor forma possível.

Tolotti (2007) explica que a autoestima fica alienada ao reconhecimento externo e quando isso não acontece ocorre o ressentimento que interfere nas relações sociais, profissionais e financeiras. Para Ariely e Kreisler (2019) a felicidade das pessoas se tornou reflexo de como elas se comparam aos outros ao invés de ser reflexo do que realmente sentem.

Sendo assim, este fator se torna preocupante, pois se compreende que a autoestima está diretamente ligada ao status conquistado ou desejado por alguém. Conforme Tolotti (2007) se um indivíduo almeja um status que não condiz com sua capacidade financeira no momento, terá baixa autoestima.

#### 2.5.6 Crédito

No Brasil há uma grande facilidade de utilização do crédito com longos prazos de pagamento (TOLOTTI, 2007). Diante disso, surge uma armadilha para quem não consegue ter uma boa relação com suas finanças.

O crédito é uma forma de emprestar recursos adicionais obtido por terceiros, seja por meio de bancos, financeiras, corporativas e outros, no qual geram antecipação do consumo (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2013). Para Silva *et al.* (2013) o crédito é benéfico para quem o concede, pois ganha com o retorno, mas se torna um malefício para quem o utiliza de forma precipitada. Muitas pessoas comprometem quase o total de sua renda devido à facilidade de crédito, colocando em risco sua subsistência.

São diversos os créditos estabelecidos pelo mercado para facilitar o consumo, dentre eles se destacam: cartão de crédito, cheque especial, empréstimo pessoal, empréstimo consignado, cartão da loja, e financiamentos.

O cheque especial é um tipo de empréstimo oferecido pelos bancos aos seus clientes podendo ser retirado a qualquer momento, seu valor varia com a avaliação que o banco faz a cada pessoa. Esse crédito é liberado sem garantia, considerado fácil e prático, todavia, devido ao risco da instituição ao receber o valor emprestado os juros

são bastante elevados, pois a dívida inicial mais que dobra no dia do vencimento se o valor não for pago (CARLA, 2018).

Já o empréstimo pessoal, é um recurso monetário concedido pelas instituições financeiras, no qual determinam condições para a concessão do crédito, se for aprovado é necessário a avaliação da renda. É importante que o cliente possua uma conta corrente (SANTANA, 2017). Para mais, o crédito é liberado na conta da pessoa em poucos dias, e os valores concedidos podem ser mais que o necessário dependendo da renda do indivíduo. Porém, suas taxas de juros são altas, e maiores ainda se forem concedidas por financeiras (KONKERO, 2019).

O empréstimo consignado é uma das linhas de crédito mais baratas, são concedidos aos trabalhadores com carteira assinada, aposentados, pensionista do INSS, e funcionários públicos. As parcelas são descontadas diretamente nos salários e aposentadoria, não podendo adiar ou suspender, caso a pessoa fique desempregada o valor deve ser quitado de uma única vez. Ademais, não há tanta burocracia em sua contratação sendo liberando de forma rápida o dinheiro na conta, além de obter prazos longos de pagamento (CARLA, 2018.)

O “*privatlabel*” ou cartão da loja é estabelecido pela empresa ao cliente. Não tem bandeira, ou seja, é aceito apenas no próprio estabelecimento. Seu diferencial são os descontos, ofertas e parcelamentos. A maioria das lojas oferece parcelas maiores, porém, é necessário se informar sobre as tarifas e juros cobrados em caso de atraso, além de saber se existe anuidade ou não (JACOMINI, 2018).

O financiamento é um tipo de crédito fornecido ao consumidor por meio das instituições financeiras, a finalidade é emprestar recursos a quem deseja adquirir um bem. A cobrança acontece por boleto bancário, débito automático, ou cartão de crédito. Suas taxas de juros são menores que a dos empréstimos. A garantia do pagamento é o próprio bem (KONKERO, 2018).

O cartão de crédito existe há menos de um século, mas já gerou uma grande revolução nas relações de trocas. O dinheiro foi desmaterializado, pois o cartão começou a ser utilizado para comprar tudo o que fosse desejado sem a necessidade de carregar a espécie. Isso tirou do indivíduo a percepção de observar o dinheiro acabando, aumentando o prazer na compra (TOLEDO, 2010). Para Thaler e Sunstein (2019) o surgimento do cartão de crédito fez com que as pessoas preferissem financiar suas compras ao invés de poupar.

Conforme Ariely e Kreisler (2019) os cartões de crédito criam um distanciamento entre pagamento e consumo, isso resulta na minimização da dor do pagamento causando nas pessoas maior disposição a gastar. Ferreira (2011) determina que esse gasto seja resultante dos indivíduos não enxergarem o dinheiro vivo em mãos e assim não possuir tanta aversão a perda como o dinheiro em cédulas.

Tolotti (2007) afirma que o crédito por ser uma antecipação do pagamento transmite a lógica de gratificação primeira e obrigações depois, colocando o prazer antes da disciplina. Sendo assim, para Toledo (2010) se torna necessário a conscientização que cartão de crédito não é um presente, e sim uma linha de crédito com altos juros.

No entanto, Domingos (2012) explica que o cartão de crédito é um meio de pagamento e não uma despesa como muitas pessoas interpretam. Para ele, o problema não é o cartão em si, mas o modo como é utilizado. Deste modo, a tática de não usar cartão ou quebrá-lo é uma forma radical e não resolve o verdadeiro problema, sendo necessários a conscientização e respeito pelo limite do seu uso.

Para Toledo (2010) o crédito pode aumentar receita, porém deve ter a percepção que o faturamento seja maior que o financiamento e gere lucro. Ou o crédito pode aumentar o custo devido não se esperar para consumir no momento exato.

A mesma autora ressalta a necessidade das pessoas atentarem as lojas que oferecem cartões com parcelamento sem juros, segundo ela, os juros já estão acrescidos nos preços estabelecidos no varejo.

Como explica Keynes (1996) a taxa de juros é a recompensa de quem concede o dinheiro renunciando a liquidez<sup>1</sup> por um determinado período. Para Borges (2016) o juro é valor pago pelo uso do dinheiro, assim, o valor do dinheiro presente se distingue do valor futuro devido à inflação<sup>2</sup>, além disso, a precaução das empresas faz com que o juro cubra os riscos de pessoas inadimplentes.

Dessa forma, o juro está incluso em todas as parcelas de um bem ou serviço, mesmo que a loja diga que é “X vezes sem juros”. Pois como aborda Recidive (2015) as pessoas devem se conscientizar que o preço pago inclui todas as despesas do parcelamento mais o lucro da loja, e se a mesma oferece desconto à vista, isso torna perceptível o juro embutido no valor parcelado.

---

<sup>1</sup> É a capacidade de conversão de um bem em dinheiro.

<sup>2</sup> Aumento generalizado dos preços no mercado e perda do valor da moeda.

De acordo com Tolotti (2007) há dois tipos de juros. O juro composto resulta em uma elevada acumulação calculada sobre um montante emprestado somado ao valor acumulado em cada período, diferente do juro simples, que é cobrado em cima do montante que foi emprestado. Sendo assim, como diz Arcuri (2018) o juro composto proporciona um crescimento na dívida.

Além disso, quando as pessoas compram no cartão de crédito sem se planejarem tendem a pagar o valor mínimo com maiores juros. Para Thaler e Sunstein (2019) o montante mínimo a ser pago é apenas uma pequena parcela do total da dívida, ocasiona multiplicações dos juros ao longo prazo, se tornando uma armadilha presente ao uso do cartão de crédito. Por conseguinte, a melhor opção é pagar a fatura com o valor completo.

Ao falar de crédito e juros é importante ressaltar sobre o Sistema Especial de Liquidação e de Custódia (SELIC), taxa básica de juros da economia brasileira. A Selic é o parâmetro das demais taxas cobradas pelas linhas de crédito. Assim, consoante Toledo (2010) é essencial que as pessoas fiquem atentas ao cenário econômico e as informações sobre as taxas de juros, para que possam tomar decisões financeiras corretas.

### 2.5.7 Planejamento Financeiro e Orçamento Pessoal

O planejamento financeiro é uma maneira de organizar as despesas de forma sábia e prática, tendo em vista o controle e equilíbrio das contas e do dinheiro. Para isso, é necessário que o indivíduo reconheça suas despesas, reserve uma parte da renda para emergências, tenha objetivos, renegocie suas dívidas, pague à vista, e invista (BONA, 2019).

Para Stumpf (2019) o planejamento financeiro consiste em uma forma de alinhar o padrão de vida com as receitas pessoais, visando garantir a concretização dos objetivos. Sua função é a organização das receitas e despesas e planificação do futuro. De acordo com Toledo (2010) esse planejamento ajuda as pessoas a economizarem seus recursos, evitando gastos com juros e rendendo o dinheiro, ao passo que os indivíduos pagam à vista ao invés de a prazo.

Ademais, Pereira (2011) explica que o orçamento familiar é um meio que mostra de forma específica as receitas, gastos e possíveis investimentos das pessoas, ajudando elas melhorarem seus controles e resultados. A receita se caracteriza por todos

os recursos monetários que entram no orçamento, a despesa é todos os valores que são gastos, e os investimentos são o desembolso realizado no presente visando sua utilização no futuro.

Em vista disso, Serafim (2019) destaca que o orçamento é uma ferramenta para controlar e gerenciar esses três elementos, observando o processo e resultado. Cada item incluso deve ser analisado e se necessário ajustado para que se atinjam as metas.

A renda bruta é o valor que o trabalhador recebe, ou seja, o salário que consta no contrato. Já a renda líquida é o valor recebido para que se possa utilizar durante o mês, havendo descontos padronizados previstos em leis, sejam eles INSS, imposto de renda e outros (ALBERTO, 2019).

Na perspectiva de Toledo (2010) para a uma boa organização financeira é necessário primeiro enxergar a situação atual antes da tomada de decisões, a fim de saber exatamente sobre seus gastos. Segundo, é preciso pensar, ter a consciência da necessidade de mudança decidindo o que deve ser reduzido, eliminado e remanejado. E o terceiro passo é agir, tornando o planejamento em realidade.

De acordo com Tolotti (2007) as despesas cotidianas são imprescindíveis para segurança e qualidade de vida, porém, o consumo impróprio, muitas vezes pode ser confundido com gastos realmente necessários se não houver um planejamento adequado.

Muitas pessoas tomam decisões precipitadas na hora de realizar um gasto, gerando uma nova dívida que não estava no planejamento. Diante disso, o principal fator que descontrola o orçamento financeiro é o descansa com os gastos frequentes os deixando crescerem cada vez mais e se esquecendo dos gastos eventuais. Por consequência as pessoas tornam-se obrigadas a recorrerem a dívidas emergenciais para saldarem esses gastos (SILVESTRE, 2013).

Toledo (2010) sustenta essa ideia abordando que as pessoas tendem a gastar seu dinheiro sem perceber, apenas por se tratarem de pequenas despesas.

Para Domingos (2012) as despesas frequentes ocorrem todos os meses, ou pelo menos uma vez ao mês, como compra em supermercado e pagamento de contas (água, luz e internet). Já as eventuais acontecem poucas vezes ou uma única vez ao ano, é o caso do IPTU e IPVA, reformas, e troca de móveis.

Desta forma, o principal erro no planejamento financeiro em relação a um gasto frequente é não o diminuir apenas por ele obter preço baixo, porém, quanto maior a frequência do mesmo, maior será o desembolso mensal para realizá-lo (SILVESTRE

2013). Blackie (2014) relata que essas despesas frequentes são também chamadas de despesas fixas, ocorrem todos os meses de forma regular.

Para Toledo (2010) uma pessoa que realiza planejamento sabe o quer, seja em curto, médio ou longo prazo, projeta suas compras e caso surja uma situação não planejada faz uma análise sobre as condições de gasto sem causar impactos no orçamento, além de evitar pagar juros.

Nessa conjuntura, para haver um controle do dinheiro é preciso que as pessoas não ultrapassem seus limites financeiros, mas o problema é que elas enxergam seu orçamento como algo que as prendem imaginando sacrifício a vida inteira, porém, se as receitas forem superiores às despesas mais recursos elas terão para saldar dívidas. Caso não tenha como aumentar as receitas o caminho é diminuir as despesas, analisar cada gasto e cortar o que for excessivo e supérfluo (DOMINGOS, 2012).

## 2.6 POUPANÇA E INVESTIMENTO

Poupar é não desperdiçar ou perder, sabendo comprar e gastar com moderação (DOMINGOS, 2012). Para Arcuri (2018) um poupador muitas vezes pode ser confundido pela sociedade como um muquirana, todavia, a autora discorda e explica a diferença de ambos. Ser muquirana é deixar de realizar desejos e sonhos apenas para concentrar capital sem finalidade. Um poupador buscar formas mais inteligentes para alcançar seus objetivos e realizar seus propósitos sem deixar de cumprir desejos e sonhos, já que estes são a finalidade para a sua disciplina financeira.

De acordo com Ariely e Kreisler (2019) poupar é pensar no futuro ao invés de agora, é avaliar o incerto e se planejar de acordo o mesmo, requer calcular uma estratégia, reconhecer as emoções pessoais que podem afetar e ter força de vontade para superar as tentações.

Silvestre (2013) determina que não seja correto utilizar o termo “sobrar” para o dinheiro, pois remete a “resto”, toda renda que é ganha deve ser destinada aos gastos diários, honrando os compromissos e poupando para investir, para que desta forma haja uma preparação do futuro. Já os autores Ariely e Kreisler (2019) abordam que a sobra é a diferença entre receita e despesa, denominada dinheiro discricionário, as pessoas devem se sentir à vontade para gastar parte desse dinheiro, como também reclassificá-lo como poupança.

Para Domingos (2012) investir é direcionar o dinheiro poupado a algum tipo de investimento. O autor destaca que veículos e casa própria não são investimentos, pois não geram rentabilidade, eles são bens que proporcionam qualidade de vida e para mantê-los é necessário gastar. O dinheiro que foi poupado se transforma em investimento ao gerar rentabilidade através dos juros.

Toledo (2010) informa que a rentabilidade consiste nos valores recebidos pelas aplicações descontando os impostos e a inflação no período. Por isso, conforme Arcuri (2018) essa rentabilidade deve ter valor acima da inflação.

De acordo com a mesma autora, investir é fazer com que o dinheiro trabalhe para a própria pessoa. Assim, algumas formas de investimentos são a compra de imóveis para alugar, renda variável e mercados futuros.

Tolotti (2007) aborda que o investimento difere de acordo com o interesse pessoal, ao investir em algo se deixa de investir em outro lugar. Diante disso, é fundamental a clareza da importância do investimento realizado. O melhor tipo de aplicação vai depender das características e necessidades de cada pessoa.

Toledo (2010) afirma que é importante diversificar os investimentos, ou seja, não colocar todos os recursos em um mesmo local. Para Tolotti (2007) o investimento requer tempo, pensamento e finanças. O tempo está ligado ao período necessário para realizar algo, o pensamento é a decisão da melhor escolha, e as finanças envolve o pagamento necessário para a alocação dos recursos.

De acordo com o mesmo, um bom investidor busca informações para sustentar suas decisões sempre respeitando o mercado, seu orçamento é controlado, utiliza planilhas e outros instrumentos para ajudá-lo. Além disso, sua visão é ampla, não se engana com propagandas e pesquisa o valor de cada produto. Os investidores também erram, mas aprendem com suas falhas e não as repetem.

Concordante com Thaler e Sunstein (2019) a diferença entre títulos do tesouro e ações é chamada de prêmio de risco. O primeiro passo que um investidor deve tomar é saber a sua disposição ao risco, pois aplicações com altas rentabilidades requerem riscos maiores, é o caso das ações, já investimentos mais seguros possui rendimentos inferiores, como o título do governo ou o mercado monetário. Assim, deve haver decisões, saber escolher a combinação adequada para a alocação dos recursos.

A aplicação em renda fixa é considerada a forma mais segura de investimento, o capital concedido tem acréscimos de juros no final da aplicação, estabelecida data específica. Seus títulos possuem duas formas de remuneração, o pré-

fixado, onde a taxa de juros é definida no momento da aplicação, sendo por retorno anual ou valor do capital no vencimento e, o pós-fixado, que ao aplicar se sabe a forma de cálculo atrelado ao Certificado de Depósito Interbancário (CDI), SELIC ou, Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), porém, o conhecimento do valor real só ocorre no fim do prazo estabelecido (VIEIRA, 2015).

Títulos do tesouro direto, Certificados de Depósito Bancário, Letras de Crédito Imobiliário, Letras de crédito do Agronegócio, Letra de Câmbio, e Caderneta de poupança são alguns exemplos de renda fixa.

Diante dessa mesma abordagem Vieira (2015) comenta que a renda variável consiste no não conhecimento da remuneração ou cálculo da rentabilidade, havendo constantes mudanças nos preços dos ativos, porém, pode ser um tipo de investimento bem mais rentável mesmo com altos riscos. Alguns exemplos desse tipo de renda são: mercado de ações, mercado de opções, fundo de ações, fundos imobiliários e derivativos. É importante ao investir nesse tipo de aplicação variar os valores. A distinção entre as duas formas de investimento supracitadas se encontra na formação de preço, rentabilidade e mercados, de acordo com Ariely e Kreisler (2019).

## 2.7 CATEGORIAS DE DESPESAS PESSOAIS

Para a sobrevivência humana há um conjunto de elementos essenciais na vida dos indivíduos, tais como, alimentação, saúde, higiene e cuidados pessoais, vestuário, habitação, educação, transporte, comunicação e lazer. Todavia, esses itens acarretam em despesas, sendo necessário um controle e conhecimento de como é composto cada categoria.

Conforme Carvalho e Alves (2010) nos gastos com alimentação são incluídos supermercado e refeições fora de casa. Na saúde é composto por planos de saúde, remédios, exames e consultas. Higiene e cuidados pessoais envolvem salão de beleza e cuidados com o corpo. No vestuário é inserido roupas, sapatos e acessórios. Com habitação é incluso aluguel, serviços e taxas domiciliares, artigos para casa, manutenção do domicílio, eletrodomésticos, entre outros.

Ademais, para esses mesmos autores os dispêndios com transporte compreendem-se por gastos com transportes públicos e meios alternativos, como também combustíveis, manutenção ou aquisição do veículo, estacionamento, pedágio, seguro e etc. Na educação são compostos por aquisição de materiais escolares,

mensalidades, matrículas, cursos regulares ou superiores e outros. Já os gastos com lazer envolvem viagens, passeios, recreação, atividades físicas e culturais.

Também, vale ressaltar que na atualidade as famílias estão obtendo grandes despesas com comunicação, no qual, para Kamakura (2013) envolve telefones fixos, celulares, TV a cabo e internet.

As categorias de gastos para Blackie (2014) são separadas de forma um pouco distinta em relação aos autores supracitados, consiste em: sobrevivência, lazer e vícios, cultura e extras.

As despesas de sobrevivência são aquelas rotineiras e necessárias, como alimentação, farmácia, transporte, filhos, e animais de estimação. Lazer e vício são categorias realizadas por descanso e diversão, sendo eles, bares, restaurantes, baladas, Fast-food, cosméticos e vestuários. A cultura é o momento de lazer que enriquece o intelectual ou físico, tais como, livros, músicas, espetáculos, filmes e revistas. E os gastos extras são as emergências e ocorrências que requerem desembolsos ou objetos e serviços, como viagens, presentes, concertos, coisas do lar e eletrônicos.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2019) através da Pesquisa de Orçamentos Familiares- POF nos anos de 2017-2018, mostra que os gastos com alimentação, habitação e transporte comprometeram em conjunto, 72,2% das despesas de consumo média mensal das famílias brasileiras nos respectivos anos, além disso, a proporção de gasto com alimentação e transporte foi maior na área rural que urbana, porém, em relação à habitação e educação a situação foi inversa, os demais gastos foram praticamente iguais nas duas regiões.

O que também chamou atenção na POF dos anos de 2017-2018 foi o caso das famílias com rendimento de até dois salários mínimos, que no tempo consistia em R\$ 1.908,00 comprometerem uma maior parcela do orçamento em despesas com alimentação e habitação em relação às famílias de rendimento superiores a vinte e cinco salários mínimos, no qual consistia em R\$ 23.850,00. Neste caso, as famílias que ganhavam mais não deixaram de gastar com alimentação e habitação, porém, passaram também a ter outros tipos de despesas que compromettesse o orçamento.

Logo, é importante o conhecimento de cada uma dessas categorias e subcategorias de despesas para melhorar a execução do planejamento financeiro, sabendo como e com o que é utilizado a renda, além de enxugar os gastos que vierem a ser ociosos. Pois, desta forma o indivíduo consegue controlar sua situação financeira.

### 3 FUNDAMENTOS E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção aborda os fundamentos e procedimentos metodológicos que foram utilizados na presente pesquisa, definindo seus conceitos e explicando o modo de coleta, ordem e análise das informações.

É através da metodologia que se enxerga como a abordagem será realizada, por meio de quais métodos, e de que forma o pesquisador se orienta no processo de investigação, além de avaliar se os procedimentos escolhidos são confiáveis e se a trajetória percorrida por ele pode ser bem-sucedida ao modo de gerar soluções (VIGORENA E BATTISTI, 2011).

Como explica Silva *et al.* (2004) esses procedimentos metodológicos representam a escolha do método, bem como as tipologias e os instrumentos a serem utilizados na pesquisa.

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O tipo da presente pesquisa quanto à sua natureza de abordagem é classificado como quali-quantitativo, a qual se utiliza de método misto tanto qualitativo quanto quantitativo.

A pesquisa qualitativa para Richardson *et al.* (1999) consiste em uma análise do comportamento e atitudes dos indivíduos em um contexto amplo. Assim, essa abordagem trata-se de entender melhor a natureza de um fenômeno social. Já a pesquisa quantitativa, na visão destes mesmos autores, se caracteriza pela implantação da quantificação tanto na coleta de dados quanto no tratamento das informações por meio de técnicas estatísticas. Este método possui a intenção de garantir a precisão dos resultados, visando evitar distorção de análise e interpretação.

Como explica Vigorena e Battisti (2011) a maior crítica sobre a pesquisa quantitativa é que o pesquisador está marcado pela sua “cosmovisão”, enquanto na pesquisa qualitativa, a crítica é que os resultados das análises são feitos de forma muito subjetiva. Portanto, para os mesmos a interação entre ambas corrobora a pesquisa.

Deste modo, o presente trabalho se caracteriza como quali-quantitativo, pois se utiliza da coleta de dados, havendo elaboração de um questionário e demonstração dos resultados estatísticos. Não obstante, se especula as causas destes resultados, além de analisá-los e interpretá-los como uma forma de aprofundar e detalhar o assunto. Isto colabora para que este estudo seja mais preciso.

Com relação aos procedimentos técnicos, a pesquisa utilizada é a bibliográfica e o levantamento de dados.

Entende-se por pesquisa bibliográfica a revisão da literatura sobre as principais teorias que norteiam o trabalho científico. Essa revisão é o que chamamos de levantamento bibliográfico ou revisão bibliográfica, a qual pode ser realizada em livros, periódicos, artigo de jornais, sites da Internet entre outras fontes (PIZZANI *et al.*, 2012, p.54).

Para os mesmos autores alguns objetivos da revisão de literatura são proporcionar aprendizado sobre uma determinada área do conhecimento e facilitar a identificação e seleção dos métodos e técnicas a serem utilizados.

Já a pesquisa de levantamento de dados segundo Tumelero (2019) visa obter e descrever dados e informações sobre características e opiniões de um grupo de pessoas em termos estatísticos. Além disso, utiliza questões iguais a todos os respondentes para que seja possível sintetizar as visões destas pessoas de forma objetiva.

Diante das explicações acima, justifica-se a realização da pesquisa bibliográfica neste estudo devido à utilização da revisão de literatura com base em vários autores, dando complementação referente ao conteúdo apresentado. Para mais, visa-se proporcionar uma sustentação teórica acerca das finanças pessoais e comportamentais. A pesquisa em questão também se utiliza do método de coleta de dados, pois aplicou questionário ao público alvo tendo como objetivo verificar a clareza dos termos, e descobrir os fatores que afetam as condições financeiras dos entrevistados, gerando uma relação dos dados obtidos com os objetivos propostos no presente trabalho.

Para Richardson *et al.* (1999, p.71) “Os estudos de natureza descritiva propõem-se investigar o “que é”, ou seja, a descobrir as características de um fenômeno como tal”. Martins (2019) sustenta essa afirmativa abordando que a pesquisa descritiva pretende investigar para entender de forma detalhada as causas e consequências do assunto pesquisado. Assim sendo, o tipo da presente pesquisa quanto ao seu objetivo

geral se considerada descritiva, pois o mesmo visa estudar os principais fatores que afetam a situação financeira pessoal, e o modo como os mesmos interferem na utilização da renda dessa população.

### 3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população é o conjunto de elementos que possuem características em comum (YASUDA ; OLIVEIRA, 2013). “Em termos estatísticos, população pode ser o conjunto de indivíduos que trabalham em um mesmo lugar” (RICHARDSON *et al.*, 1999, p. 157-158). Portanto, o estudo em questão teve por objetivo aplicar a pesquisa aos funcionários terceirizados na área de limpeza pertencentes à Universidade Federal do Delta de Parnaíba (UFDPAr) localizada na cidade de Parnaíba-PI, a qual conta com 32 funcionários atuando no campus.

Visto o tamanho da população citada anteriormente, o estudo visou aplicar questionários considerando uma amostra de 32 funcionários, com um nível de confiança de 99%, área 03 e margem de erro de 02 pontos percentuais, onde a população e amostra se misturam. Como explica Yasuda e Oliveira (2013) a amostra é uma parcela da população que contém elementos com características comuns ao universo. Neste caso, a amostra considerada é probabilística simples, pois para as mesmas autoras todos os elementos da população possuem possibilidades iguais de serem selecionados.

O Cálculo utilizado para definir o tamanho da amostra consiste na fórmula amostral para população finita, ou seja, menor que 100.000 unidades:

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot (q) \cdot N}{E^2(N - 1) + \sigma^2 \cdot p \cdot (q)} = \frac{3^2 \cdot 50 \cdot (50) \cdot 32}{2^2(32 - 1) + 3^2 \cdot 50 \cdot (50)} = 32$$

Onde:

n = tamanho da amostra

$\sigma^2$  = nível de confiança, representado pela área

p = proporção da característica

q = complementar de “p” para 100

N = população

E2 = erro de estimação

### 3.3 COLETA DE DADOS

A coleta de dados é um processo que visa obter informações mediante técnicas específicas e possibilita o uso de dados que não se encontram em fontes documentais. Ademais, ao realizar a coleta é estabelecido um contato direto com a fonte

desejada, recolhendo suas percepções acerca de um determinado assunto (MARTINS, 2019).

Conforme Vigorena e Battisti (2011) os instrumentos utilizados na coleta de dados são de grande importância para o estudo tanto quanto o próprio resultado. Para Vieira (2009, p.15) “Questionário é um instrumento de pesquisa constituído por uma série de questões sobre determinado tema”.

Conforme essa teoria, a pesquisa se realizou durante a segunda semana do mês de março de 2020, e o instrumento utilizado para coletar os dados primários foi um questionário semi-estruturado, com perguntas abertas e fechadas, o qual se encontra no apêndice A, alterado, mas tendo como base o questionário aplicado por Radaelli (2018). Essas alterações ocorreram de forma estratégica para que as perguntas embasadas no referencial teórico se relacionem aos objetivos do presente trabalho.

Foi realizado um ofício a empresa terceirizada na área de limpeza e teve concordância da pessoa responsável à aplicação dos questionários. Desse modo, houve a realização de um pré-teste com alguns desses trabalhadores no dia 03 de março de 2020. Pois, de acordo com Vieira (2009) é importante que o questionário passe por um teste de qualidade, para verificar a compreensão do mesmo aos respondentes e saber se a pesquisa está bem planejada.

Após esse teste, foram levadas em consideração as sugestões dessas pessoas e um aperfeiçoamento das perguntas para melhorar o entendimento dos demais respondentes. Destarte, foi estipulado o prazo de três dias para a coleta dos dados. O estudo utilizou o meio manual para a aplicação do questionário, de modo a facilitar o entendimento e recebimento das respostas. Logo, foi perceptível o número de respondentes, no qual de 32 funcionários do campus, apenas 31 estavam disponíveis, pois uma encontrava-se de licença maternidade. Seguente esse período se iniciou a análise.

### 3.4 ANÁLISE DOS DADOS

Conforme Yasuda e Oliveira (2013, p.14) “A análise não é apenas uma descrição de resultados, embora seja necessário descrever alguns dos dados mais relevantes. É uma síntese a que tem como base os resultados e seu conhecimento”

Assim, os dados foram tabulados tanto através da ferramenta Microsoft Office Excel 2007, por meio das fórmulas de soma, divisão e multiplicação, quanto de

forma manual, dividindo a parte pelo todo, vezes cem, para encontrar a porcentagem em cada situação. Ademais, se utilizou de recursos visuais como gráficos e tabelas para a organização e compreensão dos resultados obtidos, os quais permitem responder aos objetivos propostos à pesquisa.

Os dados foram analisados estatisticamente, depois de comparado os resultados entre as respostas de cada funcionário. Além disso, visou-se, primeiramente, através do questionário a identificação do perfil dos mesmos e suas condições financeiras, por meio das características, incluindo sexo, idade, estado civil e renda, assim como, o grau de conhecimento dos mesmos sobre finanças pessoais e a atual situação financeira diante de quanto recebem e gastam.

Também, verificou a relação dos fatores abordados no referencial teórico, tais como educação financeira, emoções, objetivos, status sociais, crédito, planejamento e orçamento financeiro, e a forma como afetam, realmente, a vida financeira desses profissionais.

Não obstante, ponderou a porcentagem de pessoas que utilizam sua renda de forma positiva, diante do conhecimento da frequência de compras, pagamento de suas obrigações e prática de poupar e investir. Além de entender o porquê do inverso. Descobrimo também, quais categorias de despesas comprometeram maior parte da renda deles, através de uma questão que instigava marcar as alternativas com os meios que mais consumiam.

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados os resultados obtidos por meio da aplicação do questionário, seguido da análise dos dados. A pesquisa foi realizada com 31 funcionários terceirizados da área de limpeza da UFDPAr, em Parnaíba-PI. Os quatro tópicos que serão apresentados se referem à identificação do perfil dos funcionários, os fatores que afetam as condições financeiras, o modo de utilização da renda e, as categorias de despesas.

### 4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

As questões iniciais se atentaram a cumprir o primeiro objetivo baseado em identificar o perfil dos funcionários e suas atuais situações financeiras. Diante disso, o perfil dos entrevistados consiste em sexo, idade, estado civil, renda, conhecimento e situação financeira.

**Tabela 1**– Características dos respondentes

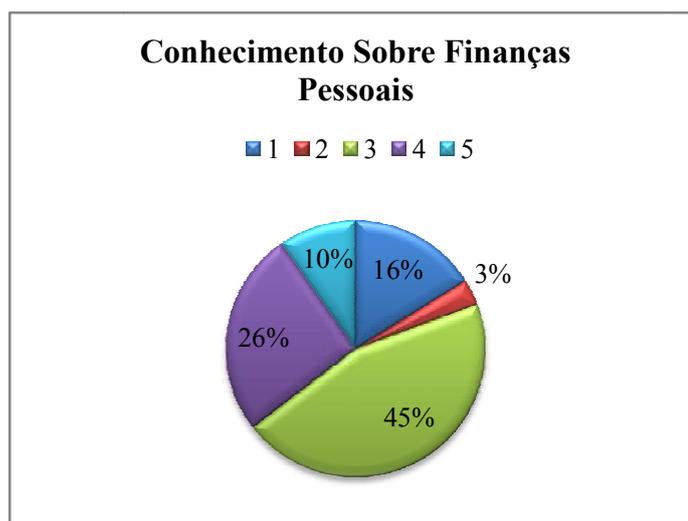
FATORES PESQUISADOS	NÚMERO DE RESPONDENTES	% DO TOTAL
<b>Gênero</b>		
<b>Feminino</b>	07	22,58%
<b>Masculino</b>	24	77,42%
<b>Outros</b>	0	0%
<b>Faixa Etária</b>		
<b>Menos de 18 anos</b>	0	0%
<b>De 19-29 anos</b>	06	19,35%
<b>De 30-40 anos</b>	16	51,61%
<b>De 41-50 anos</b>	07	22,58%
<b>Mais de 50 anos</b>	02	6,45%
<b>Estado Civil</b>		
<b>Solteiro</b>	13	42%
<b>Casado</b>	11	36%
<b>União Estável</b>	5	16%
<b>Divorciado/Separado</b>	2	6%
<b>Viúvo (a)</b>	0	0%
<b>Renda</b>		
<b>Até R\$1.045,00</b>	28	90,32%
<b>R\$ 1.046,00 até R\$ 1.999,00</b>	03	9,68%
<b>R\$ 2.000,00 até R\$ 3.000,00</b>	0	0%
<b>Acima de R\$ 3.000,00</b>	0	0%

FONTE: dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Por meio da **Tabela 1**, percebe-se que mais da metade dos entrevistados são homens com o percentual de 77,42%, enquanto as mulheres apresentam apenas 22,58% do total. Em relação à faixa etária, tornou-se perceptível que todos são maiores de 18 anos, 51,61% possuem entre 30 a 40 anos e deixa-se em evidência que apenas 6,45% possuem mais de 50 anos. Sobre o estado civil é notável que a maioria dos funcionários, ou seja, 42% são solteiros, 36% casados, 16% possuem uma união estável, e 6% são divorciados ou separados. Os trabalhadores foram questionados também sobre sua renda mensal, observa-se que quase todos (90,32%) recebem até R\$ 1.045,00, ou seja, vivem com um salário mínimo.

Para entender o conhecimento e a situação financeira desses servidores, os mesmos foram questionados, primeiramente, a respeito do grau de conhecimento sobre finanças pessoais.

**Gráfico 1** – Grau de conhecimento sobre Finanças Pessoais



**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Os funcionários foram provocados a identificar o seu nível de conhecimento acerca das finanças pessoais. As alternativas variam de 1 a 5, onde 1 significa não ter nenhum conhecimento e 5 ter conhecimento sólido no assunto. Os funcionários em sua maioria indicaram ter grau de conhecimento (3), um aprendizado médio evidenciado por 45% das respostas. Seguido por 26% indicando grau de conhecimento (4), e 10% indicaram conhecimento excelente (5). Somente 16% determinaram possuir nenhum conhecimento do assunto e 3% indicaram baixo grau (2), conforme é apresentado no **Gráfico 1**.

A questão seguinte buscava informações referentes à atual situação financeira dos trabalhadores. Verificou-se através da tabela **Tabela 2** que grande parte dessas pessoas (45,16%) afirmou gastar menos dinheiro que ganham, sobrando alguma quantia no fim do mês. 29,03% disseram gastar tudo que recebem não sobrando nada e 25,8% afirmaram que gastam mais do que recebem, ou seja, se endividam.

**Tabela 2 – Atual Situação Financeira**

Situação Financeira	Frequência	Porcentagem
Gasta mais dinheiro do que ganha	08	25,8%
Gasta a mesma quantidade de dinheiro que ganha	09	29,03%
Gasta menos dinheiro do que ganha	14	45,16%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Diante dos dados apresentados nota-se mais homens que mulheres trabalhando nessa área, adultos e mais de 80% maiores de 30 anos, solteiros, vivendo com um salário mínimo e 81% do total afirmando ter grau de conhecimento médio a excelente sobre finanças pessoais, 45,16% gastando menos que recebem.

No entanto, em uma análise geral 19% tem pouco ou nenhum conhecimento sobre finanças, há um total de 52% casados e com união estável, que possuem maiores responsabilidades, ultrapassando os solteiros. Além disso, mais de 54% do total gastam tudo que recebem, ou até mais, gerando dívidas e descontrole de seus recursos.

#### 4.2 FATORES QUE AFETAM AS CONDIÇÕES FINANCEIRAS

Da sétima a vigésima terceira questão visou-se verificar de qual modo os fatores: educação financeira, emoções, objetivo na vida, marketing e publicidade, status social, crédito e planejamento financeiro interferiam na vida monetária destes funcionários.

A primeira questão a respeito deste objetivo buscava informações referentes à forma como os funcionários foram educados financeiramente. Verificou-se que mais de 38% deles buscaram informações por conta própria, conforme demonstra a **Tabela 3**:

**Tabela 3** – Forma de Educação Financeira

Forma de educação	Frequência	Porcentagem
Nunca teve interesse pelo assunto	04	12,90%
Foi orientado pelos pais ou por alguém da família	04	12,90%
Aprendeu na escola ou em cursos	10	32,26%
Buscou informações por conta própria	12	38,71%
Outros	01	3,22%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Este resultado leva a verificar que 12,90% dos funcionários indicaram nunca possuir interesse pelo assunto, enquanto vale ressaltar o percentual de (38,71%) de trabalhador que buscou informações por conta própria, ou (32,26%) que aprendeu na escola ou em cursos. Apenas 3,22% dos entrevistados responderam que a educação financeira foi repassada tanto pela escola quanto pelos pais. E 12,90% indicam ter aprendido apenas por orientação dos pais ou por alguém da família.

Como explica Serafim (2019) investir em informações também é uma forma de gerar valor. Deste modo, é perceptível que mais de 87% dos funcionários destacam possuir educação financeira, seja por interesse próprio ou por uma base escolar e familiar.

A questão seguinte buscava informações sobre a interferência das emoções dos funcionários nas decisões financeiras de consumo, procurando saber o que mais pesa na hora da compra, mais de 80% destacou que é a razão.

**Tabela 4** – Interferência das Emoções no Consumo

Interferência das Emoções	Frequência	Porcentagem
Razão (a necessidade, o planejamento, e a utilidade do produto)	25	80,64%
Emoções (os impulsos, os desejos, e o prazer do consumo)	04	12,90%
Outros	02	6,45%
Total	<b>31</b>	<b>100%</b>

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Conforme mostra a **Tabela 4**, (80,64%) dos funcionários disseram que no ato da compra são levados pela razão, ou seja, consomem apenas pela necessidade, planejamento financeiro ou a utilidade do produto. Já 12,90% afirmaram que as emoções influenciam através dos impulsos, desejos ou prazer da aquisição. Os outros 6,45% destacaram que depende do momento, tornando-se relativo.

Nesse caso, porém, para Ferreira (2011) parte do funcionamento emocional não pode ser detectada, pois acontece no nosso inconsciente, isso explica o porquê mais de 80% dos respondentes não reconhecerem as emoções presentes em seus atos diários.

Na mesma perspectiva, a questão seguinte buscava informações sobre a influência dos sentimentos dos funcionários no ato da compra, visando identificar se alguma vez eles já compraram algo para se sentirem melhor ao estarem com algum sentimento de incômodo.

Os funcionários da área de limpeza que se definiram como consciente e controladores de suas escolhas representam a maioria, 67,74%, enquanto 32,26% dos entrevistados afirmaram que sim, os sentimentos influenciam no consumo e já adquiriram algo por estarem com baixa autoestima, estressados, entediados, tristes, angustiados, com tédio ou algo parecido, como observado no **Gráfico 2**:

**Gráfico 2** – Influência dos sentimentos nas escolhas

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

A explicação para mais de 67% dos entrevistados não reconhecerem seus sentimentos em seu consumo, pode ser associada à afirmação de Tolotti (2007) e Arcure (2018) que no processo de escolha os indivíduos não conseguem perceber que há uma dominação de sentimentos, pois, o cérebro humano possui circuitos que associa alguma atividade agradável à sobrevivência do indivíduo, ou seja, como se fosse importante.

Além disso, os funcionários foram questionados sobre possuir sonhos, planos, objetivos ou metas. Uma grande parcela respondeu ter alguns objetivos e destinar recursos financeiros a eles.

**Tabela 5**– Forma de Gerenciar os Objetivos

Forma de gerenciar os objetivos	Frequência	Porcentagem
Não possui nenhum	05	16,13%
Possuem alguns, e destina recursos financeiro a eles	21	67,74%
Possuem alguns, mas não destina recursos financeiro a eles	05	16,13%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Conforme a **Tabela 5**, apenas 16,13% dos entrevistados não possui nenhum sonho, planos ou metas. 67,74% destes trabalhadores possuem sonhos e destina recurso financeiro para realizá-los. E 16,13% possuem objetivos, mas não destina dinheiro para concretizá-los.

Diante dos mais de 32% que não possuem sonhos ou recursos para consumá-lo é preocupante, pois a falta de objetivo pode ocasionar carência de meta para o dinheiro e os gastos serão irresponsáveis, visto a preocupação apenas com o presente. Sendo assim, é satisfatório perceber que uma grande parcela, ou seja, 67,74% dos entrevistados possuem sonhos e agem para realizá-los como passo importante de controle dos recursos.

Dos que responderam possuir objetivos, buscou-se informar o período para que eles fossem realizados, no qual mostra o **Gráfico 3**:

**Gráfico 3 – Período para realizar os objetivos**

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Este resultado leva a verificar que 54% desses objetivos são de médio prazo, entre 3 a 6 anos. 31% em curto prazo, de 1 a 2 anos, e 15% ao longo prazo, levando mais de 7 anos. Assim, as metas para realizar os objetivos de médio à longo prazo desses funcionários necessitam de um maior planejamento financeiro.

Os mesmos indivíduos foram questionados sobre suas prioridades e formas como o marketing e a publicidade influenciavam através da marca, produto, preço e embalagem no ato da compra.

É notório por meio da análise do **Gráfico 4** que o preço é o fator que mais influência na hora da compra com 39% do percentual, seguido pela marca com 29%. Já o produto em si influência 22%, e pôr fim a embalagem com apenas 10% do total:

**Gráfico 4 – Prioridade na compra**

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Conseqüentemente a esses dados, essas pessoas sofrem influenciado marketing e publicidade das empresas na hora de decidir gerar uma aquisição, por meio do preço, através das promoções ou liquidações. Assim como a marca.

Portanto, mesmo que nas questões anteriores os funcionários se definam racionais e conscientes de seus atos, nesta pergunta foi identificada a influência não perceptível das estratégias de mercado, através dos baixos preços e da marca.

Para identificar a influência do status social na vida financeira dos funcionários, buscou-se saber como esses trabalhadores reagem em relação a terceiros.

**Tabela 6 – Efeito Manada**

Importância dada em relação a terceiros	Frequência	Porcentagem
Não se importa com o que os outros pensam sobre seus atos e escolhas	27	87,10%
Importa-se com que os outros irão pensar sobre seus atos e escolhas	03	9,68%
Outros	01	3,22%
Total	<b>31</b>	<b>100%</b>

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

De acordo com a **Tabela 6**, para (87,10%) dos trabalhadores não interessa o que os outros pensam sobre seus atos e escolhas. Já 9,68% afirmaram que se importa com que terceiros irão pensar. Os outros 3,22% consideraram relativo esse assunto.

Mediante esses dados percentuais mais de 87% dos entrevistados afirmaram não se importar com as perspectivas de outrem diante de seus atos e escolhas diárias. Sendo o status um fator influente apenas nas ações de 12,9% desses indivíduos.

Assim, ainda sobre os status sociais a pergunta seguinte questionava se alguma vez esses trabalhadores já consumiram algo por estar na moda, para mostrar que tinham condição financeira, tentar pertencer a um grupo ou agradar alguém.

**Tabela 7** – Comportamento do Consumidor

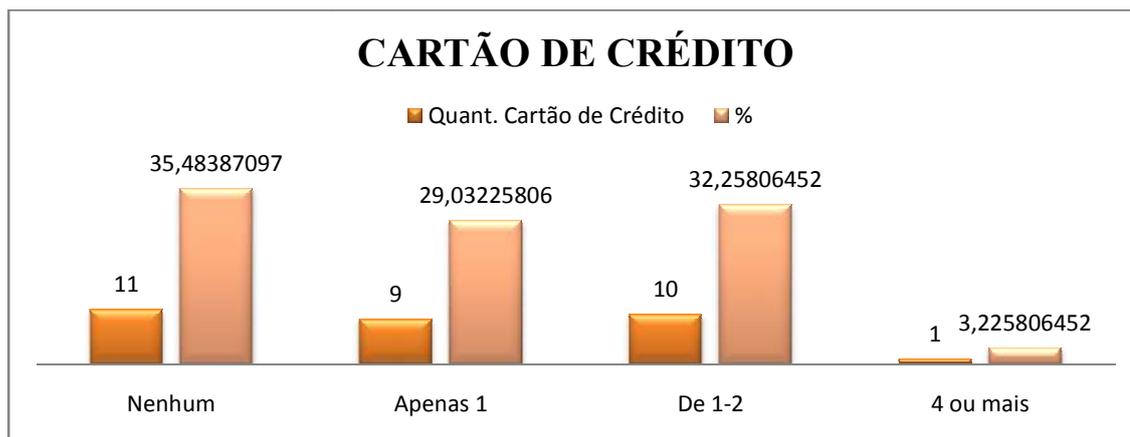
Motivo de compra	Frequência	Porcentagem
Estava na moda	10	32,26%
Para mostrar que tinha condições financeiras	02	6,45%
Para tentar pertencer a um determinado grupo ou tentar agradar alguém	02	6,45%
Outros	17	54,84%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Conforme apresentado na **Tabela 7**, mais da metade das respostas (54,84%) foi que outros fatores motivam o consumo, no qual, os funcionários especificaram que o importante é se sentirem bem, ou que consomem apenas por necessidade não pelo status social. Os 32,26% já compraram algo porque estava na moda, apenas 6,45% para mostrar que tinha condição financeira e os outros 6,45% para agradar alguém ou se encaixar em algum grupo.

Logo, poucos são os entrevistados que já compraram algo por influencia dos status sociais. Para mais de 87% o importante é o sentimento próprio.

Em relação à influência do crédito, o primeiro questionamento feito aos servidores foi sobre a quantidade de cartão de crédito que cada um possuía. 35,49% não possuem nenhum cartão de crédito. 32,26% possui de 1 a 2 cartões. 29,03% tem apenas 1 cartão, e poucos são os que possui mais de 4 cartões com o percentual de 3,22%, como mostra o **Gráfico 5**:

**Gráfico 5 – Quantidade de Cartão de Crédito**

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

De acordo com Ariely e Kreisler (2019) ao utilizar o dinheiro em espécie e tocá-lo, as pessoas tendem a gerar um sentimento maior de perda e por isso gastam menos. Devido a isso, mais de 35% dos entrevistados preferem não utilizar o cartão de crédito. Enquanto em torno de 64% do total possuem no mínimo um cartão.

Nessa mesma perspectiva, foi abordado o tipo de crédito que os trabalhadores já utilizaram para consumir algo parcelado, conforme mostra a **Tabela 8**, a maioria (64,70%) utilizaram cartão de crédito ou cartão da loja. 20,59% escolheram a opção outros, onde especificaram que nunca utilizaram nenhum tipo de crédito, ou que preferem utilizar os carnês das lojas se for necessário. 8,82% já utilizaram financiamentos. E apenas 5,88% disseram que utilizaram empréstimo pessoal ou consignado.

**Tabela 8 – Créditos utilizados para consumir**

Tipos de Crédito	Frequência	Porcentagem
Cartão de crédito ou cartão da loja	22	64,70%
Empréstimo pessoal ou Empréstimo consignado	02	5,88%
Cheque especial	00	0%
Financiamentos	03	8,82%
Outros	07	20,59%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100</b>

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Ressalta-se que em alguma vez na vida essas pessoas já utilizaram cartão de crédito ou da loja para parcelar suas compras, porém, segue uma significativa quantidade, mais de 20%, que nunca parcelaram ou que preferem carnês ao crédito.

Semelhante, mas em outra questão, os funcionários deveriam responder qual tipo de crédito eles já utilizaram para quitar alguma dívida. 80,65% dos trabalhadores afirmaram não utilizar nenhum crédito, pois pagam suas dívidas com seu próprio dinheiro. Mas, 16,13% disseram já ter utilizado empréstimo pessoal e 3,22% empréstimo consignado, como mostra a **Tabela 9**:

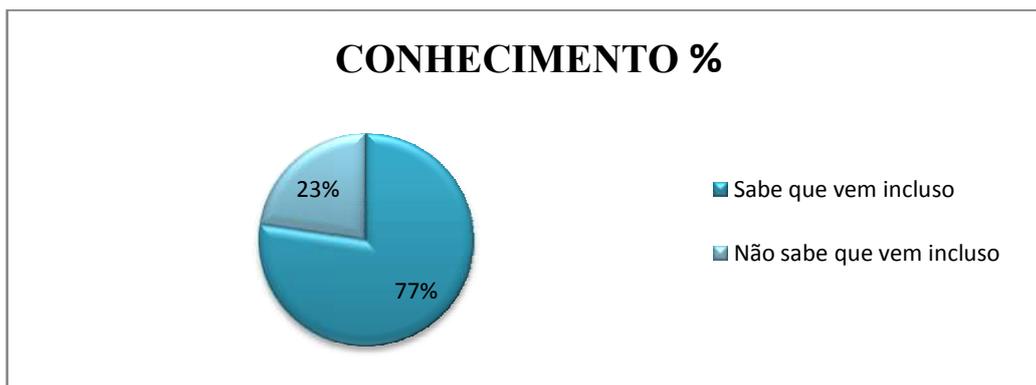
**Tabela 9** – Créditos utilizados para quitar dívidas

Tipos de Crédito	Frequência	Porcentagem
Cheque Especial	00	00%
Empréstimo pessoal	05	16,13%
Empréstimo Consignado	01	3,22%
Nenhum, pois paga as dívidas com o próprio dinheiro	25	80,64%
Total	<b>31</b>	<b>100%</b>

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

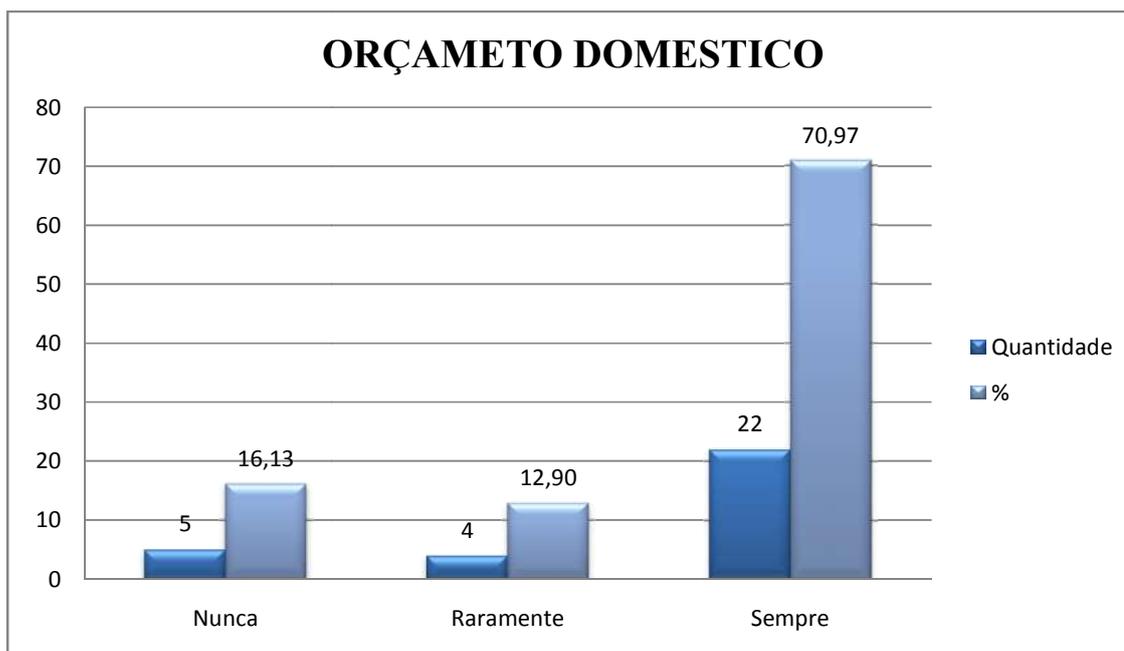
Assim, percebe-se que os funcionários evitam utilizar o crédito para quitar as dívidas, sendo quase unânime a quantidade de pessoa que paga suas obrigações com o próprio dinheiro, evitando problemas maiores. A questão seguinte também embasa este resultado, ao explicar que grande parte desses servidores reconhece que ao parcelar o juro vem incluso e aumenta o montante final.

Desse modo, 77% dos respondentes determinaram conhecer esse aumento. Enquanto 23% afirmaram que não possui esse conhecimento, como mostra o **Gráfico 6**:

**Gráfico 6 – Conhecimento dos juros nas parcelas**

FONTE: dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Os funcionários foram questionados também sobre seu orçamento doméstico, visando verificar a frequência com que realizavam o acompanhamento do quanto ganham e o quanto gastam, conforme mostra o **Gráfico 7**:

**Gráfico 7 – Monitoramento do Orçamento Doméstico**

FONTE: dados da pesquisa (2020) feita pela autora

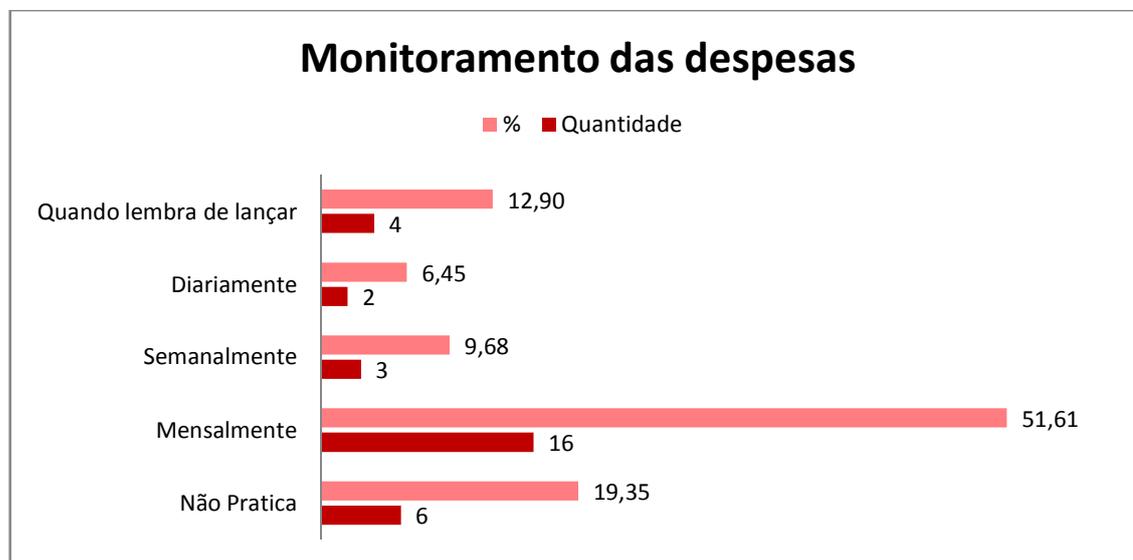
Analisando tal gráfico foi perceptível que 70,97% dos funcionários sempre fazem o monitoramento do orçamento. 16,13% nunca acompanham quanto ganham ou gastam, e 12,90% raramente realizam esse monitoramento.

Como explica Arcuri (2018) o primeiro aspecto para concertar a vida financeira é entender qual a situação atual e enfrentar os problemas. Para isso, é necessário analisar quanto de dinheiro é ganho e gasto mensalmente, e o montante que está sendo utilizado com investimento. Diante disso, mais de 70% desses funcionários sabem quanto ganham e gastam por fazerem seus monitoramentos, tendo o conhecimento de suas atuais situações financeiras.

Em relação às despesas, visava-se identificar à frequência que são monitoradas: quando, quanto e como gastam. Segundo o **Gráfico 8** a maior parte (51,61%) lançam os gastos mensalmente. 9,68% lançam semanalmente, e 6,45% diariamente. Porém, 12,90% só anotam suas despesas quando se lembram e 19,35% não praticam o monitoramento de seus gastos.

Domingos (2012) esclarece que para melhorar a saúde financeira é valioso registrar todos os tipos de gastos, sejam grandes ou pequenos, para que haja uma visão mais abrangente das despesas pessoais, e uma maior facilidade de ajustar o que for necessário. Assim, mais de 80% desses servidores possuem o conhecimento de sua situação financeira.

**Gráfico 8** – Frequência do monitoramento das despesas



**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Para os que lançam suas despesas apenas quando se lembram, a dificuldade de enxergar suas condições financeiras são maiores, complicando o ajuste em seu

orçamento e cumprimento das metas. Também, quem não os pratica estão mais propícios a uma má situação financeira.

Diante da questão anterior, os mesmos foram indagados por qual motivo não praticavam o monitoramento dos gastos.

**Tabela 10** – Motivos de não praticar o monitoramento das despesas

Motivos	Frequência	Porcentagem
Sempre faz	18	58,06%
Falta de Tempo	05	16,13%
Não sabe como fazer	04	12,90%
Não quer se prender as contas e nem fazer sacrifícios	00	0%
Não considera necessário	04	12,90%
Total	<b>31</b>	<b>100%</b>

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Conforme a **Tabela 10**, (58,06%) sempre faz o monitoramento das suas despesas. Dos que não realizam o monitoramento 16,13% afirmaram resultar da falta de tempo, 12,90% não considera necessário e os outros 12,90% não sabem como fazer.

É visível que significativa parcela desses funcionários, mais de 41%, não monitora o orçamento e desconhece a importância desse ato para a vida financeira. Diante disso, necessitam de um incentivo e orientação na qual mostre que uma pequena mudança nos atos diários pode gerar controle das despesas e atenuar as dívidas.

Os servidores também foram questionados sobre a preocupação com o futuro financeiro, para 12,90% há planejamento, já colocaram em prática e o seguem rigorosamente. Os 29,03% tem planejamento, mas ainda não colocaram em prática. Outros 29,03% têm preocupação, mas não sabe como planejar. 6,45% têm preocupação, mas não age relação a ele. E 22,58% não se preocupam como mostra a **Tabela 11**:

**Tabela 11** – Preocupação com o Futuro Financeiro

Tipo de preocupação	Frequência	Porcentagem
Não tem preocupação	07	22,58%
Tem preocupação, mas não faz nada em relação a ele	02	6,45%
Tem preocupação, mas não sabe como planejar	09	29,03%
Já tem planejamento, mas ainda não colocou em prática	09	29,03%
Tem planejamento, já colocou em prática e o segue rigorosamente	04	12,90%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

FONTE: dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Destarte, ter preocupação com o futuro sem planejá-lo não acrescenta nem na vida presente muito menos no que se espera obter. Além disso, a falta de interesse com o planejamento ou o modo de colocá-lo em prática pode ser explicada pelas questões anteriores, na qual alguns funcionários não possuem costume de monitorar seu orçamento, preocupados apenas com o presente tendem a ser mais propícios às dívidas e não fazerem sobrar dinheiro.

#### 4.3. MODO DE UTILIZAÇÃO DA RENDA

As demais questões visaram identificar como a renda desses servidores terceirizados é utilizada entre consumo, pagamento de dívida, poupança e investimento.

A primeira pergunta dentro desse objetivo questiona com maior frequência como os funcionários costumam consumir. A grande maioria deles determinou comprar à vista, com 74% percentual, enquanto 26% costumam consumir a prazo, como mostra o **Gráfico 9**:

**Gráfico 9 – Frequência de compras**

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Um dos fatores contribuintes para essa estatística é explicada pela grande parcela destes indivíduos, ou seja, mais de 35% não usar cartão de crédito, assim consegue ter maior controle do dinheiro em mãos. E os outros 39% mesmo que possuam cartão de crédito nem sempre o utilizam.

A questão seguinte visava saber como estavam, no momento em que foi realizada a entrevista, as obrigações dos funcionários. Assim, 29% já quitaram suas parcelas. 55% ainda estavam com parcelas a pagar. E 16% estavam com parcelas atrasadas. Conforme mostra o **Gráfico 10**:

**Gráfico 10 – Pagamento de Obrigações**

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

A explicação para quem já quitou suas dívidas é o ato de comprar à vista. No entanto, 55% desses servidores estavam com parcelas a pagar, ou seja, endividados. Esse resultado se torna contraditório de forma estatística, pois na questão anterior foi definido que 74% compravam à vista, todavia, ao serem questionados sobre suas obrigações, definiram que ainda estavam com parcelas a pagar, ou seja, consumiram de forma parcelada. Ademais, uma significativa quantidade, 16% do total, estava inadimplente. Assim, tal situação também pode ser explicada pela informação, já mencionada, que mais de 54% dessas pessoas gastam tudo ou mais que recebem.

Além disso, os funcionários também foram questionados se possuíam o hábito de poupar dinheiro, como mostra a **Tabela 12**:

**Tabela 12 – Sobre Poupança**

Sobre poupança	Frequência	Porcentagem
Sempre poupa parte da renda	12	38,71%
Nunca poupa	09	29,03%
Poupa quando sobra	10	32,26%
Total	<b>31</b>	<b>100%</b>

**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Deste modo, é notável que 38,71% sempre poupam parte de sua renda. 32,26% poupam quando sobra. E 29,03% nunca poupam. Nota-se que a junção estatística dos que nunca poupam ou apenas quando sobra é elevada, tornando-se mais de 61% do total.

De acordo com Arcuri (2018) a importância de poupar é fazer o dinheiro trabalhar para o bem-estar, realização de sonhos e felicidade.

Consequente a isso, a parcela dos funcionários que poupam está associada, à questão já supracitada, que indicou uma porcentagem que gasta menos dinheiro que ganha, sobrando uma quantia no fim do mês. Da mesma forma, a parcela desses servidores que nunca poupam ou apenas quando sobra, associa-se a quantidade dos que gastam a mesma proporção que recebem ou até mais.

Todavia, consoante Toledo (2010) para poupar é preciso ser proativo e não esperar sobrar, deve haver a decisão de reduzir algumas despesas, tendo boa vontade e disciplina.

A outra questão pretendia saber sobre a realização de investimentos financeiros. A **Tabela 13** apresenta que 61,29% não realizam investimentos. 16,13% praticam apenas investimento em renda fixa, onde a maioria respondeu ser caderneta de poupança. 12,90% disseram aplicar em investimentos de renda fixa e variável. E 6,45% definiram outros, no qual especificaram que pouparam em casa.

**Tabela 13** – Realização de Investimentos Financeiros

Tipos de investimentos	Frequência	Porcentagem
Não realiza investimentos	19	61,29%
Apenas investimento em renda fixa	05	16,13%
Apenas investimentos em renda variável	01	3,22%
Compra de imóveis	00	0%
Investimentos em renda fixa e variável	04	12,90%
Outros	02	6,45%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

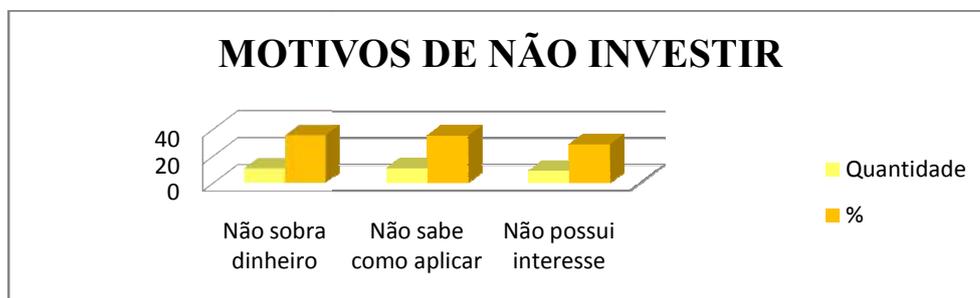
**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Arcuri (2018) explica que a dúvida e o medo das decisões fazem com que as pessoas prefiram deixar o dinheiro na poupança gerando baixo rendimento. Diante disso, os indivíduos acabam perdendo grandes rentabilidades que poderiam ser conquistados por meio da bolsa de valores ou outras formas de investimento.

Levando em consideração a ideia supracitada, além de mais de 61% desses indivíduos não investir perdendo oportunidade de aumentar sua renda, os que investem em caderneta de poupança geram rendimentos apenas de centavos, quase o mesmo resultado dos que guardam dinheiro em casa, no qual o rendimento é zero. Sendo necessário, essas pessoas arriscarem mais ou apenas diversificarem seus recursos, porém precisam de um maior entendimento do assunto.

Em relação aos que não realizam investimento financeiro, os mesmos foram questionados o motivo:

**Gráfico 11** – Motivos por não realizar investimentos



**FONTE:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

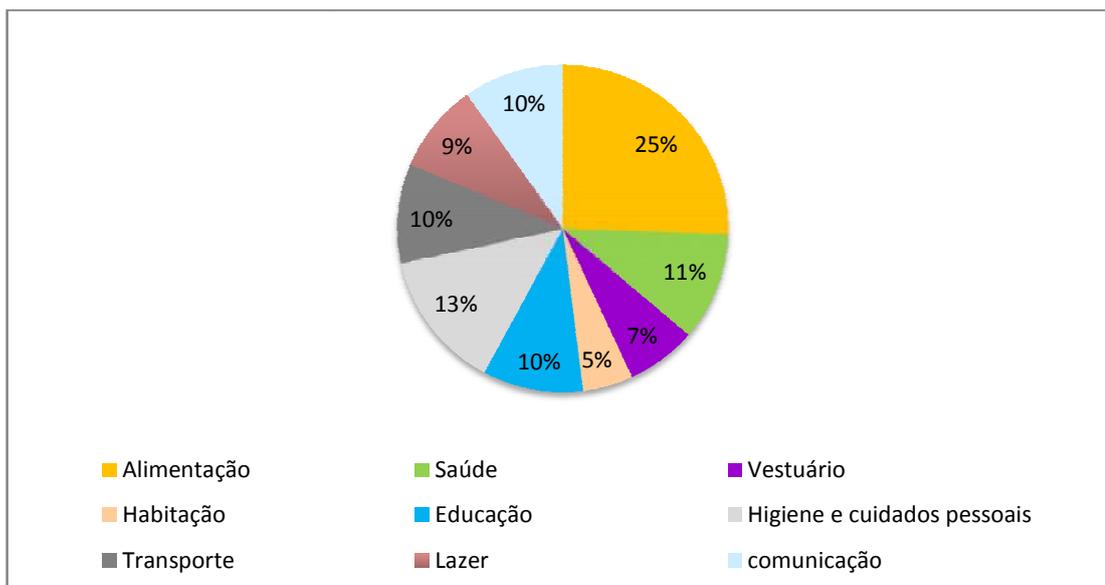
Como mostra o **Gráfico 11** 35,48% disseram não sobrar dinheiro. Para 29,03% não há interesse. E os demais 29,03% não sabem como aplicar.

Sendo assim, a explicação por não sobrar dinheiro destes funcionários, é devido afirmarem em questões anteriores que gastam a mesma quantidade ou até mais que recebem. Ademais, não há interesse ou não sabem como aplicar por não praticarem o ato de poupança, devido à falta de prática. Essa poupança é o passo essencial para iniciar uma aplicação.

Para mais, a escolha da quantidade, tipo e tempo de aplicação desses investimentos varia para cada funcionário, pois depende do conhecimento e objetivos que cada um possui. Desse modo, é necessário instigar o interesse dos mesmos no assunto.

#### 4.4 CATEGORIAS DE DESPESAS

Para responder o último objetivo os funcionários foram questionados em qual categoria de despesa eles costumavam gastar maior parcela de sua renda. Respectivamente os gastos foram destacados como: alimentação, higiene e cuidados pessoais, saúde, educação, transporte, comunicação, lazer, vestuário e habitação.

**Gráfico 12** – Categoria de Despesas

**Fonte:** dados da pesquisa (2020) feita pela autora

Conforme o **Gráfico 12**, em ordem de despesas segundo os respondentes o maior gasto consiste em alimentação, no qual, teve 25% do total. Em seguida outro item que gera bastante despesa é higiene e cuidados pessoais com 13% do total. A despesa com saúde possui o percentual de 11%. Os gastos com educação, transporte e comunicação, foram ambos 10%, seguidos com a despesa de lazer gerando 9%. Com Vestuário o percentual de despesa é 7%, e pôr fim a habitação com apenas 5%. Nota-se que todos estes funcionários destacaram ter maiores despesas com alimentação, que é uma categoria de gasto essencial para a sobrevivência. A despesa com educação se iguala com a comunicação, na qual está relacionado com a ligação que nos dias atuais a internet tem com o conhecimento, ou seja, com os estudos.

Também se destaca que as despesas com alimentação, higiene e cuidados pessoais e, saúde, em conjunto, corresponde a 49% das despesas total desses servidores. Na qual se diferencia da Pesquisa de Orçamentos Familiares-POF nos anos de 2017-2018, realizada pelo IBGE, que mostra que os três principais gastos de consumo eram com alimentação, habitação e transporte, que comprometeram em conjunto, 72,2% das despesas média das famílias brasileiras nos respectivos anos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A situação financeira de um agente econômico está atrelada ao seu conhecimento e gestão dos recursos financeiros, bem como, resultado emocional, marketing e publicidade, status social, sonhos e metas, uso do crédito, forma de planejamento financeiro e controle do orçamento. Diante da atual condição financeira de uma pessoa se determina valores de poupança e possíveis investimentos, podendo ou não contribuir para seu capital monetário.

É necessário o interesse social nessa abordagem, pois além de afetar a economia como um todo, já que envolve dinheiro, também impacta no psicológico de cada indivíduo e conseqüentemente em suas relações sociais e profissionais. Nesse contexto, o presente trabalho teve como objetivo estudar os fatores que influenciam a situação financeira dos funcionários terceirizados da UFDPAr, examinando a forma que esses elementos interferem na utilização da renda.

Para que fosse possível alcançar todos os objetivos propostos, foi aplicado aos servidores um questionário com base no tema. Obteve respostas de 31 funcionários terceirizados na área de limpeza que atuam na instituição de ensino superior. Os dados foram tabulados e analisados para chegar aos resultados.

O primeiro objetivo do referido trabalho baseava-se em identificar o perfil dos funcionários e suas atuais situações financeiras. Sendo assim, em uma visão geral, há uma presença maior de homens, com mais de 30 anos, casados, que determinaram ter de médio a excelente conhecimento sobre finanças pessoais, no entanto gastam todo salário que recebem, sem sobrar algo para poderem investir, estando em uma situação financeira preocupante, já que todo recurso que recebem tem destino de pagamento para outros e não para si, em primeiro lugar.

Outro fator observado na pesquisa é que grande parcela dos funcionários determinaram ser educados financeiramente, além de 80% do total se definiram racionais, ou seja, a emoção nada afeta em suas decisões, isso eleva a forma crítica deles frente à aquisição e o controle dos sentimentos em suas escolhas financeiras. Além disso, a presença de sonhos e planos no dia a dia desses trabalhadores contribui para o controle dos recursos.

Ademais, muitos evitam usar o crédito, mais de 80% afirmaram que pagam suas dívidas com próprio dinheiro, o que é bom, pois não precisarão se comprometer com as taxas de juros. Mormente a isso, para e lesu status social também não influencia

nas aquisições, porém, o preço e a marca sim, ou seja, a estratégia de mercado consegue interferir nas decisões e atraí-los ao consumo. Outrossim, um resultado satisfatório citar é que mais de 70% dos funcionários sempre monitoram o orçamento, sabendo os valores que ganham e gastam e os controlam mensal ou semanalmente. No entanto, mais de 58% determinaram não planejar o futuro e por isso no presente a tendência é gastar mais devido não pensar em uma reserva para sua melhor condição de vida.

O segundo objetivo visava identificar como a renda dessas pessoas estava sendo utilizada entre pagar suas obrigações, consumir, poupar e investir. Sobre a frequência de compras 74% afirmou consumir mais à vista, para livrar-se das contas, todavia, 55% do total estavam ainda com parcelas a quitar e mais de 15% inadimplentes, tornando-se contraditório. Além disso, 61% nunca pouparam ou apenas quando sobra, essa mesma porcentagem não realiza investimentos, esse fator se torna negativo para o controle e gerenciamento dos recursos, pois o investimento é um dos três elementos essenciais para uma condição financeira tranqüila, visto que assegura o futuro.

O terceiro e último objetivo pretendia verificar em quais categorias de despesas essas pessoas comprometem maior parte de sua renda. Os servidores responderam que são os gastos com alimentação, higiene e cuidados pessoais e com saúde respectivamente, ou seja, o que se é de sobrevivência do ser humano.

Com base nisso considera-se que o status social e as emoções não influenciam nas escolhas dos funcionários, grande parte não pouparam seus salários, só servindo para quitar dívidas ao invés de melhorar a qualidade de vida. Para esses trabalhadores, a educação financeira faz com que eles tenham um maior controle de orçamento, porém não se planejam e vivem somente o agora e dessa forma, não encontram abertura para investirem e utilizar de forma sábia e produtiva sua renda.

Não obstante, nem todos os entrevistados foram sinceros em suas respostas já que em muitas questões eles se contradiziam. Assim, como nenhuma proposta de investigação científica encontra-se devidamente completa, este estudo apresenta propostas de continuidade de pesquisa em outras áreas profissionais, para que, dessa forma, sejam analisados outros fatores de interferência nas condições financeiras dos agentes econômicos.

## REFERÊNCIAS

- ALBERTO. Renda Bruta ou líquida: O que é? **Calendário do Ano**, 2019. Disponível em: <<http://calendariodoano.com.br/utilidade-publica/renda-bruta/>> acesso em 29 de nov.2019
- ARCURI, N. O. R. **ME POUPE!:10 passos para nunca mais faltar dinheiro no seu bolso**: 1.ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2018
- ARIELY, D; KREISLER, J; **A psicologia do dinheiro**. Tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2019
- ÁVILA, F; BIANCHI, A. M. Economia Comportamental o que é? **Economia Comportamental**, 2014. Disponível em: <Http://www.economiacomportamental.org/o-que-e/> acesso em 29 de nov de 2019
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Caderno de Educação Financeira – Gestão de Finanças Pessoais (Conteúdo Básico)**. Disponível em: [https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/caderno\\_cidadania\\_financeira.pdf](https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/caderno_cidadania_financeira.pdf)> acesso em 29 de nov de 2019
- BLACKIE, C. **KAKEBO**. Tradução de Sandra Martha Dolinsky. 1. Ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2014
- BONA, A. **Planejamento financeiro** familiar: 6 passos para ter sucesso!. **André Bona**, 2019. Disponível em <https://andrebona.com.br/planejamento-financeiro-familiar-6-passos-para-ter-sucesso/> acesso em 29 de nov.2019
- BORGES, B. Juros: por que eles existem? **Simplic**, 2016. Disponível em: <https://www.simplic.com.br/blog/titulo-juros-por-que-eles-existem/> acesso em 19 de Fev. 2020
- CARLA, J. Cheque Especial: como funciona? **Serasa ensina**,2018. Disponível em: <https://www.serasaconsumidor.com.br/ensina/seu-credito/como-funciona-o-cheque-especial/> acesso em 29 de nov.2019
- CARLA, J. Empréstimo Consignado: como funciona? **Serasa ensina**,2018. Disponível em: <https://www.serasaconsumidor.com.br/ensina/seu-credito/emprestimo-consignado-como-funciona/> acesso em 29 de nov. 2019
- CARVALHO A. A, Alves J. E. D. **Padrões de consumo dos arranjos familiares e das pessoas que moram sozinhas no Brasil e em Minas Gerais**: uma análise de gênero e renda. In: 14º Seminário sobre a Economia Mineira [Internet]; 2010. Diamantina: Cedeplar, 2010.
- CARVALHO, H. A. **AS CAUSAS DO ENDIVIDAMENTO DA BAIXA RENDA NO MUNICÍPIO DE FLORIANO-PI**. 2016. 84f. Dissertação de Mestrado- Universidade Estadual Do Ceará, Fortaleza, 2016. CERBASI. G. **DINHEIRO: OS SEGREDOS DE QUEM TÊM**: 1.ed. São Paulo: Sextante, 2016.
- CERBASI, G. **Dinheiro: os segredos de quem têm**. 1. Ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016

- Conferências sobre educação financeira acontecerão em maio. **Ministério da Educação**, 2018. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/tags/tag/35987-educacao-financeira> acesso em 19 de fev. 2020
- DIAS, E. W. Finanças Comportamentais: O que é, Tipos e Autores. **Fundação Instituto de Administração**, 2018 Disponível em: <https://fia.com.br/blog/financas-comportamentais/> acesso em 29 de nov de 2019
- DOMINGOS, **Terapia Financeira**. Realize Seus Sonhos com Educação Financeira: 1. ed. São Paulo: DSOP, 2012
- Empréstimo Pessoal: tudo o que você precisa saber. **KONKERO**, 2019. Disponível em: <https://www.konkero.com.br/emprestimo/emprestimo-pessoal/emprestimo-pessoal-tudo-o-que-voce-precisa-saber> acesso em 29 de nov. de 2019
- FERREIRA, V. R. M. **A cabeça do investidor**: Conheça suas emoções para investir melhor: 1. ed. Brasil: EVORA, 2011
- Financiamento - o que é e o que significa. **KONKERO**, 2018. Disponível em: <https://www.konkero.com.br/financas-pessoais/economizar/financiamento-o-que-e-o-que-significa> acesso em 29 de nov. 2019
- FLOR, S. A. M; ROSA, J. C. **ENDIVIDAMENTO PESSOAL: UMA PESQUISA BIBLIOMÉTRICA NA LITERATURA NACIONAL DO PERÍODO DE 2009-2014**. Revista UNIABEU, v.9, p. 106-121, 2016.
- HILL, D. Emotionomics: **por que o sentimento dos clientes pela sua marca determinada o sucesso do seu negócio**. Tradução de Mirna Soares Andrade. 1. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009
- HINZ, G. **“O MUNDO DO CONSUMO: DO CONSUMISMO PARA UM CONSUMO CONSCIENTE”**. 2013. 31f. Produção didática- Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2013.
- JACOMINI, L. Private Label: veja como funciona os cartões de loja. **Foregon**, 2018. Disponível em: <https://www.foregon.com/blog/private-label-cartoes-de-loja/> acesso em 29 de nov. 2019
- KAMAKURA, W. A. **Estratificação socioeconômica e consumo no Brasil**. Tradução de José Afonso Mazzon. São Paulo: Blucher, 2013
- KEYNES, J. M. **A teoria Geral do Emprego do Juro e da Moeda**. Tradução de Mário R. da Cruz. São Paulo: Nova Cultural Ltda, 1996.
- KONZEN, C. M. P. *PRINCIPAIS FATORES GERADORES DA INADIMPLÊNCIA NA POPULAÇÃO DE MATO LEITÃO*. 2018. 69f. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis)- Universidade do Vale Do Taquari. Lajeado, 2018.
- LEITÃO, V. 7 estratégias efetivas para organizar as finanças pessoais. **BLOG MOBILIS**, 2019. Disponível em: <https://blog.mobills.com.br/financas-pessoais/> acesso em 11 de nov. 2019.

- MANCEBO, D. et al. **Consumo e subjetividade**: trajetórias teóricas. . Estudos de Psicologia, Natal, 7(2), pp. 325-332, Abr,2015.
- MARCHETTO, R. *PERFIL E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DAS PESSOAS FÍSICAS INADIMPLENTES JUNTO A UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA*. 2012. 51f. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis)- Universidade de Caxias Do Sul. Farroupilha, 2012.
- MARTINS, E. Coleta de dados: o que é, metodologias e procedimentos. **Mettzer**, 2019. Disponível em: <https://blog.mettzer.com/coleta-de-dados/> acesso em 21 de fev.2020
- MASSARO, A. **Como cuidar de suas finanças pessoais**: CFA. Brasília, DF: Conselho Federal de Administração, 2015.
- NOGUEIRA, J. Qual a diferença entre marketing e publicidade?**Administradores.com**, 2014. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/qual-a-diferenca-entre-marketing-e-publicidade> acesso em 29 de nov. 2019
- OLIVEIRA, C. **Endividamento x inadimplência**. 2016. (6m14s). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=2&v=8AayUdRmfB0](https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=8AayUdRmfB0) acesso em 01 de jun. de 2019
- PEREIRA, V. S. V. **ORÇAMENTO FAMILIAR: UMA FERRAMENTA PARA GERIR OS RECURSOS FINANCEIROS DA ESFERA DOMÉSTICA**. In: VII EPCC – Encontro Internacional de Produção Científica Cesumar CESUMAR – Centro Universitário de Maringá, 2011, Maringá – Paraná – Brasil: Editora CESUMAR, 2011
- PIZZANI, L. et al. **A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento**. Rev. Dig. Bibl. Ci. Inf., Campinas, v.10, n.1, p.53-66, jul./dez. 2012.
- POF 2017-2018: Famílias com até R\$ 1,9 mil destinam 61,2% de seus gastos à alimentação e habitação. **Agência IBGE Notícia**, 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/25598-pof-2017-2018-familias-com-ate-r-1-9-mil-destinam-61-2-de-seus-gastos-a-alimentacao-e-habitacao>> acesso em 29 de nov.2019
- PRATES, W. R. Heurísticas e vieses: atalhos e erros na tomada de decisão. **WR Prates**, 2014. Disponível em: <https://www.wrprates.com/heuristicas-e-vieses-atalhos-e-erros-na-tomada-de-decisao/> acesso em 29 de nov 2019
- RADAELLI, F. *ESTUDO SOBRE AS FINANÇAS PESSOAIS DOS ALUNOS DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DO VALE DO TAQUARI*.2018. 58 F. Monografia(Bacharel em Ciências Contábeis)- Universidade do Vale do Taquari, Lajeado, 2018.
- RECIDIVE, R. Por que compra parcelada sem juros não existe. **Administradores.com**, 2015. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/por-que-compra-parcelada-sem-juros-nao-existe> acesso em 19 de fev. 2020
- REIS, T. **Endividamento**: critério de bastante relevância no estudo de fundamentos. **SUNO**, 2017. Disponível em: <https://www.sunoresearch.com.br/artigos/endividamento/> acesso em 30 de maio de 2019.

RICHARDSON, R. J. et al. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 3.ed. São Paulo: Atlas S.A, 1999.

SANTANA, A. Entenda a diferença entre empréstimo consignado e empréstimo pessoal. **Jusbrasil**, 2017. Disponível em: <https://santanaadvba.jusbrasil.com.br/artigos/496960593/entenda-a-diferenca-entre-emprestimo-consignado-e-emprestimo-pessoal> acesso em 29 de nov.2019

SCHULER, L. Branding: o que é e como trabalhar a gestão de sua marca. **Resultados Digitais**, 2018. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/o-que-branding/>acesso em 29 de nov.2019

SERAFIM, J. Finanças Pessoais: um olhar reflexivo e crítico. **Administradores.com**, 2019. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/financas-pessoais-um-olhar-reflexivo-e-critico> acesso em 29 de nov de 2019

SILVA, A. B. B. **Mentes Consumistas: do Consumismo À Compulsão Por Compras**: 1. ed. São Paulo: Globo, 2014

SILVA, B. H. P. et al. **A ESSENCIALIDADE DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NA VIDA DO GESTOR FINANCEIRO**: uma análise com profissionais da Macrorregião de Varginha-MG. In: XIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2016, Resende- RJ. Anais do XIII SEGet, 2016.

SILVA, J. T. L; SOUZA, D. A; FAJAN, F. D. **ANÁLISE DO ENDIVIDAMENTO E DOS FATORES QUE INFLUENCIAM O'COMPORTAMENTO DE ALUNOS UNIVERSITÁRIOS**. In: XII SEGet Simpósio De Excelência em Gestão e Tecnologia, 2015, Resende-RJ. Otimização de Recursos E Desenvolvimento, 2013.

SILVA, M.C; et al. **Procedimentos metodológicos para a elaboração de projetos de pesquisa relacionados a dissertações de mestrado em Ciências Contábeis**. Scielo, 2004. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1519-70772004000300006](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-70772004000300006) acesso em 21 de fev.2020

SILVA, S. F. A. **ANÁLISE DE ATITUDES E COMPORTAMENTOS RELACIONADOS À ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA PESSOAL DO JOVEM CONTEMPORÂNEO EM UMA EMPRESA DE TECNOLOGIA**. 2013. 49f. Monografia (especialização em Contabilidade e Finanças) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

SILVESTRE, M. Coleção FINANÇAS PE\$SOAIS: **cuide do seu dinheiro e ele cuidará de você! Seu orçamento pessoal e familiar**: São Paulo: Gold, 2013

STUMPF, K. Conceito de Finanças Pessoais. **TOPINVEST**, 2019 Disponível em: <https://www.topinvest.com.br/conceito-de-financas-pessoais/> acesso em 29 de nov 2019

STUMPF, K. Planejamento Financeiro, o que acontece se você não tiver um? **TOPINVEST**, 2019. Disponível em: <https://www.topinvest.com.br/sem-um-planejamento-financeiro/>acesso em 29 de nov.2019

THALER, R. H; SUNSTEIN, C. R. Nudge: **Como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade**. Tradução de Ângelo Lessa. Ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019

TOLEDO, E. **SEU DINHEIRO VALE MUITO: o segredo para equilibrar as contas de casa**: 1. ed. São Paulo: Alaúde, 2010.

TOLOTTI, M. **As armadilhas do consumo: acabe com o endividamento**: 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

TUMELERO, N. **Pesquisa de levantamento**: material completo, procedimentos e exemplos. **Mettzer**, 2019. Disponível em: <https://blog.mettzer.com/pesquisa-de-levantamento/> acesso em 21 de fev.2020

VIEIRA, M. Entenda – na prática – as principais diferenças entre renda fixa e variável. **Investidor de sucesso**, 2015. Disponível em: <https://investidordesucesso.com.br/independencia-financiera/entenda-na-pratica-as-principais-diferencas-entre-renda-fixa-e-variavel/> acesso em 29 de nov.2019

VIEIRA, S. **Como elaborar questionários**. São Paulo: Atlas, 2009.

VIGORENA, D. A. L; BATISTTI, P. S.S. **Procedimentos de coleta de dados em trabalhos de conclusão do curso de Secretariado Executivo da Unioeste/PR**. Revista do Secretariado Executivo, Passo Fundo, Rio grande do Sul, n. 7, p. 95-111, 2011.

YASUDA, A; OLIVEIRA, D. V. T. **Pesquisa de marketing: guia para a prática de pesquisa no mercado**. 1. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

## APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS SERVIDORES

Prezado funcionário, este questionário faz parte do meu trabalho de conclusão do curso em Ciências Econômicas, orientado pelo professor José Ribamar. O objetivo do trabalho consiste em estudar os principais fatores que influenciam na situação financeira dos funcionários terceirizados da UFDPAr, examinando a forma que esses elementos interferem na utilização da renda dos mesmos. Sua participação e seriedade ao responder, são fundamentais para o objetivo da pesquisa. Desde já agradeço a atenção.

- 1) **Sexo:**
  - Masculino
  - Feminino
  - outros
  
- 2) **Faixa etária:**
  - menos de 18 anos
  - De 18 a 29 anos
  - De 30 a 40 anos
  - De 41 a 50 anos
  - mais de 50 anos
  
- 3) **Estado Civil:**
  - Solteiro (a)
  - Casado (a)
  - União Estável
  - Divorciado/Separado (a)
  - Viúvo (a)
  
- 4) **Indique sua faixa salarial:**
  - até R\$1.045,00
  - De R\$ 1.046,00 até R\$ 1.999,00
  - De R\$ 2.000,00 até R\$ 3.000,00
  - Acima de R\$ 3.000,00

- 5) **Em uma escala de 1 a 5, onde 1 é não tenho conhecimento e 5 é tenho sólidos conhecimentos, como você avalia seu conhecimento sobre Finanças Pessoais?**
- 1
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5
- 6) **Em relação a sua atual situação financeira você:**
- Gasta mais dinheiro do que ganha, não sobrando nada no fim do mês
  - Gasta a mesma quantidade de dinheiro que ganha
  - Gasta menos dinheiro do que ganha, sobrando alguma quantia no fim do mês
- 7) **Sobre sua educação financeira, você diria que:**
- Nunca teve interesse pelo assunto
  - Foi orientado pelos pais ou por alguém da família
  - Aprendeu na escola ou em cursos
  - Buscou informações por conta própria
  - Outros, especifique: \_\_\_\_\_
- 8) **Frequentemente quando você toma uma decisão financeira, ao comprar um bem ou serviço que pesa mais na hora da compra?**
- Sua razão (a necessidade, o planejamento, e a utilidade do produto)
  - Suas emoções (os impulsos, os desejos, e o prazer do consumo)
  - Outros, especifique: \_\_\_\_\_
- 9) **Já comprou algo para se sentir melhor, pois estava com algum sentimento incomodado (ex: estresse, baixa autoestima, raiva, tristeza, angústia, tédio)?**
- Sim, meus sentimentos influenciam no meu consumo
  - Não, sou consciente e controlo minhas escolhas
- 10) **Sobre seus Sonhos e planos, objetivos e metas, você:**
- Não possui nenhum
  - Possui alguns e destina recursos financeiro a eles
  - Possui alguns, mas não destina recursos financeiro a eles
- 11) **Se possuir um desses acima, qual é o período para que ele seja realizado?**
- Curto prazo, de 1 a 2 anos
  - Médio prazo, de 3 a 6 anos
  - Longo prazo, de 7 a 15 anos
- 12) **Na maioria das vezes no ato de compra em qual destes itens você dá prioridade?**
- A marca
  - O produto
  - O preço
  - A embalagem
- 13) **Como você reage em relação a terceiros?**

- Não se importa com o que os outros pensam sobre seus atos e escolhas  
 Se importa com que os outros irão pensar sobre seus atos e escolhas  
 Outros, especifique: \_\_\_\_\_
- 14) **Alguma vez já comprou algo por que:**  
 Estava na moda  
 Para mostrar que tinha condições financeira  
 Para tentar pertencer a um determinado grupo ou tentar agradar alguém  
 Outros, especifique: \_\_\_\_\_
- 15) **Quantos cartões de crédito você possui?**  
 Nenhum  
 Apenas 1  
 De 2 a 3  
 4 ou mais
- 16) **Qual destes tipos de crédito você utiliza para consumir algo parcelado (OBS: pode marcar mais de uma alternativa)?**  
 Cartão de crédito ou cartão da loja  
 Empréstimo pessoal ou empréstimo consignado  
 Cheque especial  
 Financiamentos
- 17) **Qual desses tipos de crédito você já utilizou para pagar alguma dívida?**  
 Cheque especial  
 Empréstimo pessoal  
 Empréstimo consignado  
 Nenhum, pois paga suas dívidas com seu próprio dinheiro
- 18) **Sobre os juros referentes às obrigações/prestações:**  
 Sabe que vem incluso nas parcelas e que aumenta o valor final do produto  
 Não sabe que vem incluso nas parcelas e aumenta o valor final do produto
- 19) **Sobre seu orçamento doméstico, com que frequência você faz o acompanhamento/monitoramento de quanto ganha e quanto gasta?**  
 Nunca  
 Raramente  
 Sempre
- 20) **Em relação as suas despesas, com que frequência você contabiliza quando, quanto e como gasta?**  
 Não pratica o acompanhamento/monitoramento das despesas  
 Mensalmente  
 Semanalmente  
 Diariamente  
 Quando lembra de lançar os gastos
- 21) **Se você não faz acompanhamento/monitoramento dos gastos, qual o motivo?**  
 Sempre faz  
 Falta de tempo  
 Não sabe como fazer  
 Não quer se prender as contas e fazer sacrifícios  
 Não considera necessário
- 22) **Sobre seu futuro financeiro, você:**

- Não tem preocupação
- Tem preocupação, mas não faz nada em relação a ele
- Tem preocupação, mas não sabe como planejar
- Já tem planejamento, mas ainda não colocou em prática
- Tem planejamento, já colocou em prática e o segue rigorosamente

23) **Com maior frequência, como você costuma realizar suas compras?**

- À vista
- À prazo

24) **Atualmente sobre as suas obrigações/prestações:**

- Está com parcelas a pagar
- Já quitou todas as suas parcelas
- Está com parcelas atrasadas

25) **Sobre poupança, você:**

- Sempre poupa parte de sua renda
- Nunca poupa nenhuma parte da sua renda
- Poupa parte da sua renda quando sobra

26) **Se você realiza investimentos financeiros, quais são os tipos?**

- Não realiza investimentos
- Apenas investimento em renda fixa (Títulos do tesouro direto, CDB, LCI, LCA, Letra de Câmbio, e Caderneta de poupança)
- Apenas investimentos em renda variável (mercado de ações, mercado de opções, fundo de ações, fundos imobiliários e derivativos)
- Compra de imóveis
- Investimentos em renda fixa e variável
- Outros, especifique: \_\_\_\_\_

27) **Se você não faz investimento qual o motivo?**

- Não sobra dinheiro
- Não sabe como aplicar
- Não possui interesse

28) **Em qual destas categorias você costuma gastar maior parcela da sua renda, ou seja, consome mais (OBS: pode marcar mais de uma alternativa)?**

- Alimentação
- Saúde
- Vestuário
- Habitação
- Educação
- Higiene e cuidados pessoais
- Transporte
- Lazer
- Comunicação