

RESPONSABILIDADE FINANCEIRA: COMO A EDUCAÇÃO E A ALFABETIZAÇÃO FINANCEIRA INFLUENCIAM A INADINPLÊNCIA? UMA ANÁLISE DA CLASSE C BRASILEIRA

FINANCIAL RESPONSIBILITY: HOW DOES EDUCATION AND FINANCIAL LITERACY INFLUENCE INDIVIDUAL DEFAULT? AN ANALYSIS OF C'S BRAZILIAN STRATUM CONSUMERS

FREDERIKE MONIKA BUDINER METTE

Pós-Doutorado pelo PPGA da ESPM/SP, Doutora em Administração pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Professora pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). E-mail:

frederikemette@yahoo.com.br

TAMILA ARALDI

Graduada em Comunicação Social pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) E-mail:

tamila.araldi.101@gmail.com

LILIANE ANTUNES ROHDE

Mestrado em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). E-mail: lrohde@gmail.com

Endereço: Rua Guilherme Schell, 350 - Santo Antônio, Porto Alegre - RS, 90640-040

Resumo: Neste artigo tem-se o objetivo geral de analisar a existência de uma relação entre os constructos da alfabetização e educação financeira - o conhecimento financeiro, comportamento financeiro e a atitude financeira - com propensão à inadimplência, junto à classe C brasileira. Como procedimentos metodológicos realizou-se uma triangulação, com coleta de dados qualitativa, através de entrevistas individuais, e quantitativas, com uma survey, com consumidores da classe C. Dentre os principais resultados tem-se que a menor propensão à inadimplência dos consumidores de classe C está relacionada à capacidade dos mesmos não tomarem dinheiro emprestado com conhecidos e também com o seu nível de conhecimento financeiro.

Palavras-chave: Responsabilidade Financeira; Educação Financeira; Alfabetização Financeira; Inadimplência; Classe C Brasileira.

Abstract: This article aimed to analyze the existence of a relationship between the constructs of financial literacy and financial education - consisted by the financial knowledge, financial behavior and the financial attitude - with the propensity to default, among the Brazilian C class consumers. As methodological procedures a triangulation was performed, with qualitative data collection and quantitative interviews. Among the main results it was found that the lower propensity to default is related to their ability to don't borrow money and also to their level of financial knowledge.

Keywords: Financial Responsibility. Financial education. Financial Literacy. Individual Default. C's Brazilian Stratum

1 INTRODUÇÃO

O mercado financeiro e o de consumo vêm sofrendo mudanças nos últimos anos. A facilidade de acesso ao crédito e o estímulo ao consumo, inicialmente tinham o objetivo de incentivar o crescimento da economia (Domingos, 2011), porém, acabaram apenas reforçando aos consumidores a possibilidade de financiamento ao invés do pagamento à vista (RASSIER, 2010). Para Macedo Jr. (2007), a maioria da população apresenta despreparo para enfrentar momentos de crise e desemprego, dificuldades na aquisição de bens e serviços e na administração de suas dívidas. Por isso, motivações de crédito e desorganização financeira são considerados os maiores indícios que levam os indivíduos ao endividamento.

As compras a prazo e a falta de educação financeira têm comprometido a maior parte da renda familiar dos brasileiros (Domingos, 2013), e, em muitos casos, isso acaba gerando a impossibilidade de pagamento dos compromissos assumidos. Em março de 2018, o percentual de famílias inadimplentes atingiu os 25,2% (SERASA, 2018). Segundo a Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (2018), essa taxa cresceu muito se comparada aos 17,8% de janeiro de 2015. Em números, mais de 60 milhões de brasileiros – um terço da população – estão negativados, atingindo um montante de dívidas de R\$ 256 bilhões, maior índice desde que iniciadas as medições, em 2012. Essas mesmas pesquisas apontam que as dívidas com cartão de crédito correspondem a 76,4% do volume total.

Para Claudino (2009, p.2), a educação financeira é fundamental nesse processo de estabilização e bem-estar financeiro. Ela pode ser definida como a “inteligência de ler e interpretar números e assim transformá-los em informação para elaborar um planejamento financeiro que garanta um consumo saudável e o futuro equilibrado nas finanças pessoais”. Transações econômicas cotidianas, entre as quais pagamentos à vista ou a prazo, taxas de juros, compras e investimentos são exemplos de conhecimento financeiro que o consumidor precisa ter para agir positivamente e manter sua estabilidade financeira. Entretanto, no âmbito da educação financeira compreende-se que, além do conhecimento financeiro, é necessário um conjunto de habilidades e aptidões para sua aplicação (HUSTON, 2010). Dessa forma, pode-se mensurar a educação financeira a partir dos constructos conhecimento financeiro e atitude financeira. No mesmo raciocínio, Huston (2010) afirma que a alfabetização financeira vai além da educação financeira, pois seria o comportamento financeiro agregado à educação financeira, definido pela medida de como o indivíduo entende e utiliza as informações relacionadas às finanças pessoais.

A educação financeira se torna, então, elemento básico para o conhecimento da vivência do dia-a-dia. Ao se falar sobre poder de compra será dado enfoque a um grupo da população que ganhou notoriedade apenas na segunda metade dos anos dois mil, no que compete ao assunto economia: a classe C. O poder de compra desses indivíduos aumentou consideravelmente, contudo, eles também estão entre os mais suscetíveis à alta dos preços e da inflação e, por isso, necessitam de planejamento e segurança nas decisões de consumo. De acordo com o IBGE (2017), essa classe é muito significativa, representando 27% da população brasileira.

Nessa discussão, identifica-se a importância de analisar a existência de uma relação entre os constructos da alfabetização e da educação financeira – o conhecimento financeiro, comportamento financeiro e a atitude financeira – com propensão à inadimplência, junto à classe C brasileira. Para tanto, realizou-se a triangulação de dados provenientes das pesquisas qualitativa e quantitativa.

Este estudo está estruturado da seguinte forma: inicialmente, apresentam-se os principais conceitos e a relação das variáveis da educação e alfabetização financeira na propensão à inadimplência. Em seguida, são apresentados os aspectos mais relevantes dos procedimentos metodológicos e, por fim, as análises e discussões dos resultados e as considerações finais acerca do estudo realizado.

2 EDUCAÇÃO FINANCEIRA, ALFABETIZAÇÃO FINANCEIRA E INADIMPLÊNCIA

Neste tópico são abordados os temas fundamentais deste artigo: as relações entre os constructos conhecimento, comportamento e atitude financeira, que compreendem a educação e a alfabetização financeira com o endividamento e a inadimplência.

Para entender o contexto do artigo é fundamental relacionar os conceitos de conhecimento financeiro, atitude financeira e comportamento financeiro, na dimensão da educação financeira, e a propensão à inadimplência. O conhecimento financeiro, de acordo com Hilgert e Hogarth (2002), torna-se útil somente se for convertido em comportamento adequado e resulte no bem-estar do indivíduo. Huston (2010), por sua vez, afirma que os termos alfabetização, educação e conhecimento financeiro ainda são muito confundidos, contudo, apresentam diferenças significativas entre si.

O conhecimento é caracterizado como uma dimensão da alfabetização financeira e também como componente mais comum dela. (VITT, 2004). A ausência desse conhecimento, ou até mesmo seu baixo nível, revela, muitas vezes, a carência dos indivíduos por tal educação (GRUSSNER, 2007). Ainda, ele pode ser considerado o componente mais comum das definições conceituais de alfabetização financeira. Para gerir o dinheiro, por exemplo, é necessário primeiro saber algo sobre dinheiro. Essa é a relação do conhecimento financeiro e da alfabetização financeira. (BRAUNSTEIN; WELCH, 2002). Por fim, para Gross, Ingham e Matasar (2005, p.12), o conhecimento financeiro pode ser representado por: "Informações básicas necessárias para funcionar em nossa economia baseada em crédito".

Definições e medidas para a educação financeira variam consideravelmente, entre pesquisadores e estudos, em que se incluem conhecimentos, habilidades e estilos específicos para aplicar e buscar o conhecimento, com comportamento financeiro ou experiências financeiras (FONSECA *et al.*, 2012). Como um

indicativo disto Lucci *et al.* (2006) mensuraram a influência da educação financeira nas decisões de consumo a partir de escalas que mediam o nível de conhecimento financeiro dos indivíduos e suas atitudes em relação às decisões financeiras.

A educação financeira, por sua vez, estimula o conhecimento, as aptidões e as habilidades dos indivíduos a fim de torná-los cidadãos críticos preparados para a administração de suas finanças e do mundo financeiro como um todo. Pela definição da OCDE (2005), a educação financeira é um processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram a sua compreensão em relação aos conceitos e produtos financeiros, de maneira que, com informação, formação e orientação claras, possam desenvolver os valores e as competências necessários para se tornarem mais conscientes das oportunidades e riscos neles envolvidos e, então, fazer escolhas bem informadas, saber onde procurar ajuda, adotar outras ações que melhorem o seu bem-estar e, assim, tenham a possibilidade de contribuir, de modo mais consistente, para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro.

Ainda, para Rocha (2004), o acesso à educação financeira é fundamental na formação de consumidores conscientes de suas finanças, na melhoria da qualidade de vida, no crescimento econômico sólido, e, então, na redução do nível de endividamento e inadimplência. Amadeu (2009), em tempo, afirma que a educação financeira também tem o objetivo de auxiliar as pessoas nesse meio de produtos financeiros, pois suas vidas são totalmente impactadas pelas decisões efetuadas.

Por fim, a alfabetização é refletida nas tarefas relacionadas a dinheiro, como poupar e gastar (HUSTON, 2010; REMUND, 2010). Ainda, a alfabetização é considerada uma medida a partir da qual se entende os principais conceitos financeiros e permite aos indivíduos gerenciarem suas finanças pessoais através de decisões adequadas e planejamento financeiro (REMUND, 2010).

Por serem termos semelhantes, Robb, Babiartz e Woodyard (2012) fazem uma distinção afirmando que a alfabetização financeira envolve a capacidade de compreender a informação financeira e tomar decisões eficazes, utilizando essa informação; já a educação financeira é simplesmente recordar um conjunto de fatos, ou seja, o conhecimento financeiro. Em suma, a alfabetização financeira extrapola a simples ideia de ter algum conhecimento financeira, refere-se a um entendimento maior dos conceitos financeiros. (HUSTON, 2010; ROBB; BABIARZ; WOODYARD, 2012).

No Brasil, Silva (2004) afirma que as pessoas não foram educadas a pensar no dinheiro como forma de administração. Para Domingos (2013), isso “acabou criando um traço negativo: o de viver o hoje sem pensar no amanhã, comprar sem ter certeza de que vai conseguir pagar, contando apenas com a ideia de que dias melhores virão” (DOMINGOS, 2013, p.13). Nesse contexto, os índices de indivíduos endividados e inadimplentes, e também do consumo excessivo, são considerados indicativos da carência de educação financeira na vida dos brasileiros. (GRUSSNER, 2007).

Algo que corrobora essa realidade é o fato de que até 2011 não existia uma política governamental voltada para a educação financeira, resultando em ações pouco relevantes nesse sentido (Sant’Ana, 2014). Na pesquisa S&P Ratings Services Global Financial Literacy Survey (2017), um dos maiores estudos já realizados sobre educação financeira no mundo, essa carência ficou evidente, pois o Brasil assumiu o 74º lugar no ranking global de educação financeira. O teste foi baseado nas respostas de mais de 150 mil adultos sobre os temas: aritmética, diversificação de risco, inflação e juros compostos. Dentre os 144 países estudados, o Brasil ficou atrás de alguns dos mais pobres do mundo: Madagascar, Togo e Zimbábue, alcançando apenas 35% de acerto nas perguntas realizadas.

Diante da facilidade de crédito, promovido por investimentos bancários, os consumidores optam por financiar suas compras ao invés de comprá-las à vista, e isso, muitas vezes, acarreta descontrole financeiro. (RASSIER, 2010). As origens das dívidas podem ser por despesas sazonais, compras não planejadas ou realizadas por impulso, orçamento deficitário, redução de renda sem redução de despesas, despesas emergenciais, divórcio, ou pouco conhecimento financeiro (BANCO CENTRAL, 2017). Katona (1975) já argumentava que existiam três razões para uma pessoa gastar mais do que ganha: 1) baixa renda, impedindo que sejam pagas até mesmo as despesas essenciais; 2) alta renda, aliada a um forte desejo de gastar; ou 3) dificuldade de economizar independente da renda auferida.

Outra pesquisa que demonstra a falta de conhecimentos básicos de educação financeira dos indivíduos foi realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) junto a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), em 2016, e revela que mais de um terço dos brasileiros desconhecem o valor das contas que vencem no próximo mês. O consumidor de classe média, em especial, gasta muito mais do que ganha, não guarda dinheiro e tampouco planeja o próprio futuro. Os resultados apontam também que 81% dos entrevistados têm pouco ou nenhum conhecimento sobre como controlar as despesas pessoais. Em tempo: os indivíduos também não controlam suas compras. Um estudo recente realizado pelo SPC (2013) mostrou que 85% dos brasileiros compram por impulso, sem planejamento e consideram essas aquisições recompensas emocionais. Ademais,

somente nos últimos 30 dias, 37% dos entrevistados admitiram ter comprado alguma coisa que não precisavam.

Alguns estudos, já realizados nessa área, comprovam que esse comportamento é corriqueiro na sociedade de consumo: Mowen e Minor (2006) mostram que 67% das compras em supermercados e 39% em lojas de departamento são impulsivas. Welles (1986), por sua vez, revela que de cada dez consumidores, nove geralmente realizam compras por impulso. E a pesquisa realizada pelo SPC (2013), já mencionada, mostrou que 85% dos brasileiros fazem aquisições impulsivamente, buscando recompensa emocional.

Esses números ajudam a compreender, de acordo com Alves (2007, p.15), os problemas financeiros surgidos pela falta de educação financeira e, portanto, planejamento. Zerrenner (2007, p.43), por sua vez, afirma que uma alternativa para esses problemas “seria a educação financeira para adultos de baixa renda, estes indivíduos aprenderiam técnicas e instrumentos para fazerem o seu planejamento orçamentário que foi considerada a maior causa de endividamento”. A deficiência de literacia financeira pode afetar um indivíduo ou uma família na gestão do dinheiro do dia-a-dia e na capacidade de economizar (BRAUNSTEIN; WELCH, 2002). No geral, os consumidores não possuem conhecimento sobre os cartões de crédito (BRAUNSBERGER; LUCAS; ROACH, 2004) e por isso não são capazes de avaliar corretamente os conceitos financeiros e condições de crédito (MANSFIELD; PINTO, 2008).

Ao analisar a inadimplência especificamente no âmbito do varejo, verificou-se como causas desta situação a crise, com 21%; o desemprego e o descontrole das finanças, com 14%; e queda de renda, com 13% (MARCH, 2018). A partir disso, na presente pesquisa buscou-se verificar, junto à classe C brasileira, a influência das variáveis da educação e alfabetização financeira na propensão à inadimplência. A seguir, são descritos os procedimentos metodológicos do estudo.

3 METODOLOGIA

O tipo deste estudo é exploratório e descritivo. Para desenvolver a pesquisa optou-se por duas vertentes, a qualitativa e a quantitativa. Matias-Pereira (2012, p.88) afirma “que a pesquisa qualitativa não se preocupa com a representatividade numérica, mas sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo social e de uma organização.” Por outro lado, a vertente quantitativa é conceituada por Malhotra (2001, p.155) como aquela que “proporciona melhor visão e compreensão do contexto do problema”. Ademais, observa-se que esta abordagem procura quantificar dados, e, geralmente, envolve algum tipo de estatística.

Como método foi escolhida a triangulação, que diz respeito à comparação de dados coletados em abordagens quantitativas e qualitativas, ou seja, refere-se a lançar mão de metodologias diversas para a análise de uma única questão ou objeto de estudo. O pressuposto central da triangulação é o de que a interação entre os diversos métodos forneça melhores possibilidades analíticas (Creswell e Clark, 2011), podendo ser utilizada com a combinação alternada ou a utilização simultânea dos dois métodos para responder à questão de pesquisa. Neste artigo, usa-se a combinação alternada, desenvolvendo-se, primeiro, uma etapa exploratória qualitativa e, a seguir, uma etapa descritiva quantitativa. (GODOY, 1995; HAYATI; KARAMI; SLEE, 2006; PATTON, 2002).

Na etapa qualitativa foram realizadas 15 perguntas aos entrevistados, em um roteiro de entrevistas semiestruturado (Apêndice 1). Já na etapa quantitativa as escalas utilizadas para mensurar as variáveis de conhecimento financeiro, comportamento financeiro e atitude financeira foram as mesmas apresentadas e adaptadas por Potrich *et al.* (2015). Dessa forma, para mensurar este conceito foi construído um índice de conhecimento financeiro que teve por base questões de múltipla escolha adaptadas de Van Rooij, Lusardi e Alessie (2011). O fator, composto por sete questões, visa explorar o nível de conhecimento do respondente em relação a questões sobre inflação, taxa de juros, valor do dinheiro no tempo, risco e retorno. Para cada uma das sete questões de conhecimento financeiro foi atribuído valor igual a 1 para a resposta correta e valor igual a 0 para as incorretas, assim a variável pode variar de 0 (pouco) a 7 (muito) conhecimento financeiro. O constructo atitude financeira foi elaborado com base nas escalas de Shockey (2002). A escala da atitude financeira, composta por dez questões do tipo likert de cinco pontos, visa identificar como o indivíduo avalia sua gestão financeira. Quanto mais o respondente discordar parcial e totalmente das afirmações feitas, melhor será sua atitude financeira. Para o comportamento financeiro utilizaram-se perguntas com base nas escalas de Shockey (2002) e O'Neill e Xiao (2012), compostas por 11 questões na escala Likert. Quanto maior a frequência do respondente nas afirmações feitas, melhor será o seu comportamento no gerenciamento de suas finanças. E, finalmente, na variável dependente, propensão à inadimplência, a escala utilizada para mensurar tal fator foi uma escala de 5 pontos (onde 1 corresponde a nunca, e 5 corresponde a sempre), contendo seis questões desenvolvidas com base em Wang, Lu e Malhotra (2011) adaptada por Mendes Vieira *et al.* (2015).

No que se refere à unidade de estudo, na etapa qualitativa foram ouvidas sete pessoas pertencentes à classe C conforme o critério Brasil. Já para a etapa quantitativa, destaca-se a amostragem por tipicidade ou

intencional que “constitui um tipo de amostragem não probabilística e consiste em selecionar um subgrupo da população que, com base em informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população” (GIL, 2007, p.104). A Figura 1, a seguir, esclarece as características dos entrevistados, sempre lembrando que para preservar a identidade dos respondentes convencionou-se nomeá-los de Entrevistado 1, Entrevistado 2 ...

Figura 1: Entrevistados

Nome	Idade	Profissão	Renda	Escolaridade	Gênero
Entrevistado 1	44 anos	Autônomo	R\$ 4.200,00	Ensino Médio completo	Masculino
Entrevistado 2	52 anos	Empregada doméstica	R\$ 4.000,00	Ensino Médio completo	Feminino
Entrevistado 3	36 anos	Técnica de Enfermagem	R\$ 6.900,00	Curso Técnico completo	Feminino
Entrevistado 4	41 anos	Operadora de caixa	R\$ 3.900,00	Ensino Médio completo	Feminino
Entrevistado 5	36 anos	Construtor civil	R\$ 4.120,00	Ensino Fundamental completo	Masculino
Entrevistado 6	38 anos	Caminhoneiro	R\$ 3.800,00	Ensino Fundamental completo	Masculino
Entrevistado 7	56 anos	Comerciante	R\$ 4.100,00	Ensino Médio completo	Feminino

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Além dessa unidade de estudo, após a etapa qualitativa, foram selecionadas 80 pessoas representativas da classe C. Essa amostra pode ser justificada a partir da ideia de Hill e Hill (2005) que argumentam que o número mínimo de indivíduos a serem pesquisados pode ser calculado a partir da regra na qual se multiplica o número de variáveis da principal escala por cinco. Como a escala de propensão à inadimplência usada apresenta nove variáveis, o número mínimo de sujeitos seria de 45.

Para a análise dos dados na etapa qualitativa usou-se a análise de conteúdo. Segundo Bardin (2011), essa técnica é uma das mais utilizadas na comunicação social e é segmentada em três principais fases: pré-análise, exploração material e tratamento dos resultados — interferência e interpretação. Para tanto, foram desenvolvidas categorias a priori, conforme refere Franco (2005). No que diz respeito à análise quantitativa foram utilizadas estatísticas descritiva, análise fatorial exploratória, regressão linear múltipla e análise de cluster. O objetivo dessas análises foi verificar as relações entre construtos (MALHOTRA, 2001, p. 453).

A seguir, apresenta-se a análise dos resultados, oriunda da triangulação de coleta de dados descrita neste tópico.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A amostra final utilizada nas análises contém sete entrevistas em profundidade, além de 80 questionários válidos. O pré-requisito para validação da amostra é o pertencimento do indivíduo à classe C brasileira, ou seja, que recebe entre quatro e dez salários mínimos. Dos respondentes, 51 são do sexo feminino, e 29 do masculino. Mais de 50% da amostra, para ambos os sexos, está na faixa de 24 e 30 anos.

Em um primeiro momento investigou-se a atitude financeira. Em relação à etapa qualitativa, quando os entrevistados foram questionados sobre fazer ou não investimentos, alguns deles não sabiam exatamente do que se tratava, e, portanto, não expressaram interesse sobre o assunto. A Entrevistada 3 afirmou que paga um consórcio. Os demais, afirmaram não fazer investimentos, especialmente porque lhes faltam condições. Os Entrevistados 6, 1 e 7 afirmaram que as dívidas são tantas que não há como pensar em fazer um investimento nesse momento, especialmente se o valor for alto. Já a Entrevistada 4, o Entrevistado 5 e o Entrevistado 2, guardam suas economias na poupança, mas também nunca pensaram em investir, e, num primeiro momento, nem teriam interesse.

Na etapa qualitativa identifica-se outro comportamento. A Entrevistada 3 afirma que, além de não poder guardar parte do que recebe no momento, por causa de suas dívidas, não tem o hábito de fazer esse tipo de economia. Segundo ela, *“já estou acostumada a lidar com imprevistos ou falta de dinheiro”*. De acordo com Potrich, Vieira e Paraboni (2013), esse cenário é comum entre as pessoas mais jovens, pois elas não têm o hábito de poupar mensalmente ou poupar para a aquisição de um bem de maior valor.

O Entrevistado 6 também afirma que nem ele, nem a família, conseguem fazer economias. *“Nós já temos muitas dívidas, não conseguimos sobrar. Tudo que a gente recebe já tem destino, tipo, já está comprometido”*.

Assim sendo, quando recebem já direcionam o dinheiro para quitações de carnês, cartão de crédito e demais prestações que possuem. Para Grussner (2007), esse contexto é comum no Brasil, pois os indivíduos sofrem com a carência de educação financeira e também com o alto índice de endividamento, consumo excessivo e baixa poupança. O Entrevistado 5, por sua vez, afirma que guardou uma quantia por mês no último ano.

Os resultados da etapa quantitativa, no entanto, demonstram resultados que se opõem ao comportamento observado na etapa qualitativa. Destaca-se o alto índice de concordância com o impacto do gerenciamento do dinheiro no futuro: média 4,34 em uma escala de 5 pontos.

Figura 2: Análise do constructo Atitude Financeira

Afirmativas	Média	Desvio Padrão
A maneira que gerencio meu dinheiro hoje impactará meu futuro.	4,34	,745
É importante fazer investimentos para atingir metas de longo prazo.	3,36	,903
É importante poupar dinheiro todos os meses.	4,08	,839
Dinheiro foi feito para gastar	3,36	.903

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Esse ponto pode levar a crer que os consumidores da classe C ouvidos têm alguma ideia de como deve ser administrado seu dinheiro. Entretanto, apesar de saberem que devem planejar o futuro, a etapa qualitativa indica que não o fazem. Nesse sentido, cita-se o conceito de Zerrenner (2007) ao destacar a necessidade de uma educação financeira para os sujeitos de renda mais baixa a fim de que eles possam desenvolver ferramentas para um planejamento orçamentário adequado.

O próximo tópico que se investiga é o comportamento financeiro e o conhecimento financeiro. O comportamento financeiro foi avaliado através do nível de concordância com afirmativas (valor máximo de 7 pontos), e o resultado consta na Figura 3.

Figura 3: Análise do constructo Comportamento Financeiro

Afirmativas	Média	Desvio Padrão
Todo mês guardo parte do meu salário.	2,99	1,278
Costumo ter um valor guardado para eventos emergenciais.	3,58	1,167
Quando meu salário aumenta passo a poupar mais também.	2,93	1,261
Prefiro pagar a prazo a juntar o dinheiro para pagar à vista.	3,53	1,396
Comparo preços antes de efetuar uma compra.	4,05	,953
Gasto mesmo antes de receber.	2,75	1,238
Costumo pedir dinheiro emprestado a amigos e/ou familiares.	2,53	1,396
Sempre pago o valor total da fatura do (s) cartão (ões) até a data de vencimento.	3,95	1,262
Anoto todos meus gastos.	2,75	1,383
Quando compro a prazo comparo todas as opções de crédito existentes.	3,39	1,268
Antes de comprar algum bem, avalio cuidadosamente para ver se tenho condições de pagar.	3,81	1,137

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Observa-se que o comportamento de comparar preços parece estar enraizado na classe C investigada, pois há uma tendência à concordância. Indivíduos com níveis mais baixos de alfabetização de dívidas tendem a transacionar não escolhendo as opções mais adequadas, podendo incorrer em taxas mais altas e usando empréstimos de alto custo. Pode-se fornecer uma estimativa aproximada das implicações nacionais do desconhecimento da dívida sobre os custos do cartão de crédito pelos consumidores. Indivíduos menos informados também relatam que suas cargas de débito são excessivas ou que são incapazes de julgar sua posição de dívida (LUSARDI; TUFANO, 2015).

A obtenção de informações a respeito de taxas de juros e do tempo necessário para o pagamento da fatura não surte efeito significativo sobre os pagamentos das dívidas (NAVARRO-MARTINEZ *et al.*, 2011). Tais informações levam à consciência, mas não ajudam os consumidores a tomar decisões de crédito mais

eficazes, a menos que eles compreendam plenamente as informações recebidas (WARWICK; MANSFIELD, 2000). Ou seja, existe diferença entre consciência e compreensão, não bastando apenas obter informações se os consumidores não entendem a mensagem. O que falta não é informação, e sim a capacidade de interpretá-la (LERMAN; BELL, 2006).

Outro ponto que apresenta tendência à concordância é o pagamento do valor total da fatura do cartão de crédito. Nesse sentido, a etapa qualitativa esclarece o uso de cartão junto a essa classe social. O Entrevistado 5 afirma utilizar muito o cartão de crédito. Atualmente, a família tem quatro cartões, utilizando-os para comprar roupas, calçados, comida, lazer.

Em todos os lugares que aceitam cartões nós pagamos com cartão. É um meio de nós conseguir comprar mais coisas até quando estamos sem dinheiro. [...] nos últimos meses estamos pagando o mínimo de cada fatura, porque quando vê, chega quatro faturas e não temos dinheiro para uma. Então estamos pagando a parcela mínima e assim indo, todo mês. (E.5)

Em paralelo, a pesquisa realizada pelo CNC (2017) revelou que o cartão de crédito é o principal tipo de dívida, chegando a atingir 77,3% das famílias. Ao encontro disso, outra pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito e pela Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas mostrou que 57% dos usuários de cartão não controlam os gastos realizados com esse meio de pagamento.

Já o Entrevistado 1 refere o uso de cartão de crédito, porém, pouco se comparado aos carnês de prestação e cheques que ainda utiliza como forma de parcelamento. De acordo com ele, nos meses em que trabalha menos não consegue pagar tudo, então se obriga a pegar as economias dos meses anteriores. *“Aqueles economias que tenho uso nesses meses que ganho menos, só que tem meses que não ganho quase nada e tenho gastos, daí falta um pouco. Mas como moro com meus pais, eles me ajudam com o salário deles”*.

Em contraponto, a Entrevistada 3 não tem cartão de crédito, mas, atualmente, não sabe quantos carnês ela tem para pagar durante o mês. De acordo com ela, o cartão de crédito, nesse momento, só a faria gastar ainda mais, e, conseqüentemente, se endividar também mais. Ainda no que se refere ao cartão de crédito, a Entrevistada 7 afirma utilizar muito os cartões de crédito que possui. *“Hoje, o cartão é a maior conta que temos mensalmente”*. De acordo com a entrevistada, a fatura é sempre quitada no valor total e dentro do prazo. Se ela tiver que deixar de pagar uma conta, o cartão será sempre a última opção, pois considera altos os juros cobrados.

A Entrevistada 4, da mesma forma, afirma que o cartão de crédito foi um facilitador em sua vida, porque agora eles conseguem adquirir muitas outras coisas que antes eram inviáveis.

O cartão de crédito, na verdade, facilitou muito minha vida. A gente passou a comprar muito mais depois de ter cartão. Ele facilitou muito. Conseguimos fazer umas coisas que precisava na casa e também comprar alguns eletros, coisas que a gente não tinha ainda. (E.4)

Assim, pode-se refletir que devido à saturação do mercado, as empresas de cartão de crédito têm buscado consumidores não tradicionais, que possuem pouca experiência e fraco conhecimento sobre o cartão de crédito (MANSFIELD; PINTO, 2008). Os indivíduos que apresentam alto grau de otimismo irrealista acreditam que possuem apenas características desejáveis, estando livres das indesejadas dívidas. Logo, os bancos se mostram interessados em chamar a atenção desse tipo de consumidor, utilizando estratégias que os atraíam (YANG; MARKOCKY; QI, 2007). As pessoas que apresentam maior nível de literacia financeira têm maior potencial para fazer escolhas informadas e adequadas, e são cerca de duas vezes mais propensas a pagar menores taxas de juros em relação àquelas com menor nível de literacia (HUSTON, 2012).

Para medir o conhecimento financeiro foram elaboradas sete questões sobre finanças a partir da escala de Van Rooij, Lusardi e Alessie (2011). Partindo-se da performance nessas questões foi desenvolvida uma variável denominada conhecimento financeiro, em uma escala de Likert de sete pontos. No que tange a essa medida, nota-se a média 3,83 do desconhecimento tendendo à indiferença.

Como exemplo disso, na etapa qualitativa identifica-se que não há uma análise profunda, por parte dos entrevistados, dos juros que eles pagam, seja em empréstimos, financiamentos, carnês ou cartão de crédito. A Entrevistada 3 afirma que já está acostumada a comprar em determinados locais, e nunca perguntou sobre a taxa de juros. Também através da etapa qualitativa pode-se identificar, nas respostas dos entrevistados, que há preferência, por parte dos mais jovens, pela escolha do pagamento a prazo e pelos parcelamentos e renegociações. É possível se observar que os entrevistados não estão habituados a comparar valores e taxas de juros antes de efetuar uma compra.

Nesse sentido, corroboram-se os resultados de Gathergood; Disney (2011) que afirmaram que as famílias analfabetas financeiramente possuem patrimônio líquido menor, usam crédito de custo mais alto e

têm maior probabilidade de relatar atrasos de crédito ou dificuldade para pagar suas dívidas. Contudo, as famílias financeiramente alfabetizadas são mais propensas a manter a poupança líquida e o crédito ao consumidor rotativo, sugerindo que a coparticipação pode surgir como resultado de um comportamento financeiro racional.

Pode-se ressaltar que os indivíduos que tomam empréstimos no crédito ao consumidor exibem piores conhecimentos financeiros do que aqueles que não o fazem. Os tomadores com baixa escolaridade financeira detêm ações mais altas de crédito de alto custo (como crédito doméstico, e-mail de catálogos de pedidos por correspondência e empréstimos do dia de pagamento) do que aqueles com maior nível de alfabetização. Também se observa que os sujeitos com baixa alfabetização financeira têm mais probabilidade de não ter confiança ao interpretar termos de crédito e de dificuldade de entendimento sobre conceitos financeiros. Eles também são menos propensos a se engajar em comportamentos que possam ajudá-los a melhorar sua conscientização sobre o mercado de crédito (DISNEY; GATHERGOOD, 2013)

A última escala utilizada diz respeito à propensão à inadimplência. Constata-se que a maior concordância recai sobre o fato de que o cartão de crédito é um convite ao gasto. Mais uma vez o resultado aqui obtido destaca o papel de vilão que esse serviço desempenha junto aos consumidores das classes mais baixas.

Figura 4: Análise da medida de Propensão à Inadimplência

Afirmativas	Média	Desvio Padrão
Fazer empréstimo é bom porque permite aproveitar a vida.	2,75	1,710
Não tem problema ficar devendo desde que você quite a dívida no final.	3,36	1,407
Eu não gosto de ficar devendo.	3,64	1,324
O cartão de crédito é um convite para o gasto descontrolado.	3,80	1,107
Eu acho difícil manter o controle do meu dinheiro.	3,18	1,367
Se você tem dinheiro, deve gastá-lo.	2,81	1,181
É uma boa ideia ter o que se quer agora e pagar somente depois.	3,28	1,458

Fonte: Elaborado pelas autoras.

O resultado em destaque é encontrado claramente na etapa qualitativa, na qual os consumidores ouvidos não tinham cartão de crédito de apresentarem comportamento descontrolado de gasto. Ao refletir sobre esse fato pode-se citar mais uma vez a etapa qualitativa da pesquisa. Nas entrevistas, pôde-se notar também que os indivíduos estão deixando de cumprir com suas obrigações, levando em conta seus níveis de endividamento. A Entrevistada 3 afirma que em alguns meses não consegue quitar todas as suas contas. “Tem meses que eu ganho menos, então, esse mês vou atrasar uma conta e o mês que vem pago duas. Atraso um mês ou dois, tudo depende.” O Entrevistado 6, da mesma forma, afirma que não está conseguindo manter suas contas em dia. “Hoje eu tô com três prestações em atraso e também devendo para meu irmão, mas ele nem conto muito.” Uma pesquisa realizada pelo G1 (2017), em julho, revelou que 61 milhões de pessoas estão com o nome sujo, maior número já registrado até o momento. Em abril, o número era de 60 milhões de pessoas, e em apenas um mês, 900 mil novos nomes entraram para esse grupo, fazendo com que o número atingisse o recorde. Esse número ultrapassa os habitantes da Inglaterra, por exemplo, e representa praticamente metade da população adulta brasileira.

Assim, para atingir os objetivos deste artigo tenta-se entender a propensão à inadimplência a partir do comportamento, atitude e conhecimento financeiro dos entrevistados. A escala de propensão à inadimplência apresentou níveis adequados de confiabilidade interna (Alpha de 0.74). Posteriormente, foi realizada uma análise fatorial exploratória que resultou em um único fator explicando 59,83% da variância. A única variável que poderia ser retirada do fator é a que se refere ao cartão de crédito ser um convite ao gasto. Esse resultado pode estar associado a estudos anteriores que sugeriram que, em geral, os consumidores não possuem conhecimento sobre os cartões de crédito (BRAUNSBERGER; LUCAS; ROACH, 2004), e por isso não são capazes de avaliar corretamente os conceitos financeiros e condições de crédito (MANSFIELD; PINTO, 2008).

Se o descontrole das finanças é uma das causas da inadimplência (March, 2018), as variáveis escolhidas referem-se a medidas para manter as finanças pessoais e familiares sob controle.

Robb (2011) alerta para o fato de que literacia e conhecimento financeiro não são suficientes, muitas vezes as decisões financeiras são influenciadas pelas emoções. De acordo com o que afirmou Gathergood (2012), o autocontrole apresenta maior influência do que a literacia sobre o endividamento dos indivíduos, e embora a literacia possa ser aumentada através da educação financeira, os indivíduos não podem ser educados sobre o autocontrole. Assim, conforme diz Robb (2011), ter o conhecimento não garante a sua aplicação, pois

as decisões financeiras são, muitas vezes, influenciadas pela emoção. Gathergood (2012) destaca que a falta de autocontrole também está relacionada à não aplicação do conhecimento.

Durante este estudo foi mensurada a relação, através de uma regressão linear, da contribuição da atitude financeira para a propensão à inadimplência, mas não houve relações significativas e, portanto, a mesma ficou fora da análise. Para compreender a relação entre o comportamento financeiro, o conhecimento financeiro e a propensão à inadimplência foi realizada uma regressão linear tendo como variável dependente o fator encontrado na escala de propensão à inadimplência, e como variáveis independentes comportamento financeiro e conhecimento financeiro. O resultado foi significativo $F(12, 67) = 16,24$, $p < 0,01$, sendo que estes dois preditores influenciaram 74,4% o fator que representa a propensão à inadimplência.

A variável que mais contribuiu para a propensão à inadimplência foi o hábito de pedir dinheiro emprestado a amigos e familiares ($b = 0,22$ $t(79) = 3,27$, $p < 0,05$). Na etapa qualitativa, os entrevistados demonstram algum receio relativo a essa situação, e o empréstimo financeiro solicitado aos familiares é considerado o “fundo do poço”. A segunda variável que mais interferiu na propensão à inadimplência foi o conhecimento financeiro ($b = -0,17$ $t(79) = -4,01$, $p < 0,01$), onde quanto maior o conhecimento financeiro menor a propensão à inadimplência.

Esse resultado corrobora os achados de Silva (2004) em relação ao fato de que os consumidores não foram educados a pensar no dinheiro como forma de administração, e, em consequência, o brasileiro tem a tendência de viver o presente sem preparar o futuro (DOMINGOS, 2013).

De maneira geral, pode-se dizer que uma menor propensão à inadimplência dos consumidores de classe C ouvidos está relacionada à capacidade de os mesmos não tomarem dinheiro emprestado com conhecidos e também com o seu nível de conhecimento financeiro. Outro resultado que chama a atenção é que as variáveis: “quando meu salário aumenta passo a poupar mais” ($b = -0,01$ $t(79) = -0,24$, $p > 0,05$) e “prefiro pagar a prazo a juntar dinheiro para pagar à vista” ($b = -0,01$ $t(79) = -0,9$, $p > 0,05$) não apresentaram significância estatística. Isso pode sugerir que esses aspectos não são levados em consideração pelos consumidores dessa amostra no que diz respeito à inadimplência.

Além de estabelecer a relação entre as variáveis, pode-se, para aprofundar o entendimento do público-alvo, buscar grupos de consumidores com comportamento financeiro semelhante. Assim, realizou-se uma análise de cluster, e usando o método K-means, estabelecendo a premissa de três grupos, descobriu-se o seguinte resultado.

Figura 5: Análise de Clustes – Comportamento Financeiro

	Cluster		
	1	2	3
Todo mês guardo parte do meu salário.	4,09	2,03	2,64
Costumo ter um valor guardado para eventos emergenciais.	4,42	3,00	2,93
Quando meu salário aumenta passo a poupar mais também.	4,15	1,88	2,50
Prefiro pagar a prazo a juntar o dinheiro para pagar à vista.	3,09	4,58	2,07
Comparo preços antes de efetuar uma compra.	4,64	3,39	4,21
Gasto mesmo antes de receber.	1,88	3,88	2,14
Costumo pedir dinheiro emprestado a amigos e/ou familiares.	1,67	3,67	1,86
Sempre pago o valor total da fatura do (s) cartão (ões) até a data de vencimento.	4,73	2,76	4,93
Anoto todos meus gastos.	3,58	1,94	2,71
Quando compro a prazo, comparo todas as opções de crédito existentes.	4,21	2,70	3,07
Antes de comprar algum bem, avalio cuidadosamente para ver se tenho condições de pagar.	4,70	2,76	4,21

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Analisando-se a Figura 5 pode-se dizer que o cluster 1 ($n = 33$) engloba aqueles com comportamento financeiro mais responsável. O cluster 2 ($n = 33$) agrupa aqueles consumidores da classe C com menor cuidado com seu dinheiro. E no cluster 3 ($n = 14$) estão os de comportamento intermediário. Nota-se que o cluster 1 corresponde a 37,5 %, o cluster 2 também 37,5, e o 3 com 25%.

Pode-se notar que o cluster 3, isto é, aqueles consumidores que apresentam comportamento intermediário, tende a ser o menos representativo. E os extremos apresentam tendência a serem igualmente representativos na população da classe C estudada. Enfim, nota-se que a tendência a inadimplência está relacionada ao nível de conhecimento financeiro e que, neste sentido, os consumidores da classe C investigada podem ser agrupados conforme seu comportamento financeiro

Assim, pode-se dizer que existe uma segmentação dentro da classe C analisada conforme seu cuidado com o dinheiro. Neste sentido este conhecimento pode pautar decisões de marketing e de gestão de negócios voltados para este público.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como principal objetivo analisar a existência de uma relação entre os constructos da alfabetização e educação financeira – o conhecimento financeiro, comportamento financeiro e a atitude financeira – com a propensão à inadimplência, junto à classe C brasileira. Para tanto, foi realizada uma etapa qualitativa que envolveu sete entrevistas em profundidade, seguida de etapa quantitativa por meio de uma survey com 80 respondentes. O pré-requisito para a validação da amostra foi o pertencimento do indivíduo à classe C brasileira, ou seja, que recebe entre quatro e dez salários mínimos.

A partir dos resultados do estudo pode-se concluir que o cartão de crédito continua sendo considerado o grande vilão do endividamento e da inadimplência. Por isso, alguns entrevistados afirmaram que preferem “ficar longe” dele e evitar seu uso. Ao mesmo tempo, os indivíduos que o utilizam têm consciência de que o cartão pode levá-los ao endividamento e à inadimplência.

Um dos principais resultados da pesquisa foi que, conforme o esperado, a alfabetização financeira e a educação financeira impactam a propensão à inadimplência. Ou seja, quanto maior o nível desses constructos menor tende a ser a inadimplência. Dentre os constructos antecedentes avaliados pode-se concluir que o hábito de pedir dinheiro emprestado a amigos e familiares impacta positivamente, e o constructo conhecimento financeiro é o que possui maior impacto negativo. Ainda que os respondentes tenham indicado o fato de ficar inadimplente, especialmente junto a amigos e familiares como o “fundo do poço”, essa situação ainda é comum nessa parcela da população.

Para a atitude financeira, entretanto, não foram encontrados os resultados esperados, sendo que a sua relação com a inadimplência não foi significativa. Já o comportamento financeiro e também o conhecimento financeiro apresentaram efeitos negativos na inadimplência. Isto é, quanto mais conscientes forem as atitudes financeiras, menor a propensão à inadimplência, o que corrobora estudos prévios realizados nesse sentido, mas contribui para o campo de pesquisa tendo em vista especialmente o consumidor brasileiro.

Gerencialmente, há clareza de que a Classe C corresponde a uma fatia importante do mercado consumidor nacional e por isso os resultados podem auxiliar no desenvolvimento tanto de estratégias para empresas que pretendam impactar esse tipo de consumidor de uma forma responsável e com tendência a menores índices de inadimplência. Além disso, a pesquisa ajuda a subsidiar o desenvolvimento de políticas públicas que visem desenvolver na população a educação financeira com vistas a permitir o consumo sem necessariamente elevar os níveis de endividamento.

Esse é uma pesquisa ainda em desenvolvimento, de caráter exploratório e que se baseou apenas em entrevistas qualitativas com um conjunto pequeno de participantes, localizados em uma cidade do Sul do Brasil. Recomenda-se que estudos futuros englobem outras regiões e, desta forma, seja possível comparar os resultados. Além disso, a amostra para o estudo quantitativo pode ser ampliada, permitindo resultados mais abrangentes relativos à população analisada nesta pesquisa.

Assim, em futuras pesquisas, sugere-se uma coleta de dados tanto qualitativa quanto quantitativa, com amostras superiores e em diferentes regiões do país, para avaliar se esses fatores persistem ou diferem. Acredita-se que este tema de pesquisa ainda deva ser mais explorado, considerando-se sua importância social e acadêmica. Outros estudos que não envolvam apenas o relato de seu próprio comportamento, mas sim mensuração de comportamentos efetivos dos consumidores, seja em estudos de laboratório ou de campo, são também estimulados, visto que permitirão verificar relações de causa e efeito entre as variáveis, aprofundando o que se sabe sobre o tema.

REFERÊNCIAS

ALVES, F. *Qualidade na educação fundamental pública nas capitais brasileiras: tendências, contextos e desafios*. 2007. 243 p. Tese (Doutorado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

AMADEU, J.R. *A educação financeira e sua influência nas decisões de consumo e investimento: proposta de inserção da disciplina na matriz curricular*. 89 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade do Oeste Paulista, São Paulo, 2009.

BANCO CENTRAL. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/pt-br/#!/home>. Acesso em: 18 abr. 2018.

BARDIN, L.. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Editora Edições 70-Brasil, 2011.

FRANCO, M. L. P. B. (2005). *Análise de Conteúdo* (2ª. ed.). Brasília: Líber Livro Editora.

BRAUNSBERGER, Karin; LUCAS, Laurie A.; ROACH, Dave. The effectiveness of credit-card regulation for vulnerable consumers. *Journal of Services Marketing*, v. 18, n. 5, p. 358-370, 2004.

BRAUNSTEIN, S.; WELCH, C.. *Financial literacy*: An overview of practice, research, and policy. Fed. Res. Bull., v. 88, p. 445, 2002.

CLAUDINO, L. P. et al. Educação financeira e endividamento: um estudo de caso com servidores de uma instituição pública. In: *Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC*. 2009.

CRESWELL, J.W.; CLARK, V.L.P. *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks, Sage, 488, 2011.

DELAVANDE, A.; ROHWEDDER, S.; WILLIS, R. J. *Retirement Planning and the Role of Financial Literacy and Cognition*. In: Michigan Retirement Research Center, Working Paper 2008-190. 2008.

DISNEY, R.; GATHERGOOD, J. Financial literacy and consumer credit portfolios, *Journal of Banking & Finance*, 37, issue 7, p. 2246-2254. 2013.

DOMINGOS, R. *Livre-se das dívidas*: como equilibrar as contas e sair da inadimplência. São Paulo: DSOP Educação Financeira, 2011.

_____. *Ter dinheiro não tem segredo*: educação financeira para jovens. São Paulo: DSOP Educação Financeira, 2013.

FONSECA, R.; MULLEN, K. J.; ZAMARRO, G.; ZISSIMOPOULOS, J. What explains the gender gap in financial literacy? The role of household decision making. *Journal of Consumer Affairs*, v. 46, n. 1, p. 90-106, 2012.

G1. *Seu dinheiro*. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/1-trimestre-de-2017-ganha-900-mil-inadimplentes-mostram-spc-brasil-e-cndl.ghtml>. Acesso em: 12 jun. 2017.

_____. *Brasil tem record de inadimplentes*. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/07/brasil-tem-recorde-de-inadimplentes-61-milhoes-com-nome-sujo.html>. Acesso em: 12 nov. 2017.

GATHERGOOD, J. Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. *Journal of economic psychology*, v. 33, n. 3, p. 590-602, 2012.

GATHERGOOD, J.; DISNEY, R. F. *Financial Literacy and Indebtedness*: New Evidence for U.K. Consumers (April 2011). Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1851343> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1851343>. Acesso em: 18 de abril 2018.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, Rio de Janeiro, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar. /Abr., 1995.

GROSS, K.; INGHAM, J.; MATASAR, R.. Strong palliative, but not a panacea: Results of an experiment teaching students about financial literacy. *Journal of Student Financial Aid*, v. 35, n. 2, p. 1, 2005.

GRUSSNER, P. M. *Administrando as Finanças Pessoais para criação do Patrimônio*. Monografia (Bacharel em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Porto Alegre, 2007. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/21978/000635996.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2018.

- HAYATI, D.; KARAMI, E.; SLEE, B. Combining qualitative and quantitative methods in the measurement of rural poverty: the case of Iran. *Social Indicators Research*, v. 75, n. 3, p. 361-394, 2006.
- HILL, M. M. & HILL, A. (2005). *Investigação por Questionário*. Lisboa: Edições Sílabo.
- HOGARTH, J. M.; HILGERT, M. A. Financial knowledge, experience and learning preferences: Preliminary results from a new survey on financial literacy. *Consumer Interest Annual*, v. 48, n. 1, p. 1-7, 2002.
- HUSTON, S. J. Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, v. 44, n. 2, p. 296-316, 2010.
- HUSTON, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296-316.
- HUSTON, S. J. Financial literacy and the cost of borrowing. **International Journal of Consumer Studies**, n. 36, n. 5, p. 566-572, 2012.
- IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 18 abr. 2018.
- KATONA, George. *Psychological economics*. New York: Elsevier, 1975.
- LUSADI, Annamaria; TUFANO, Peter. Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. *Journal of Pension Economics & Finance*, v. 14, n. 4, p. 332-368, 2015.
- LERMAN, R. I; Bell, E. *Financial literacy strategies: Where do we go from here?* The Urban Institute, 2006.
- MACEDO JR., J. S. *A Árvore do Dinheiro: guia para cultivar a sua independência financeira*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- MALHOTRA, N.K. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MANSFIELD, P. M.; PINTO, M. B. Consumer vulnerability and credit card knowledge among developmentally disabled citizens. *Journal of consumer affairs*, v. 42, n. 3, p. 425-438, 2008.
- MARCH, A. *Análise de crédito: procedimentos para reduzir a inadimplência no comércio varejista de vestuário*. 2018.
- MATIAS-PEREIRA, J. *Curso de Gestão Estratégica na Administração Pública*. São Paulo: Atlas, 2012.
- MEDEIROS, G. M. et al. Endividamento e Literacia Financeira na Perspectiva do Consumidores Endividados no Cartão de Crédito. *Anais do XXXVIII Encontro ANPAD (EnAMPAD 2014)*. Rio Janeiro: ANPAD, 16p. Disponível em: http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2014_EnANPAD_MKT2173.pdf. Acesso em: 18 de abril 2018.
- MENDES VIEIRA, K., REIS KUNKEL, F., & PARABONI, A. L. Propensão à dívida no cartão de crédito: quais são os aspectos determinantes?. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 9(3). 2015.
- MOWEN, J. C.; MINOR, M. *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Prentice-Hall, 2006.
- NAVARRO-MARTINEZ, D. et al. Minimum required payment and supplemental information disclosure effects on consumer debt repayment decisions. *Journal of Marketing Research*, v. 48, n. SPL, p. S60-S77, 2011.
- 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: 18 abr. 2018.
- O'NEILL, B.; XIAO, J. J. *Financial behaviors before and after the financial crisis: Evidence from an online survey*. 2012.

PATTON, M. Q. *Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective*. Qualitative social work, v. 1, n. 3, p. 261-283, 2002.

POTRICH, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. *Determinantes da Alfabetização Financeira: Análise da Influência de Variáveis Socioeconômicas e Demográficas*. Revista Contabilidade & Finanças-USP, 26(69), 362-377. 2015.

POTRICH, A. C.; VIEIRA, K. M.; PARABONI, A. L. O que influencia a alfabetização financeira dos estudantes universitários. *XII Seminários em Administração*, 2013.

RASSIER, L. H. *Conquiste sua liberdade financeira: organize suas finanças e faça o seu dinheiro trabalhar para você*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

REMUND, D. L. *Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy*. Journal of consumer affairs, v. 44, n. 2, p. 276-295, 2010.

ROBB, C. A. *Coming to terms with financial literacy*. In: LAMDIM, D. J. Consumer knowledge and financial decisions: Lifespan perspectives. Editora Springer, 2011. Capítulo 1.

ROBB, C. A.; BABIARZ, P.; WOODYARD, A. The demand for financial professionals' advice: The role of financial knowledge, satisfaction, and confidence. *Financial Services Review*, v. 21, n. 4, p. 291, 2012.

ROCHA, A.; Silva, J. F. *Consumo na base da pirâmide: estudos brasileiros*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

SANT ANA, M. V. S. *Educação financeira no Brasil: um estudo de caso*. 103 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro Universitário UMA, Belo Horizonte, 2014. Disponível em: <http://www.mestradoemadm.com.br/wp-content/uploads/2015/01/Marcus-Vinicius-Sousa-Sant-Ana.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2018.

SERASA. *Conteúdo*. Disponível em: www.serasa.com.br/guia/conteudo.htm. Acesso em: 18 abr.2018.

Silva, E. D. *Gestão em Finanças Pessoais: uma metodologia para se adquirir educação e saúde financeira*. Rio de Janeiro: Quatymark, 2004.

SHOCKEY, S. S. *Low-wealth adults' financial literacy, money management behaviors, and associated factors, including critical thinking*. 2002. Tese de Doutorado. The Ohio State University.

WANG, L. B.; WEI L., A.; MALHOTRA, N.; K. Demographics, attitude, personality and credit card features correlate with credit card debt: a view from China. *Journal of Economic Psychology*, v. 32, n. 1, p. 179-193, 2011

WARWICK, J.; MANSFIELD, P. Credit card consumers: College students' knowledge and attitude. *Journal of Consumer Marketing*, v. 17, n. 7, p. 617-626, 2000.

WELLES, J. *A portable photosynthesis system*. In: advanced agricultural instrumentation. Springer, Dordrecht, 1986. p. 21-38.

VAN ROOIJ, Ma.; LUSARDI, A.; ALESSIE, R. Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, v. 101, n. 2, p. 449-472, 2011.

VITT, L. A. *Consumers' financial decisions and the psychology of values*. 2004.

YANG, S.; MARKOCZY, L.; Qi, M. Unrealistic optimism in consumer credit card adoption. *Journal of Economic Psychology*, v. 28, n. 2, p. 170-185, 2007.

ZERRENNER, S. A. *Estudo sobre as razões para o endividamento da população de baixa renda*. 2007. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

APÊNDICE 1:

1. Você costuma fazer economias? Quanto você consegue guardar por mês?
2. Você e/ou sua família fazem investimentos? Quais?
3. Você utiliza cartões de crédito? Sempre paga o valor total da fatura e no prazo?
4. Você e/ou sua família possuem dívidas? Quanto ela representa da renda total?
5. Você costuma comparar valores antes de fazer alguma aquisição?
6. Você costuma ter uma planilha de gastos?
7. Se você ficar desempregado hoje, quanto tempo consegue se manter?
8. Você prefere comprar à vista ou a prazo? Quais fatores influenciam na sua decisão?
9. Você costuma fazer empréstimos? Em quais situações?
10. Você acredita que sua renda seja suficiente se comparado as suas despesas?
11. Você costuma comprar por impulso? O que geralmente compras?
12. Você consegue manter todas as contas em dia? Por quê?
13. Você costuma analisar taxas de juros quando faz alguma dívida?
14. O desconto influencia sua decisão de pagamento?
15. Em que situação você parcelaria a compra de vestuário e alimentação?