

Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Escola de Administração
Bacharelado em Administração

Paulo Ricardo Dias de Oliveira Hasse da Silva

O endividamento nos estágios do ciclo de vida familiar em Porto Alegre

Porto Alegre

2023

Paulo Ricardo Dias de Oliveira Hasse da Silva

O endividamento nos estágios do ciclo de vida familiar em Porto Alegre

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de bacharel em
Administração da Escola de Administração da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
Orientador: Luiz Antonio Slongo

Porto Alegre

2023

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

Silva, Paulo Ricardo Dias de Oliveira Hasse da
O endividamento nos estágios do ciclo de vida
familiar em Porto Alegre / Paulo Ricardo Dias de
Oliveira Hasse da Silva. -- 2022.

80 f.

Orientador: Luiz Antonio Slongo.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de
Administração, Curso de Administração, Porto Alegre,
BR-RS, 2022.

1. Marketing. 2. Ciclo de Vida Familiar. 3.
Endividamento. 4. Hábitos de Consumo. 5. Comportamento
do Consumidor. I. Slongo, Luiz Antonio, orient. II.
Título.

FOLHA DE APROVAÇÃO

Paulo Ricardo Dias de Oliveira Hasse da Silva

O endividamento nos estágios do ciclo de vida familiar em Porto Alegre

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de bacharel em
Administração da Escola de Administração da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
Orientador: Luiz Antonio Slongo

Aprovado em: Porto Alegre, 5 de abril de 2023.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Luiz Antonio Slongo
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Fernando Bins Luce
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Nome e titulação do membro da banca
Instituição do membro da banca

Dedico este trabalho a Deus que me deu a vida, a minha mãe Nahir que nunca mediu esforços na minha criação, a meu irmão Paulo, o qual é fonte de inspiração a mim e a meu pai falecido pai Juarez, que me ensinou o valor do estudo e conhecimento.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família pelo constante apoio, e em especial a minha futura esposa Camilla, que em diversos momentos me apoia, auxilia e suporta, sempre com uma quantidade inesgotável de amor e compreensão.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Luiz Antonio Slongo, que não mediu esforços para me auxiliar no preenchimento de minhas lacunas de conhecimento e superar minhas limitações como aluno, o qual nutro profunda admiração.

A todos amigos, familiares e conhecidos que constantemente me auxiliaram com palavras de apoio e motivação, além do encaminhamento de referências e ajudas acadêmicas.

"O mais importante ingrediente na fórmula do sucesso
é saber como lidar com as pessoas."

Philip Kotler

RESUMO

Diversos campos do conhecimento estão se dedicando a uma abordagem comportamental, como design, finanças e marketing. O processo de tomada de decisão e os hábitos de consumo são temas fundamentais para diversas áreas do conhecimento. Uma das maneiras de estudar mercados é segmentando o mercado, podendo ser por questões demográficas ou socioeconômicas. Não é possível estudar consumo sem abordar as temáticas de necessidade e desejo, e uma das formas de analisar é segmentando áreas por estágio no ciclo de vida familiar. Todos nascemos, crescemos e nos desenvolvemos em um núcleo familiar que, ao longo do tempo, sofre alterações e tem a suas estruturas modificadas. Cada fase ou momento da vida de um indivíduo requer um conjunto específico de necessidades, que, em muitos casos, são atendidas pelo consumo. Dessa forma, ao se utilizar de um survey quantitativo para coletar dados de residentes da cidade de Porto Alegre, com idades acima de 18 anos e renda familiar superior a 3 mil reais, este estudo visa compreender se, e como, as necessidades dos diferentes estágios do ciclo de vida familiar influenciam os hábitos de consumo, endividamento e poupança dos indivíduos entrevistados.

Palavras-chave: Marketing; Ciclo de Vida familiar; Endividamento;

ABSTRACT/RESUMEN/RÉSUMÉ

Many fields of knowledge are evolving to a behavioral approach, such as design, finance, and marketing. The decision-making process and consumption habits are fundamental topics for several areas of knowledge. To study markets, a possible way is by segmenting them based, for example, on demographic or socioeconomic factors. The themes of need and desire are needed to address any study of consumption, and a way to start this analysis is by segmenting areas according to the stage in the family life cycle. All human beings are born, grow and develop in a family unit that has its structures modified over time. Each phase or moment in an individual's life requires a specific set of needs, often met through consumption. Thus, by using a quantitative survey to collect data from residents of the city of Porto Alegre, aged 18 or older, and with a family income above 3,000 reais, this study aims to understand whether and how the needs of different stages of the family life cycle influence the consumption habits, debt, and savings of the interviewed individuals.

Keywords: Marketing; Family life Cycle; Indebtedness.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	DELIMITAÇÃO DO TEMA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	11
1.2	JUSTIFICATIVA	16
2	OBJETIVOS	17
2.1	OBJETIVO GERAL.....	17
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
3	REVISÃO TEÓRICA	18
3.1	FINANÇAS PESSOAIS E EDUCAÇÃO FINANCEIRA.....	18
3.2	PROCESSO DECISÓRIO, HÁBITOS E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	22
3.3	ENDIVIDAMENTO.....	25
3.4	CAUSAS DO ENDIVIDAMENTO.....	27
3.5	CICLO DE VIDA FAMILIAR.....	30
3.6	VARIÁVEIS UTILIZADAS NESTE ESTUDO	33
4	MÉTODO	34
4.1	POPULAÇÃO E AMOSTRA	35
4.2	TÉCNICA DE COLETA	35
4.3	PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS	36
4.4	PROCESSAMENTO DOS DADOS	36
4.5	SÍNTESE DO MÉTODO DE TRABALHO.....	37
5	ANÁLISE DOS RESULTADOS	38
5.1	PERFIL DOS RESPONDENTES.....	39
5.2	ACHADOS GERAIS	42
5.2.1	CAPACIDADE COM AS FINANÇAS E O NÍVEL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA	42
5.2.2	POUPANÇA E CONSUMO	44
5.2.3	ENVIDIDAMENTO	47
5.3	ACHADOS SEGREGADOS POR ESTÁGIOS DO CICLO DE VIDA FAMILIAR	52
5.3.1	FINANÇAS E EDUCAÇÃO FINANCEIRA	52
5.3.2	POUPANÇA E CONSUMO	55
5.3.3	ENVIDIDAMENTO	60

5.4	SÍNTESE DA ANÁLISE E COMPARAÇÕES DE RESULTADOS	62
6	CONCLUSÃO	65
6.1	CONTRIBUIÇÕES.....	67
6.2	LIMITAÇÕES.....	68
6.3	DESDOBRAMENTOS E PRÓXIMOS PASSOS.....	68
	REFERÊNCIAS.....	70
	APÊNDICE A — QUESTIONÁRIO	77
	ANEXO A — EXEMPLO DE ANEXO	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.

1 INTRODUÇÃO

Desde a criação do real, e mais particularmente após os anos 2010, vimos uma crescente exposição e desvalorização do poder de compra das famílias brasileiras. Somado a isto, o endividamento tem se acentuado, bem como os ciclos econômicos, macro e micro, têm sido agravados por conta de questões geopolíticas, de cunho social e mais recentemente por questões sanitárias, como COVID-19.

Nesse contexto, as famílias brasileiras têm surfado em ondas de desemprego alternadas por ligeiras melhoras econômicas. As transformações tecnológicas, cada vez mais rápidas, moldam mais intensamente as relações sociais, alterado os quadros organizacionais e moldado hábitos de consumo do brasileiro, cada vez mais aderente às inovações trazidas pela indústria.

Não menos importante, tem sido observado um agravamento no endividamento das famílias, cada vez maior. Questões como hábitos de consumo, deterioração do poder de compra e um acesso ao crédito cada vez mais facilitado tem sido uma combinação poderosa, para o bem e para o mal das economias dos lares dos brasileiros.

Neste contexto, o presente estudo visa entender como são os fatores comportamentais, tomada de decisão, hábitos de consumo, atitude em relação ao endividamento e poupança, nível de educação financeira e volume de endividamento em 12 momentos diferentes que uma família brasileira passa, desde o jovem solteiro até ao casal com o ninho vazio.

Utilizando como base pesquisa quantitativa realizada com moradores de Porto Alegre (RS) com renda superior a R\$ 3.000,00, busca-se compreender as relações destas variáveis aos diferentes momentos. Nos capítulos seguintes, o leitor poderá conhecer mais sobre as bases teóricas, a revisão da literatura, método empregado e os resultados encontrados.

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

É possível observar o crescente estado de endividamento das famílias brasileiras na última década. Neste período, diversos fatores econômicos gradualmente corroeram o poder de compra do Brasileiro (COPETTI, 2021), sobretudo dos mais pobres, uma vez que os maiores vilões deste período foram os aumentos nos alimentos, que tiveram seus preços reajustados em mais de 20%.

O problema, porém, vai além. Entre os anos de 2011 e 2022, tivemos manifestações contra o aumento das passagens (PREÇO, 2013), de correntes de aumento nos combustíveis e outros custos. Tais eventos desencadearam uma série de manifestações que vieram a ser conhecidas como “a primavera brasileira” (DE MORAES; SANTOS, 2013) alusão ao movimento da “primavera árabe”, ocorrida no Oriente Médio e Norte da África no final de 2010 (BAYAT, 2013).

Desde então, os alimentos, combustíveis e transportes em geral têm tido papel importante nos aumentos inflacionários. Não à toa que março de 2022 foi o mês com a maior inflação das últimas três (3) décadas. (GRANCHI, 2022).

Somados aos golpes inflacionários, há uma exacerbada polarização política e instabilidade econômica (PRAZERES, 2022), desvalorização acentuada do câmbio (FERRARI, 2022), desgaste da imagem do país por escândalos de corrupção noticiadas mundo à fora (OLIVEIRA; SOARES; FIGUEIREDO, 2022). Estes fatores fizeram com que as famílias brasileiras tivessem que escolher a melhor forma de gastar seu dinheiro.

Esses fatores que já vinham acelerando, foram impulsionados pelas mudanças de cenários trazidos pela pandemia mundial do Sars-Cov-2, como, por exemplo, a perda superior a 6 milhões de óbitos ao redor do mundo, podendo ser de até 15 milhões caso as estimativas de subnotificação se confirmem (GRIMLEY; CORNISH; STYLIANOU, 2022).

Essa conjuntura socioeconômica e de calamidade pública só agrava a situação econômica das famílias brasileiras. Recentemente, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) divulgou os dados da sua Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (PEIC), alertando que “nunca antes” na sua série histórica o endividamento das famílias jamais foi tão grande quanto hoje, chegando a incríveis 77,7% das famílias com alguma dívida a ser paga (ABDALA, 2022).

Somos uma sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 1970) e assim sendo, vivemos e trabalhamos para poder consumir, quer seja para satisfazer necessidades básicas ou realizar sonhos. Porém, o capital é limitado, sendo muitas vezes necessário recorrer ao crédito, que, por sua vez, pode levar a um endividamento.

Desde 2008 vem se criando formas de “democratizar o crédito” (BRASIL, 2021), isso por um lado ajudou com que as famílias pudessem obter meios frente a situações indesejadas, porém estimulou ainda mais o consumo e é um dos motivos apontados para o aumento do endividamento das famílias no Brasil.

O marketing tem um papel essencial na sociedade de consumo, afinal, é através dos estudos e métodos dessa ciência que os produtos e serviços a serem consumidos chegam aos consumidores. Uma das estratégias estudadas no marketing é sobre estímulos e persuasão inconsciente (RIBEIRO; OLIVEIRA; PETROLL, 2018). Como Parket, Haytko, Hermans (2009) mostraram, os estímulos constantes ao consumo são fatores importantes. De forma consciente e inconsciente as pessoas são estimuladas a consumir (CAMPARA; VIEIRA; CERETTA, 2016).

Não é de hoje que estudos têm sido feitos para compreender como as pessoas gerenciam suas finanças e lidam com seus débitos. Porém, como observado por Campara, Vieira e Ceretta (2016), não há uma definição de quais são os aspectos que influenciam o nível de endividamento dos indivíduos de forma homogênea e clara.

O conceito de racionalidade limitada (SIMON, 1960) lançou as bases para que o ser humano fosse estudado em sua totalidade. Em decorrência disso, surgem estudos que analisam a parte de tomada de decisões a partir de comportamentos.

No contexto do endividamento, inúmeros fatores comportamentais são apontados como responsáveis para tomada de decisões. No Brasil, esse aspecto tem evoluído lentamente, apesar de marcos importantes terem sido vencidos nos últimos anos, como o Programa Educação Financeira nas Escolas, parte da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), instituída por decreto em 2010. Esse programa visa levar educação financeira para crianças e adolescentes em todo o país.

Dentro da construção sociocultural, temos aspectos socioeconômicos que possuem maior ou menor influência para uma determinada área geográfica. Uma revisão literária realizada por Campara, Vieira e Ceretta (2016) mostra que aspectos como gênero, faixa etária e renda são importantes.

Estes mesmos autores salientam a importância da “atitude ao endividamento”, ou seja, o quanto alguém é favorável ao endividamento, baseando-se na visão que a

pessoa tem do dinheiro e do que faria em determinadas circunstâncias. Por fim, apontam a importância da escolaridade, o histórico familiar, número de dependentes, tipo de ocupação, dentre outros.

A importância da relação entre aspectos sociais, culturais e econômicos podem ser comprovadas na mudança na postura dos pais e dos filhos em relação ao momento de sair de casa, que hoje visando otimizar custos e aproveitar melhores as oportunidades permanecem por período muito superior que antigamente (MULLER, 2018). Outro exemplo é a migração dos negócios físicos para modelos digitais, muito impulsionado pela pandemia, mas iniciando anteriormente (PINÇON, 2017).

Já Vieira, Flores e Campara (2014) ratifica esses pontos e chama a atenção para o fato de que estas variáveis compõem a “fase do ciclo de vida” em que os indivíduos se encontram.

Este ciclo, também chamado de ciclo de vida familiar, é uma das formas que o marketing tem encontrado para segmentar os mercados, uma vez que a segmentação em um mercado repleto de concorrentes tornar-se estratégico para uma organização (KOTLER; ARMSTRONG, 1994a).

O ciclo de vida familiar, também conhecido como “Teoria do desenvolvimento familiar”, tem em vista compreender os estágios que uma família (e os indivíduos) passam ao longo do tempo, períodos de estabilidade e posterior transição. O estudo dedicado à família se deu no período pós-guerra e seu principal foco de estudo está nas transições que a família passa ao longo do tempo, períodos de mudança marcados por “estabilidade e transição, de equilíbrio e adaptação, e também, por momentos de desequilíbrio” (POMPERMAYER *et al.*, 2010).

O modelo ao longo do tempo foi sendo aperfeiçoado e adaptado às diferenças culturais e regionais, iniciando-se com Duval e Hill (meados de 1948) que criaram um modelo onde havia 8 estágios do ciclo de vida familiar tomando algumas variáveis como critérios presença de crianças, idade dos membros da família, dentre outros. Os estágios inicialmente criados foram 1) Casais com filhos, 2) Famílias com recém nascidos – Primogênito: até 30 meses, 3) Famílias com crianças com idade pré-escolar – Primogênito: de 2,5 anos até 6, 4) Famílias com crianças em idade escolar – Primogênito: de 6 até 13 anos, 5) Famílias com filhos adolescentes – Primogênito: de 13 até 20 anos, 6) Famílias com jovens adultos – Saída do primogênito e saída do último filho, 7) Casais na meia-idade – ninho vazio; 8) Envelhecimento – Reforma: morte de um ou ambos cônjuges (DUVALL, 1972; HILL, 1970).

Outros estudos foram criados para identificar a evolução do indivíduo (no contexto das famílias), como Erikson (1964): 1) Infância, 2) Início da Infância, 3) Idade de Brincar, 4) Idade Escolar, 5) Adolescência, 6) Adulto Jovem, 7) Adulto, 8) Velhice (RODGERS; WHITE, 2009).

Para o contexto brasileiro, entretanto, esses modelos não são aderentes. A maioria dos estudos são realizados em países de origem anglo-saxã, tendo aspectos socioculturais divergentes aos da cultura latina. Junior e Taschner (2006) criaram um modelo para o Brasil baseado nos estudos de Bellón, Vela e Mazano (2001), que estudaram os modelos de família no contexto espanhol, que assim como nós, tem origem latina.

A contribuição destes autores é relevante por possibilitar analisar esses diferentes momentos pela ótica não só da psicologia, mas principalmente pela perspectiva do comportamento financeiro, dando para os formuladores de estratégia de marketing ferramentas que fornecem informações mais assertivas para suas formulações de segmentação.

Uma das formas de segmentar os consumidores é com base em sua renda, tendo como um destes segmentos a chamada “classe média”, termo que nos últimos anos vem ganhando diferentes interpretações. Basicamente, a classe média de uma sociedade é aquela que possui um “potencial de consumo médio” (NERI, 2011).

No Brasil, as classes sociais variam entre “E”, a qual é a mais baixa, e “A1”, a qual é aquela que possui o maior poder aquisitivo. O conjunto de classes sociais é: E, D, C, B, A1 e A2.

Neste estudo, será utilizado apenas o critério “faixa de renda”, não trazendo, portanto, toda a discussão que o conceito de classes traz consigo, porém, claro, não deixando de fazer interlocução com este conceito.

Para Neri (2011), no Brasil a classe média é aquela que se encontra no grupo “C”, pois é nele que se encontra o poder de consumo médio. Mas nem sempre foi assim. Até meados dos anos 2000, a classe C era classificada como “pobre” (YACCOUB, 2011). Com as transformações econômicas ocorridas pelo avanço da ciência e tecnologia, a renda média desta classe cresceu de forma que assumiu o posto de “média”, antes pertencente a classe “B”.

Porém, durante e após a pandemia, muita coisa voltou a mudar. No período mais crítico, aproximadamente 5 milhões de brasileiros foram “empurrados” para as classes mais baixas. Isso ocorreu pelas perdas de emprego e impossibilidade de

trabalhar impostas pelas medidas sanitárias necessárias para conter o avanço do vírus. ALVARENGA E MARTINS (2021), explicam os motivos disto ter ocorrido:

[...] essa camada da população não tinha poupança, nem os recursos da elite para passar bem por essa pandemia. Também não contaram com auxílios emergenciais ou políticas voltadas para a base da pirâmide, que foi quem mais sofreu durante a crise. (ALVARENGA; MARTINS, 2021, não paginado).

As faixas de renda utilizadas neste estudo será a escala de classes sociais do Instituto Locomotiva, abordada pelos autores, que desdobra a população em grupos de classes E (mais pobre) a A (mais rica). Assim, como dito anteriormente, utilizaremos os mesmos critérios de classificação, porém para faixas de renda.

Esta escala é composta por 5 faixas, sendo algumas divididas em alguns grupos. As faixas D e C, possuem subdivisões, ficando D com duas (D2 e D1) e C com três (C3, C2 e C1). As classes E e B não possuem subdivisões, enquanto as faixas A1 e A2 são agrupadas em uma única faixa A.

Assim, as faixas utilizadas para este estudo serão as faixas E, D2, D1, C3, C2, C1, B e A.

Nesta escala, a faixa de renda média compreende as faixas C2, C1 e B, tendo uma renda domiciliar média de 2.971,37 a 7.202,57 (ALVARENGA; MARTINS, 2021), assim, utilizaremos como critério de classificação os valores de R\$ 3.000,00 até R\$ 7.500,00 de renda familiar.

No que diz respeito a classe “Alta” (faixas de renda A1 e A2), será considerado qualquer família com renda domiciliar superior a R\$ 7.500,01.

A classe média (que possui um faixa de renda média) parece ser uma espécie de “termômetro” econômico interessante. O fenômeno de seu endividamento vem sendo objeto de estudo. Como destacado pela FGV pela sua Escola de Economia de São Paulo (EESP) (2019, não paginado) “Quase 40% dos lares de classe média em 18 países europeus da OCDE estão financeiramente vulneráveis – índice que varia de 12% na Noruega a 70% na Grécia”, não sendo, portanto, um motivo de preocupação apenas no Brasil.

Considerando o endividamento do brasileiro na última década, especialmente a da classe média, muito em decorrência a facilidade crescente ao crédito que impulsiona este fenômeno, o interesse recente da academia em compreender como as questões comportamentais influenciam as finanças através dos estudos de finanças comportamentais, além da abordagem clássica e a ausência de estudos que

relacionem o endividamento aos ciclos de vida familiar no Brasil, alguns questionamentos surgem, tais como: Como os diferentes momentos de vida influenciam no endividamento das famílias no Brasil? Quais são as similaridades e as diferenças quando comparamos o nível de endividamento, atitude ao endividamento e hábitos de consumo nos diferentes estágios do ciclo de vida familiar?

Assim, a busca deste estudo se dará em compreender o seguinte questionamento: Como é a propensão e atitude ao endividamento nos diferentes estágios do ciclo de vida familiar dos moradores de Porto Alegre de faixa de renda igual ou superior a R\$ 3.000,00?

1.2 JUSTIFICATIVA

A relevância do estudo é poder entender como os moradores do município de Porto Alegre se comportam em termos de hábitos de consumo e seu endividamento, possibilitando assim o surgimento de estratégias de marketing para organizações que busquem atender as diferentes necessidades conhecidas de consumo, bem como estratégias para concessão de crédito e até mesmo análise de risco.

Também poderá auxiliar a bancos e corretoras a incorporarem o modelo de ciclo de vida familiar nas análises de perfil de risco, hoje baseados apenas em volume de patrimônio, idade, renda, etc.

Por fim, estudo visa auxiliar sobretudo o indivíduo e as famílias, para que ao refletir e compreender de formas mais significativa seus hábitos de consumo e propensão ao endividamento possam reavaliar o padrão de vida, criar estratégias para um consumo mais consciente e de criação de reservas de preparação para enfrentar a transição ao longo dos diferentes ciclos.

Esse estudo torna-se relevante, uma vez que a utilização do ciclo de vida familiar ainda é pouco difundido e utilizado como estratégia de segmentação de mercado, podendo tornar-se uma peça estratégica importante no ambiente competitivo.

Ademais, com a perda do poder de compra e o aumento do endividamento, sobretudo da classe média brasileira, torna-se de extrema importância a compreensão mais clara dos desafios que os diferentes momentos de vida apresenta para que os indivíduos em suas trajetórias possam se preparar.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral desta pesquisa é de identificar como os diferentes momentos do ciclo de vida familiar influenciam no endividamento de famílias com faixa de renda partir de R\$ 3.000,00 no município de Porto Alegre.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para atingir tal objetivo, os seguintes objetivos específicos deverão ser alcançados:

- Classificar os grupos a partir das variáveis demográficas, socioeconômicas, comportamentais e financeiras;
- Avaliar questões comportamentais dos respondentes dos diferentes estágios do ciclo de vida familiar, com base nas variáveis comportamentais e financeiras apresentadas no quadro 4.
- Medir o nível de endividamento e o de educação financeira de cada estágio do ciclo de vida das famílias;
- Comparar os diferentes grupos quanto aos seus níveis de endividamento e educação financeira;
- Identificar quais variáveis possuem maior influência em cada ciclo de vida da amostra;
- Identificar em quais momentos é necessário maior atenção em relação ao endividamento, além de quais variáveis contribuem mais em cada nível;
- Relacionar os diferentes estágios e descrever percepções gerais ao longo do ciclo de vida familiar da amostra;

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O presente capítulo visa trazer ao leitor o contexto dos principais conceitos utilizados neste estudo, bem como as definições dos mesmos e uma breve revisão de como tais conceitos vem sendo estudados no mundo.

3.1 FINANÇAS PESSOAIS E EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Para Gitman (2010, p. 25), as finanças são “a arte e ciência da administração do dinheiro, afetam a vida de todas as pessoas e organizações”. Sem dúvidas, para um mundo centrado no capital, administração das finanças é um pilar importante para a prosperidade e continuidade de negócios, projetos e, talvez com importância singular, para pessoas.

É através desta ciência que organizações, governo e pessoas compreendem as melhores estratégias para realizar seus objetivos, uma que ela oferece ajuda para tomada de decisões para utilizar seu capital da forma mais eficiente (GITMAN, 2010), proporcionando assim a maximização de seu uso, refletindo diretamente na maximização do bem-estar do dono do capital.

Para tomar decisões, um decisor irá necessitar compreender o contexto no qual a decisão estará inserida para escolher a decisão ótima. Nesse sentido, quanto mais informação puder ser assimilada, mais assertiva será a decisão.

Em um primeiro momento, os pesquisadores e pensadores das ciências econômicas se debruçaram nos estudos a respeito das organizações e mercados acionários. É com esse foco que a Hipótese dos Mercados Eficientes (FAMA, 1970) que assume que os preços dos ativos nos mercados acionários refletem todas as informações disponíveis a seu respeito (PEDRO, 2020).

Contudo, com a popularização das ideias de Simon (1960) a respeito da racionalidade limitada do ser humano, de que ele não é capaz de ter todas as informações e mesmo que tivesse, não teria condições para compreender e torná-las úteis, deu espaço para estudar as finanças além dos números, nascendo assim as Finanças Comportamentais.

Muitos acontecimentos no cotidiano financeiro despertam a atenção por serem pouco lógicos, com pouca ou, aparentemente, nenhuma racionalidade.

Não só nas bolsas de valores, que está relacionada a decisões de investimentos, mas também no dia-a-dia, que se relaciona com decisões de despesas, as reações do indivíduo estão muito ligadas

às emoções e sentimentos diante da necessidade da consecução e do dispêndio do dinheiro. (ORSOLIN, 2007, p. 3–4)

Contrapondo o pensamento clássico da racionalidade objetiva, esta nova perspectiva apresenta o tomador de decisões sendo influenciado pelas crenças, valores, sentimentos e modelos mentais. Apesar do desenvolvimento também orientado a decisões de investimentos, tem sido aceito que o mesmo princípio se aplica às demais áreas de decisão financeiras no cotidiano dos indivíduos (ORSOLIN, 2007).

É importante compreender que toda essa evolução no pensamento a respeito do indivíduo só foi possível porque bases importantes da psicologia evoluíram em paralelo. É o caso da Teoria do Prospecto, publicadas por Kahneman e Tversky em 1979. Esta contribuição é objeto de estudo de Barros e Felipe (2015):

Em linhas gerais, a Teoria dos Prospectos, elaborada pelos pesquisadores israelenses Kahneman e Tversky (1979), forma uma base teórica importante no que tange à compreensão do comportamento dos investidores, pois consegue explicar vieses cognitivos no processo de tomada de decisão, sendo, portanto, fundamental para o terreno das Finanças Comportamentais. [...]
Em síntese, após aplicação empírica, Kahneman e Tversky (1979) concluem que os indivíduos são desfavoráveis ao risco para situações de ganhos, mas predispostos ao risco em ocasiões de perdas. Transcendendo esses matizes, os autores supra referidos constataram também que as pessoas sentem mais a dor da perda do que o prazer alcançado com um ganho equivalente. (BARROS; FELIPE, 2015, p. 91)

Ou seja, os indivíduos por mais informações que possuam, precisam lidar com pressões oriundas de suas crenças, momento de vida, expectativas e impulsos físicos e naturais, como cansaço e ansiedade.

Para Junior (2003), as finanças comportamentais é a fusão entre “conceitos de economia, finanças e psicologia cognitiva na tentativa de construir um modelo mais detalhado do comportamento humano nos mercados financeiros”.

Por assim dizer, as finanças comportamentais estudam as ações e reações de pessoas em diferentes contextos, com diferentes estímulos, a partir de seu momento de vida, vantagens e desvantagens, oportunidades e reveses, ou seja, se antes os insumos para estudo partiam dos preços de mercado, nas finanças comportamentais, o mercado é visto como reflexo das ações racionais e principalmente irracionais das pessoas.

Um desdobramento importante que tem ganhado força nas últimas décadas é a importância da educação e planejamento no que tange às finanças. Dentre as várias ferramentas discutidas pela academia, a educação financeira.

Educação financeira pode ser entendida como “um processo de transmissão de conhecimento que permite o desenvolvimento de habilidades nos indivíduos, para que eles possam tomar decisões fundamentadas e seguras, melhorando o gerenciamento de suas finanças pessoais” (SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007, p. 1122). Para os autores, ao aprofundar seus conhecimentos em educação financeira o indivíduo torna-se mais integrados à sociedade e mais atuantes no âmbito financeiro, ampliando seu bem-estar.

Nesse tocante, Nahas, em seu livro “Atividade física, saúde e qualidade de vida” (2017) chama atenção de como o conceito de “bem-estar” surge primeiramente no contexto econômico:

Reverendo os estudos nesta área, pode-se observar que os conceitos de qualidade de vida inicialmente propostos enfatizavam aspectos materiais, como salário, sucesso na carreira e bens adquiridos. (NAHAS, 2017, p. 17)

Podemos entender, portanto, que a educação financeira é um instrumento poderoso para auxiliar as pessoas a interpretar o contexto econômico no qual está inserida, analisando as circunstâncias para uma tomada de decisão adequada e eficiente. O resultado disso é que ao realizar decisões financeiras conscientes e seus riscos minimizados pelo planejamento, seu bem-estar é protegido e ampliado.

Para Ribeiro (2014) o planejamento das finanças pessoais, e, portanto, a educação para que se execute esse planejamento, visa, antes de tudo, que o indivíduo possa fugir do endividamento. Para o autor há uma “influência nefasta que a falta de um planejamento financeiro tem sobre o emocional de uma pessoa, bem como sobre os benefícios que a adoção de tal prática pode trazer à qualidade de vida do indivíduo” (RIBEIRO, 2014, p. 15).

Fica claro que há uma relação importante entre a qualidade de vida e as finanças pessoais de um indivíduo, uma vez que o descontrole financeiro pode gerar preocupações, ansiedades, perda de oportunidades, e até mesmo privação de elementos básicos para subsistência como moradia, alimentação, acesso a tratamentos de saúde de qualidade, etc.

Sobre esses impactos, o estudo de Lima et al. (2016) acompanhando famílias em situação de descontrole até uma situação estável é uma contribuição de grande valia:

A educação financeira consiste na construção de um pensamento financeiro sólido, para desenvolver autonomia e comportamentos saudáveis com plena capacidade de decidir e planejar o que querem para si, família e grupos sociais a que pertencem, devendo ser oferecida com uma abordagem transversal. Já que existe um diálogo com muitas áreas (OECD, 2013, p.78), essa educação pode resultar em pessoas mais informadas e com capacidade de tomarem decisões financeiras mais assertivas (XIAO; NEILL, 2014, p. 59).

De maneira simplificada, a educação financeira é uma ferramenta eficiente, que não só aumenta o nível de conhecimento dos consumidores, mas também a confiança deles em relação aos assuntos financeiros (XIAO; NEILL, 2014, p. 65). A complementação desse conceito é dada por Coutinho e Teixeira (2013, p. 557) que presume que essa educação visa a atingir objetivos mais rapidamente, porém abrange certas precauções como elaborar e acompanhar o orçamento pessoal ou familiar, gastar, poupar e investir os recursos disponíveis.

Nesse sentido, é importante, juntamente com a aquisição do conhecimento proporcionado pela educação financeira, promover a capacidade das pessoas de desenvolver e aderir a um plano de vida a longo prazo, a fim de gerir os orçamentos familiares e poupar para o futuro. (LIMA *et al.*, 2016, p. 57)

Essa autonomia, gerada pela consolidação de um pensamento financeiro adequado, ajuda a quem se dedica a desenvolver aspectos de sua qualidade de vida em diferentes áreas, uma vez que as finanças impactam o contexto do indivíduo como um todo. Essa consciência, aliada ao planejamento, é uma ferramenta poderosa para que o indivíduo tenha sucesso nas suas finanças e resulte em maior bem-estar.

3.2 PROCESSO DECISÓRIO, HÁBITOS E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Um elemento importante discutido é o processo pelo qual o comprador (ou consumidor) passa até que decida (ou não) pela compra de um produto. Solomon (2016) considera que esse processo pode ter quatro etapas: seleção, compra, uso e disposição, podendo referir-se a produtos, serviços, ideias ou experiências. O foco, segundo o autor, é a busca da satisfação de necessidades e desejos.

Já Sheth, Mittal e Newman (2001) entendem que o comportamento do cliente é um conjunto de atividades, que podem ser físicas ou mentais, que resultam essencialmente em decisões, que podem levar ou não, por exemplo, à utilização de produtos ou serviços, bem como aceitar o desembolso econômico para adquirir tais serviços ou produtos.

Engel, Blackwell e Miniard (2005, p. 6) afirmam que “o comportamento do consumidor é definido como as atividades diretamente envolvidas em obter, consumir e dispor de produtos e serviços, incluindo os processos decisórios que antecedem e sucedem estas ações.”

Podemos observar, portanto, que ao concretizar a compra de um produto ou serviço para utilizar ou ter à disposição, o consumidor passará por um processo decisório visando atender um desejo ou uma necessidade, de forma consciente ou não.

Talvez seja por este motivo que, mesmo tendo consciência de que uma determinada transação não seja vantajosa (ou até mesmo prejudicial), alguns indivíduos realizem ações que racionalmente não realizariam, como quando se endividam sem necessidade real.

Com o crescimento exponencial do marketing a partir dos anos 1960, as estratégias de marketing e do mix migrou gradualmente do foco no produto para os benefícios e, principalmente, para o consumidor (KOTLER; ARMSTRONG, 1994b).

Uma das vertentes que vem, desde então, crescendo e ganhando atenção é a que se preocupa em compreender o comportamento do consumidor. Esta área busca, essencialmente, compreender quais motivos levam um consumidor a aceitar ou rejeitar um produto.

O já citado processo de tomada de decisão é aqui um dos elementos centrais, mais especificamente o da tomada de decisão de compra. Para Rocha, Pinto e Costa

(2021) o estudo do comportamento do consumidor “procura explicar as relações entre o indivíduo e o que o influencia de modo interno e externo”. E que “a análise do comportamento é um campo que articula conteúdos filosóficos, empíricos e aplicados”.

Essa “busca” passa pelo processo de “selecionar, obter usar e dispor de produtos e serviços, experiências ou ideias para satisfazer necessidades” e a ciência do comportamento do consumidor visa compreender “o impacto que esses processos têm sobre o consumidor e a sociedade” (NOGAMI, 2009, p. 2)

Rocha, Pinto e Costa (2021, p. 3) afirmam que “as etapas do comportamento do consumidor passa pelo reconhecimento das necessidades, procura de informação das alternativas, decisão de compra e avaliação pós-vendas”.

Compreender as influências internas é relevante, já que as organizações poderão compreender como estímulos podem de uma forma ou outra guiar o consumidor na sua decisão. Porém, essa análise não é trivial, uma vez que pessoas aparentemente semelhantes podem ter comportamentos completamente distintos.

As etapas do processo de decisão exigem diversas avaliações, que, como dito, geram conflitos filosóficos, mesmo que inconscientes. Ao terem tais conflitos, pessoas aparentemente semelhantes reagirão de acordo com seu histórico frente aqueles conflitos, e por terem histórias e experiências prévias únicas, os resultados também serão únicos.

Kotler e Armstrong (2017) abordam uma série de variáveis que fazem parte desse processo, sendo fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos.

No que diz respeito a fatores culturais, são valores assimilados por indivíduos de uma mesma época e região, sendo os mais relevantes a religião, nacionalidade a localização e a etnia. (ROCHA; PINTO; COSTA, 2021).

Das questões sociais, podemos destacar as influências que diferentes pessoas exercem entre si, partilhando ou não dos mesmos valores culturais.

No âmbito pessoal, estão as necessidades e valores pessoais, que independem do exterior. Está relacionado fortemente a aspectos demográficos, como idade, gênero, condição econômica e também a personalidade. É destacado aqui as diferenças entre jovens e adultos, onde os jovens possuem maior receptividade a mudanças e valorizam mais os valores de grupo, enquanto os de idade mais elevada são mais resistentes e possuem maior apreço pelos valores pessoais (ROCHA; PINTO; COSTA, 2021).

Já os fatores psicológicos são aqueles que trabalham as motivações. Para Kotler e Armstrong (2017) estes fatores podem ser agrupados em quatro variáveis: motivação, percepção, conhecimento e crenças e atitudes.

Ao analisarmos o consumidor a partir de suas motivações, necessidades e fatores do processo decisório, podemos compreender quais estímulos externos se comunicam com as questões intrínsecas do indivíduo, sendo possível compreender como tais estímulos influenciam em suas decisões.

Vertentes do marketing e da economia buscam compreender quais os fatores que influenciam em decisões que levam os compradores a realizarem aquisições por impulso, além de buscarem compreender quais são os elementos que contribuem para o endividamento.

3.3 ENDIVIDAMENTO

Para Vieira, Flores e Campara (2014, p. 185) o endividamento é “o ato de assumir ou contrair dívidas, derivando do verbo endividar-se”.

Para Ruberto et al. (2013, p. 61), o “endividamento tem origem no verbo endividar-se e significa fazer ou contrair dívidas, tendo como sinônimos os verbos encalacrar-se ou empenhar-se” e pode ser definido como “o saldo devedor de um agregado familiar, normalmente associado aos compromissos de crédito para aquisição de bens, serviços e habitação”.

Endividar-se, portanto, é o ato de assumir compromissos financeiros com uma organização ou pessoas, podendo ou não estar associado a compra de bens e serviços, bem como podendo ou não haver incidência de uma compensação monetária (juros) ou prazos definidos.

A depender do acordo, caso haja atraso ou pagamento parcial da dívida, poderá ocorrer o sobre-endividamento.

Uma situação de endividamento pode levar o devedor ao não pagamento pontual dos seus compromissos financeiros. Quando o devedor está impossibilitado, de forma duradoura ou estrutural, de proceder ao pagamento de uma ou mais dívidas, tem-se uma situação de sobre-endividamento, que é a situação mais grave do endividamento. (RUBERTO *et al.*, 2013, p. 61)

Quando alguém está endividada, sendo ou não sobre-endividamento, poderá ocorrer a inadimplência que é quando os endividados não conseguem quitar suas dívidas. (RUBERTO *et al.*, 2013)

Para Pacheco, Campara e Costa Jr. (2018, p. 55) a inadimplência está vinculada ao endividamento e “quando uma pessoa contrai uma quantia tão alta de dívida que não tem condições de pagar nos prazos estabelecidos”. Os autores chamam a atenção que nesses “casos o devedor se acha impossibilitado de cumprir com os compromissos financeiros sem pôr em risco a subsistência própria ou da família”.

Tanto o endividamento como a inadimplência tem sido uma realidade crescente no Brasil. No ano de 2022 foi publicada a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (PEIC), da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e os dados não são animadores. Nesta edição, foi registrado no mês de abril de 2022 o maior nível da série desde seu início em 2010, apontando as famílias com

endividamento de 77,7% no Brasil. Já o percentual de inadimplentes chegou a 28,6% (ABDALA, 2022).

Esse crescimento certamente tem como fatores as consequências globais do COVID-19, que, como sabido, abalou as estruturas financeiras de países ao redor do mundo, tanto de grandes quanto de pequenos. Porém, ao observarmos a série história do PEIC, vemos que este movimento apenas ganhou um impulso no período pós-pandêmico, já que vinha em uma crescente.

Apesar dos desafios, existem ações governamentais para combater esse fenômeno, como, por exemplo, o Programa Educação Financeira nas Escolas, parte da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), que pretende a qualificação de educadores financeiros e a introdução de estudos nos níveis fundamental e médio da educação brasileira.

Existem inúmeros fatores que podem explicar os motivos pelos quais uma pessoa acaba por contrair dívidas, como aspectos socioeconômicos. Campara, Vieira e Ceretta (2016) mostram que aspectos como gênero, faixa etária e renda são importantes.

A atitude ao endividamento é aquela que mede o quão favoráveis são as atitudes de um indivíduo em situações que tendem ao endividamento. Por favoráveis, entende-se aquelas atitudes que os levam para longe do endividamento. (CAMPARA; VIEIRA; CERETTA, 2016). Apontam a importância da escolaridade, o histórico familiar, número de dependentes, tipo de ocupação, dentre outros para essa atitude.

3.4 CAUSAS DO ENDIVIDAMENTO

Uma pesquisa do Banco Central (2013) aponta compras não planejadas ou realizadas como impulso um dos fatores que originam as dívidas, bem como despesas sazonais, orçamento deficitário, redução da renda sem redução de despesas, emergências financeiras, divórcio e pouco conhecimento financeiro.

Potrich, Vieira e Filho (2016) argumentam que há uma influência positiva nas compras compulsivas no endividamento. Segundo eles:

[...] a compra compulsiva opera como um ciclo negativo, pois o consumo, no curto prazo, tende a aliviar emoções negativas, no entanto, no longo prazo, a falta de satisfação com os objetos adquiridos e as consequências negativas decorrentes da compra compulsiva, tais como o endividamento, servem para perpetuar a depressão e a baixa autoestima. Com isso, a compra compulsiva pode ser entendida como uma atividade que produz recompensas de curto prazo e consequências negativas, como o endividamento, no longo prazo. (POTRICH; VIEIRA; FILHO, 2016, p. 90)

É seguro afirmar que há uma relação clara entre endividamento e os fatores comportamentais, bem como situações inesperadas e mudanças das fases de vida.

Verifica-se que estes aspectos podem variar de acordo com fatores culturais e geracionais, podendo haver diferentes propensões e atitudes em indivíduos de uma mesma região geográfica, porém que tenham recebido influências culturais e sociais distintas por conta de influências geracionais.

Potrich, Mendes e Filho (2016) trazem um rico comparativo de estudos abordando variáveis de gênero, idade, escolaridade, ocupação, número de dependentes e renda (Quadro 1).

Quadro 1 - Relação entre as variáveis socioeconômicas e demográficas e a propensão ao endividamento

Variável	Pressuposição	Autores
Gênero	As mulheres são mais propensas ao endividamento.	Faber & O'Guinn (1992); Carvalho & Alves (2010); Trindade, Righi & Vieira (2012); Vieira et al. (2014).
	Os homens são mais propensos ao endividamento.	Muller (2010); Keese (2010); Wang, Lu & Malhotra (2011); Lucena & Marinho (2013).
	Não há diferenças significativas entre mulheres e homens	Norvilitis, Szablicky & Wilson (2003); Norvilitis et al. (2006); Hancock, Jorgensen & Swanson (2013)
Idade	Os jovens são mais propensos a endividarem-se.	Norvilitis et al. (2006); Zuckerman & Kuhlman (2000); Ponchio (2006); Worthy, Jonkman & Blinn-Pike (2010); Gathergood (2012); Sevim, Temizel & Sayilir (2012); Vieira, Flores & Campara (2014)

Possui dependentes	Quanto maior o número de filhos maior a propensão ao endividamento.	Keese (2010); Flores (2012).
Escolaridade	As pessoas com menores níveis de escolaridade tendem a assumir maiores dívidas	Ponchio (2006); Gathergood (2012); Flores (2012); Vieira, Flores & Campara (2014)
Ocupação	Os indivíduos com menores taxas de emprego apresentam maior nível de endividamento.	Gathergood (2012); Flores (2012); Keese (2010); Vieira, Flores & Campara (2014)
Renda	Quanto menor o nível de renda mais vulneráveis à dívida as pessoas ficam	Zerrenner (2007); Bricker et al. (2012); Lucena et al. (2014); Vieira, Flores & Campara (2014); Santos & Souza (2014). Fonte: Elaborado pelos autores.

Fonte: Adaptado de Potrich, Vieira e Filho (2016)

Ao analisarmos estas variáveis percebemos que há uma divergência nas conclusões sobre se a influência do gênero. Uma parte dos autores apontam as mulheres como mais propensas ao endividamento, outra parte de que na verdade são os homens e uma última parcela de que não é possível verificar uma relação.

No que diz respeito à idade, os autores parecem convergir a um ponto pacífico de que os jovens possuem maior propensão ao endividamento.

Outro fator importante é o número de dependentes, que os estudos citados levam a concluir que é um fator significativo para a propensão ao endividamento.

Questões como escolaridade, renda e ocupação, que possuem certa relação, apontam para a mesma direção, verificando que indivíduos com menor escolaridade, baixa empregabilidade e renda de renda mais baixas são mais propensos ao endividamento.

Outros aspectos como religião, estado civil e conhecimento em educação financeira são apontados como fatores que podem influenciar a propensão ao endividamento.

Para Vieira, Flores e Campara (2014, p. 188) “os indivíduos sem religião apresentam atitudes positivas em relação ao débito, ou seja, são mais propensos ao endividamento”.

Para Pacheco, Campara e Costa Jr. (2018, p. 55) mostram a importância da educação financeira afirmando que “o baixo conhecimento financeiro, implica em maiores dificuldades para compreender os conceitos financeiros básicos e, por consequência, eleva o risco de os indivíduos terem problemas financeiros decorrentes de decisões equivocadas”.

Os autores também fazem uma relação importante destes aspectos com as questões socioeconômicas e demográficas:

Diante do exposto, pode-se conjecturar que os traços de personalidade são fatores determinantes do endividamento e que o conhecimento financeiro atua como uma ferramenta de controle em relação à dívida. Além disso, destaca-se ainda que tanto a atitude ao endividamento quanto o conhecimento financeiro podem ser influenciados por aspectos de perfil. Algumas das possíveis relações são com as variáveis: sexo, idade, estado civil, dependentes, escolaridade, ocupação, moradia e renda, as quais já foram apontadas por estudos anteriores como relacionadas a maiores ou menores níveis de endividamento e de conhecimento financeiro. (PACHECO; CAMPARA; COSTA JR., 2018, p. 55)

É importante estabelecermos a relação da propensão ao endividamento com a falta de conhecimento financeiro, bem como a influência que questões intrínsecas e intangíveis como motivação e crenças podem afetar as decisões de modo geral, em especial as financeiras.

Ao analisarmos variáveis socioeconômicas e demográficas, podemos decifrar como grupos em uma janela temporal de uma determinada localidade se posicionam em relação as suas escolhas de consumo e, por consequência, de propensão ao endividamento.

Como visto na literatura, há uma relação estabelecida entre o endividamento e uma série de variáveis, podendo ser de ordem intrínseca, como fatores psicológicos e culturais, pelo contexto cultural, socioeconômico e também do momento de vida de uma pessoa.

3.5 CICLO DE VIDA FAMILIAR

O estudo do ciclo de vida, também conhecido como ciclo de vida familiar ou teoria do desenvolvimento familiar, iniciou no período pós-guerra e tem ganhado espaço nos estudos de finanças comportamentais e de marketing justamente por abordar como os aspectos do momento de vida influenciam no comportamento do consumidor e em sua relação com o dinheiro. (KOTLER; ARMSTRONG, 1994b; VIEIRA; FLORES; CAMPARA, 2014)

Essa teoria busca classificar os diferentes momentos de vida e sua influência em diferentes aspectos de uma pessoa e na sociedade. Segundo Pompermayer et al. (2010, p. 1) essas fases da vida são marcadas por “estabilidade e transição, de equilíbrio e adaptação, e também, por momentos de desequilíbrio”, ou seja, sendo fortemente impactadas pelas questões socioeconômicas, demográficas e culturais em que um indivíduo está inserido.

O Quadro apresenta as principais variáveis utilizadas pelos autores para classificar os momentos de vida.

Quadro 2 - Principais variáveis utilizadas na classificação do ciclo de vida de um indivíduo

Variável	Importância	Autores
Idade	Determina inúmeros fatores como capacidade produtiva, saúde, perspectiva de aposentadoria, ímpeto de assumir risco em novos projetos e outros	(DUVALL, 1972; ERIKSON, 1964; HILL, 1970; JUNIOR; TASCHNER, 2006; RODGERS; WHITE, 2009; WELLS; GUBAR, 2018)
Dependentes	Determina a demanda por recursos financeiro, gerando pressões e exigindo maiores esforços para manter um determinado padrão de vida	(DUVALL, 1972; HILL, 1970; JUNIOR; TASCHNER, 2006; RODGERS; WHITE, 2009; WAGNER; HANNA, 1983a)
Estado Civil	Determina qual a capacidade de captação de recursos e grau de diversificação de renda	(DUVALL, 1972; ERIKSON, 1964; HILL, 1970; JUNIOR; TASCHNER, 2006; RODGERS; WHITE, 2009; WELLS; GUBAR, 2018)

Os modelos variam em número de estágios (ou como alguns chamam, momentos) do ciclo. Em alguns casos, é estudado o indivíduo. O modelo de Erikson (1964), por exemplo, prevê 8 estágios da vida de uma pessoa iniciando na infância (3 estágios), idade escolar e adolescência (2 estágios), vida adulta (2 estágios) e a velhice (1 estágio).

Há ainda modelos que se baseiam em questões culturais, que utilizam diferentes referências para estruturar os seus modelos. A maioria das teorias se

baseia no modelo de família americana como Duvall (1972) e Hill (1970), onde possui uma perspectiva de uma família nuclear (pai, mãe e filhos).

Já Bellón, Vela e Manzano (2001) chamam a atenção que culturas latinas e do mediterrâneo europeu possuem famílias extensas, que vão além desse núcleo. Segundo os autores, cerca de 9% das famílias na Espanha são “extensas”, ou seja, possuem mais moradores do que apenas o núcleo central e, portanto, não poderiam ser ignoradas pela relevância estatística.

Baseando-se nos pressupostos de Béllon, Vela e Manzano, Junior e Taschner (2006) propuseram um modelo de estágios para o ciclo de vida familiar no Brasil. Para os autores os aspectos demográficos e econômicos presentes no Brasil e a influência espanhola e árabe são claramente observados nos dados do IBGE:

No Brasil entre os tipos de família analisados, apesar de o casal com filhos continuar sendo predominante, sua participação relativa decresceu entre 1993 e 2003, passando de 54,2% do total de famílias para 49,6%, respectivamente (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, 2004); No mesmo período, a proporção de pessoas morando sozinhas, famílias unipessoais, apresentou significativo crescimento relativo de aproximadamente 32%, passando de 6,5% do total de famílias para 8,6%. Outro arranjo familiar que apresentou um alto crescimento relativo, apesar da pequena participação no total, é o de famílias chefiadas por mulheres sem cônjuge com filhos e parentes. (JUNIOR; TASCHNER, 2006, p. 9)

O modelo dos autores prevê 12 estágios, considerando o estado civil, se vive sozinho, com cônjuge e se há mais familiares presentes. Estas variáveis também são agrupadas conforme a faixa etária do chefe da família.

Quadro 3 – Estágios do ciclo de vida familiar para o contexto brasileiro

Código	Nome do Estágio	Integrantes da Família	Faixa Etária do(a) Chefe da Família	Situação dos Filhos
01	Solteiro I	Vive sozinho	Até 35 anos	Não possui
02	Solteiro II	Vive sozinho	Entre 35 e 64 anos	Não possui
03	Solteiro III	Vive sozinho	Acima de 64 anos	Não possui
04	Casal I	Casal, com ou sem outros moradores	Até 35 anos	Não possui ou possui de relacionamentos anteriores
05	Casal II	Casal, com ou sem outros moradores	Entre 35 e 64 anos	Não possui ou possui de relacionamentos anteriores
06	Casal III	Casal, com ou sem outros moradores	Acima de 64 anos	Não possui ou possui de relacionamentos anteriores
07	Ninho Dependente I	Monoparental ou Casal, com ou sem outros moradores	Até 35 anos	Com filho mais novo até 6 anos

08	Ninho Dependente II	Monoparental ou Casal, com ou sem outros moradores	Entre 35 e 64 anos	Com filho mais novo até 6 anos
09	Ninho Dependente III	Monoparental ou Casal, com ou sem outros moradores	Acima de 64 anos	Com filho mais novo até 6 anos
10	Ninho Autônomo I	Monoparental ou Casal, com ou sem outros moradores	Até 35 anos	Com filho mais novo acima de 6 anos
11	Ninho Autônomo II	Monoparental ou Casal, com ou sem outros moradores	Entre 35 e 64 anos	Com filho mais novo acima de 6 anos
12	Ninho Autônomo III	Monoparental ou Casal, com ou sem outros moradores	Acima de 64 anos	Com filho mais novo acima de 6 anos

Fonte: Adaptado de Junior e Taschner (2006).

Como podemos ver, esses 12 estágios não consideram uma série de variações, porque, segundo os autores, estas variações têm representatividade combinada menor a 2% da população brasileira, tornando-se assim, irrelevantes estatisticamente.

Também é possível observar que estes grupos podem ser instrumentos interessantes para realização de segmentação de mercado, uma vez que estes grupos possuem demandas compartilhadas, podendo variar em quantidade, estilo, preferências. Por assim dizer, cada estágio possui padrões de hábitos de compra em virtude da imposição do momento de vida.

Em combinação com estes estágios, é possível utilizar as variáveis corriqueiramente utilizadas para segmentação de mercado como renda (familiar ou do indivíduo), escolaridade, estado civil, gênero, etc., porém, acrescenta-se a análise dos hábitos de consumo a partir das circunstâncias de vida, podendo assim compreender de forma mais detalhada o indivíduo e suas demandas. Assim, torna-se assim instrumento relevante para analisar o comportamento dos diferentes grupos consumidores (JUNIOR; TASCHNER, 2006).

Por exemplo, há mudanças significativas entre o estilo de vida de um jovem adulto solteiro e sem filhos em relação ao mesmo indivíduo casado com dois filhos. Portanto, estudar os indivíduos a partir de seu momento de vida como casamento, nascimento de filhos, divórcio e velhice se torna uma ferramenta importante para compreender os consumos de uma sociedade (WAGNER; HANNA, 1983b; WELLS; GUBAR, 1966).

3.6 VARIÁVEIS UTILIZADAS NESTE ESTUDO

Buscando compreender como estes ciclos influenciam no endividamento das famílias, o utilizaremos variáveis que avaliam o contexto em quatro dimensões: demográfica, socioeconômica, comportamental e financeira. O detalhamento das variáveis que compõem as dimensões pode ser vista no Quadro 4.

Quadro 4 – Variáveis utilizadas no estudo

Variável	Dimensão	Descrição
Gênero	Demográfica	Gênero com que se identifica
Idade	Demográfica	Idade biológica
Estado civil	Demográfica	Contexto prático e legal
Escolaridade	Demográfica	Ensino formal
Etnia	Demográfica	Autodeclaração
Crença religiosa	Demográfica	Autodeclaração
Renda familiar	Socioeconômica	Faixa de renda
Número de dependentes	Socioeconômica	Pessoas economicamente dependentes da mesma fonte de renda que o respondente
Número de residentes	Socioeconômica	Número de pessoas que habitam na residência, sendo ou não do núcleo familiar
Uso do crédito	Comportamental	Avaliação da prática do uso do crédito
Hábitos de consumo	Comportamental	Avaliação dos hábitos de consumo
Atitude a poupança	Comportamental	Avaliação da propensão a poupar
Atitude ao endividamento	Comportamental	Avaliação da propensão a se endividar
Poupança	Financeira	Quantidade de dinheiro guardado
Nível de Endividamento	Financeira	Autodeclaração, escala de 1 a 5
Nível de Educação Financeira	Financeira	Autodeclaração, escala de 1 a 5

As variáveis demográficas visam descrever o contexto em que as pessoas vivem, como sobre o seu momento de vida, as influências étnicas, situação matrimonial e suas crenças mais básicas.

As variáveis socioeconômicas buscam demonstrar o contexto familiar e os compromissos com outras gerações.

As variáveis comportamentais têm como objetivo demonstrar quais as preferências e posicionamentos frente a situações do uso do crédito, de consumo e de hábitos sobre o dinheiro

Já as variáveis financeiras medem e buscam compreender a situação econômica da família.

4 MÉTODO

Uma vez que esta pesquisa visa compreender como fenômenos subjetivos, como hábitos de consumo e propensões ao endividamento e a poupança, foi decidido realizar uma pesquisa exploratória quantitativa para entender como os 12 diferentes momentos do ciclo de vida familiar se comportam.

Segundo Richardson (1999), a pesquisa exploratória “procura conhecer as características de um fenômeno para procurar explicações das causas e consequências de dito fenômeno”. Muitas vezes, estas causas e consequências são oriundas de situações subjetivas, nem sempre tangíveis. Para alcançar essa objetividade, a grande vantagem trazida por essa modalidade investigativa é de proporcionar ao investigador mais dados a serem cruzados.

Como são diferentes públicos e a área geográfica possui uma grande extensão territorial, este tipo de pesquisa auxilia pela sua objetividade e, igualmente, facilidade de coleta. Outro ponto importante é podermos ter dados homogêneos, de forma que com base no mesmo escopo de perguntas e respostas pré-estabelecidas, podemos criar um referencial seguro para comparação entre os diferentes grupos e subgrupos.

Para que se possa alcançar tal objetividade e comparações, a pesquisa quantitativa apresenta três atributos apresentados por Wainer (2007, p. 6):

A pesquisa quantitativa vem da tradição das ciências naturais, onde as variáveis observadas são poucas, objetivas e medidas em escalas numéricas. Filosoficamente, a pesquisa quantitativa baseia-se numa visão dita positivista onde: 1. as variáveis a serem observadas são consideradas objetivas, isto é, diferentes observadores obterão os mesmos resultados em observações distintas; 2. não há desacordo do que é melhor e o que é pior para os valores dessas variáveis objetivas; e 3. medições numéricas são consideradas mais ricas que descrições verbais, pois elas se adequam à manipulação estatística.

No tocante a execução desta pesquisa, escolheu-se survey como a melhor alternativa para alcançar os pressupostos que tal tipo de pesquisa requer. Para Freitas et al (2000), Survey é “como a obtenção de dados ou características, ações ou opiniões de determinado grupo”. Ainda, o autor defende que é adequada quando deseja-se responder perguntas de “o quê?”, “por que?”, “como?” e “quanto”?

Assim, sem dúvidas, survey destaca-se como melhor instrumento para coletar os dados necessários. O dados serão coletados e armazenados, analisados e, então, interpretados.

4.1 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população de estudo compreende os moradores da cidade de Porto Alegre, maiores de 18 anos e com renda familiar a partir de R\$ 3.000,00. Exclui-se do escopo de análise as pessoas que transitam na localidade, bem como as que trabalham ali, fixando o escopo exclusivamente no grupo de residentes.

Conforme demonstrado pelo Censo do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010), a população de Porto Alegre é composta por cerca de 1.409.351 habitantes, onde cerca de 352.913 (25,04%) enquadra-se no perfil de renda e são maiores de 18 anos.

Para este estudo, utilizamos uma amostragem não probabilística por conveniência, na modalidade bola de neve.

Os filtros aplicados à pesquisa foram de caráter socioeconômico e demográficos, sendo ao todo três: idade, local de residência e renda familiar. O respondente só foi admitido nos casos em que tivesse 18 anos ou mais, fosse residente em Porto Alegre e que sua família tivesse uma renda superior a 3 mil reais.

4.2 TÉCNICA DE COLETA

Como mencionado, utilizou-se o survey na modalidade de questionário online para coleta de dados (Apêndice 1). A plataforma utilizada foi o Google Forms e é composto por 22 perguntas divididas em 6 etapas. Este questionário estruturado possibilitou a ágil coleta dos dados, de forma abrangente e mensurável. Apesar de limitar a profundidade, os dados coletados são ricos em demonstrar as características da população, conforme níveis de confiança e margem de erro definidos.

Na primeira etapa há uma única pergunta, onde aplica-se o filtro geográfico, de faixa etária e de renda conforme as definições. Portanto, todo aquele respondente que não preencheu algum dos critérios teve sua participação encerrada.

Para aqueles que o perfil estava aderente aos filtros, a segunda etapa buscou compreender como o respondente lidava com as finanças e seu nível de educação financeira.

Já as terceira e quarta etapas foram estruturadas para compreender os hábitos de consumo, de poupança e a propensão ao endividamento e poupança.

Já as etapas finais, quinta e sexta, têm como objetivo compreender as características familiares e sobre o respondente, de forma que fosse possível enquadrá-lo em um dos 12 perfis do ciclo familiar (quadro 3).

Dentre os diferentes tipos de perguntas, foram utilizadas questões de múltipla escolha, dicotômica (sim e não), de resposta única, do tipo escala likert de 5 pontos e perguntas de escala intervalar.

Ainda, é importante ressaltar ainda que para compreender hábitos de consumo, nível de educação financeira, propensão ao endividamento e a poupança, que são elementos subjetivos, foram utilizadas perguntas likert de 5 pontos com afirmativas em que ao concordar ou discordar o respondente acumulava um maior ou menor indicador para cada uma destas variáveis, de acordo com a etapa em que estava respondendo.

Por exemplo, a questão 6, em que uma afirmação é positiva, acumulando pontos, e as demais são invertidas, de forma que se remove pontos. Todas as questões “invertidas” do questionário estão assinaladas por um asterisco (apêndice A – Questionário).

4.3 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS

Para divulgação, foram utilizados métodos digitais como mídias sociais, e-mail, aplicativos de mensagem a conhecidos e solicitação de indicação dos respondentes, caracterizando assim a técnica “bola de neve” (*snowball*). Como já citado, a amostragem foi não probabilística. O período de divulgação e coleta foi nos meses de dezembro de 2022 e janeiro de 2023.

4.4 PROCESSAMENTO DOS DADOS

Para processar os dados, foram utilizadas quatro ferramentas: 1) Google Forms, para coleta e armazenamento dos dados, 2) Microsoft Excel, para depuração, ajustes, 3) Jamovi, como ferramenta para geração de comparações e dados estatísticos e 4) Google Data Studio, ferramenta de *data visualization*, para análises e relatórios dinâmicos.

As técnicas estatísticas utilizadas partem de questões elementares como média, moda, mediana, desvio padrão e variância, sendo esta de grande importância para avaliar afirmações sobre as médias de populações.

Ainda, a análise toma como base diferentes variáveis dependentes, baseadas no conjunto de variáveis utilizadas neste estudo (quadro 4), de acordo com cada contexto de análise.

4.5 SÍNTESE DO MÉTODO DE TRABALHO

Conforme já detalhado, este estudo busca estar em conformidade com as boas práticas metodológicas e estatísticas para pesquisa e buscou esclarecer e justificar as escolhas para apresentar os resultados presentes neste estudo.

Apesar das diferentes abordagens aqui utilizadas, todas trabalham em conjunto, de forma a criar um arcabouço teórico e metodológico que venha, eventualmente, ser útil a outros pesquisadores interessados no tema.

Os esforços aqui empregados visam permitir e ampliar a exploração da temática do ciclo de vida familiar no contexto brasileiro, tema pouco explorado, mas de grande relevância para diferentes áreas de estudo, como marketing, finanças comportamentais e pessoais, e até mesmo para organizações privadas que necessitam compreender decisões de compra, de poupança e os hábitos de consumo em uma perspectiva mais holística, mas ainda pragmática.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Conforme mencionado, a divulgação e coleta da pesquisa ocorreu entre dezembro de 2022 a janeiro de 2023. Durante este período, obteve-se 558 respostas, sendo 361 válidas, conforme os filtros socioeconômicos e demográficos aplicados: idade igual ou superior a 18 anos, residente do município de Porto Alegre (RS) e ter renda familiar superior a 3 mil reais.

Nesta seção, trabalharemos primeiramente o perfil dos respondentes e alguns achados gerais sobre poupança, consumo, endividamento e educação financeira. Posteriormente, características iremos fazer essa análise quanto as características dos estágios do ciclo de vida familiar que apresentaram 20 ou mais respondentes.

Por fim, serão apresentados os principais resultados relacionados ao endividamento e possíveis pontos de atenção para os indivíduos que estejam em cada um dos estágios e possíveis influencias destas variáveis sobre o endividamento pessoal e familiar.

5.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

Dos respondentes válidos, cerca de 56,8% são mulheres, 41,6% homens e 1,7% preferiram não informar. Apenas 4% dos respondentes afirmam possuir 65 anos ou mais, onde 43% estão entre 18 e 35 anos e os demais (53%) estão entre 36 e 64 anos.

Quanto ao estado civil, 55,4% estão casados, em união estável ou convivem com seu parceiro e cerca de 44,6% estão solteiros, viúvos ou divorciados. A maioria expressiva declarou-se como etnia branca (84,5%). Já pardos foram 11,4% e pretos 4,1%.

No que diz respeito a renda, 62,6% dos respondentes afirmam estar assalariados em alguma modalidade com vínculo, como CLT, servidor ou funcionário público. Já de autônomos, empreendedores e profissionais liberais temos 25,21%, aposentados em 6,93% e desempregados 5,26%.

Quando perguntados quem é o responsável financeiro de sua família 55,68% responderam que eram eles próprios, 23,27% responderam ser os cônjuges (destes 83,33% são mulheres), 11,36% afirmaram ser a mãe, 9,14% o pai e 0,55% os avós. Conforme podemos observar no quadro 5, cerca de 49% dos respondentes ganham acima de 7.500,00.

Quadro 5 – Distribuição dos respondentes por faixa de renda

Faixa de Renda	Total	%
De R\$ 3.000 a R\$ 4.500	67	18,56%
De R\$ 4.500,01 a R\$ 6.000	68	18,84%
De R\$ 6.000,01 a R\$ 7.500	48	13,30%
De R\$ 7.500,01 a R\$ 8.500	32	8,86%
De R\$ 8.500,01 a R\$ 10.000	40	11,08%
Igual ou Acima de R\$ 10.000,01	106	29,36%

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Já quando perguntados sobre sua escolaridade, 40,4% não possuem graduação, podendo ou não ter concluído o ensino fundamental ou médio, 28,5% afirmam ser graduados e 31,1% são pós-graduados, mestres ou doutores.

Já da perspectiva de religião, 41% declararam-se evangélico ou protestante, 25,76% como católicos, 18,28% como ateu ou agnóstico, 10,8% como espírita, 3,05% como de matriz africana e 1,11% como “outros”.

Ainda, os respondentes foram questionados sobre assuntos relacionados a sua estrutura familiar, como número de dependentes, se possui ou não filhos e em que momento os filhos estão. Estes dados, cruzados com o estado civil e a faixa etária nos permitem classificar os respondentes de acordo com os 12 estágios do ciclo de vida familiar.

Cerca de 45,98% dos respondentes afirmaram não possuir ter filhos. Dos que possuem filhos, tanto no relacionamento atual ou anterior, 33,34% deles afirmam que os filhos são maiores que 6 anos e 20,78% que o filho mais novo tem até 6 anos. Aqui, como é possível ver, foi usado o parâmetro do filho mais novo para classificar o núcleo familiar.

Em relação ao número de dependentes a renda informada, a média de dependentes é 2,44 pessoas por família. As opções de resposta variam entre 1 (o próprio respondente) e “6 ou mais”. É importante notar que a questão busca compreender quantas pessoas depende da renda, e não do respondente. Esta distinção é importante, porque do contrário, seria necessário a alternativa de resposta “0” ou “nenhum”. A distribuição de dependentes da renda pode ser observada no quadro 6:

Quadro 6 – Distribuição do número de respondentes

Nº de dependentes	Total	%
1	83	22,99%
2	115	31,86%
3	101	27,98%
4	50	13,85%
5	8	2,22%
6 ou mais	4	1,11%

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Com estas informações é possível classificar os respondentes nos diferentes estágios em que nos propomos testar, definidos com base na teoria aqui já exposta (quadro 3).

O quadro 7 apresenta a distribuição dos respondentes nos 12 diferentes estágios do ciclo de vida familiar, detalhados na seção de revisão teórica (quadro 3, página 35), distribuídas de forma não probabilística, onde os grupos “solteiro III”, “casal III” e “ninho dependente III” apresentaram até 1 representantes. Observa-se

que estes grupos são os dos respondentes com idade superior a 64 anos, os quais foi obtido um número muito baixo de respostas, cerca de 13 (3,6% dos respondentes).

Quadro 7 – Classificação dos respondentes segundo o estágio de vida familiar

Nome do Estágio	Quantidade	%
Solteiro I	65	18,01%
Solteiro II	27	7,48%
Solteiro III	1	0,28%
Casal I	37	10,25%
Casal II	36	9,97%
Casal III	0	0,00%
Ninho Dependente I	47	13,02%
Ninho Dependente II	28	7,76%
Ninho Dependente III	0	0,00%
Ninho Autônomo I	8	2,22%
Ninho Autônomo II	100	27,70%
Ninho Autônomo III	12	3,32%

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

É possível observar que os grupos onde obteve-se maior número de respondentes são os de “Ninho autônomo II” (27,70%), “Solteiro I” (18,01%) e “Ninho dependente I” (13,02%).

Assim, visando uma maior qualidade das análises que aqui foram realizadas, decidiu-se não aprofundar os estudos nos estágios que apresentaram número menor que 20 respondentes. Isso se dá pela insegurança estatística que poucos respondentes geram. Entretanto, esta exclusão ocorrerá somente em eventuais comparações entre estágios.

Observou-se que a maioria dos respondentes se sentem capazes de lidar com suas finanças e que gastam menos o que ganham e declaram não possuir dívidas. Apesar disso, muitos demonstram-se desconfortáveis em relação ao tamanho de sua poupança.

5.2 ACHADOS GERAIS

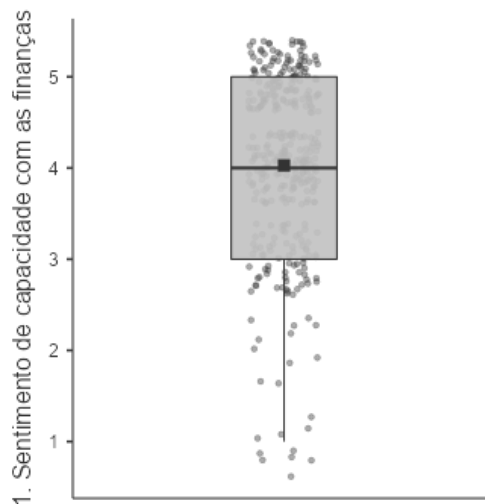
Dentro do conjunto de informações obtidas, encontrou-se achados sobre o uso de crédito, hábitos de consumo, satisfação a respeito da poupança acumulada e quanto ao endividamento, e a atitude a poupar e a se endividar, também se avaliou questões relacionadas a educação financeira e outras variáveis.

Nesta seção, serão apresentados os resultados obtidos e realizadas algumas considerações a respeito destes tópicos.

5.2.1 CAPACIDADE COM AS FINANÇAS E O NÍVEL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Os respondentes demonstraram uma alta confiança em sua capacidade em lidar com suas finanças. A confiança média da capacidade foi de 4.03, em que cerca de 75% se veem como capaz ou totalmente capaz.

Figura 1 – Nível de confiança em lidar com as finanças



Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

A respeito do conhecimento em finanças e o nível de educação financeira, o grupo de respondentes obteve uma nota média de 3,45 (quadro 8). Os respondentes que se identificaram como gênero feminino a média foi ligeiramente inferior (3,29) em relação àqueles que se identificam com o gênero masculino (3,65).

Outros grupos que apresentaram uma nota significativamente inferior à média foi o de aposentados (3,23), o de evangélicos / protestantes (3,34) e os de matriz africana (3,03). Agnósticos e ateus obtiveram uma média de 3,6. Outro destaque é para aqueles que ganham acima de R\$ 10 mil, que apresentaram nota média de 3,68.

Para compor esta nota, foram feitas 6 perguntas, em uma escala likert de 1 a 5, com afirmações em que deveriam discordar e concordar. O quadro 8 apresenta as afirmativas, as notas médias e a mediana encontradas.

Quadro 8 – Nível de educação financeira e as perguntas avaliativas

Perguntas avaliativas do nível de educação financeira	Média	Mediana
2. Nível de Educação Financeira	3.45	3
2.1 Anoto e controlo os gastos pessoais e/ou familiares	3.28	3
2.2 Os hábitos são tão importantes quanto as finanças.	4.07	4
2.3 Se a renda cair, sei o que fazer para gerenciar a situação.	3.29	3
2.4 Noção de Percentual	3.70	4
2.5 Avaliação geral de educação financeira	2.95	3
2.6 Capacidade de escolha de investimentos	2.81	3

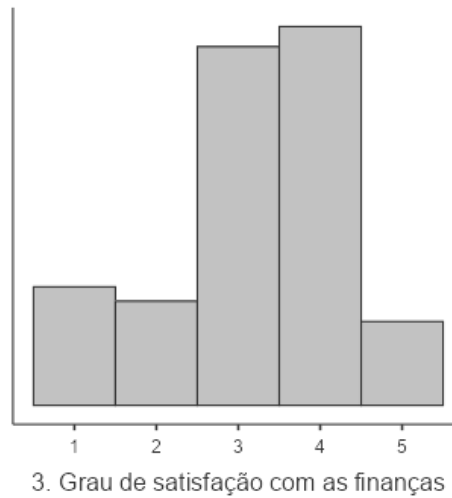
Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Como pontos de destaque, é possível observar que a maioria afirma que os hábitos são importantes (4,07), mas o mesmo não se verifica em relação a prática de anotar e controlar os gastos pessoais/familiares.

Outro ponto observado é sobre a percepção que os respondentes têm sobre sua capacidade de escolher investimentos (2,81) e do baixo conhecimento em educação financeira verificado (2,95).

Quando perguntados sobre o quão satisfeitos estão com suas finanças, observou-se uma média de 3,2 (figura 2), onde a maior concentração encontra-se entre 3 e 4, demonstrando que a maioria expressiva se demonstra mais favorável satisfeita que insatisfeita, muito embora haja claramente um espaço para melhoria na satisfação.

Figura 2 – Distribuição do grau de satisfação com as finanças.



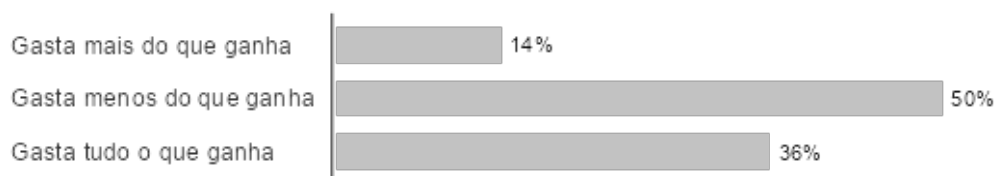
Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

De modo geral, podemos observar que os respondentes não estão insatisfeitos com sua situação financeira, que há uma necessidade de maior educação formal sobre as finanças e investimentos, e que aparentemente aqueles que possuem maior renda demonstram maior desenvolvimento nestas áreas.

5.2.2 POUPANÇA E CONSUMO

Ao analisarmos as respostas sobre consumo (figura 3), cerca de 50% afirmam que gastam menos do que ganham, 36% gastam o que ganham e 14% gastam acima do que ganham.

Figura 3 – Avaliação sobre os gastos mensais em relação a renda

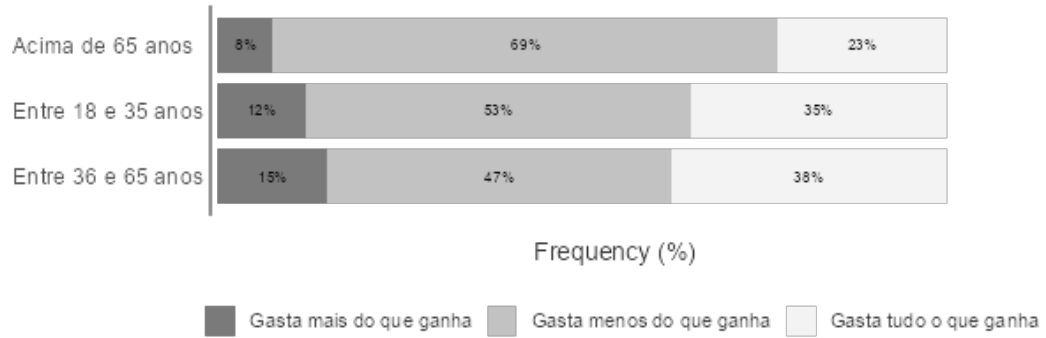


Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

É possível observar que aqueles que estão na faixa de 36 e 65 anos pertencem ao grupo que mais gasta (figura 4), pois apresentam mais indivíduos gastando tudo ou mais do que ganham. Ainda, os homens afirmam gastar menos que as mulheres,

assim como os respondentes que afirmam estarem casados. Não se verificou variações significativas entre as etnias, nem entre os diferentes níveis de escolaridade.

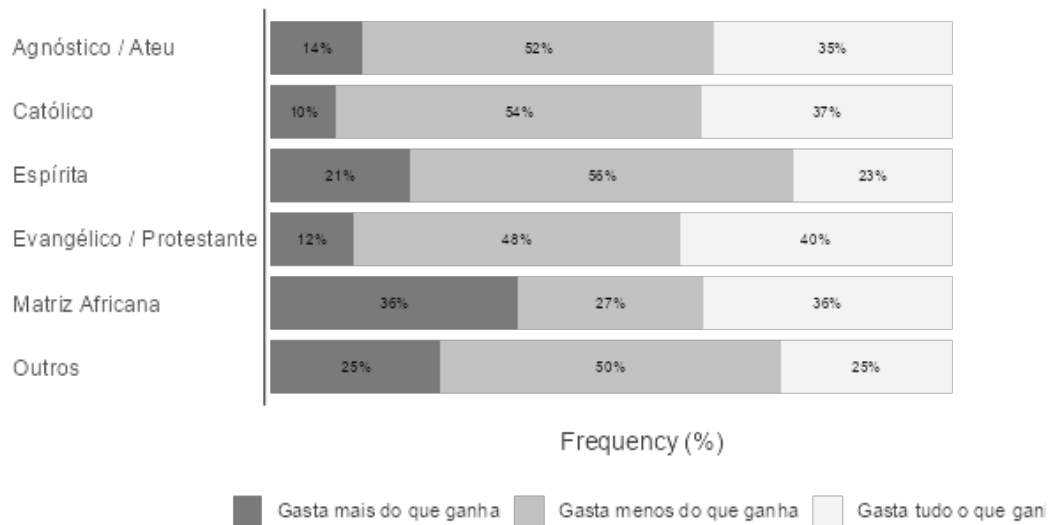
Figura 4 – Gastos mensais em relação a faixa etária



Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Quando os gastos são analisados a partir da religião (figura 5), observamos que evangélicos e protestantes economizam mais que as demais, após os católicos que demonstram ser o grupo que mais economiza. Agnósticos e ateus aparecem logo na sequência como grupo mais econômico.

Figura 5 - Gastos mensais em relação à religião

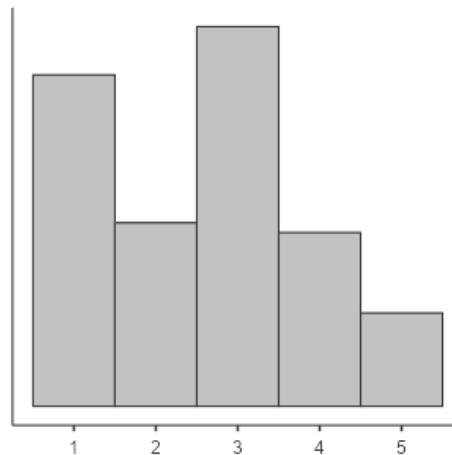


Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Os respondentes das religiões espíritas e de matrizes africana demonstram gastar tudo ou mais do que ganham em maior proporção que os demais grupos.

De modo geral, os respondentes não demonstram um grau elevado de conforto em relação às suas reservas financeiras, apresentando uma média de 2,58 pontos.

Figura 6 – Nível de conforto em relação a poupança



Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

A atitude a poupança parece estar alinhada com estes resultados, uma vez que a média apresentada foi cerca de 3,92, indicando que os respondentes têm uma maior propensão a economizar.

Para avaliar tal disposição, foram utilizadas três perguntas com escala likert de concordância (quadro 9). Os respondentes afirmaram discordar das afirmativas que sugerem que economia e planejamento não são importantes, apesar de que não demonstraram uma atitude forte em relação a prática de reserva mensal.

Quadro 9 - Avaliação sobre poupança

Perguntas avaliativas sobre poupança	Média	Mediana
5. Atitude a Poupança	3.92	4
5.1 Faço mensalmente uma reserva da renda para o futuro	2.93	3
5.2* Economizar não é muito importante.	1.60	1
5.3* Planejamento fin. para a aposentadoria não é necessário.	1.57	1

* Controle em sentido oposto ao do indicador, onde discordar é positivo e concordar é negativo. A nota final do índice é composta pelo valor convertido do indicador.

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

É interessante ressaltar que os respondentes que se identificaram como pretos obtiveram uma atitude alta em relação a poupança (4.0) e uma tendência a realizar uma reserva mensal superior à média (3,27).

Quando observado o número de dependentes, quanto maior o número de dependentes, menor a atitude a poupança e em relação à prática de realizar a economia.

Quanto ao consumo, o mesmo processo de três perguntas foi efetuado, onde agora a escala é invertida, ou seja, quanto menor o indicador, melhores são os hábitos de consumo. O resultado obtido foi de uma atitude ao consumo em cerca de 2 pontos (quadro 10), portanto, demonstrando que os respondentes não possuem uma perspectiva consumista e demonstram uma boa relação com as pressões sociais, hábitos de comprar preços e de consumo e em geral.

Quadro 10 – Indicador sobre hábitos de consumo

Perguntas avaliativas sobre consumo	Média	Mediana
6. Hábitos de consumo	2.01	2
6.1* Ver amigos gastando, como ao viajar ou comprando coisas novas, me levam a querer fazer / ter o mesmo.	2.28	2
6.2* Comprei coisas que não consigo pagar ou que me arrependi.	1.94	2
6.3* Raramente comparo preços ao realizar uma compra.	1.82	1

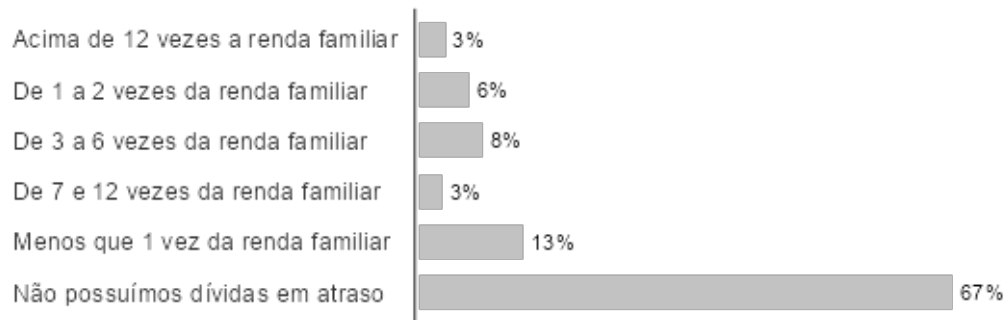
* Controle em sentido oposto ao do indicador, onde discordar é positivo e concordar é negativo. A nota final do índice é composta pelo valor convertido do indicador.

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

5.2.3 ENVIDIDAMENTO

Quando questionados a respeito do volume de sua dívida em atraso (inadimplência), cerca de 67% dos respondentes afirmaram não possuírem qualquer atraso em seus pagamentos. (figura 7). Outros 13% afirmam terem atrasos menores que 1 vez a renda familiar. O ponto de preocupação é voltado àqueles que afirmam possuir 1 a 2 vezes a renda familiar em atraso (6%) e os que possuem entre 3 a 6 vezes (8%). Somados, chegam a 14%, parcela considerável do grupo.

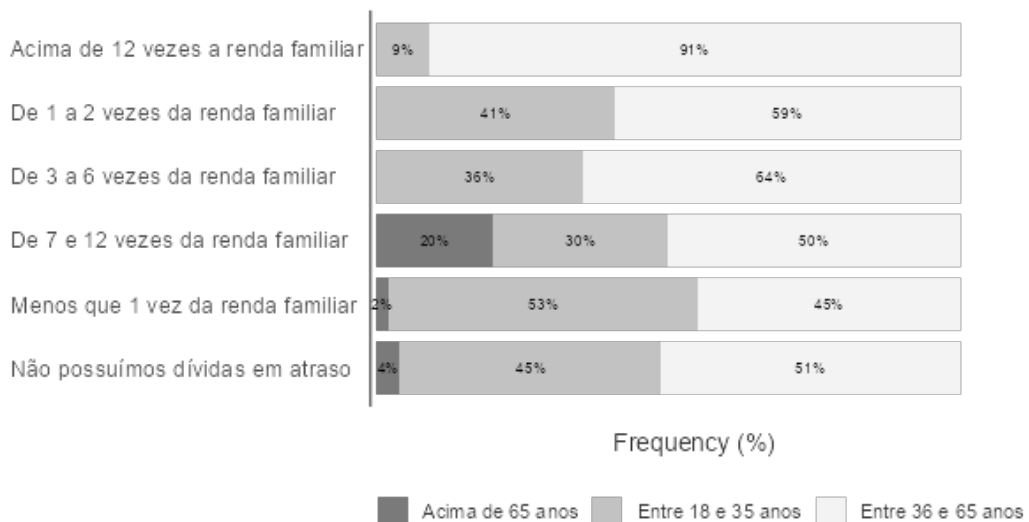
Figura 7 - Nível de inadimplência



Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Quando analisados por faixa etária, os respondentes entre 36 e 65 são 91% dos respondentes que apresentaram dívidas superiores a 12 vezes a renda da família, enquanto aqueles que estão acima de 65 aparecem apenas como uma parcela de 20% dos que possuem 7 a 12 vezes e 2% até 1 vez.

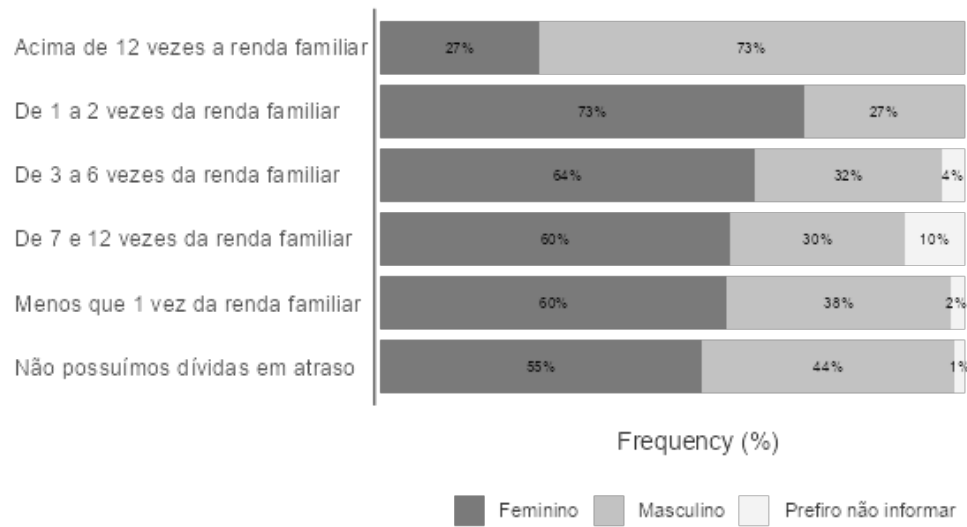
Figura 8 – Inadimplência por faixa etária



Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Em relação a gêneros, as mulheres aparecem em todos os grupos com percentual maior, exceto quando a dívida relatada é superior a 12 vezes, em que a presença masculina é cerca de 73%.

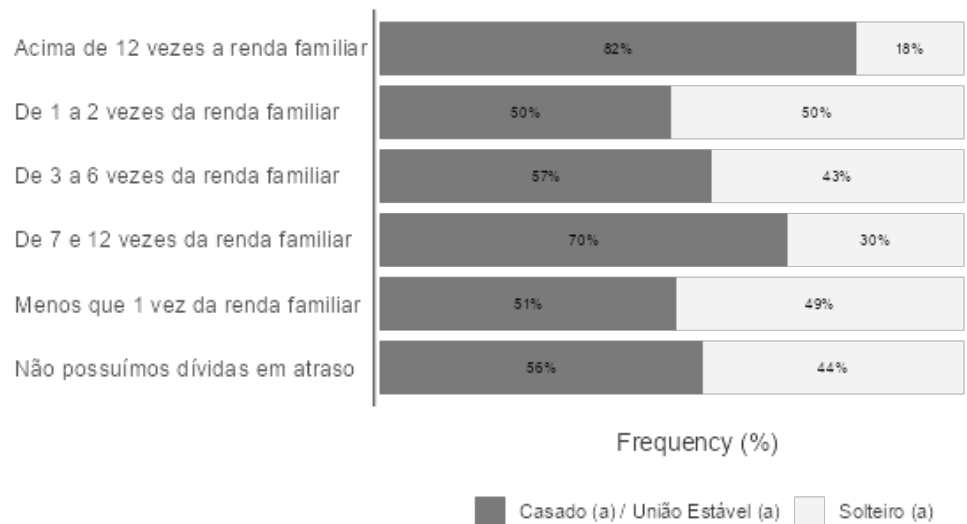
Figura 9 – Inadimplência por gênero



Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Aqueles que afirmaram estar em algum tipo de união também possuem maior participação nos grupos inadimplentes.

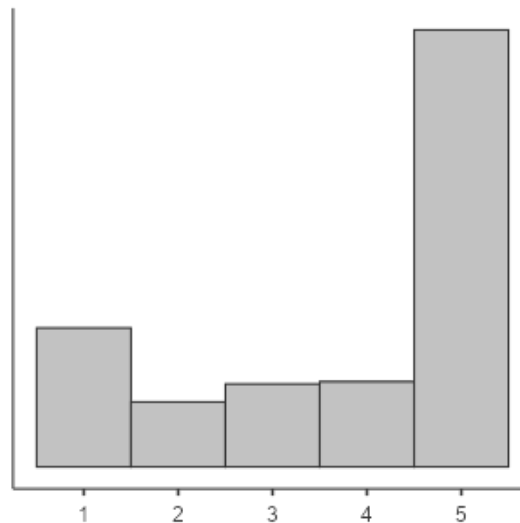
Figura 10 – Inadimplência por estado civil



Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Quando questionados sobre o conforto em relação às dívidas (figura 11), 54% dos respondentes afirmaram estarem totalmente confortáveis. Cerca de 25% dos respondentes apenas é que se encontram parcialmente ou totalmente desconfortáveis em relação às dívidas. O grau de conforto encontrado foi cerca de 3,76 pontos.

Figura 11 – Grau de conforto em relação às dívida



Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Quando a atitude ao endividamento é analisada, ou seja, o quanto os respondentes tendem a se endividar, obtivemos uma atitude de 2,55 pontos (quadro 11), demonstrado que o grupo não possui uma atitude que tenda ao endividamento. Para chegar a tal resultado, utilizou-se três perguntas de escala likert, sendo duas delas invertidas, ou seja, quanto mais concordar, mais desfavorável é o cenário e vice-versa.

Quadro 11 – Indicador sobre atitude ao endividamento

Perguntas avaliativas sobre endividamento	Média	Mediana
9 Atitude ao endividamento	2.55	3
9.1* É melhor ficar devendo do que deixar as crianças sem presente de Natal.	1.84	1
9.2* É preferível passar fome a comprar comida fiado.	2.15	2
9.3 É importante viver com o que se tem de dinheiro.	4.03	4

* Controle em sentido oposto ao do indicador, onde discordar é positivo e concordar é negativo. A nota final do índice é composta pelo valor convertido do indicador.

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Não foram encontrados valores significativos em relação à medida para atitude ao endividamento ao analisarmos por gênero, responsável financeiro, faixa etária, estado civil, etnia, escolaridade e ocupação, onde verificou-se oscilação entre 2,50 e 2,60 pontos.

Um fato que chamou a atenção, refere-se aos respondentes que afirmam possuir religião de matriz africana, em que obtiveram uma atitude ao endividamento de 3,3, um pouco acima dos demais grupos.

5.3 ACHADOS SEGREGADOS POR ESTÁGIOS DO CICLO DE VIDA FAMILIAR

Como vimos até aqui, há muitos elementos interessantes na conjuntura dos dados que auxiliam a entender melhor as características dos respondentes. Seguindo o planejamento previsto, foram analisadas as mesmas variáveis, porém, agora segregando os dados por estágio do ciclo de vida familiar (ECVF), objetivando entender as semelhanças e diferenças entre os diferentes momentos.

Como mencionado anteriormente, os estágios em que obtivemos menos de 20 respondentes (quadro 7) serão excluídos da análise, podendo ou não aparecerem nos tópicos que se sugerem.

5.3.1 FINANÇAS E EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Ao analisarmos a percepção em relação a capacidade em lidar com as finanças pessoais (quadro 12), percebemos que os estágios Casal I (4,3) e Casal II (4,22) estão acima da média (4,03), enquanto os estágios Solteiro II (3,97) e Solteiro I (3,93) estão ligeiramente abaixo. Já o estágio Ninho dependente I está aproximadamente na média. A observação é interessante, dando a entender que aqueles que estão casados possuem maior confiança.

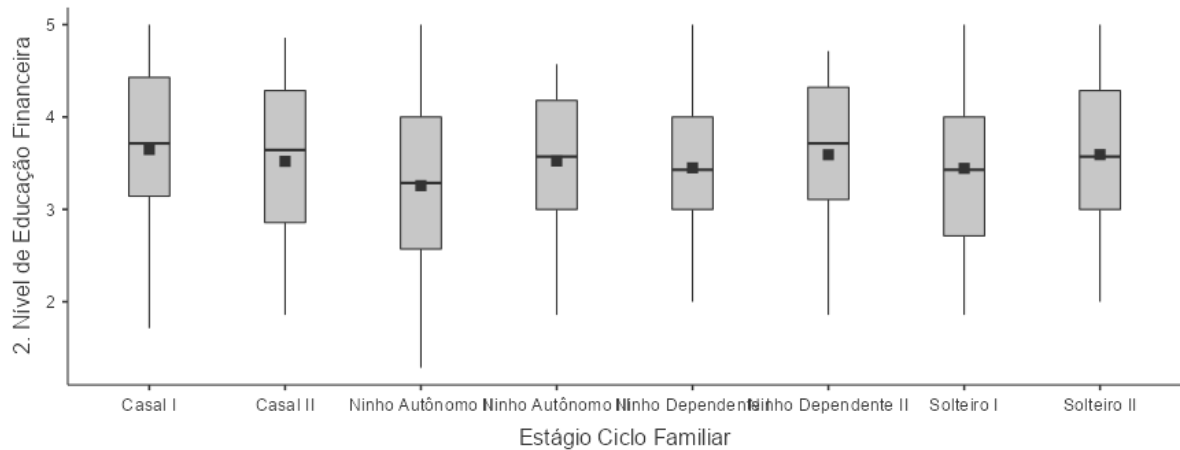
Quadro 12 – Nível de confiança em lidar com as finanças, por ECVF

Percepção da capacidade com as finanças por estágio	Estágio Ciclo Familiar	Média	Mediana
1. Sentimento de capacidade com as finanças	Casal I	4.30	5
	Casal II	4.22	4
	Ninho Autônomo II	3.96	4
	Ninho Dependente I	4.04	4
	Ninho Dependente II	3.93	4
	Solteiro I	3.97	4
	Solteiro II	3.93	4

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Quando o nível de educação financeira (quadro 13) é analisado, podemos verificar que os estágios Casal I, Casal II e Solteiro II apresentaram níveis maiores que a média (3,45). Destaca-se o estágio ninho Autônomo II, que obteve pontuação muito inferior à média (3,26).

Quadro 13 – Nível de educação financeira, por estágio



	Estágio Ciclo Familiar	Média
2. Nível de Educação Financeira	Casal I	3.65
	Casal II	3.52
	Ninho Autônomo II	3.26
	Ninho Dependente I	3.45
	Ninho Dependente II	3.59
	Solteiro I	3.44
	Solteiro II	3.59

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Ao analisarmos as variáveis que compõem a nota do nível de educação financeiro de cada estágio, observamos que os estágios Ninho Autônomo II e Ninho Dependente I apresentaram menor controle sobre os gastos.

Quadro 14 – Composição do nível de educação financeira

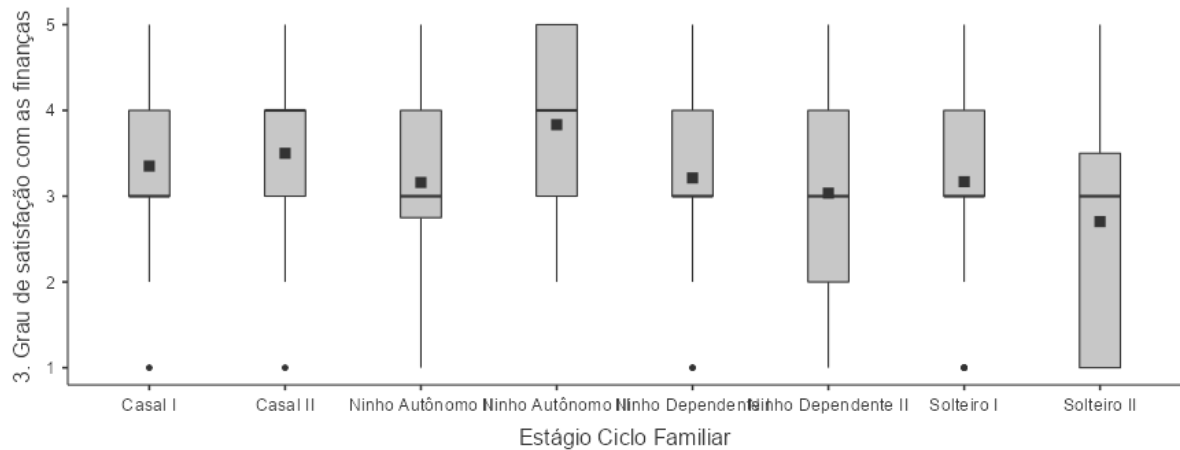
Estágio Ciclo Familiar	2.1 Anote e controlo os gastos pessoais e/ou familiares	2.2 Os hábitos são tão importantes quanto as finanças.	2.3 Se a renda cair, sei o que fazer para gerenciar a situação.	2.4 Noção de Percentual	2.5 Avaliação geral de educação financeira	2.6 Capacidade de escolha de investimentos
Casal I	3.24	4.38	3.46	3.84	3.24	3.08
Casal II	3.47	3.86	3.58	3.56	3.11	2.83
Ninho Autônomo II	3.14	3.67	3.02	3.45	2.87	2.69
Ninho Dependente I	3.09	4.45	3.21	3.87	2.79	2.70
Ninho Dependente II	3.54	4.21	3.54	3.86	3.18	2.89
Solteiro I	3.26	4.29	3.22	3.71	2.88	2.78
Solteiro II	3.56	4.15	3.48	4.19	3.04	2.81

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Na análise, é possível observar que os grupos Solteiro II, Casal I e Ninho Dependente II apresentam bons desempenhos em todas as categorias, estando igual ou superior à média.

No que diz respeito ao grau de satisfação com as finanças (Quadro 15), com exceção aos grupos Solteiro II e Ninho Dependente I, todos os demais grupos estão próximo à média (3,2) ou acima, demonstrando uma maior insatisfação nestes primeiros. Dentre os grupos analisados, há um destaque maior aos que são casados.

Quadro 15 – Grau de satisfação em relação às finanças



	Estágio Ciclo Familiar	Média	Mediana
3. Grau de satisfação com as finanças	Casal I	3.35	3
	Casal II	3.50	4
	Ninho Autônomo II	3.16	3
	Ninho Dependente I	3.21	3
	Ninho Dependente II	3.04	3
	Solteiro I	3.17	3
	Solteiro II	2.70	3

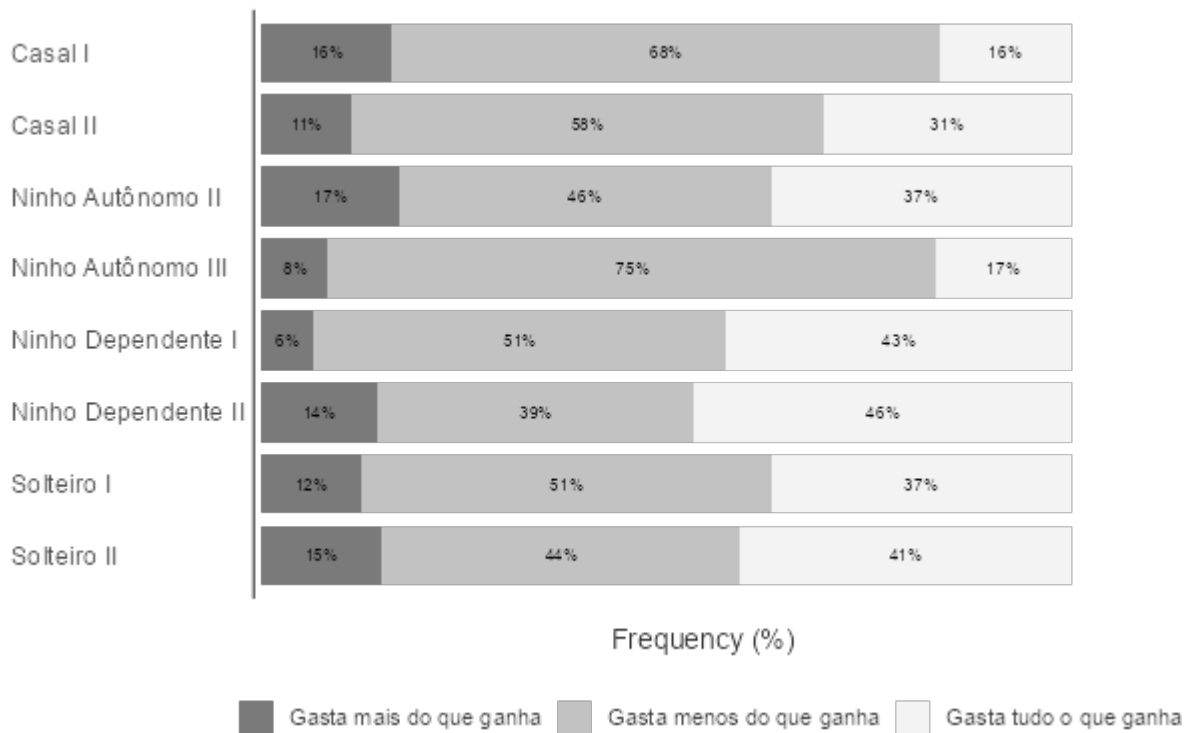
Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

5.3.2 POUPANÇA E CONSUMO

Ao analisarmos os hábitos de consumo dos estudados (figura 12), observa-se que Ninho Autônomo II (17%) é o estágio em que houve mais relatos proporcionalmente de gastar mais do que se ganha, seguido por Casal I (16%) e Solteiro II (15%). O interessante é que estes estágios são muito distintos entre si.

Por outro lado, Casal I é o estágio onde mais respondentes relataram gastar menos do que ganham (68%), seguido por Casal II (58%) e Ninho Dependente I e Solteiro, ambos com 51%. Em relação aos que relataram gastar o que ganha, nem mais, nem menos, temos Ninho Dependente II (46%), Solteiro II (41%), Solteiro I (37%).

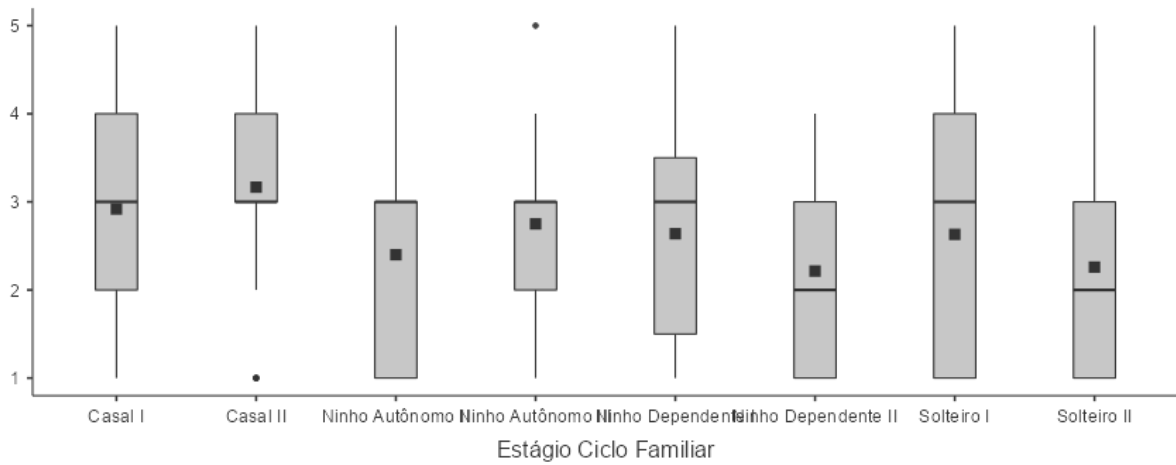
Figura 12 – Avaliação sobre os gastos mensais em relação a renda



Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Quando o assunto diz respeito ao conforto em relação à poupança, observamos que os estágios Ninho Dependente II (2,21), Solteiro II (2,26) e Ninho Autônomo II (2,4) são os que o menor conforto. Em relação aos que demonstram maior conforto estão o Casal II (3,17), Casal I (2,92) e Ninho Dependente I (2,64).

Quadro 16 – Nível de conforto em relação à poupança

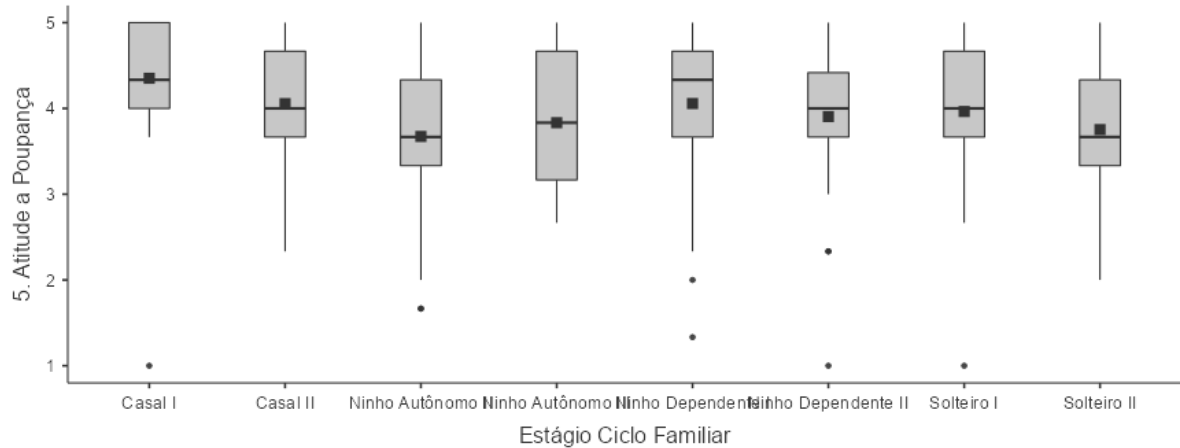


	Estágio Ciclo Familiar	Média	Mediana
5. Nível de conforto em relação ao tamanho da poupança	Casal I	2.92	3
	Casal II	3.17	3
	Ninho Autônomo II	2.40	3
	Ninho Dependente I	2.64	3
	Ninho Dependente II	2.21	2
	Solteiro I	2.63	3
	Solteiro II	2.26	2

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Em relação a atitude a poupança, Casal I (4,35), Casal II (4,06) e Ninho Dependente I (4,06) aparecem como sendo os mais propensos a guardar dinheiro. Por outro lado, Ninho Autônomo II (3,67), Solteiro II (3,75) e Ninho Dependente (3,90) apresentaram uma baixa ou média predisposição a poupar.

Quadro 17 – Atitude a poupança



	Estágio Ciclo Familiar	Média
5. Atitude a Poupança	Casal I	4.35
	Casal II	4.06
	Ninho Autônomo II	3.67
	Ninho Dependente I	4.06
	Ninho Dependente II	3.90
	Solteiro I	3.96
	Solteiro II	3.75

* Estágios não analisados por baixa representatividade entre os respondentes

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Talvez esta predisposição fique ainda mais evidente entre os grupos em relação à reserva mensal de renda (quadro 18), em que Casal I (3,65), Ninho Dependente I (3,28) e Casal II (3,11) encontram-se acima da média. Apesar de o valor absoluto ser baixo, ainda é maior que os demais estágios.

Quadro 18 – Reserva mensal para o futuro

	Estágio Ciclo Familiar	Média
5.1 Faço mensalmente uma reserva da renda para o futuro	Casal I	3.65
	Casal II	3.11
	Ninho Autônomo II	2.58
	Ninho Dependente I	3.28
	Ninho Dependente II	2.75
	Solteiro I	3.02
	Solteiro II	2.74

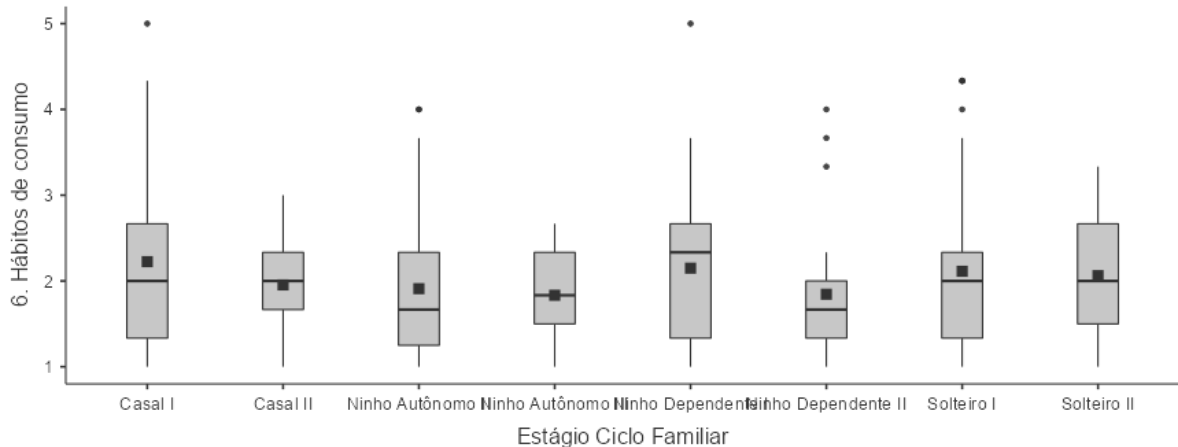
* Estágios não analisados por baixa representatividade entre os respondentes

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Ao analisarmos os hábitos de consumo (quadro 19) é importante ter em mente que o indicador é inversamente proporcional, ou seja, quanto maior, pior, uma vez que indica uma maior predisposição a consumir.

Neste sentido, podemos observar que os estágios Casal I (2,23), Ninho Dependente I (2,15) e Solteiro I (2,11) são aqueles que apresentam maiores intenções de consumir. Interessante notarmos que todos aqui são da faixa etária mais nova (18-35 anos). Por outro lado, os grupos Ninho Dependente II (1,85), Ninho Autônomo II (1,91) e Casal II (1,95) demonstram uma menor predisposição, todos pertencentes a faixa etária de 36 a 65 anos.

Quadro 19 – Análise dos hábitos de consumo



Estágio Ciclo Familiar	6.** Hábitos de consumo	6.1** Influência de amigos nos gastos	6.2** Comprei coisas que não consigo pagar ou que me arrependi.	6.3** Raramente comparo preços ao realizar uma compra.
Casal I	2.23	2.51	2.22	1.95
Casal II	1.95	2.28	1.83	1.75
Ninho Autônomo II	1.91	2.06	1.84	1.83
Ninho Dependente I	2.15	2.81	2.00	1.64
Ninho Dependente II	1.85	1.89	1.68	1.96
Solteiro I	2.11	2.49	2.02	1.83
Solteiro II	2.06	2.15	2.26	1.78

** Indicadores onde quanto maior, pior é o cenário.

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

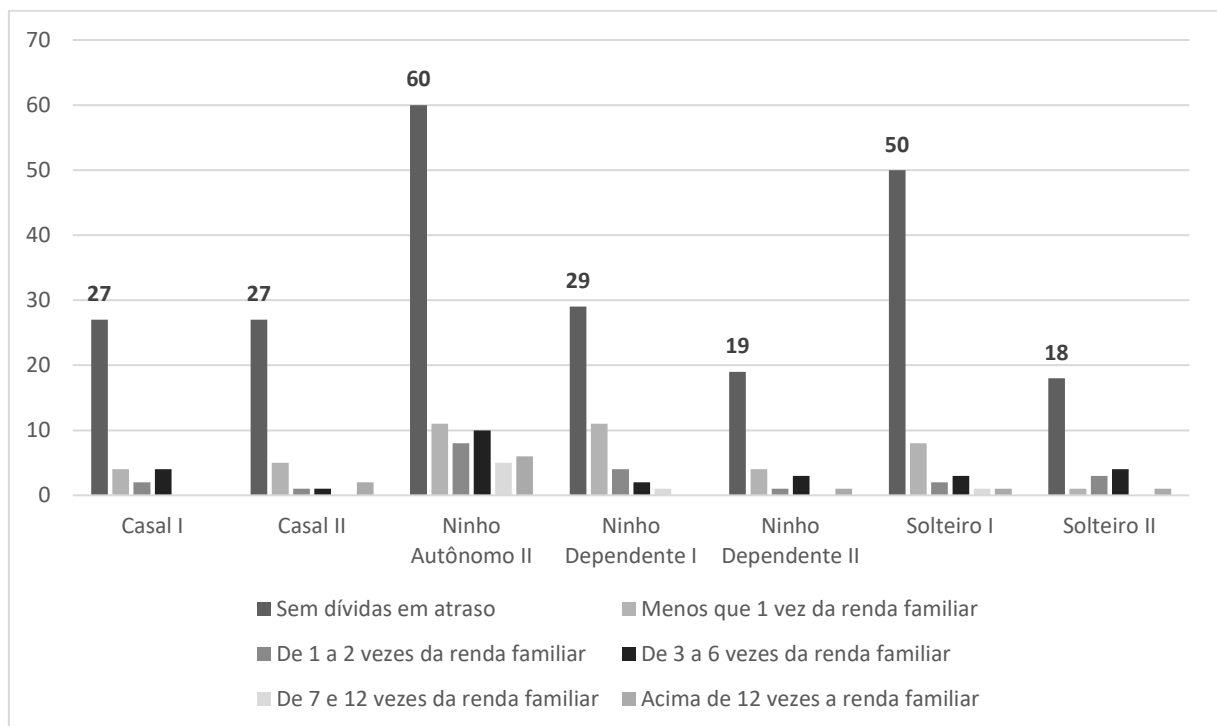
Apesar destas diferenças entre os estágios, todos demonstraram uma baixa predisposição a consumir, tendo uma média de 2,01. Isso se dá porque demonstram uma predisposição elevada para comparação de preços, evitando a frustração de

comprar coisas desnecessárias e por relatarem que a influência dos amigos e familiares não é exercida ao comprarem um bem ou serviço.

5.3.3 ENVIDIDAMENTO

Ao serem perguntados sobre seu endividamento, verificou-se primeiramente o volume da dívida, afim de entender a inadimplência. Conforme demonstra o quadro 20, a maioria dos respondentes demonstrou não possuir dívidas em atraso ou inferior a 3 meses. Isso é importante, o conceito de inadimplência é muito variado, e para fins deste estudo, consideramos inadimplência aqueles que estão com dívidas há 90 ou mais dias em atraso.

Quadro 20 – Nível de Inadimplência por estágio do ciclo de vida familiar



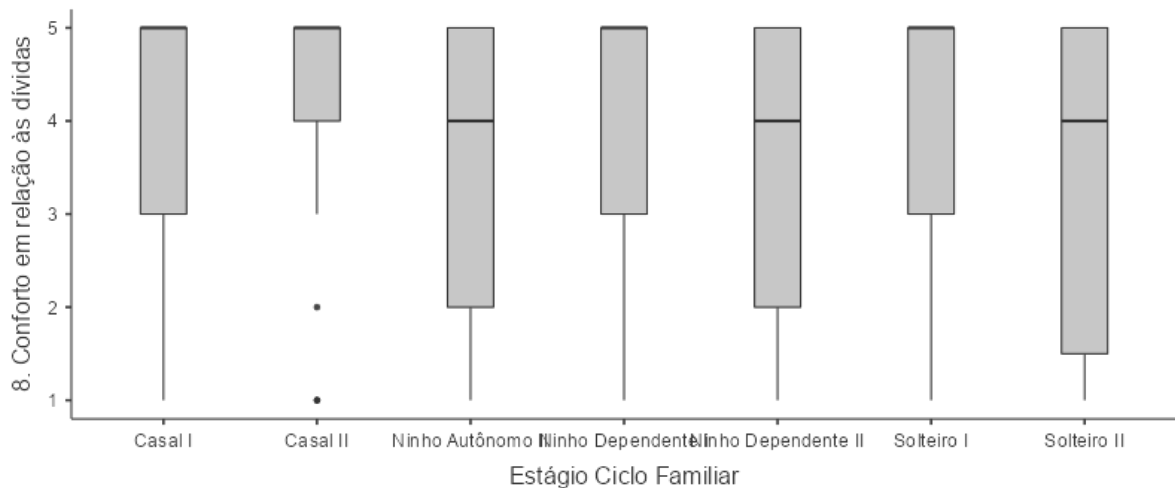
Estágio Ciclo Familiar	Sem dívidas em atraso	Menos que 1 vez da renda familiar	De 1 a 2 vezes da renda familiar	De 3 a 6 vezes da renda familiar	De 7 e 12 vezes da renda familiar	Acima de 12 vezes a renda familiar
Casal I	27	4	2	4	0	0
Casal II	27	5	1	1	0	2
Ninho Autônomo II	60	11	8	10	5	6
Ninho Dependente I	29	11	4	2	1	0
Ninho Dependente II	19	4	1	3	0	1
Solteiro I	50	8	2	3	1	1
Solteiro II	18	1	3	4	0	1

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Assim, ao analisarmos os respondentes inadimplentes, observamos que há uma concentração grande no estágio Ninho Autônomo II, tendo 21 respondentes devendo alguma conta há, no mínimo, 90 dias. Na sequência, temos os grupos Solteiro I e Solteiro II, que apresentaram 5 respondentes inadimplentes cada.

Ao analisarmos o quão confortáveis os respondentes de cada estágio se sentem em relação às suas dívidas (quadro 21), percebemos que aqueles que estão em Casal II (4,22), Casal I (4,05) e Ninho Autônomo III (3,96) são os que possuem um conforto maior, enquanto Ninho Dependente I (3,46), Ninho Autônomo II (3,48) e Solteiro I (3,52) está mais desconfortáveis que os demais.

Quadro 21 – Nível de conforto em relação às dívidas por estágio do ciclo de vida



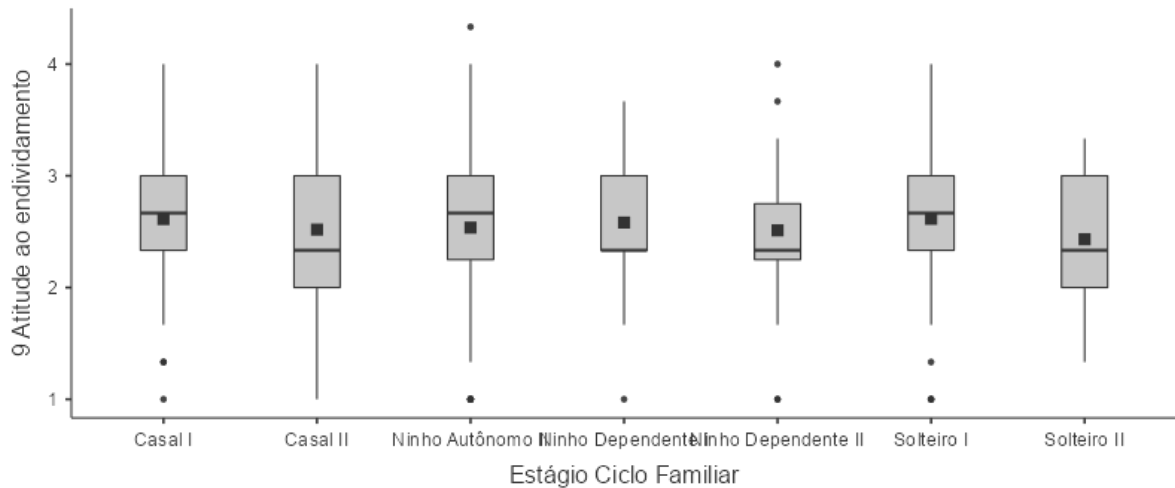
	Estágio Ciclo Familiar	Média	Mediana
8. Conforto em relação às dívidas	Casal I	4.05	5
	Casal II	4.22	5
	Ninho Autônomo II	3.48	4
	Ninho Dependente I	3.96	5
	Ninho Dependente II	3.46	4
	Solteiro I	3.94	5
	Solteiro II	3.52	4

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Para uma visão mais clara a respeito do endividamento, foi analisado também quanto cada estágio tem propensão a endividar-se, ou seja, sua atitude ao endividamento. Conforme observado (quadro 22), vemos que os estágios Solteiro II (2,43), Casal II (2,51) e Casal I (2,52) são aqueles que apresentam menor propensão

ao endividamento, enquanto Ninho Dependente II (2,62), Solteiro I (2,61) e Ninho Autônomo II (2,58) apresentam a maior propensão. É importante salientar que todos os grupos parecem apresentar uma baixa disposição a endividar-se.

Quadro 22 – Atitude ao endividamento



Estágio Ciclo Familiar	9** Atitude ao endividamento	9.1 É melhor ficar devendo do que deixar as crianças sem presente de Natal.	9.2** É preferível passar fome a comprar comida fiado.	9.3** É importante viver com o que se tem de dinheiro.
Casal I	2.61	1.78	1.84	4.11
Casal II	2.52	1.53	2.11	3.86
Ninho Autônomo II	2.54	1.99	2.28	4.10
Ninho Dependente I	2.58	1.85	2.09	4.02
Ninho Dependente II	2.51	1.82	2.18	4.11
Solteiro I	2.62	1.91	2.09	3.97
Solteiro II	2.43	1.67	2.26	4.11

** Indicadores onde quanto maior, pior é o cenário.

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

5.4 SÍNTESE DA ANÁLISE E COMPARAÇÕES DE RESULTADOS

Com o objetivo de comparar os diferentes momentos do ciclo de vida familiar, foi criado critérios de desempenho, onde as 8 variáveis trabalhadas (quadro 4) na pesquisa foram classificadas em 5 níveis, sendo a pontuação também de 1 a 5.

Os critérios para classificar o desempenho de um determinado estágio nos tópicos analisados são baseados na média, em que é tomada por base as variações de 3% e 5% para cima e para baixo, conforme o quadro 23 apresenta.

Quadro 23 – Critérios de desempenho

Critério de Desempenho	Variação Inicial	Variação Final	Pontuação
Supera	+5%	Infinito	5
Acima	+3%	+5%	4
Média ou próximo	-3%	+3%	3
Abaixo	-3%	-5%	2
Inferior	-5%	Infinito	1

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Assim, os diferentes grupos receberam notas de desempenho em cada tópico (quadro 24), com base na média obtida pelos respondentes. Esse processo é importante para que possamos fazer uma comparação média e determinar quais momentos demonstram mais dificuldades que os outros.

Quadro 24 – Quadro de pontuações dos diferentes estágios nos tópicos analisados

	Casal I	Casal II	Ninho Autônomo II	Ninho Dependente I	Ninho Dependente II	Solteiro I	Solteiro II
Confiança em lidar com as Finanças	5	4	3	3	3	3	3
Nível de educação financeira	4	5	3	5	5	5	5
Satisfação em relação às finanças	4	5	3	1	3	3	1
Conforto em relação à poupança	5	5	1	3	1	3	1
Atitude a Poupança	5	4	1	4	3	3	2
Nível de Inadimplência*	3	3	1	4	3	2	2
Conforto em relação às dívidas	5	4	1	4	1	3	1
Atitude ao endividamento*	2	3	3	3	3	2	3
Pontuação Média do ECVF	4,13	4,13	2,00	3,38	2,75	3,00	2,25

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

Com base nestes resultados, podemos chegar à “pontuação média”, que representa o quanto um determinado momento do ciclo de vida familiar apresentou dificuldade, sendo 5 o melhor cenário (menores dificuldades) e 1 o pior cenário (maiores dificuldades).

Os resultados para a pesquisa realizada (quadro 25) demonstram que os estágios Casal I e Casal II demonstram um menor risco de instabilidade financeira, enquanto Ninho Dependente I e Solteiro I um risco médio e os demais, Ninho Dependente II, Solteiro II e Ninho Autônomo 2 um maior risco, em relação aos demais.

Quadro 25 – Classificação final dos estágios do ciclo de vida familiar

Estágio Ciclo Familiar	Pontuação Média	Classificação	Variável de maior atenção
Casal I	4,125	Menor risco	1. Atitude ao endividamento
Casal II	4,125	Menor risco	1. Nível de Inadimplência 2. Atitude ao endividamento
Ninho Dependente I	3,375	Risco médio	1. Satisfação em relação às finanças
Solteiro I	3	Risco médio	1. Nível de Inadimplência 2. Atitude ao endividamento
Ninho Dependente II	2,75	Maior risco	1. Conforto em relação à poupança 2. Conforto em relação às dívidas
Solteiro II	2,25	Maior risco	1. Satisfação em relação às finanças 2. Conforto em relação à poupança 3. Conforto em relação às dívidas
Ninho Autônomo II	2	Maior risco	1. Conforto em relação à poupança 2. Atitude a Poupança 3. Nível de Inadimplência 4. Conforto em relação às dívidas

Fonte: Dados oriundos da pesquisa realizada pelo autor

6 CONCLUSÃO

Como visto, segundo a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (PEIC), da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) de 2022 demonstra, o endividamento tem aumento nas famílias brasileiras ao longo dos anos, atingindo a máxima histórica no ano de sua publicação.

Essa tendência de alta tem diversas implicações, trazendo desafios para organizações públicas, empreendedores e, sobretudo, para a população em geral, grandemente impactada com a piora do seu contexto econômico.

Dentro deste contexto, buscou-se compreender como o endividamento está presente nas famílias de residentes de Porto Alegre com renda superior a 3 mil reais, apresentando um diagnóstico da situação atual e quais as variáveis que contribuem para tal cenário.

Ao analisarmos o cenário a partir da ótica do ciclo de vida familiar, agregando os indivíduos conforme seu momento de vida, é possível entender se estas variáveis possuem impactos diferentes ao longo da vida (quadro 25).

Por exemplo, quem está no ciclo de vida Solteiro I deve criar meios de evitar a inadimplência, e uma das formas é cuidando sua atitude em relação ao endividamento. Contudo, caso deseje se casar, inferimos deve se estruturar para que comportamentos que levem ao endividamento sejam controlados.

Para os pais, casados ou solteiros, que estão prestes a ver seus filhos crescer, hoje estão nos estágios Ninho Dependente I e II, tendo como foco forma de melhorar a suas finanças com o objetivo de aumentar sua satisfação, diminuir dívidas e aumentar reservas. Esse processo irá preparar para que evite ou lide com as crises provenientes do estágio Ninho Autônomo, que tem seu foco de atenção no conforto do volume da poupança, precisando melhorar sua disposição para tal, evitando os níveis de inadimplência para que haja uma melhor relação com as dívidas.

Esta questão é pertinente, porque é nesta fase em que os filhos crescem e grandes gastos são realizados, como compra de imóvel, financiamentos educacionais para si e os filhos, dentre outros gastos e investimentos.

Em relação a análise dos estágios de modo geral, todos os demonstraram um níveis de educação financeira (quadro 13) e de atitude ao endividamento (quadro 22) semelhantes, demonstrando que a educação financeira não é variável determinante

para um maior ou menor nível de endividamento, bem como a atitude ao endividamento, que demonstrou ser baixa em todos os grupos.

Ao longo da pesquisa, e conforme demonstrado nas consolidações anteriores (Quadros 24 e 25), há um fenômeno diferencial em relação aos estágios Casal I e Casal II.

Estes grupos destacam-se por alguns fatores. Por exemplo, são os dois estágios que demonstraram maior confiança quando questionados sobre lidar com as finanças (quadro 12) e demonstraram maior satisfação em relação às suas finanças (quadro 15).

Quando remetemos à poupança, são estes dois grupos que demonstraram os maiores níveis de conforto (quadro 16) e uma excelente predisposição a poupar (quadro 17). Apresentam o maior nível de conforto em relação às dívidas (quadro 21).

Salienta-se o volume de respondentes inadimplentes presentes no grupo Ninho Autônomo II (quadro 20), seguido por Solteiro I e Solteiro II. Isso é reforçado pela análise dos gastos mensais (figura 12) em que Ninho Autônomo II figura como o grupo que possui uma proporção maior de respondentes que gastam mais do que ganham (17%).

O consumo demonstrou-se mais elevado nos estágios em que a faixa etária é a menor (18 a 35 anos).

6.1 CONTRIBUIÇÕES

Uma vez que são identificados fatores de potencial contribuição para o endividamento, diferentes membros da sociedade podem se valer deste conhecimento para diferentes fins.

Do ponto de vista de políticas públicas, este estudo é relevante para auxiliar em eventuais subsídios ou programas sociais com focos a auxiliar de forma mais assertiva aos indivíduos a superarem as limitações financeiras que um determinado momento da vida potencialmente impõem aos cidadãos de Porto Alegre.

Do ponto de vista das instituições privadas de crédito, como bancos e financeiras, as variáveis aqui apresentadas podem servir para uma revisão de seus métodos de avaliação de risco, de forma a trazerem taxas de juros mais aderentes ao momento de vida que o tomador do empréstimo tem, uma vez que podem vir a confirmar diferentes riscos nos diferentes estágios.

Do ponto de vista de negócios, auxilia a empresas e setores da economia a investigarem oportunidades de negócio, melhoria na comunicação de serviços e produtos que apelem para as necessidades e hábitos aqui abordados, com base no estágio em que se encontra.

Do ponto de vista do autor, este processo foi de um enriquecimento acadêmico, tanto do ponto de vista teórico quanto prático, podendo desenvolver habilidades de síntese de conhecimento, aprofundamento em tópicos que tem potencial de grande contribuições para o marketing no Brasil. Foi de grande relevância a experiência de coleta, processamento e análise dos dados, de forma que permitiu desenvolver e aprimorar habilidades com esta ciência que cada vez mais demandada pela sociedade.

Ambos os aspectos, práticos e teóricos, permitiram o autor a desenvolver maior habilidade para melhorar o uso e planejamento de suas finanças, bem como conhecimento em diferentes teorias, clássicas e contemporâneas, caras à academia, aumentando a capacidade de senso crítico e potenciais contribuições futuras do autor a este ramo do conhecimento.

E, talvez, o mais significativo, do ponto de vista do indivíduo, este estudo traz uma perspectiva mais clara de como cada momento e fase da vida familiar influencia o endividamento, permitindo com que ao se deparar com estas perspectivas as

famílias façam suas reflexões e preparem-se da melhor maneira para os ciclos, e, principalmente, para as fases de transição entre estágios.

Foi possível identificar como os diferentes momentos do ciclo de vida familiar contribuem para os endividamentos das famílias. Para isso, os respondentes foram classificados segundo as variáveis demográficas e socioeconômicas, e analisadas variáveis comportamentais e financeiras presentes no quadro 4.

Ainda, foi medido o nível de endividamento e educação financeira de cada estágio, para que por meio de comparações, fosse possível identificar quais estágios demandavam maior atenção e as quais variáveis em cada estágio mereciam maior atenção.

Assim, verificou-se que os estágios Casal I e Casal II são os que apresentam melhor saúde financeira, enquanto Ninho Autônomo II e Solteiro I os piores.

6.2 LIMITAÇÕES

Dentre os desafios encontrados, destaca-se a falta de capilaridade do autor em atingir cotas para todos os doze estágios, forçando-o a renunciar a um método estatístico mais refinado e representativo.

Apesar de utilizar survey em formato de formulário online, método eficiente para coleta de dados em massa, os critérios para filtro aplicados foram desafiadores para a estrutura e recursos do autor.

Assim, recorreu-se ao método bola de neve para que fosse possível alcançar uma quantidade satisfatória de respondentes, ao invés de, por exemplo, uma abordagem por cotas, que exigiria maior estrutura e recursos, porém traria dados representativos de toda a população porto alegreense.

Ainda, o estudo não aborda as correlações entre as variáveis, nem avalia se há ou não significância estatística das variáveis estudadas em relação ao endividamento para os estágios do ciclo de vida familiar.

6.3 DESDOBRAMENTOS E PRÓXIMOS PASSOS

O estudo contribui com o desenvolvimento do estudo do ciclo de vida familiar no Brasil, área de grande importância internacional, porém, pouco desenvolvida no país.

Como esperado, não foi possível esgotar as dúvidas a respeito do assunto, e deste modo ficam possibilidade de avanço e perguntas ainda não respondidas, como a aplicação deste estudo em abrangência geográfica maior, com filtros socioeconômicos menos rígidos e que respeitem método estatísticos mais refinados, como por cotas. Ainda, restam dúvidas a respeito de quais as contribuições em termos de relevância de cada variável.

É possível, por exemplo, realizar a esta pesquisa em um escopo mais amplo, em que métricas mais eficientes para mensurar o endividamento, a educação financeira e os hábitos de consumo detalhem características mais segmentadas, vendo as possíveis influências de variáveis sociais, econômicas e demográficas para um melhor entendimento de como se preparar para cada estágio e em suas transições.

Assim, de grande importância que novas pesquisas surjam e contribuam para o avanço do estudo do ciclo de vida familiar, de forma a incorporar esta importante contribuição para os estudos de marketing no Brasil.

REFERÊNCIAS

- ABDALA, V. **Percentuais de endividados e inadimplentes são os maiores em 12 anos | Agência Brasil.** [s. l.], 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-05/percentuais-de-endividados-e-inadimplentes-sao-os-maiores-em-12-anos>. Acesso em: 27 jul. 2022.
- AGRANONIK, M.; HIRAKATA, V. N. Cálculo de tamanho de amostra: proporções. **Clinical and Biomedical Research**, [s. l.], v. 31, n. 3, 2011. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/index.php/hcpa/article/view/23574>. Acesso em: 14 fev. 2023.
- ALVARENGA, D.; MARTINS, R. Classe média “encolhe” na pandemia e já tem mesmo “tamanho” da classe baixa | Economia | G1. **G1**, [s. l.], 17 abr. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/04/17/classe-media-encolhe-na-pandemia-e-ja-tem-mesmo-tamanho-da-classe-baixa.ghtml>. Acesso em: 3 ago. 2022.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Caderno de Educação Financeira – Gestão de Finanças Pessoais (Conteúdo Básico)**. Brasília, 2013. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/Cuidando_do_seu_dinheiro_Gestao_de_Financas_Pessoais/caderno_cidadania_financeira.pdf. Acesso em: 5 set. 2022.
- BARROS, T. de S.; FELIPE, I. J. dos S. TEORIA DO PROSPECTO: EVIDÊNCIAS APLICADAS EM FINANÇAS COMPORTAMENTAIS. **Revista de Administração FACES Journal**, [s. l.], v. 14, n. 4, 2015. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/facesp/article/view/2934>. Acesso em: 31 ago. 2022.
- BAUDRILLARD, J. *La Société de Consommation*. Em: *LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION*. Paris: Denoël, 1970.
- BAYAT, A. The Arab Spring and its Surprises. **Development and Change**, [s. l.], v. 44, n. 3, p. 587–601, 2013. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/dech.12030>. Acesso em: 25 jul. 2022.
- BRASIL, A. L. da S. **Círculo virtuoso do crédito: prevenção ao superendividamento do consumidor diante da democratização do crédito**. 2021. Programa de Pós-Graduação Direito - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/227189/PDPC1531-D.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>. Acesso em: 25 jul. 2022.

CAMPARA, J. P.; VIEIRA, K. M.; CERETTA, P. S. Understanding attitude to indebtedness: Do behavioral and variable factors and socioeconomic variables determine?. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, [s. l.], p. 5–24, 2016. Disponível em: Acesso em: 25 jul. 2022.

COPETTI, T. Salário-mínimo tem o menor poder de compra em dez anos. **Jornal do Comércio**, [s. l.], 4 jan. 2021. Disponível em: https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/economia/2021/01/772778-salario-minimo-tem-o-menor-poder-de-compra-em-dez-anos.html. Acesso em: 25 jul. 2022.

DE MORAES, T. P. B.; SANTOS, R. M. Os Protestos no Brasil: Um estudo sobre as pesquisas na web, e o caso da Primavera Brasileira. **Revista internacional de investigación en ciencias sociales**, [s. l.], v. 9, n. 2, p. 193–206, 2013.

DUVALL, E. M. Family Development Applications: An Essay Review. **The Family Coordinator**, [s. l.], v. 21, n. 3, p. 331, 1972. Disponível em: Acesso em: 28 jul. 2022.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. **COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: TRADUÇÃO DA 9ª EDIÇÃO NORTE-AMERICANA**. 1ªed. [S. l.]: Thomson Pioneira, 2005. v. 1 *E-book*. Disponível em: <http://books.google.com/books?id=qWZOAAAACAAJ&pgis=1>. Acesso em: 3 set. 2022.

ERIKSON, E. H. **Childhood and society**. 2. ed. New York: Norton, 1964. v. 2 *E-book*. Disponível em: Acesso em: 28 jul. 2022.

FAMA, E. F. Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. **The Journal of Finance**, [s. l.], v. 25, n. 2, p. 383, 1970. Disponível em: Acesso em: 31 ago. 2022.

FERRARI, H. **Real é a 4ª moeda que mais desvalorizou em 30 dias**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/real-e-a-4a-moeda-que-mais-desvalorizou-em-30-dias/>. Acesso em: 27 jul. 2022.

FREITAS, H. *et al.* O método de pesquisa survey. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, [s. l.], v. 35, n. 3, 2000. Disponível em: http://www.clam.org.br/bibliotecadigital/uploads/publicacoes/1138_1861_freitashenriquerausp.pdf. Acesso em: 13 fev. 2023.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 12ªed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010. *E-book*. Disponível em: Acesso em: 31 ago. 2022.

GRANCHI, G. Os motivos que levaram inflação de março a ser a maior em quase 3 décadas e como isso afeta o consumidor - BBC News Brasil. **BBC News Brasil**, São

Paulo, 8 abr. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-61046674>. Acesso em: 25 jul. 2022.

GRIGION POTRICH, A. C.; MENDES VIEIRA, K.; BENDER FILHO, R. Modelando a propensão ao endividamento: os fatores comportamentais e socioeconômicos são determinantes?. **Revista Facultad de Ciencias Económicas**, [s. l.], v. 24, n. 2, 2016. Disponível em: Acesso em: 25 jul. 2022.

GRIMLEY, N.; CORNISH, J.; STYLIANOU, N. **Número real de mortes por covid no mundo pode ter chegado a 15 milhões, diz OMS - BBC News Brasil**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-61332581>. Acesso em: 27 jul. 2022.

HILL, R. Family Development in Three Generations: A Longitudinal Study of Changing Family Patterns of Planning and Achievement. **Schenkman**, [s. l.], v. 402, n. 1, p. 185–186, 1970. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/000271627240200165>. Acesso em: 28 jul. 2022.

JUNIOR, J. S. M. **Teoria do prospecto: uma investigação utilizando simulação de investimentos**. 2003. - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/85921/199597.pdf?sequence=1>. Acesso em: 31 ago. 2022.

JUNIOR, F. I. S.; TASCHNER, G. B. Construindo um Modelo Brasileiro de Ciclo de Vida Familiar para Segmentação de Mercado. **EnANPAD**, [s. l.], 2006. Disponível em: Acesso em: 19 jul. 2022.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Marketing management, analysis, planning, implementation, and control**. London: Prentice-Hall International, 1994a.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Marketing management, analysis, planning, implementation, and control**. London: Prentice-Hall International, 1994b.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Principles of Marketing**. 17ªed. Logo: Person, 2017.

LIMA, R. A. D. A. *et al.* Educação Orçamentária Familiar: Uma ferramenta que promove qualidade de vida no Sertão Paraibano. **Caminho Aberto: revista de extensão do IFSC**, [s. l.], p. 55–63, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ifsc.edu.br/index.php/caminhoaberto/article/view/1862>. Acesso em: 31 ago. 2022.

MULLER, A. P. F. **Valores familiares contemporâneos da “Geração Canguru” na perspectiva de pais e filhos**. 2018. Programa de Pós-Graduação em Família na Sociedade Contemporânea - Universidade Católica do Salvador, Salvador, 2018. Disponível em: Acesso em: 25 jul. 2022.

NAHAS, M. v. **Atividade Física, Saúde Qualidade de Vida: Conceitos e Sugestões praa um Estilo de Vida Ativo**. 7ªed. Florianópolis: Rumo Design, 2017. *E-book*. Disponível em: Acesso em: 31 ago. 2022.

NERI, M. **A nova classe média: o lado brilhante da base da pirâmide**. 1. ed. Rio de Janeiro: [s. n.], 2011. v. 1 *E-book*. Disponível em: Acesso em: 3 ago. 2022.

NOGAMI, V. **Comportamento do Consumidor-para quem quer comprar, vender e estudar**. Maringá: XXIX SEMAD - Semana do Administrador, 2009. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/272418922>.

OLIVEIRA, E.; SOARES, J.; FIGUEIREDO, J. Política externa vira saia-justa para Lula e Bolsonaro na disputa eleitoral - Jornal O Globo. **O GLOBO**, Brasília e Rio de Janeiro, 16 fev. 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/politica-externa-vira-saia-justa-para-lula-bolsonaro-na-disputa-eleitoral-25396262>. Acesso em: 27 jul. 2022.

ORSOLIN, F. **Finanças comportamentais: observações sobre o cotidiano financeiro dos indivíduos**. 2007. - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/16803>. Acesso em: 31 ago. 2022.

PACHECO, G. B.; CAMPARA, J. P.; COSTA JR., N. C. A. da. Traços de personalidade, atitude ao endividamento e conhecimento financeiro: um retrato dos servidores da Universidade Federal de Santa Catarina. **Revista de Ciências da Administração**, [s. l.], p. 54–73, 2018.

PARKER, R. S.; HAYTKO, D. L.; HERMANS, C. M. INDIVIDUALISM AND COLLECTIVISM: RECONSIDERING OLD ASSUMPTIONS. **Journal of International Business Research**, [s. l.], v. 8, n. 1, 2009. Disponível em: Acesso em: 25 jul. 2022.

PEDRO, L. D. **Eficiência informacional no mercado de ações brasileiro: um estudo de evento sobre a divulgação de resultados trimestrais de 2015 a 2019**. 2020. - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/216422>. Acesso em: 31 ago. 2022.

- PINÇON, A. C. M. **A Transformação Digital das Empresas no Brasil**. 2017. MBA Executivo em Tecnologia da Informação - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: Acesso em: 25 jul. 2022.
- POMPERMAYER, M. M. *et al.* Uma breve abordagem da teoria do desenvolvimento familiar: história, conceitos e características. [s. l.], 2010. Disponível em: Acesso em: 28 jul. 2022.
- POR QUE A CLASSE MÉDIA ESTÁ FICANDO MUITO ENDIVIDADA. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://eesp.fgv.br/noticia/por-que-classe-media-esta-ficando-muito-endividada>. Acesso em: 3 ago. 2022.
- POTRICH, A. C. G.; VIEIRA, K. M.; FILHO, R. B. Modelando a propensão ao endividamento: os fatores comportamentais e socioeconômicos são determinantes?. **Revista Facultad de Ciencias Económicas**, [s. l.], v. 24, n. 2, 2016. Disponível em: Acesso em: 25 jul. 2022.
- PRAZERES, L. Brasil vive “mistura tóxica de ódio pessoal e polarização política”, diz americano especialista em democracia na América Latina - BBC News Brasil. **BBC News Brasil**, Brasília, 13 jul. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62144553>. Acesso em: 27 jul. 2022.
- PREÇO DA PASSAGEM DE ÔNIBUS PROVOCA MANIFESTAÇÕES PELO PAÍS. **Bom Dia Brasil**, Porto Alegre, 7 jun. 2013. Disponível em: <https://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2013/06/preco-da-passagem-de-onibus-provoca-manifestacoes-pelo-pais.html>. Acesso em: 25 jul. 2022.
- REDONDO-BELLÓN, I.; ROYO-VELA, M.; ALDÁS-MANZANO, J. A family life cycle model adapted to the Spanish environment. **European Journal of Marketing**, [s. l.], v. 35, n. 5/6, p. 612–638, 2001. Disponível em: Acesso em: 28 jul. 2022.
- RIBEIRO, J. F. B. M. **Os benefícios do planejamento das finanças pessoais na qualidade de vida do indivíduo**. 2014. - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/142131>. Acesso em: 31 ago. 2022.
- RIBEIRO, S.; OLIVEIRA, D. M. D. S.; PETROLL, M. D. L. M. A Persuasão Inconsciente: Um Modelo Conceitual sobre os Efeitos da Multitarefa de Mídia sobre a Fluência de Processamento do Consumidor. **ReMark - Revista Brasileira de Marketing**, [s. l.], v. 17, n. 3, p. 370–384, 2018. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/12226>. Acesso em: 25 jul. 2022.

RICHARDSON, R. J. *et al.* **Pesquisa social: Métodos e técnicas**. 3ª Edição ampliadaed. São Paulo: EDITORA ATLAS, 1999.

ROCHA, C.; PINTO, A. D. S.; COSTA, E. Análise dos Principais Fatores que Influenciam o Comportamento do Consumidor na Tomada de Decisão de Compra. **Cadernos de Investigação do Mestrado em Negócio Eletrónico**, [s. l.], v. 1, 2021. Disponível em: <https://www.iscap.pt/ebusiness-rj/index.php/mne-rj/article/view/68>. Acesso em: 4 set. 2022.

RODGERS, R. H.; WHITE, J. M. Family Development Theory. **Sourcebook of Family Theories and Methods**, [s. l.], p. 225–257, 2009. Disponível em: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-0-387-85764-0_10. Acesso em: 28 jul. 2022.

RUBERTO, I. V. G. *et al.* A INFLUÊNCIA DOS FATORES MACROECONÔMICOS SOBRE O ENDIVIDAMENTO DAS FAMÍLIAS BRASILEIRAS NO PERÍODO 2005-2012. **Estudos do CEPE**, [s. l.], p. 58–77, 2013. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/cepe/article/view/3328>. Acesso em: 24 jul. 2022.

SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. de A. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **Revista de Administração Pública**, [s. l.], v. 41, n. 6, p. 1121–1141, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/j/rap/a/XhqxBt4Cr9FLctVvzh8gLPb/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 31 ago. 2022.

SHETH, J. N.; MITTAL, Banwari.; NEWMAN, B. I. **Comportamento do cliente : indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001. *E-book*. Disponível em: Acesso em: 3 set. 2022.

SIMON, H. A. **The new science of management decision**. [1st ed.]ed. [S. l.]: New York, 1960. *E-book*. Disponível em: <http://hdl.handle.net/2027/uc1.b3376401>. Acesso em: 25 jul. 2022.

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo**. 11ªed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

VIEIRA, K. M.; FLORES, S. A. M.; CAMPARA, J. P. Propensão ao Endividamento no Município de Santa Maria (RS): verificando diferenças em variáveis demográficas e culturais. **Teoria e Prática em Administração**, [s. l.], v. 4, n. 2, p. 180–205, 2014. Disponível em: Acesso em: 25 jul. 2022.

WAGNER, J.; HANNA, S. The Effectiveness of Family Life Cycle Variables in Consumer Expenditure Research. **Journal of Consumer Research**, [s. l.], v. 10, n. 3,

p. 281–291, 1983a. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcr/article/10/3/281/1821071>. Acesso em: 27 jul. 2022.

WAGNER, J.; HANNA, S. The Effectiveness of Family Life Cycle Variables in Consumer Expenditure Research. **Journal of Consumer Research**, [s. l.], v. 10, n. 3, p. 281–291, 1983b. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcr/article/10/3/281/1821071>. Acesso em: 27 jul. 2022.

WAINER, J. Métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa para a Ciência da Computação. [s. l.], Disponível em: Acesso em: 13 fev. 2023.

WELLS, W. D.; GUBAR, G. Life Cycle Concept in Marketing Research:. **<https://doi.org/10.1177/002224376600300403>**, [s. l.], v. 3, n. 4, p. 355–363, 1966. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224376600300403?journalCode=mrja>. Acesso em: 27 jul. 2022.

WELLS, W. D.; GUBAR, G. Life Cycle Concept in Marketing Research:. **<https://doi.org/10.1177/002224376600300403>**, [s. l.], v. 3, n. 4, p. 355–363, 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224376600300403?journalCode=mrja>. Acesso em: 27 jul. 2022.

YACCOUB, H. A chamada “nova classe média”: cultura material, inclusão e distinção social. **Horizontes Antropológicos**, [s. l.], v. 17, n. 36, p. 197–231, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/j/ha/a/L8Xf89fNGTvgHkLr9X6vfSw/?lang=pt>. Acesso em: 3 ago. 2022.

APÊNDICE A — QUESTIONÁRIO

1. O quanto você se sente capaz de lidar com suas finanças? Use 1 para "Totalmente incapaz" e 5 para "Totalmente capaz"

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. O quanto você concorda com as afirmativas a respeito de finanças e educação financeira? Utilize 1 para "Discordo totalmente" e 5 para "Concordo totalmente"

Se a renda cair, sei o que fazer para gerenciar a situação.				
1	2	3	4	5
Os hábitos são tão importantes quanto as finanças.				
1	2	3	4	5
O preço do quilo da carne hoje é 28 reais, mas há 1 mês era de 25. Portanto, é correto dizer que o preço subiu 12%				
1	2	3	4	5
Me sinto capaz de escolher investimentos para atingir um objetivo específico				
1	2	3	4	5
Anoto e controlo os gastos pessoais e/ou familiares (ex.: planilha de receitas e despesas mensais).				
1	2	3	4	5
Quando encontro as expressões "SELIC", "CDI", e "IPCA-E" sei exatamente do que se tratam				
1	2	3	4	5

3. O quão satisfeito você está com a situação das suas finanças? Utilize 1 para "Nada satisfeito(a)" e 5 para "Muito satisfeito(a)"

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. De uma forma geral, você diria que você:

- Gasta mais do que ganha
- Gasta tudo o que ganha
- Gasta menos do que ganha

5. Pensando em emergências, o quanto você se sente confortável em relação ao tamanho da sua poupança? Utilize 1 para "Nada confortável" e 5 para "Muito Confortável"

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. O quanto você concorda com as afirmativas a respeito de poupança e consumo? Utilize 1 para "Discordo totalmente" e 5 para "Concordo totalmente"

Planejamento financeiro para a aposentadoria não é necessário para garantir segurança na velhice.				
1	2	3	4	5
Comprei coisas que não consigo pagar ou que me arrependi.				
1	2	3	4	5
Economizar não é muito importante.				
1	2	3	4	5
Faço mensalmente uma reserva da renda para uma necessidade futura.				
1	2	3	4	5
Raramente comparo preços ao realizar uma compra.				
1	2	3	4	5
Ver amigos gastando, como ao viajar ou comprando coisas novas, me levam a querer fazer / ter o mesmo.				
1	2	3	4	5

7. Qual o volume (R\$) das suas dívidas em atraso (inadimplência)?

- Acima de 12 vezes a renda familiar
- De 7 e 12 vezes da renda familiar
- De 3 a 6 vezes da renda familiar
- De 1 a 2 vezes da renda familiar
- Menos que 1 vez da renda familiar
- Não possuímos dívidas em atraso

8. O quanto você se sente confortável em relação ao seu endividamento? (Caso não tenha dívidas, marcar "5 - Muito confortável") Use 1 para "Muito desconfortável" e 5 para "Totalmente confortável"

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

9. O quanto você concorda com as afirmativas abaixo? Utilize 1 para "Discordo totalmente" e 5 para "Concordo totalmente"

É preferível passar fome a comprar comida fiado.				
1	2	3	4	5
Os hábitos são tão importantes quanto as finanças.				
1	2	3	4	5
É melhor ficar devendo do que deixar as crianças sem presente de Natal.				
1	2	3	4	5
É importante viver com o que se tem de dinheiro.				
1	2	3	4	5
Anoto e controlo os gastos pessoais e/ou familiares (ex.: planilha de receitas e despesas mensais).				
1	2	3	4	5
Quando encontro as expressões "SELIC", "CDI", e "IPCA-E" sei exatamente do que se tratam				
1	2	3	4	5

10. Quantas pessoas moram com você?

11. Qual sua renda familiar mensal?

12. Quantas pessoas dependem desta renda familiar? ____

13. Quem é o responsável financeiro de sua família?

14. Qual sua idade?

15. Com qual gênero se identifica?

16. Qual o Estado Civil?

17. Com qual etnia você se identifica?

18. Qual sua escolaridade?

19. Qual sua crença religiosa?

20. Está trabalhando?

21. Qual a idade do filho mais novo?
