

LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO RIO GRANDE DO NORTE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

WALESCA REGISLANE DA SILVA ALVES

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA E COMPORTAMENTAL DOS ESTUDANTES DE
ADMINISTRAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO RIO
GRANDE DO NORTE**

NATAL/RN
2016

WALESCA REGISLANE DA SILVA ALVES

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA E COMPORTAMENTAL DOS ESTUDANTES DE
ADMINISTRAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO RIO
GRANDE DO NORTE**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à coordenação do Curso de
Administração do Centro Universitário do
Rio Grande do Norte como requisito para
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Orientador: Márcio Carvalho de Brito. Msc.

NATAL/RN
2016

WALESCA REGISLANE DA SILVA ALVES

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA E COMPORTAMENTAL DOS ESTUDANTES DE
ADMINISTRAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO RIO
GRANDE DO NORTE**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à coordenação do Curso de
Administração do Centro Universitário do
Rio Grande do Norte como requisito para
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Orientador: Márcio Carvalho de Brito. Msc.

Aprovado em: _____/_____/_____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Msc. Márcio Carvalho de Brito
Orientador

Prof.^a Msc. Thereza Angélica Bezerra de Souza
Membro

Prof.^a Msc. Fabiana Lucena Bezerra de Azevedo
Membro

RESUMO

Questões como educação financeira e comportamento de consumo são constantemente postos em discussão, principalmente em um momento de crise em que o Brasil vive e que implica com a alta inadimplência, visto que o descontrole e a falta de informação afetam o equilíbrio sobre o consciente e o inconsciente das pessoas, como também, a variação de inflação com o aumento de preços da cartela de produtos e serviços do país. O presente trabalho coloca em questão o início de ocorrências como estas, e em função da importância da educação financeira na sociedade, temos a seguinte problemática: qual a correlação nas diferentes Instituições de Ensino Superior no que se refere à educação financeira dos alunos ingressantes e concluintes do curso de administração? Ou seja, quais as ações dos entrevistados quanto à utilização dos seus recursos financeiros. Se de forma correta e sensata; se existiu alguma forma de ensino sobre finanças; ou, se essas pessoas nunca possuíram qualquer tipo de apoio educacional financeiro. Para essas questões, foi aplicado um questionário para responder os objetivos que seria analisar a importância da educação financeira na gestão das finanças pessoais e o comportamento de consumo. Através da análise dos dados foi possível demonstrar a importância de se ter uma educação financeira para uma melhor forma de utilização dos recursos, não só na vida pessoal, mas na familiar, no profissional, e como o consumo controlado pode influenciar na tomada de decisões, correlacionando com o embasamento teórico posto.

Palavras-Chave: Educação Financeira. Comportamento de Consumo. Finanças Pessoais.

ABSTRACT

Issues such as financial education and consumer behavior are constantly put under discussion, especially at a time of crisis that Brazil is and that means with the high default, since the lack of control and lack of information affect the balance of the conscious and the unconscious people, but also the variation of inflation with the price increase of the card products and services of the country. This work calls into question the beginning of occurrences such as these, and depending on the importance of financial education in society, we have the following problem: what is the correlation in the different institutions of higher education with regard to the financial education of students entering and graduating travel management? That is, what the actions of the respondents about the use of their financial resources. If properly and sensibly; if there was some form of education on finance; or, if these people have never had any kind of financial educational support. For these questions, a questionnaire was applied to meet the goals would be to analyze the importance of financial education in the management of personal finance and consumer behavior. Through data analysis it was possible to demonstrate the importance of having a financial education for a better way to use of resources, not only in personal life but in family, professional, and as controlled consumption can influence the decision-making, correlating with the rank theoretical basis.

Keywords: Financial Education. Consumer behavior. Personal finances.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 EDUCAÇÃO FINANCEIRA	7
2.1 Finanças Pessoais.... ..	8
2.2 COMPORTAMENTO ECONÔMICO.....	9
2.2.1 Poupança e Investimento	9
2.2.2 Crédito E Endividamento	10
2.3 Compras Compulsivas	11
2.4 COMPORTAMENTO DE CONSUMO.....	12
2.4.1 Prazer E Dor	12
2.4.2 Emoções, Ilusões E a Mente	13
2.4.3 Emoções e Pensamentos	14
3 METODOLOGIA	15
3.1 Tipo de Pesquisa	15
3.2 Universo e Amostra	16
3.3 Coleta de Dados	17
3.4 Tratamento de Dados	17
4 RESULTADOS.....	18
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	26
6 REFERÊNCIAS.....	27

1. INTRODUÇÃO

A população brasileira tem lidado com o dinheiro de maneira desastrosa, onde a falta de informação matemática, inclusive sem foco na tomada de decisões, tem sido um dos principais motivos dessa realidade. (MUNIZ, Junior. 2010).

Essas considerações levam a entender que a Matemática Financeira está relacionada com a formação dos cidadãos, sendo útil e de fundamental importância para que as pessoas tenham uma visão analítica e uma vida financeira controlada. (DIAS; TASSOTE; VIANA, 2011).

Uma constante questão que tem estado em discussão dentro do Brasil, entre o governo, instituições financeiras, e dentro das escolas, são os altos padrões de consumo da sociedade e conseqüentemente o endividamento das famílias, o que trás à tona a importância da educação financeira. Existe o descontrole em muitas famílias, principalmente quando se consegue crédito no mercado – que nos dias de hoje é bastante facilitado -, em se gastar mais do que se deve, ultrapassando assim o “orçamento” mensal, onde se termina por continuar cumprindo com a quitação de custos fixos, no entanto, acumulando dívidas no mercado, onde muitas vezes as taxas abusivas não permitem a quitação do débito com o valor original.

A falta de controle no orçamento financeiro acontece na maioria das vezes por falta de informação e principalmente falta de planejamento financeiro.

Se por um lado a sociedade em si incentiva o consumo, seja pela busca da praticidade, status e para suprir as necessidades, existe o viés sobre controlar e equilibrar as coisas, tendo a preocupação de poupar e de fazer as escolhas de acordo com o planejamento financeiro da família, e dependendo do quanto se poupa, pensar em um possível investimento que dê algum tipo de retorno para essa família ou para a pessoa individualmente.

Pode-se fazer uma comparação entre uma organização e a vida de uma pessoa. Ambas precisam de administração, planejamento, e a assertiva quando se trata de tomada de decisões, percebendo mais uma vez a importância da gestão financeira para o indivíduo e a sociedade como um todo.

Nesse cenário, a educação financeira desenvolve habilidades que facilitam para as pessoas na tomada de decisões de forma correta, como também sobre fazer

uma boa gestão de suas finanças pessoais, contribuindo para que exista melhor relação entre os indivíduos na sociedade, possibilitando o crescimento de um mercado competitivo e eficiente, onde a qualidade das decisões financeiras particulares pode influenciar toda uma economia, e estão relacionados a problemas como a inadimplência, endividamento familiar e a falta de capacidade de planejamento de longo prazo.

Então, temos a seguinte problemática: em função da importância da educação financeira na sociedade “qual a correlação nas diferentes IES no que se refere à educação financeira dos alunos ingressantes e concluintes do curso de administração?”.

Essa pesquisa tem como objetivo geral analisar a importância da educação financeira na gestão das finanças pessoais com enfoque nos alunos de administração ingressantes e concluintes nas IES (Instituições de Ensino Superior) com IGC (Índice Geral de Cursos) 4 do Rio Grande do Norte.

Tem como objetivos específicos: abordar os desafios e oportunidades advindos da educação financeira, analisar o nível de conhecimento sobre conceitos relacionados à educação financeira e avaliar a atitude dos indivíduos em relação às decisões financeiras.

O tema proposto será discutido com a finalidade de enxergar a importância da educação financeira nas finanças pessoais.

2. EDUCAÇÃO FINANCEIRA

O termo “*financeiro*” aplica-se a uma vasta escala de atividades relacionadas ao dinheiro em nossas vidas diárias, desde o controle do cheque até o gerenciamento de um cartão de crédito, desde a preparação de um orçamento mensal até a tomada de um empréstimo, compra de um seguro, ou um investimento. E “*educação*” implica o conhecimento de termos, práticas, direitos, normas sociais, e atitudes necessárias ao entendimento e funcionamento dessas tarefas financeiras vitais. Isto também inclui o fato de ser capaz de ler e aplicar habilidades matemáticas básicas para fazer escolhas financeiras sábias. (JACOB, Katy. 2000 p.3).

A educação financeira sempre foi importante aos consumidores, para auxiliá-los a orçar e gerir a sua renda, a poupar e investir, e a evitar que se tornem vítimas de fraudes. No entanto, sua crescente relevância nos últimos anos vem ocorrendo em decorrência do desenvolvimento de mercados financeiros, e das mudanças demográficas, econômicas e políticas. (OCDE, 2004:223).

Nesse sentido, de maneira mais abrangente, a educação financeira pode ser entendida como um processo de transmissão de conhecimento que permite o aprimoramento da capacidade financeira dos indivíduos, de modo que estes possam tomar decisões fundamentadas e seguras, tornando-se mais integrados à sociedade, com uma postura proativa na busca do seu bem estar. (SAITO. 2007 p.20).

A educação financeira existe para que sejam compreendidos seus conceitos e riscos, com a finalidade de aprimorar as habilidades e a confiança necessária no que se refere à tomada de decisões de forma segura em relação ao consumo, fazendo com que seja repensado todo tipo de gasto em vão, ou seja, que seja somente o necessário naquele momento ou dentro do planejamento familiar/individual, evitando dívidas futuras.

Deve-se considerar a educação financeira como de vital importância para o crescimento da economia e desenvolvimento do país, visto que, quando se existe planejamento financeiro familiar e individual, mesmo com o consumo, essas pessoas muito provavelmente não terão dívidas atrasadas, o que contribui de forma significativa para a economia do país e para o bem estar da família, pois, mesmo que o consumo diminua pelo melhor planejamento e hora certa de gastar, diminuiria a inadimplência e contribuiria com a economia. É preciso ter controle no que se refere a créditos no mercado em geral e não se ter a ilusão do cartão-de-crédito, cheques, dentre outros, e perceber que o ato do consumo pode não ser tão satisfatório quanto uma vida regrada e, no entanto, livre de endividamento, corroborando no que os autores afirmam.

2.1 FINANÇAS PESSOAIS

Um dos princípios das finanças é que a função fundamental do sistema é satisfazer as preferências de consumo das pessoas, inclusive todas as necessidades básicas da vida, como alimentos, vestuário e abrigo. As organizações

econômicas, como as empresas e o governo, existem a fim de facilitar a conquista dessa derradeira função. (BODIE e MERTON apud MATSUMOTO et al, 2012, p. 5).

Embora a educação financeira seja um processo trabalhoso, contínuo e complexo, é fundamental para que o ser humano entenda o mundo em que vive e os riscos do sistema financeiro. (ROCHA, 2008).

Esse êxito na gestão de Finanças Pessoais não está relacionado exclusivamente ao nível de recursos financeiros acumulados por um indivíduo durante sua vida, mas à capacidade de planejar a disponibilidade destes, para a realização de projetos pessoais e familiares. (SAITO, 2007 p. 20).

Quando existe uma boa base de educação financeira, é muito provável que exista maior controle e sabedoria em relação a finanças pessoais, seja dos gastos da família, gerenciamento de conta corrente e gerenciamento do patrimônio em geral. Um indivíduo que possui esse controle tem muito mais capacidade de tomar decisões corretas quando necessário, visto que quando se tem esse conhecimento de finanças, existe um olhar mais crítico para produtos financeiros e controle das próprias finanças.

Ter um melhor controle das finanças pessoais é de fundamental importância devido ao tempo que estamos vivendo. Não é o quanto se possui e se ganha, mas a forma que se planeja esses gastos. Verificado e discutido pelos autores.

2.2 COMPORTAMENTO ECONÔMICO

2.2.1 POUPANÇA E INVESTIMENTO

Embora as pessoas estejam determinadas a poupar, nem sempre o fazem, pois geralmente a recompensa para gastar é bem maior do que a recompensa imediata para poupar, o que torna a escolha pela segunda alternativa muito mais difícil. (FERREIRA, 2008 p. 235). O hábito de poupar ainda é um desafio para a maioria dos brasileiros e que isso se deve principalmente à cultura do imediatismo e consumismo atrelados à oferta de crédito facilitado. (RINCAWESKI, 2012).

E pode-se dizer que a impulsão por consumir vai além de crédito facilitado no mercado e incentivo não só por parte do Governo, mas pela sociedade em geral, que geralmente mostra esse poder aquisitivo como “*status*”, mostrar mais e consumir

mais do que se deve e muitas vezes ficando numa situação de aperto e/ou não conseguindo quitar essas dívidas.

Investir é empregar o dinheiro poupado em aplicações que rendam juros ou outra forma de remuneração ou correção. O investimento é tão importante quanto a poupança, pois todo esforço de cortar gastos pode ser desperdiçado quando mal investido. (GUNTHER, 2008, p. 42).

A importância dos investimentos pode ser analisada sob diferentes óticas, relacionadas à: criação de empregos; transformação de matérias-primas, aumento da produção; aumento da arrecadação de impostos; multiplicação de produção e distribuição de renda. (BRUNI, 2005, p.12).

O ato de poupar vai muito mais além de ter a segurança para o futuro, mas a possibilidade e o poder de um crescimento patrimonial, quando se retira para investir, quando há diversidade nos investimentos, o retorno pode ser bem recompensador.

Em contrapartida, é necessário que se faça renúncias em relação ao consumo em vão, e mais na frente poder ter maior capital disponível, o que pode ser mais recompensador do que acreditar que consumir para atender uma necessidade de momento seja mais satisfatório do que o ato de poupar e de ter um retorno maior quando se analisa um investimento e acerta na decisão. O ato de poupar é de extrema importância, mesmo que pareça ser difícil, quando se analisa os benefícios, sabe-se que é um bem maior que se faz tanto para a família e/ou individualmente.

2.2.2 CRÉDITO E ENDIVIDAMENTO

Sabe-se que o Governo é grande incentivador da liberação de crédito como forma de acelerar o consumo de bens e serviços, com fim de melhorar a economia do país. Mas, só o consumo das famílias não é o suficiente para girar essa economia - que estimula investimentos, onde são gerados empregos e eleva a renda - o que acaba sendo bastante prejudicial para as famílias, pois, a partir do momento que é utilizado esse crédito de forma desorientada, gera a inadimplência. O que acontece é que, quando se utiliza qualquer tipo de crédito no mercado, sabe-se que na maioria das vezes esse valor não está incluso no planejamento da renda mensal da

família, que muitas vezes não tem como quitar um valor que está acima e/ou principalmente fora da renda mensal, justamente pela falta de planejamento e orçamento.

O endividamento é o saldo devedor de um agregado, o que constitui dizer que endividamento é a utilização de recursos de terceiros para fins de consumo, ao se apossar desse recurso se estabelece um compromisso em devolver, com data estabelecida, tal montante, normalmente acrescido de juros e correção monetária. (MARQUES; FRADES; 2003).

Mesmo com esses problemas, continua sendo bastante complicado a oportunidade de se informar e se educar quanto ao planejamento e orçamento familiar, como cursos e palestras públicas. No entanto, o Banco Itaú, por exemplo, disponibiliza o *Guia de crédito consciente*, orientando os indivíduos no uso apropriado de empréstimos e financiamentos disponibilizando conceitos para a elaboração de um orçamento familiar. (Banco Itaú, 2006).

A falta de controle financeiro é a principal causa do endividamento. Desse modo, um aspecto crucial para colocar as finanças em ordem é efetuar um planejamento financeiro para analisar o que cabe ou não no orçamento familiar – uma tarefa aparentemente fácil, mas que exige disciplina da família e persistência no monitoramento dos gastos. (ZERRENNER, 2007, p. IV).

Se não existe controle dentro da família quanto a gastos, o ideal é procurar ajuda sobre como fazer um orçamento e um planejamento financeiro, de modo a ter uma saúde financeira em bom estado, de conseguir poupar recursos para o futuro, para poder também ter a possibilidade de estar mais “livre” e financeiramente “respirando bem”, o que ressalta mais uma vez a importância da Educação Financeira na vida das pessoas para ser evitado o endividamento e as posições de risco desnecessárias. Vários autores convergem nessa discussão.

2.3 COMPRAS COMPULSIVAS

A compulsão não afeta somente jovens e adultos, mas também crianças e adolescentes, visto que na maioria das vezes se alia bem estar a aquisição de bens e serviços, o que pode prejudicar bastante a saúde financeira da família em si. É

bastante comum hoje em dia ver pessoas que comprem apenas por comprar, e não porque estão realmente precisando de algo útil para o dia-a-dia. Acaba sendo até mesmo um problema psicológico quando alguém não tem autocontrole sobre seus gastos, seja ela aquisição de bens ou utilização de algum serviço, mais uma vez que na maioria das vezes não é por necessidade.

O controle das compras compulsivas e a transformação do ato de poupar em um hábito representam dois grandes desafios na gestão das finanças pessoais. Uma das máximas de qualquer sociedade é a de que nada é de graça. (PERKTOLD, 2008).

A falta de controle no orçamento financeiro é um fator decisivo para uma vida mais tranquila. Incluindo o problema do consumismo, que afeta adultos que acabam comprando compulsivamente e crianças e jovens em idade escolar, que deslumbradas pela publicidade, acabam aliando seu bem-estar à aquisição de mais e mais produtos agravando ainda mais a situação financeira das famílias. (WISNIEWSKI, p. 2).

Após a compra, sobrevêm sentimentos de culpa, arrependimento, ansiedade e vergonha, que podem chegar a depressão grave, além desse grande desconforto interno, costumam surgir as repercussões concretas desses atos: problemas financeiros, com dívidas de cartões de crédito, cheque especial, atrasos de prestações, entre outros. (FERREIRA, 2008, p. 261).

Existem muitos fatores que podem induzir um indivíduo a comprar, seja ansiedade, necessidade de *status*, estrutura familiar, dentre outros. É necessário ser racional e ter controle sobre os impulsos para não agir de forma que se prejudique futuramente, e dependendo do caso, pode-se até mesmo procurar ajuda profissional para se livrar da compulsão de comprar.

2.4 COMPORTAMENTO DE CONSUMO

2.4.1 PRAZER E DOR

O dinheiro seria capaz de medir a quantidade de prazer ou dor, se não de forma perfeita, ao menos permitindo algum tipo de avaliação. Sobre riqueza, defendia que teria utilidade marginal decrescente em relação à felicidade, de modo

que o aumento da riqueza não teria aumento proporcional ao bem-estar. (BENTHAM apud FERREIRA 2008 p. 202). Em nossa necessidade de substituir as coisas mundanas que nos rodeiam; já não podemos nos dar o luxo de usá-las, de respeitar e preservar sua inerente durabilidade; temos que consumir, devorar, por assim dizer, nossas casas, nossos móveis e nossos carros. (ARENDT, 2007, p. 138).

A felicidade e a qualidade de vida têm sido cada vez mais associadas, reduzidas e dependentes da quantidade de consumo, provocando um ciclo de supertrabalho para manter um superconsumo ostentatório, que reduz o tempo dedicado ao lazer e às demais atividades e relações sociais. (SCHOR, 1998).

Lidar com situações onde existe a compra por prazer ou para aliviar algum tipo de tensão ou estresse, é bastante delicado. Quando se conhece ou se é uma pessoa assim, mudar esse conceito é extremamente difícil, e muitas vezes só é possível quando esse indivíduo acaba sofrendo endividamento, ou seja, a dor de não ter mais o poder de consumo, por um “corte” por falta de planejamento, é onde o indivíduo começa a sentir na pele e repensar.

Quando se procura obter conhecimentos e educação financeira básica, é mais fácil começar a planejar e entender o ato de planejar em si. Se mesmo assim ainda existe a compulsão e o prazer extremo por comprar coisas em vão, o indivíduo pode sem dúvida procurar ajuda de um psicólogo para compreender e reduzir essa compulsão, evitando sofrimentos, visto que quando se está endividado, normalmente existem sofrimentos como insônia, ansiedade e até mesmo depressão, onde aliadas ao sentimento de compulsão pode ser muito prejudicial não só ao indivíduo em si, mas pela preocupação que se traz a família.

Em um momento de crise, de problemas excedentes como inflação, juros e moeda em queda, é muito mais importante que se poupe e se tenha uma melhor saúde financeira mais na frente, do que usar de todos esses problemas, para descontar em gastos desnecessários.

2.4.2 EMOÇÕES, ILUSÕES E A MENTE

Quando se pensa em comprar, imediatamente surgem sentimentos que iludem o pensamento de forma a imaginar a felicidade que aquela aquisição trará no momento, principalmente vendo o uso exacerbado nas redes sociais, que acabam

aumentando esse desejo quando vemos que tal pessoa está usando algo - seja material ou serviço - e aparentemente está “mudando a vida” e sendo motivo de uma felicidade que se estampa na maior parte das redes sociais; sendo que para o indivíduo consumidor, essa na verdade é uma falsa felicidade, algo de momento, que por um instante pensado e repensado, poderia ser evitado o impulso e trazido realmente o alívio de ter resistido a uma compra de algo que muitas vezes é completamente desnecessária, mas que acabam se expondo como felicidade plena o ato do consumir.

O consumo aparece como um criador de ilusão de inclusão que pode amenizar, mas não extingue as desigualdades sociais e econômicas. (PEDROZO, 2011). A partir das implicações subjetivas dos discursos presentes na mídia vemos também as implicações objetivas como o superendividamento na construção do sujeito consumidor (HENNIGEN, 2010b) e também as atividades de consumo que se manifestam como recursos de construção identitária. (BRONSTEIN, 2008; CHIDID & LEÃO, 2011).

A origem das ilusões seria encontrada em nossos desejos, o que justificaria nossa imensa vulnerabilidade a elas. Dessa forma, assim como nossos desejos atuam como poderoso motor para nossos atos, psíquicos e objetivos, podemos esperar, das ilusões, poder equivalente, pela direção dessa atração sobre nossa mente, uma vez que, embora não exista satisfação plena para os primeiros, nem por isso deixa-se de buscá-la, o que torna as ilusões um refúgio mais que imperfeito. (Freud apud FERREIRA (2008 p. 208)).

Mesmo que se tenham sentimentos diferentes no ato de comprar, seja ele felicidade, euforia, alívio, mesmo que as situações sejam diversas, é imprescindível que seja analisado o custo benefício de uma compra que está fora do planejamento e do orçamento mensal, pois, mesmo que naquele momento o indivíduo esteja disposto a exercer seu poder aquisitivo, o impacto que isso pode trazer para a família ou para o indivíduo sendo um ato fora do orçamento, pode ser algo desastroso e passível de endividamento no mercado.

2.4.3 EMOÇÕES E PENSAMENTOS

O consumo é um meio que as pessoas encontram de tornar um momento de sentimento ruim, seja estresse ou tristeza, e até mesmo aliviar um momento de

euforia e ansiedade, em um momento de satisfação e relaxamento notório. Esses desejos acabam sendo fixados de forma inconsciente, e automaticamente quando se passa por uma frustração ou um momento de ansiedade, a primeira coisa que muitas pessoas pensam é em consumir para se sentir melhor, se distrair e conseqüentemente tentar neutralizar esse sentimento ruim.

A juventude sob a perspectiva social passa também a configurar-se como uma forte influência, adquirindo atributos comercialmente associados a produtos e bem-estar que a tornam uma referência positiva de oportunidades, um marco de possibilidades para a sociedade em geral. (ROCHA & GARCIA, 2008; ROCHA & PEREIRA, 2009).

As emoções e pensamentos estão presentes na vida das pessoas desde criança e, não é diferente quando se trata do consumo e da economia, muitas pessoas compram, pelo simples fato, de se sentirem “atraídas” pelo produto, ou seja, pela emoção de adquirir um produto novo, não pensam como seres racionais que são, e agem pelo impulso. “As emoções vieram primeiro e têm ainda lugar assegurado na mente racional, mais jovem”. (Ferreira 2008, p. 216).

A mente humana é caracterizada por uma divisão na esfera consciente e outra inconsciente. Esta última exerce uma forte determinação sobre a primeira. Dito de outra forma, a teoria psicanalítica afirma que os comportamentos expressos na consciência são uma expressão distorcida de desejos recalcados que se localizam no inconsciente. O significado de um comportamento ou de uma atitude não deve ser buscado no plano consciente, mas sim nos motivos ocultos que estão situados no plano do inconsciente. (FREUD apud PINHEIRO et al (2005, p. 18)).

Sabe-se que a mente humana é feita de consciente e inconsciente, e o nosso inconsciente acaba tendo muito poder sobre as decisões e impulsões, ou seja, quando não se tem controle sobre as atitudes, mesmo o com o inconsciente apontando para algo, existe o controle de evitar o ato em si.

3 METODOLOGIA

3.4 TIPO DE PESQUISA

A metodologia científica é o conjunto de métodos e abordagens para a elaboração da pesquisa e a formulação da produção científica em si. A pesquisa é

uma das atividades primordiais para a elaboração dos trabalhos realizados com base na metodologia científica. É o momento da investigação e da coleta de dados sobre o tema proposto.

A Metodologia é compreendida como uma disciplina que consiste em estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica. A Metodologia, em um nível aplicado, examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 14).

Portanto, a metodologia é a junção dos métodos teóricos e técnicos para que possamos chegar a uma conclusão. É a linha de raciocínio adotada no processo de pesquisa. Nessa pesquisa serão utilizados os métodos e procedimentos que a caracterizam como bibliográfica, descritiva e a abordagem do problema é documental e qualitativa.

A bibliografia pertinente “oferece meios para definir, resolver, não somente problemas já conhecidos, como também explorar novas áreas onde os problemas não se cristalizaram suficientemente” e tem por objetivo permitir ao pesquisador “o reforço paralelo na análise de suas pesquisas ou manipulação de suas informações”. (TRUJILLO; 1974, p. 230).

Ou seja, o referencial teórico – ou pesquisa bibliográfica - não somente pode ser visto como repetição do que já foi visto e escrito sobre o assunto, mas é de onde se desencadeia a análise para um novo enfoque e uma nova abordagem sobre os tema, chegando a novas conclusões.

3.5 UNIVERSO E AMOSTRA

O universo ou a população-alvo é o conjunto dos seres animados e inanimados que apresenta pelo menos uma característica em comum. (PRODANOV, FREITAS; 2013, p. 98).

A amostra é o conjunto dos elementos extraídos de uma parte maior, chamada também de população. É uma pequena porção de um universo, utilizado para ver, provar, analisar, a fim de que a qualidade dessa amostra possa ser julgada e analisada.

Neste trabalho o universo serão os alunos das IES (Instituições de Ensino Superior) do Rio Grande do Norte com IGC (Índice Geral de Cursos) nível 4: UFRN (Universidade Federal do Rio Grande do Norte), UNI-RN (Centro Universitário do Rio Grande do Norte), UNIFACEX (Centro Universitário Facex) e UFERSA (Universidade Federal do Semi-Árido), do curso de Administração ingressantes (primeiro ano) e concluintes (quarto ano), onde foi aplicado um questionário para justificar os conceitos e as teorias expostos nesse trabalho.

3.6 COLETA DE DADOS

A coleta de dados será constituída por teses e através de questionários aplicados aos alunos do curso de Administração ingressantes e concluintes das IES do Rio Grande do Norte com IGC 4, no total de 162 entrevistados, com o objetivo de apurar os dados para embasar os assuntos abordados dentro do problema e aos objetivos propostos.

Para Gil (1995, p. 158), as fontes escritas na maioria das vezes são muito ricas e ajudam o pesquisador a não perder tanto tempo na hora da busca de material de campo, sabendo que em algumas circunstâncias só é possível a investigação social através de documentos.

No projeto de pesquisa, o pesquisador deverá descrever detalhadamente o método que usará para coletar seus dados. Basicamente, ele pode adotar como método de coleta de dados a utilização de documentos, a observação de comportamentos ou então a informação dada pelo próprio sujeito, seja oralmente (entrevistas) ou de forma escrita (questionário auto administrados). (BANDEIRA, 2004).

3.7 TRATAMENTO DE DADOS

Uma pesquisa passa por três fases: a) fase exploratória, na qual se amadurece o objeto de estudo e se delimita o problema da investigação; b) fase de coleta de dados, em que se recolhem informações que respondam ao problema; c) fase de análise de dados, na qual se faz o tratamento, por inferências e

interpretações, dos dados coletados. (MINAYO, 1998). O tratamento dos dados será feito através de planilhas e gráficos desenvolvidos no Excel que foram analisados, fundamentados pelas teorias e conceitos apresentados ao longo do trabalho com embasamento no referencial teórico pesquisado.

4 RESULTADOS ENCONTRADOS

Serão apresentados a seguir os resultados da pesquisa, no qual foi buscado integrar o referencial teórico para que de fato se compreendesse a importância da educação financeira e do comportamento sobre finanças como ferramenta para que os estudantes tenham em mente uma forma de consumo mais consciente.

Na realização da coleta de dados, para definir o perfil dos entrevistados, foi solicitado primeiro que os alunos de administração informassem em qual IES de IGC nível 4 do RN estudavam.

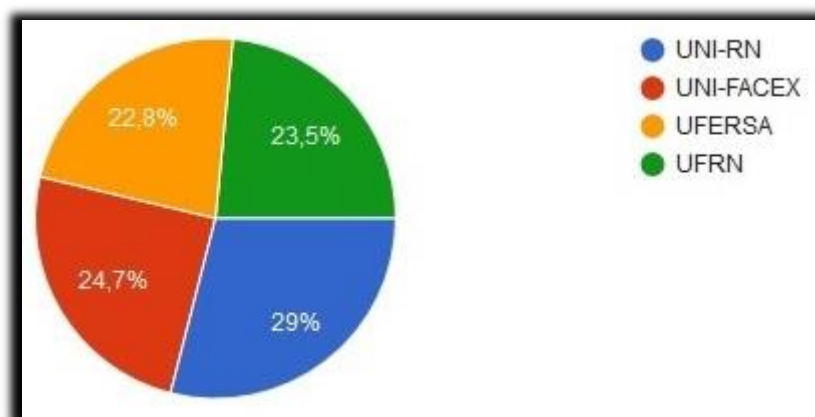


Gráfico 1: Instituição de Ensino Superior
Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

Foram aplicados 162 questionários e a partir dos dados coletados, foram feitas as análises dos dados. O gráfico 1 mostra que 29% dos entrevistados estudam no UNI-RN, 24,7% estudam na UNI-Facex, 22,8% estudam na Ufersa e 23,5% estudam na UFRN. A maior porcentagem dos resultados foi de alunos ingressantes, como será mostrado no gráfico a seguir.

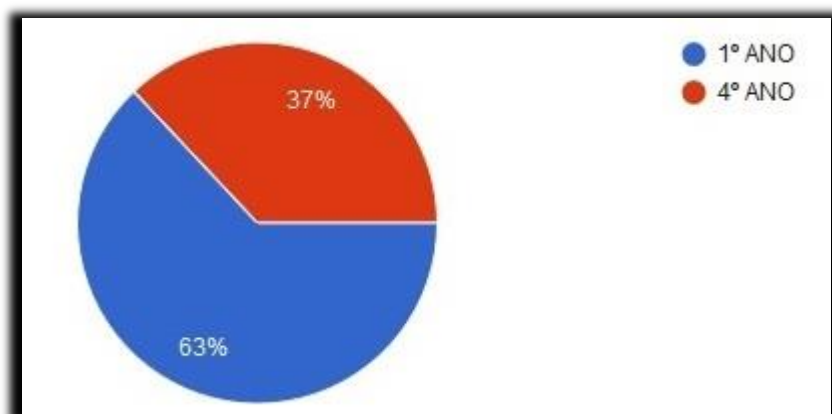


Gráfico 2: Período

Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

O gráfico 2 mostra que 63% dos entrevistados são ingressantes no curso, enquanto 37% já estão concluindo. O número expressivo de ingressantes em todas as IES é bem compreensível em relação aos concluintes, visto que sempre existe o filtro até o final do curso quanto a desistentes.

Ainda na caracterização dos entrevistados, buscou-se saber qual o sexo da maioria deles, conforme o gráfico a seguir.

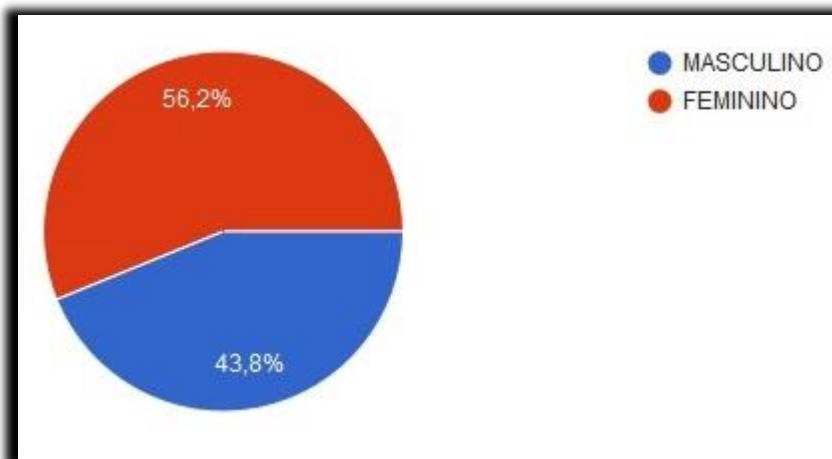


Gráfico 3: Sexo

Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

O gráfico número 3 nos mostra a maioria sendo de participação feminina no curso de administração, onde 56,2% foi representado por mulheres, enquanto 43,8% pelo sexo masculino. Então, uma linha tênue sobre saber quem possui base de educação financeira e sobre o consumismo, e se isso está atrelado com a participação de ambos. Veremos a seguir.

Para essa pesquisa, também foi interessante saber o estado civil dos participantes e se eles já possuíam filhos ou não, o que de fato influenciaria nas questões de comportamento de consumo.

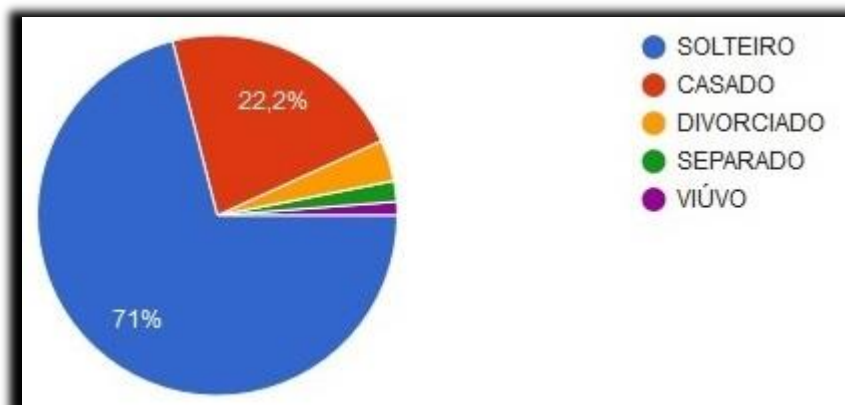


Gráfico 4: Estado Civil

Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

Segundo os dados apresentados no gráfico 4, expressivamente com o percentual de 71% a maioria dos entrevistados são solteiros (as), enquanto 22,2% são casados (as). O restante, mas não menos significativos mostraram-se ser divorciados (as) com 3,7% dos dados, 1,9% separados (as) e 1,2% viúvos (as).

A seguir, como dito acima, também foi questionado se os entrevistados possuíam ou não filhos.

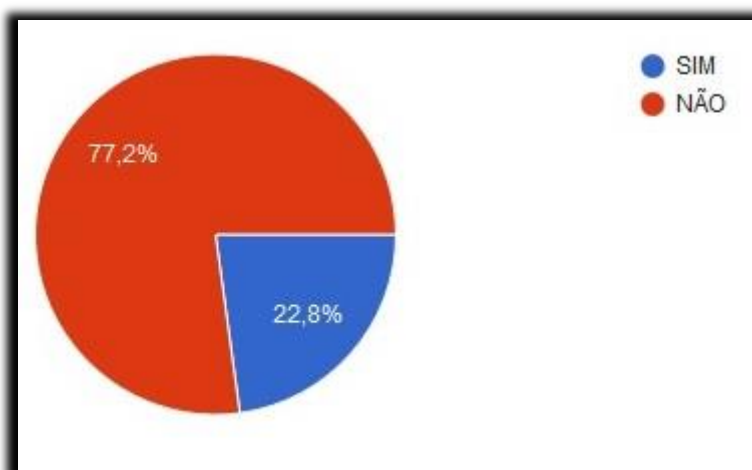


Gráfico 5: Possui Filhos

Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

Como mostrado no gráfico acima, expressivamente 77,2% dos entrevistados não possuem filhos, enquanto 22,8% sim. Esse dado pode ser relevante quanto ao comportamento de consumo enquanto não se possui filhos, visto que seria

necessário existir uma maior moderação quanto ao consumo impulsivo por “necessidades” e desejos tanto dos filhos, quanto dos pais.

Ainda para a caracterização dos entrevistados, procurou-se obter dados quando a idade.

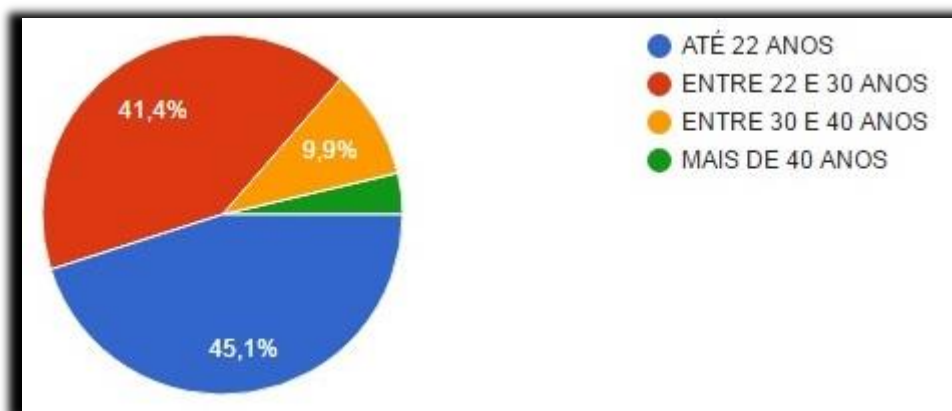


Gráfico 6: Faixa Etária

Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

De acordo com os dados apresentados no gráfico 6, a maior parte dos entrevistados tem até 22 anos, com a porcentagem de 45,1%. Entre 22 e 30 anos, 41,4%, entre 30 e 40 anos são 9,9%, e com mais de 40 anos são 3,7%. Boa parte dos entrevistados tem até 22 anos e entre 22 e 30 anos, o que representa que a maioria são jovens.

Para concluir a caracterização dos entrevistados, foi feita a análise de quanto seria a renda mensal dessas pessoas, que é um aspecto relevante para composição da pesquisa.

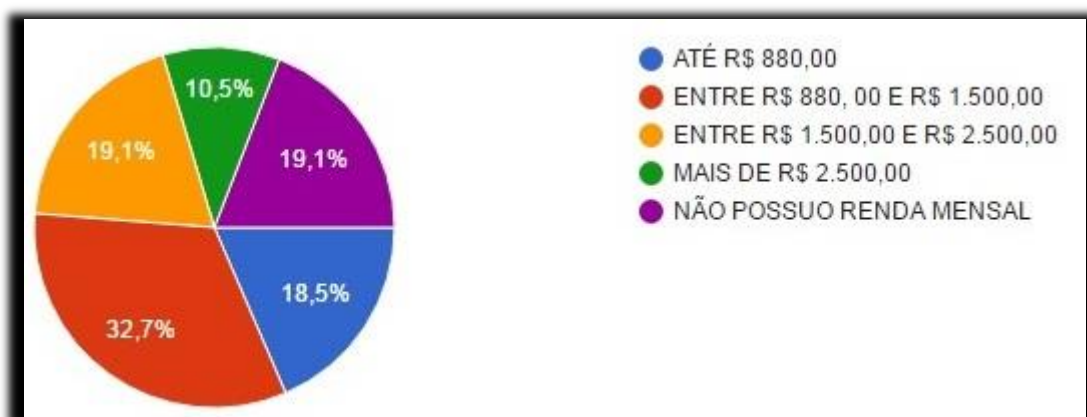


Gráfico 7: Renda

Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

Os dados apresentados no gráfico 7 mostram que, a maior parte dos entrevistados possuem renda entre R\$ 880,00 e R\$ 1.500,00. Seguido de 19,1% possui renda entre R\$ 1.500,00 e R\$ 2.500,00, e também 19,1% demonstra não possuir renda mensal. Dos que ganham um salário, 18,5% representados no gráfico, seguido de pessoas que recebem mais de R\$ 2.500,00. Esse gráfico mostra que a maior parte dos entrevistados recebem valores entre R\$ 880,00 até R\$ 1.500,00, o que não são valores suficientemente altos, e que se sugere ter maior moderação quando aos gastos e necessário consumo equilibrado para se evitar endividamento.

Após a obtenção de dados relevantes quanto ao perfil dos alunos, foram analisados dados quando a educação e o comportamento financeiro desses estudantes.

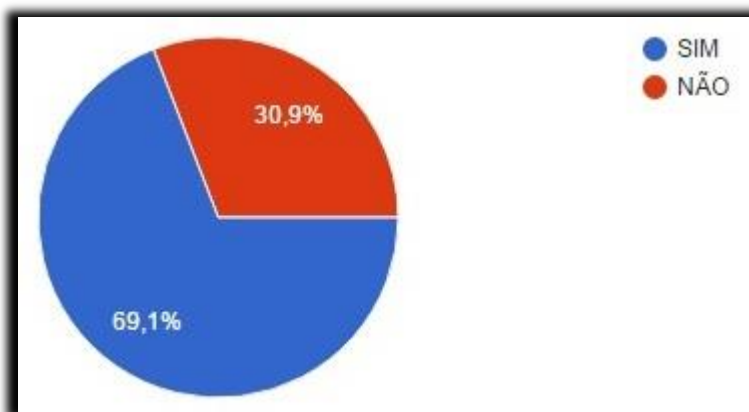


Gráfico 8: Conhece/Exerce Educação Financeira nas finanças pessoais
Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

De acordo com o gráfico 8, a grande maioria, com 69,1% se diz conhecer e/ou exercer educação financeira nas finanças pessoais. Enquanto 30,9% dizem que não são educados financeiramente e/ou não possui esse conhecimento. Esse dado de que se não possui/exerce a educação financeira, nos mostra o trabalho sobre o início da vida com a inserção das crianças no mundo de “dinheiro”. Se as escolas acrescentassem na grade das suas matérias especificamente “Educação Financeira”, com certeza esse dado seria bem menor. Embora a maioria afirme que sim, 30,9% é um dado expressivo sobre o não conhecimento/exercer entre pessoas jovens que já deveriam dar mais importância a essa questão.

O próximo gráfico mostrará que, caso a resposta da questão anterior fosse afirmativa, de que forma seria o gerenciamento dessa renda.



Gráfico 9: Qual a forma do gerenciamento da renda

Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

O gráfico mostrado acima mostra com dados expressivos de 31,5% dos entrevistados não fazem gerenciamento da renda, o que pode ser considerado alarmante devido ao alto endividamento dos brasileiros, mostrando nessa pesquisa in loco que esses alunos provavelmente estão incluídos tanto nesse endividamento, como também que a longo prazo seria difícil fazer qualquer tipo de investimento ou gerar lucro quando não se possui controle e consciência sobre manejo de sua renda. A seguir, 22,2% diz seguir orçamento ou plano de gastos semanal ou mensal. 17,3% diz que utilizam planilhas de Excel para acompanhamento das receitas e despesas mensais. 14,8% diz estabelecer metas financeiras que influenciam na administração das finanças, 10,5% utiliza aplicativos de controle de gastos e 3,7% diz que utilizam outras formas de gerenciamento.

Para complementar os dados mostrados acima, o gráfico 10 mostrará sob a ótica dos alunos entrevistados, qual seria a alternativa mais coerente para eles sobre em qual nível de consumo estariam inseridos, o que foi feito especificamente cada questão.

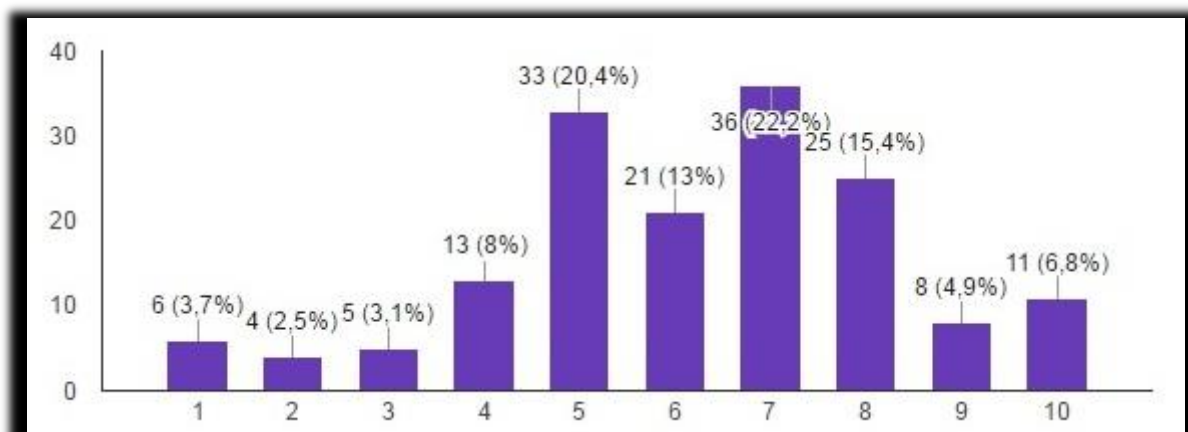


Gráfico 10: Em qual nível de consumo está inserido

Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

Um dado bastante interessante, a maior parte dos entrevistados se consideram incluídos no nível 7 de consumo com 22,2% dos entrevistados. Seguido de 20,4% que se consideram inseridos no nível 5, 15,4% se consideram inseridos no nível 8, 13% no nível 6, 6,8% no nível 10, 8% no nível 4, 4,9% no nível 9, 3,7% no nível 1, 3,1% no nível 3 e 2,5% no nível 2. A questão desses dados mostra que esse nível de consumo é bem elevado. Eles ultrapassam a “média” que foi considerado até o nível 5. Ou seja, existe uma aparente necessidade mensal sobre produtos e serviços para os entrevistados.

Outra questão foi sobre qual a atitude dos entrevistados quanto a fazer compras. O gráfico número 11 irá mostrar a seguir.



Gráfico 11: Qual a atitude quando vai fazer compras

Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

Esse gráfico nos mostra que grande parte dos entrevistados, com 67,3%, demonstra que só compram quando realmente precisam, apesar do gráfico 10

mostrar uma aparente necessidade de consumir. Já 14,2% dos entrevistados afirmam que consomem se os produtos/serviços estiverem em promoção, e o fazem mesmo que não estejam precisando. 8% utiliza esse poder de consumo para desestressar e desopilar, o que corrobora com os o embasamento teórico citado nas Emoções e Pensamentos, onde Freud diz que o inconsciente ultrapassa o consciente sobre certas questões. 10,5% afirma que compra porque achou bonito e prefere comprar antes que acabe, o que pode ser uma atitude errônea e desnecessária.

A seguir, um dado de grande relevância para a pesquisa, onde foi questionado qual o grau de importância que os alunos atribuem para a Educação Financeira.

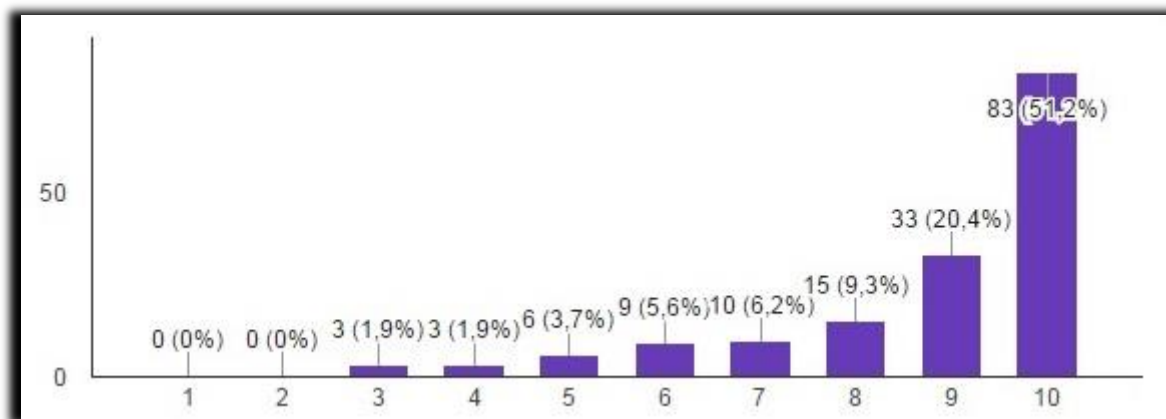


Gráfico 12: Qual grau de importância atribuído a Educação Financeira

Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

O gráfico número 12 mostra que 51,2% dos entrevistados classificaram em nível 10 a importância de ser e ter educação financeira. É um dado conflitante com o restante dos gráficos apresentados acima, visto que apesar de afirmarem ser de extrema importância, não existe de fato um controle sobre finanças. 20,4% consideram nível 9. 9,3% consideram nível 8, 6,2% consideram nível 7, 5,6% consideram nível 6, 3,7% consideram nível 5, 1,9% consideram nível 4 e 1,9% considera nível 3. O restante mostra níveis baixos sobre a consideração do nível do grau de importância, com o restante de 48,8% dos entrevistados que consideram em média ou pouca importância para essa questão.

No penúltimo gráfico foi questionado qual o grau de atribuição que os alunos acreditavam que a IES tinha lhes oferecido quanto a base de Educação Financeira e Comportamento de Consumo.

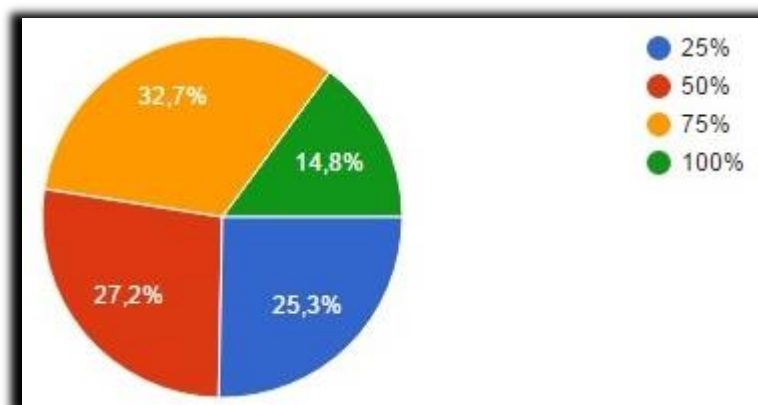


Gráfico 13: Qual grau de contribuição que a IES ofereceu

Fonte: O Autor. Dados pesquisados entre Out/Nov 2016.

É possível ver que esse dado ficou parcialmente equilibrado quanto as porcentagens de importância. 75% consideraram que a instituição atribuiu um grande grau de Educação e base sobre finanças. Enquanto 27,2% consideraram 50% de contribuição. 25,3% consideraram apenas 25% dessa contribuição, que podem ser maioria de dados dos ingressantes, que veremos na última pergunta do questionário. E, com 14,8% atribuíram 100% ao grau de importância que a IES ofereceu.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os temas Educação Financeira e Comportamento Financeiro são complexos e existe ainda espaço para várias explicações e explorações. Sem dúvidas, é um assunto importantíssimo para a vida de todos, aprender a gerenciar renda, quanto a tomada de decisões, ter discernimento de como e quando aplicar recursos em uma empresa, na sua casa e principalmente nas finanças pessoais.

E, atendendo o objetivo geral do trabalho que era analisar o perfil dos estudantes das IES com IGC nível 4 do Rio Grande do Norte, bem como os objetivos específicos que eram: abordar os desafios e oportunidades advindos da educação financeira, analisar o nível de conhecimento sobre conceitos relacionados à educação financeira e avaliar a atitude dos indivíduos em relação às decisões financeiras, foram aplicados 162 questionários para os alunos do 1º ano e para o 4º ano do curso de Administração, sendo a grande maioria ainda iniciante no curso.

Respondendo o objetivo geral do trabalho, que foi primeiramente de analisar o perfil dos entrevistados, mostrou-se que as mulheres são maioria, e que a maior parte dos entrevistados possui estado civil solteiro (a), o que pode ser entendido o motivo pelo qual o alto grau de consumo, onde mostra que não possuem responsabilidades familiares ou algo que comprometa a renda para coisas realmente relevantes e acabam direcionando a renda para produtos e serviços que podem ser considerados supérfluos, apesar de considerarem alto grau de importância para o tema Educação e Comportamento Financeiro, acabam não exercendo realmente.

Quanto aos objetivos específicos, foi mostrado que realmente existem desafios para esses estudantes quanto a controle da educação financeira, e que o nível de conhecimento deles sobre isso ainda precisa ser revisto e reeducado para a melhor tomada de decisões, como mostra o terceiro objetivo, que foi avaliar a atitude dos indivíduos em relação às decisões financeiras.

Essa pesquisa mostrou a grande importância de se ter base e desenvolvimento constante sobre Educação Financeira e Comportamento sábio de Consumo. A aplicação desses quesitos na vida não só de alunos de administração, mas também no geral, na população. Deve-se rever a grade de cadeiras aplicadas desde o ensino fundamental, pelo menos, para que essas pessoas cresçam e se tornem sábios quanto a decisões. Que controlem suas compulsões e desejos desnecessários, principalmente no momento em que o país vive.

REFERÊNCIAS

ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. São Paulo: Editora Forense-Universitária, 10ª edição, 2007.

BANDEIRA, Marina. **Definição das variáveis e métodos de coleta de dados**. *Laboratório de Psicologia Experimental*. Departamento de Psicologia – UFSJ. Disponível em <<http://www.ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/lapsam/Texto%209-DEFINICAO%20E%20COLETA.pdf>> Acesso em 10 de out. 2014.

BODIE, Z.; MERTON, R. C. **Finanças Pessoais**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

BRONSTEIN, M.M. (2008). **Consumo e adolescência: Um estudo sobre as revistas femininas brasileiras**. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação da Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro.

BRUNI, Adriano Leal. **Mercados Financeiros: para a certificação profissional ANBID 10**. São Paulo: Atlas, 2005.

CHIDID, I.R. & LEÃO, A.L.M.S. (2011). **Atividades de consumo como recursos da construção da identidade pré-adolescente em interações verbais**. Revista Organizações em Contexto-online, 7(13), 59-83.

DIAS, M.V, TASSOTE, E.M, VIANA. **A Matemática Financeira: Um alicerce para o exercício da cidadania**. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Matemática).: Universidade do Vale do Sapucaí. Pouso Alegre. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3988370.pdf>>. Acesso em 10/03/2016.

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

HENNIGEN, I. (2010b). **A gente se vê por aqui? A recepção da novela Malhação pelos jovens**. *Pesquisas e Práticas Psicossociais*, 5(2), 182-192.

JACOB, Katy et al: **Tools for survival. An analysis of financial literacy programs fo lowerincome families**. JACOB, Katy. **Tools for survival**. Chicago: Woodstock Institute, Jan/2000. Disponível em: <<http://www.aecf.org/m/pdf/woodstockinstitute-toolsforsurvivalfinancialliteracy-2000.pdf>>. Acesso em 10/03/2016.

MARQUES, M. L. M.; FRADE, C. **Regular o sobreendividamento**. Coimbra, 2003. Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, 2003.

MINAYO, M.C.S. **O desafio do conhecimento científico:** pesquisa qualitativa em saúde. 2. ed. São Paulo: Hucitec-Abrasco, 1994.

MUNIZ JUNIOR, I.. **Educação Financeira:** Conceitos e contextos para o ensino médio. X Encontro Nacional de Educação Matemática, Salvador, 2010. Disponível em: <http://www.projetofundao.ufrj.br/matematica/atividades/portaldoprofessor/pdf/2101_comunicacao_cientifica_ivail_muniz_junior.doc>. Acesso em 10/03/2016.

OCDE (Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico). **OECD's Financial Education Project.** Assessoria de Comunicação Social, 2004. Disponível em: <www.oecd.org/>. Acesso em: 10/03/2016.

PEDROZO, S. **To be 'cool' or not to be 'cool':** Young people's insights on consumption and social issues in Rio de Janeiro. Journal of Youth Studies, 14(1), 109-123. 2011.
<<http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=search.displayRecord&id=1E44C686-0FB5-CA4A-78E4-801DD37498D5&resultID=1&page=1&dbTab=all>>. Acesso em 20/03/2016.

PERKTOLD, Carlos. **A cultura da confiança: a história do crédito no Brasil.** Belo Horizonte: Arte e Cultura, 2008.

PINHEIRO, Roberto Meireles; CASTRO, Guilherme Caldas de; SILVA, Helder Haddad; NUNES, José Mauro Gonçalves. **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado.** Rio de Janeiro. 2ª Ed. revista. Editora FGV. 2005.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Rio Grande do Sul. Editora Feevale, 2013.

RINCAWESKI, Isaac. **Invista em Bons Hábitos:** poupar é um deles. Disponível em: <<http://www.netlegis.com.br/indexRC.jsp?arquivo=detalhesArtigosPublicados.jsp&cod2=2673>>. Acesso em: 17/03/2016.

ROCHA, A.P.R., & GARCIA, C.A. (2008). **A adolescência como ideal cultural contemporâneo**. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 28(3), 622-631.

ROCHA, E. & PEREIRA, C. (2009). **Juventude e consumo: Um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Mauad X.

ROCHA, Ricardo Humberto. **Educação financeira em pauta**. Disponível em: <<http://www.hsm.com.br/artigos/educacao-financeira-em-pauta>>. Acesso em: 14/03/2016.

SAITO, André Taue. **Uma contribuição ao desenvolvimento da educação em finanças pessoais no Brasil**. São Paulo. USP, 2007. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-28012008-141149/pt-br.php>>. Acesso em 14/03/2016.

SCHOR, Juliet. **Why do we consume so much?**. Disponível em: <<http://www.csbsju.edu>>. Acesso em 15/03/2016.

TRUJILLO, F.A. (1974). **Metodologia da ciência** (3a ed.). Rio de Janeiro: Kennedy.

WISNIEWSKI, Marina Luiza Gaspar. **A importância da educação financeira na gestão das finanças pessoais: uma ênfase na popularização do mercado de capitais brasileiro**. <<http://www.grupouninter.com.br/intersaberes/index.php/revista/article/view/32>>. Acesso em 15/03/2016.

ZERRENER, S. A. **Estudo sobre as razões para o endividamento das pessoas de baixa renda**. 2007. 57 f. Dissertação (Mestrado). Universidade de São Paulo. São Paulo: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, 2007. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-13112007-120236/pt-br.php>>. Acesso em: 14/03/2016.