

## A INFLUÊNCIA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NAS DECISÕES DE CONSUMO E POUPANÇA: SUAS RELAÇÕES COM A ADIMPLÊNCIA E INADIMPLÊNCIA

**FABIANO PAMATO NUNES, Esp.**

Especialização Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável – UNINTER  
Mestrando em Administração - Faculdade IMED  
E-mail: [fabiano.p.n@hotmail.com](mailto:fabiano.p.n@hotmail.com)

**MARCELO SCZYMCZAK SILVA, MSc.**

Mestre em Administração - Faculdade IMED  
E-mail: [marcelo.sczymczak@gmail.com](mailto:marcelo.sczymczak@gmail.com)

**ALEXANDRE MARINO COSTA, Dr.**

Doutor em Engenharia de Produção - UFSC  
Pós-doutorado na The Open University, Inglaterra  
Professor Permanente PPGA - Programa de Pós-Graduação em Administração – UFSC  
E-mail: [alexandre.marino@ufsc.br](mailto:alexandre.marino@ufsc.br)

### RESUMO

O objetivo deste estudo foi analisar as variáveis que influenciam na adimplência e inadimplência dos indivíduos. A pesquisa Survey, realizada entre os meses de junho e julho de 2015, conduzida através do ambiente digital, procurou mensurar indicadores como autocontrole, educação financeira no ambiente familiar e conhecimentos financeiros assim como aspirações e metas e suas implicações sobre o estado de adimplência e inadimplência dos consumidores. Para análise dos dados foi realizada a regressão linear. A base teórica procurou relacionar a educação e conhecimentos financeiros adquiridos desde o ambiente familiar e suas implicações na vida adulta através do autocontrole para consumo e propensão a poupança. Este estudo não conseguiu encontrar relevante relação entre a inadimplência e as escalas utilizadas como constantes. Entretanto, utilizando da ferramenta Multiple Mediation (Indirect) apresentada por Preacher e Hayes (2008), podemos verificar uma relação indireta importante. Considerando a idade dos respondentes como uma variável independente e a escala adimplente como uma variável dependente, não existe uma correlação entre elas significativa. Entretanto, ao acrescentar a escala de autocontrole como um mediador é encontrada relevância na correlação entre estes três fatores, ou seja, quanto maior a idade do respondente há uma tendência (95% confiabilidade) de ele possuir um maior grau de autocontrole e com isso levar a um estado adimplência na sua vida financeira.

**PALAVRAS-CHAVE:** educação financeira; adimplência; inadimplência; autocontrole.

### THE INFLUENCE OF FINANCIAL EDUCATION IN CONSUMER AND SAVINGS DECISIONS: ITS RELATIONS WITH ADDITION AND DEFAULT

#### ABSTRACT

The objective of this study was to analyze variables that influence timely payments and defaults by individuals. The research was a survey, conducted between June and July 2015, driven by digital environment, sought to measure indicators such as self, family, financial literacy, environment and family structure as well as aspirations and goals and their implications on the state of default and consumer default. Data analysis was performed returns. The theoretical

basis sought to link education and financial knowledge acquired from the family environment and its implications in later life through self propensity for consumption and savings. This study did not find significant relationship among the default and the scales used as constants. However, using the tool provided by Preacher and Hayes (2008), we can see a significant indirect relationship. Considering the age of the respondents as an independent variable and the non-defaulting scale as a dependent variable, there is no significant correlation among them. However, adding the self scale as an important mediator is found in the correlation between these three factors, the greater the age there is a tendency of the answerer (95% confidence) that he has a greater degree of self and thus lead timely payments to a state in your financial life.

**KEYWORDS:** financial education; timely payments; default; self control.

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, vemos cada vez mais o crescimento de estudos sobre o comportamento dos indivíduos, sua influência nas suas decisões financeiras, e consequentemente seu estado de adimplência ou inadimplência. Linhas científicas, como a Psicologia Econômica, o Marketing e as Finanças Comportamentais, vêm estudando o comportamento dos consumidores frente às atitudes de comprar, vender, consumir, poupar e se endividar ou não.

Na sociedade contemporânea, o indivíduo é exposto a um número muito grande de opções financeiras tais como cheque especial, cartão de crédito, financiamentos, crédito direto ao consumidor, poupança, fundos de investimentos, entre outros. Neste cenário, vemos pessoas preparadas para lidar com situações cada vez mais complexas e ao mesmo tempo, verificamos outro grupo de indivíduos, sem conhecimento e atitudes para melhorarem suas finanças pessoais.

Segundo dados do Serviço de Proteção ao Crédito Brasil (SPC BRASIL), a inadimplência aumentou 4,60% no primeiro semestre de 2015. O número de devedores atinge 40% da população adulta, o que representa aproximadamente 56 milhões de brasileiros. Os números são considerados os piores dos últimos três anos. O crescimento dos índices é creditado ao aumento das contas básicas como água e luz, desemprego e principalmente a desorganização financeira das famílias brasileiras.

No Brasil, pouca ou nenhuma educação financeira é transmitida e isso resulta em conceitos financeiros errôneos, absorvidos sem contestação pela população (FRANKENBERG, 1999). Isso alerta para a necessidade de programas de educação financeira com a finalidade de conscientizar e instruir a população sobre conceitos básicos de finanças, principalmente no que tange crédito, poupança e investimento (LUCENA; MACIEL, 2010).

Assim, o referencial teórico proposto para embasar a pesquisa procura abordar temas referentes à educação financeira, a influência do ambiente e da estrutura familiar na construção de conhecimentos financeiros e como esta educação influencia o autocontrole e os impulsos de compra, assim como no estabelecimento de metas e aspirações futuras de gestão dos recursos.

Com base no exposto acima, o presente estudo pretende identificar e mensurar a influência das variáveis delimitadas e a implicação sobre o estado de adimplência ou inadimplência dos indivíduos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Educação financeira

Segundo Jacob *et al* (2000, p.8), o termo financeiro “refere-se a uma série de atividades relacionadas ao dinheiro em nossas vidas diárias, desde o controle do cheque até o gerenciamento de um cartão de crédito, desde a preparação de um orçamento mensal até a tomada de um empréstimo, compra de um seguro, ou um investimento”. Já educação implica o conhecimento de termos, práticas, direitos, normas sociais, e atitudes necessárias ao entendimento e funcionamento destas tarefas financeiras vitais. Isto também inclui o fato de ser capaz de ler e aplicar habilidades matemáticas básicas para fazer escolhas financeiras sábias.

Outra definição de educação Financeira pode ser obtida na citação da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico – OCDE (2005), onde Educação Financeira é definida como:

[...] o processo pelo qual consumidores e investidores melhoram seu entendimento sobre os conceitos e os produtos financeiros e, através da informação, instrução e/ou conselhos objetivos, desenvolvam as habilidades e a confiança para conhecer melhor os riscos e as oportunidades financeiras, e assim tomarem decisões fundamentadas que contribuem para melhorar seu bem-estar financeiro (OCDE, 2005, p.13).

A OCDE (2005) sugere que o conhecimento financeiro auxilia aos indivíduos, nas mais variadas faixas de renda. Aos jovens que estão no início de suas carreiras profissionais e projetos pessoais, auxiliam no planejamento para que suas despesas estejam adequadas aos seus recursos, evitando endividamentos precoces e propiciando ainda certo grau de poupança. Nas famílias já constituídas, pode ajudar nos projetos como, por exemplo, aquisição da casa própria, investimentos financeiros visando início de um plano de aposentadoria particular, melhor educação aos filhos e conseqüentemente uma vida mais confortável a família. Aos trabalhadores próximos a aposentadoria ou já desfrutando dela, propicia o conhecimento necessário para manter um padrão de vida com segurança e qualidade de vida, na medida em que desenvolve habilidades para fazerem as escolhas certas.

Segundo Bernheim, Garret e Maki (1997) até o ano de 1985 em torno de 60% dos estados americanos instituíram a Educação Financeira como conteúdo obrigatório nas escolas secundárias, por considerarem este tema de importante relevância para a economia do País. Através de uma pesquisa realizada entre consumidores nos Estados Unidos, concluíram que os indivíduos que receberam educação financeira na escola, pouparam e acumularam riqueza em maior proporção na fase adulta.

A importância da educação financeira pode ser vista sob diversas perspectivas: sob a perspectiva de bem-estar pessoal, jovens e adultos podem tomar decisões que comprometerão seu futuro; as conseqüências vão desde desorganização das contas domésticas até a inclusão do nome em sistemas como SPC/ SERASA (Serviço de Proteção ao Crédito), que prejudicam não só o consumo como, em muitos casos, na carreira profissional. Outra perspectiva, de conseqüências mais graves, é a do bem-estar da sociedade. Em casos extremos, pode culminar na sobrecarga dos já precários sistemas públicos, ou ocasionando políticas públicas de correção; alguns exemplos seriam o aumento ou a mera existência de impostos e contribuições com a finalidade de, mediante programas compensatórios, equilibrar orçamentos deficientes de indivíduos não necessariamente pobres, ou ainda, o aumento da taxa básica de juros para conter

consumo e diminuir taxa de inflação, bem como a dependência total de sistemas como SUS e INSS.

Braunstein e Welch (2002), descrevem em um artigo do boletim do *Federal Reserve*, que o uso inadequado de recursos financeiros, faz com que indivíduos tenham graves problemas monetários em crises financeiras graves. As autoras ainda citam que não somente os consumidores, mas também as operações de mercado e as forças competitivas ficam comprometidas. Por outro lado, se os indivíduos têm conhecimento, o próprio mercado se torna mais competitivo, promissor e eficiente.

Kotler (1978, p. 137-138) relata quando avalia as demandas dos consumidores que existem três questões importantes e relevantes. A primeira se refere ao conceito de “necessidade” que não é tão bem definido. O segundo, diz respeito à imprecisão que os indivíduos retratam suas necessidades. E por último, uma que aponta o grau de dificuldade destes mesmos consumidores em determinar o grau de intensidade destas necessidades. Esses conceitos são importantes ao se avaliar formas de melhorar a educação financeira de determinada população.

Hira e Loibl (2005) desenvolveram estudo com o objetivo de entender se há relação entre a satisfação do empregado e a educação financeira promovida pelo empregador no local de trabalho. Os autores comprovaram que quando há um estímulo à alfabetização financeira, aumenta-se o grau de satisfação das pessoas, tanto no local de trabalho como vida pessoal, já que se cria uma nova perspectiva de melhora no padrão financeiro do indivíduo (HIRA; LOIBL, 2005, p. 192).

Levar conteúdos a respeito de finanças pessoais aos indivíduos tem cada vez um maior valor na sociedade. Esta demanda é crescente, percebida e acolhida pela comunidade mundial. A ONU assegura que os governos devem promover o “acesso dos consumidores à informação adequada que o habilite a tomar decisões conscientes conforme suas necessidades e desejos individuais” (ONU, 2003, p. 2).

Greenspan (2005, p. 64) avalia que “devido ao extraordinário crescimento e progressos tecnológicos nos serviços financeiros, tem-se obtido muitos benefícios para os consumidores de créditos pessoais e de investimentos”. Entretanto, todas essas mudanças e evolução do mercado e as melhores oportunidades de crédito, investimento e compras só podem ser usufruídas adequadamente, se a coletividade tiver acesso a este conhecimento que propicie utilizar esta sapiência de forma precisa. Divulgar a educação financeira pessoal “habilita os indivíduos a vencerem suas relutâncias e inabilidades, de modo que tirem total vantagem dos avanços tecnológicos e novos produtos no setor financeiro, podendo aumentar suas oportunidades econômicas”.

Uma educação financeira tende a ampliar a capacidade de se perceber o futuro em vista de uma poupança para a aposentadoria entre os pequenos e médios (BERNHEIN; GARRETT, 2003, p. 157), assim como os dados levaram a concluir de que houve real motivação para a formação, aumento e preservação das economias das famílias em geral.

## 2.2 A EDUCAÇÃO FINANCEIRA: AMBIENTE E ESTRUTURA FAMILIAR

Segundo Soifer (1983, p.11), “A família é um organismo destinado essencialmente ao cuidado da vida, tanto individual como social, onde se dão e se aprendem as noções fundamentais para a consecução de tal fim que poderíamos resumir como se segue: procriação, cuidado da saúde, preservação da vida, aquisição de conhecimentos, aquisição de habilidades

profissionais, aprendizagem da convivência familiar e social (amor, tolerância, solidariedade), transmissão, aperfeiçoamento e criação de normas sociais e culturais”.

Para Osório (1996), a família tem um papel fundamental no desenvolvimento biopsicossocial das pessoas, propondo algumas funções primordiais, as quais podem ser relacionadas em três categorias: funções biológicas, psicológicas e sociais.

Segundo Minuchim (1985, 1988), a família é um estruturado sistema, com crenças, valores e práticas desenvolvidas ligadas diretamente às transformações da sociedade, em busca de uma completa adaptação para a sobrevivência de seus indivíduos e da instituição como um todo. A estrutura familiar se altera acompanhando as alterações da sociedade, e todos os integrantes podem ser impactados por fatores internos e externos, fazendo com que ela se modifique com a finalidade de assegurar a continuidade e o crescimento psicossocial de seus integrantes.

Vale ressaltar também, que as normas e os valores que são introduzidos na família permanecem com o indivíduo durante toda a vida, atuando como base para a tomada de decisões e atitudes no decorrer da fase adulta. Além disso, a família, mesmo na fase adulta, permanece dando sentido às relações entre os indivíduos, funcionando como um ambiente no qual as experiências vividas são elaboradas (SARTI, 2004). Diante disso, pode-se afirmar que a educação financeira é uma construção social, que deve iniciar no núcleo familiar.

Conforme D’Aquino (2008), a educação financeira deve iniciar no momento em que a criança pedir aos pais para lhe comprarem alguma coisa. Isso costuma ocorrer por volta de três anos de idade e mostra que a criança já percebeu o que é dinheiro, e que ele “compra” as coisas. Inserir a criança na gestão das contas residenciais, descrever quanto cada objeto custa, quanto recurso pode-se economizar ao usar de forma racional a luz e água, pode ser uma boa alternativa para fazer com que a criança tenha noção do valor das coisas, assim como estabelecer metas e metas a serem alcançadas para a compra de algum bem que ela necessite. Segundo o autor, a melhor base para uma educação financeira eficiente é aquela transmitida por meio de atitudes simples, na rotina do relacionamento entre pais e filhos.

Para D’Aquino (2008), a função primordial da educação financeira infantil é criar as bases para que na vida adulta estas crianças “possam ter uma relação saudável, equilibrada e responsável em relação a dinheiro”. Assim, a educação financeira infantil vem como mecanismo de apoio e iniciação para que, na vida adulta, estas crianças venham a gerenciar corretamente o dinheiro. No ambiente familiar, a criança pode receber dos pais alguma base sobre a Educação Financeira. Essas pequenas ações, onde os pais fornecem aos filhos determinado conhecimento sobre essa questão, por menor que seja, já contribui para o “desenvolver” lógico que a criança terá ao tratar das suas próprias finanças. Para evitar um futuro de dívidas, nada melhor que ensinar hoje, o caminho certo para que o sujeito aprenda a administrar desde já aquelas moedas guardadas do cofrinho.

Sabe-se que no Brasil há muito que se evoluir no tema, pois não existe nenhuma preocupação referente à educação financeira, nem nas escolas e tão pouco no ambiente familiar. Conforme (D’AQUINO, 2007), o que é uma grande falha no que tange a respeito do indivíduo saber gerir seu dinheiro. Segundo a consultora financeira, Myrian Lund, citada por D’Aquino (2007), “As pessoas por muitas das vezes possuem pouquíssimo grau de instrução sobre a Educação Financeira ou não o tem, infelizmente são poucas as escolas pelo país que transmitem conteúdo financeiro efetivo”.

Assim, se olharmos atentamente, perceberemos que as mudanças econômicas, sociais e tecnológicas apontam para a urgência na implementação de ações com o objetivo de educar

financeiramente a população não apenas no Brasil. Uma pesquisa, realizada em 2008 pelo *Credit Canadá – 14 Capital One* revelou que muitos pais não possuem habilidades para a gestão de dinheiro e estão passando os seus maus hábitos aos seus filhos. Dentre outras informações, a pesquisa evidenciou que 52% dos pais acreditam que, analisando o seu histórico, eles não estavam totalmente preparados para gerir o seu dinheiro, quando eles entraram na vida adulta (International Getway for Financial Education – IGEF, 2010).

Ensinar para os filhos o valor das coisas é responsabilidade dos pais, mas se lidar com dinheiro é complicado para adultos, passar esse conhecimento para crianças é uma tarefa bem mais delicada. Assim, o sujeito não aprende só a lidar com o dinheiro, mas entende que as consequências da má administração do seu dinheiro hoje podem determinar toda a sua vida. Para Frankenberg (1999), o ambiente e as pessoas que as envolvem, serão decisivos nas escolhas de suas vidas.

Conforme Cerbasi (2006), o descontrole e consumo excessivo acabam gerando problemas financeiros, o que leva a família a passar por crises, brigas e tensões. Certas pessoas que vivenciaram problemas semelhantes na infância acabam por atribuir grande ou demasiado valor ao dinheiro e à riqueza na vida adulta; outras caminham na direção oposta, transformando-se em grandes gastadores, comprando tudo o que podem, assumindo uma vida exatamente oposta à dos pais (FRANKENBERG, 1999, p. 35)

Os pais ou os responsáveis, que ensinam o sujeito a pensar em longo prazo, certamente entendem que a educação financeira dada na infância, resultará em adolescentes e adultos conscientes do valor de cada coisa e que poderão poupar e planejar estrategicamente o que gastar e o que investir. Segundo o especialista em Educação Financeira, Álvaro Modernell (2011): “o grande desafio é ensinar os mais novos a encontrar o equilíbrio, para não estimular nem demasiados poupadores nem gastadores exagerados”. [...] o sujeito tem que aprender a diferença entre querer e precisar [...]

O comportamento de poupar é complexo, pois envolve diversas variáveis, entre elas fatores socioeconômicos como idade, educação e renda (KEYNES, 1936; BERNHEIM; GARRET, 1996), aspectos psicológicos e comportamentais sob a ótica do autocontrole (RHA; MONTALTO; HANNA, 2006), metas (SOMAN; ZHAO, 2011), visão de futuro (TROPE; LIBERMAN, 2003), motivações (CANOVA, RATTAZZI; WEBLEY, 2005) e expectativa do consumidor (KATONA, 1975).

### 2.3 AUTOCONTROLE

O Autocontrole como um traço de personalidade, uma característica inata dos indivíduos ou uma força interior que propicia o controle de suas próprias ações diferem de observações casuais de que uma mesma pessoa pode demonstrar distintos níveis de autocontrole nas mais diversas situações. , como também na mesma situação o autocontrole pode diferir em etapas diferentes da vida. As crianças são geralmente descritas como mais impulsivas do que os adultos. Apesar dos resultados de Darcheville, Riviere e Wearden (1992) mostrarem que crianças também se comportam com autocontrole, a maioria de nós, às vezes mesmo com vontade, não se comportaria como um bebê em qualquer lugar, ou em situação desconfortável não choraria ou gritaria, como fazem muitas crianças. Quando adultos se comportam “com responsabilidade”, “para ser gentil”, “para conquistar”, “para ter uma alimentação saudável” ou “para salvar o planeta” em geral é possível que não estejam fazendo “aquilo que mais desejariam naquele momento” e sim pensando ou agindo em função das oportunidades futuras

de ações e suas consequências. De acordo com Skinner (1953) “Com frequência o indivíduo passa a controlar parte de seu próprio comportamento quando uma resposta tem consequências que provocam conflitos – quando leva tanto ao reforço positivo quanto a negativo. (p. 230).

O endividamento foi medido pela pesquisa realizada pela confederação Nacional do Comércio (CNC), em setembro de 2013, com o tema Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor<sup>1</sup>. Entre os resultados obtidos, concluiu-se que a proporção de famílias endividadas cresceu de 58,9% para 61,4% comparado com o mesmo período do ano anterior. Ao serem questionados sobre dívidas ou contas atrasadas, chegaram a um percentual de 20,6%, sendo que destes, 7,0% não terão condições de quitação.

Ao avaliarem o tipo de dívida, destaca-se o cartão de crédito, com 73,2% dos consumidores. Após temos carnês com 18,2%, seguido pelo financiamento de carros, com 12,6%. Estes resultados indicam um despreparo da população para manejar e avaliar as finanças pessoais, podendo ser motivadas pela falta de controle.

Rassier (2010, p. 51) cita que o endividamento pode ser considerado o mais alto grau de descontrole financeiro. Para Thaler e Barberis (2002 apud ZERRENER, 2007, p. 19) o homem no modelo tradicional de finanças é absolutamente racional, o que o torna capaz de avaliar todas as variáveis antes de tomar uma decisão. Outra corrente de pensamento sugere que o homem não é totalmente lógico. Para Halfeld e Torres (2001, p. 65) “[...] é um homem simplesmente normal. Essa normalidade implica um homem que age, frequentemente, de maneira irracional, que tem suas decisões influenciadas por emoções e erros, fazendo com que ele entenda um mesmo problema de formas diferentes, dependendo da maneira como é analisado”.

Aprofundando um pouco mais nas teorias do autocontrole, sugerem Silva e Yu (2009, p.7) “[...] senso de autocontrole tem sido compreendido como a percepção por parte de um indivíduo de seu poder sobre o controle, o estabelecimento e a direção para resultados e objetivos de vida”. Mirowsky (1995) cita que as pessoas que possuem alto senso de autocontrole julgam-se responsáveis por suas vitórias e fracassos. Normalmente pessoas com baixo senso de autocontrole demonstram uma tendência de sentir-se com reduzido poder e assim, acreditam que as oportunidades na vida são fruto do acaso ou resultados da sorte (SILVA; YU, 2009).

Avaliando o grau de moderação ou não dos indivíduos, Lastovicka (2006) cita que os consumidores com posturas moderadas podem reduzir seu consumo em determinada área e, aumentando em outra. Esta argumentação é confirmada por Nepomuceno (2012), quando esclarece que a moderação pode ser um estilo de vida tendo como base o anticonsumo, porém esta característica (poupador) muitas vezes também é identificada em pessoas que buscam comprar determinado produto como por exemplo uma casa ou um carro. Nesta situação, o indivíduo se torna poupador para alcançar um objetivo materialista.

Consumidor comedido e com autocontrole “x” pessoas avarentas. Indivíduos comedidos tem a satisfação da economia ao ter objetivos a alcançar no longo prazo. Já os indivíduos cuja característica é a avareza, vivem uma angustia e ansiedade pela simples ideia de desembolsar seu dinheiro (RICK et al., 2007).

Rothabaun, Weiz e Snyder (1982) descrevem que o autocontrole é a capacidade do indivíduo em adaptar-se e mudar suas atitudes para se posicionar de forma mais adaptada a sociedade e melhorar seu nível de vida.

<sup>1</sup> . Pesquisa Nacional do Endividamento e Inadimplência do consumidor (PEIC) é apurada mensalmente pela CNC desde janeiro de 2010. Os dados são coletados em todas as capitais dos Estados e Distrito Federal, com cerca de 18.000 consumidores

Ainda explorando um pouco mais o autocontrole, (BAUMEISTER et al., 1994) ressalta que este traço, é uma habilidade de redirecionar o seu comportamento ou descontinuar os não mais desejados. Muitas das dificuldades pessoais ou até mesmo pessoais trazem um elemento escasso de autocontrole, sendo este pode ser uma estratégia que o indivíduo se auto impõem com o objetivo de manter a solidez de seu comportamento.

## 2.4 Aspiração e metas

As decisões financeiras de curto e longo prazo interferem inevitavelmente na vida das pessoas. A aquisição de um carro, imóvel ou cursar uma faculdade são alguns dos motivos que condicionam as pessoas a poupar ao invés de gastar seu dinheiro. Diante disso, as metas passam a ter papel fundamental em diferentes aspectos da vida do consumidor. Elas amplificam a motivação e o desempenho em busca de progressão em direção ao objetivo que pretendem alcançar (BAYUK; JANISZEWSKI; LEBOEUF, 2010).

Entretanto, estudos apresentam contrastes entre a intenção de alcançar a meta e a sua implementação (SOMAN; ZHAO, 2011). Consumidores que estabelecem objetivos específicos são mais propensos a atingir seus objetivos quando comparados ao que agem apenas pela intenção. A meta de poupar pode oscilar para mais ou para menos conforme a pessoa encara seu objetivo.

Diversos autores também descrevem a estrutura de metas que motivam o comportamento de poupar. Para Keynes (1936), precaução, prospecção, cálculo dos gastos, melhoria, independência, avareza e vontade de empreender, são variáveis que podem impedir gastos. Já Lindqvist (1981), corrobora propondo um modelo hierárquico com quatro motivações para poupar: gestão de caixa, reserva para imprevistos e emergências, atingir metas financeiras e gestão dos investimentos.

Katona (1975) também identificou quatro motivos para poupar: emergência, aposentadoria, suprir necessidades familiares e outros propósitos.

Entre as prioridades para poupança, ainda pode-se elencar o objetivo de adquirir algo atraente ou de interesse e a gestão de ativos, quando não há aumento de riqueza por meio de poupança, uma vez que o indivíduo já dispõe de recursos e apenas objetiva formas de investir seu dinheiro, pois este perfil de investidor já acumulou patrimônio significativo (LINDQVIST, 1981).

Por fim, contrariamente ao que seria de esperar, as pessoas podem continuar a poupar mesmo depois de terem atingido o objetivo que deu origem ao início da sua poupança, como, por exemplo, a compra de uma casa ou de um automóvel. Katona (1975) explica esta tendência referindo-se ao nível de aspiração. Assim, se uma pessoa tinha a aspiração de atingir um nível de rendimento X ao estabelecer uma meta, e se o conseguiu, elevará o seu nível de aspiração e continuará a poupar.

## 2.5 Adimplência e inadimplência

A inadimplência nada mais é do que um descumprimento de dever e é conceituado por Sehn e Carline Junior (2007, p. 62) como a “falta de pagamento ou o não cumprimento de um contrato ou cláusula”. “Esse descumprimento pode significar a não satisfação daquilo a que se está obrigado ou do prazo que está sendo predeterminado”. Segundo Andrade et al (2008), é dever das organizações analisar o ambiente de inadimplência e gerenciá-lo, promovendo uma



diminuição nos impactos dos devedores sobre aqueles que mantêm suas contas em dia isto, é, os adimplentes.

Recentemente o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC BRASIL) realizou uma pesquisa para traçar um perfil dos consumidores adimplentes e inadimplente no país. Foram realizadas 1238 entrevistas em 27 capitais brasileiras entre os meses de julho e agosto de 2014. Com base na comparação por gênero, a pesquisa mostrou que 55% dos adimplentes eram mulheres e 45% homens. Entre os inadimplentes, 56% eram do sexo feminino e 44% do sexo masculino.

No quesito renda familiar, as pessoas de mais baixa renda tendem a consumir e consequentemente se endividar menos e atrasar menos suas contas para preservar o pouco crédito que tem. Por outro lado, os representantes da classe B (entre R\$ 2.201,00 e R\$ 7.000,00) encontram-se em sua maioria inadimplentes.

Um dos tópicos que mais chama a atenção no levantamento está relacionado aos entrevistados inadimplentes quando questionados sobre se a dívida poderia ter sido evitada? Cerca de 46% dos entrevistados afirmou que “sim”, poderia ser evitada. Entre os motivos mais citados estão a falta de planejamento financeiro e a falta de controle sobre os impulsos de compra. Com relação ao status civil, a pesquisa mostrou uma maior participação dos solteiros entre os adimplentes, com 42% dos entrevistados. Já entre os inadimplentes, este número cai para 36%.

A pesquisa do SPC Brasil ainda mostra que o nível de escolaridade pode afetar o modo como o indivíduo lida com as suas finanças. Entre os adimplentes, apenas 4% possuíam ensino fundamental completo. A grande maioria (67%) dos entrevistados adimplente eram graduados ou possuíam especialização. Já entre os inadimplentes, cresce o número de pessoas que possuem apenas o 1º grau completo e a grande maioria deles (56%) tem apenas o 2º grau completo. O nível escolar superior pode explicar o fato de que 70% dos adimplentes declaram fazer planejamento financeiro, enquanto entre os inadimplentes este índice cai para apenas 41% dos entrevistados. Ainda no quesito planejamento, 68% dos adimplentes afirmam planejar antes de realizar uma compra. O percentual encontrado entre os inadimplentes é de apenas 48%.

No momento de pagar as contas também há grande diferença entre os dois perfis de consumidor. Enquanto os adimplentes preferem pagar à vista suas compras (60%), os inadimplentes preferem parcelar, mesmo quando o valor é baixo, para poderem ser saldo para novas compras. O perfil do consumidor inadimplente também é reforçado a medida que 37% dos entrevistados assumem comprar mais do que o necessita. Entre os adimplentes este índice cai para apenas 15%. Os adimplentes têm maior preocupação com as próprias finanças. A maioria relata que prefere pesquisar e refletir mais na hora da compra. A pesquisa também perguntou se os consumidores deixam de poupar para realizar um sonho. Os resultados foram praticamente os mesmos entre os dois grupos: 38% afirmam que sim entre os adimplentes e 37% entre os inadimplentes. O comportamento dos inadimplentes parece acarretar mais problemas nos relacionamentos. Apenas 10% dos adimplentes relatam que o seu comportamento de consumo resulta em discussões e brigas com o cônjuge. Nos inadimplentes este índice sobe para 21%.

Por fim, a pesquisa também revela que o planejamento e as ações de longo prazo são mais comuns entre os adimplentes (74%) do que entre os inadimplentes (52%). O desejo de poupar também se faz mais presente entre os adimplentes (66%) enquanto entre os inadimplentes, este percentual cai para apenas 28%. Observa-se assim, que entre os adimplentes há uma preocupação muito grande com o amanhã. Já, entre os inadimplentes, há fortes

tendências a realização de desejos imediatos, constituindo-se num estilo de vida legítimo. Para este grupo, mais do que concretizar amanhã, importa sentir-se feliz agora.

### 3 METODOLOGIA

Para alcançar os objetivos deste artigo, foi estabelecido o método de pesquisa quantitativo uma vez que através dele podemos buscar compreender o comportamento das pessoas de forma objetiva, buscando mensuração de opiniões, hábitos ou atitudes, mesmo quando a área do conhecimento está dentro das Ciências Sociais Aplicadas (CRESWELL, 2007; FIATES; SERRA; MARTINS, 2014).

A coleta de dados foi feita através de questionário adaptado de Figueira (2013), Gray e O'brien (2007) e Abrate (2009), e posteriormente validada por especialista. A pesquisa foi feita entre os dias vinte e quatro de junho a dois de julho, através da ferramenta Google Docs, com 234 respondentes. O questionário foi elaborado com 42 questões fechadas, a maior parte dele em escala Likert de sete níveis. A escala Likert é uma escala de concordância onde as pessoas dão sua opinião de concordância com o que acreditam de uma determinada declaração em maior ou menor grau (CRESWELL, 2007). Apesar de a escala Likert tradicionalmente produzir algum grau de não normalidade na sua distribuição, não foi observado este fenômeno no presente estudo.

O instrumento de coleta de dados foi estruturado para que as questões fossem organizadas com o intuito de buscar a percepção dos entrevistados sobre os temas relacionados, sem que se fosse dada ênfase a cada uma das escalas abaixo descritas:

- 01 a 05 – Conhecimento Financeiro;
- 06 a 14 – Aspiração e Metas;
- 15 a 18 – Autocontrole;
- 19 a 24 – Inadimplência;
- 25 a 30 – Adimplência;
- 31 a 35 – Educação Financeira no Ambiente Familiar
- 36 a 41 – Dados Sócio-demográficos.

Fizeram parte do estudo duzentos e trinta e cinco respondentes, de quatro das cinco regiões do país. Para se chegar a este número de respondentes o questionário foi disponibilizado pelas redes sociais Facebook, LinkedIn, Whatsapp e Google +, além de ser enviada mala-direta via e-mail.

Dos respondentes, a maioria absoluta (92,64%) é residente nos estados do sul, casados ou vivem em união estável (54,8%), possuem no mínimo ensino superior (80,4%), e são em sua maioria mulheres (62,2%), com renda superior a 05 salários mínimos (70%) e idade entre 30 e 40 anos (49,57%).

A análise dos dados foi feita utilizando o software IBM SPSS utilizando as ferramentas de análise por regressão linear e de confiabilidade. Também foi utilizado uma ferramenta estatística desenvolvida por Preacher e Hayes (2008) que nos traz a facilidade de descobrir relações múltiplas entre as escalas pré-determinadas.

#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para testar a confiabilidade das questões, projetou-se no software a análise de confiabilidade, onde se buscou o Alfa de Cronbach e assim determinar confiabilidade das relações entre as questões de cada escala. Para a escala de conhecimento financeiro, o alfa foi de 0,900; para a escala de aspiração e metas, o alfa foi de 0,763; para a escala de autocontrole, o alfa foi de 0,603; para a escala para inadimplência o alfa foi de 0,639; para a escala de adimplência o alfa foi de 0,875; para a escala de educação financeira no ambiente familiar o alfa foi de 0,804.

Malhotra (2007) ensina que o método de análise de regressão é uma ferramenta muito importante para observar as relações associativas entre uma variável dependente e outras independentes. Dentro deste princípio, através do método de análise de regressão linear disponível no software, foi buscado a relação entre as escalas de inadimplência e adimplência e as escalas de Conhecimento financeiro, Aspiração e Metas, Autocontrole e Educação Financeira no Ambiente Familiar.

Considerando a escala de adimplência como variável dependente, e as outras escalas como preditores (constantes) conforme tabela 01, demonstra que cada uma destas variáveis é de fundamental importância para a caracterização ou explicação, de como um indivíduo se vale da heurística para se beneficiar nas tomadas de decisões e assim evitar endividamento. Estas escalas conseguem explicar até 40% (tabela 02) do caminho da tomada de decisão que leva o indivíduo a não contrair dívidas maiores das que pode pagar.

**Coefficientes <sup>a</sup>**

Modelo	Coefficientes não padronizados		Coefficientes padronizados	t	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
1 (Constante)	1,905	,399		4,769	,000
Conhecimento Financeiro	,309	,054	,311	5,671	,000
Aspiração e Metas	,339	,082	,239	4,141	,000
Autocontrole	-,272	,065	-,227	-4,218	,000
Educação Financeira no Ambiente Familiar	,274	,049	,299	5,612	,000

a. Variável Dependente: adimplente

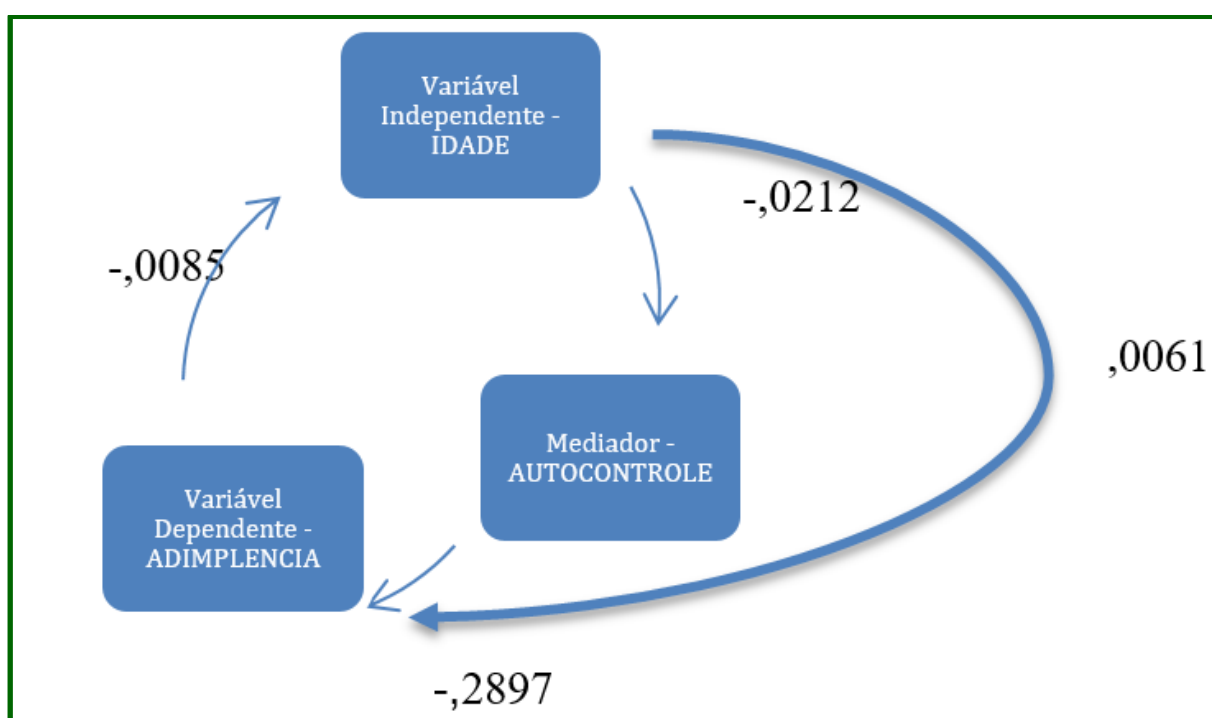
Tabela 01

#### Sumarização do modelo

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa
1	,635 <sup>a</sup>	,403	,393	1,05224

a. Preditores: (Constante), Conhecimento financeiro, Aspiração e Metas, Autocontrole e Educação Financeira no Ambiente Familiar. Tabela 02

Este estudo não conseguiu encontrar relevante relação entre a inadimplência e as escalas utilizadas como constantes. Entretanto, utilizando da ferramenta apresentada por Preacher e Hayes (2008), podemos verificar uma relação indireta importante. Considerando a idade dos respondentes como uma variável independente e a escala Adimplente como uma variável dependente, não existe uma correlação entre elas significativa. Entretanto, ao acrescentar a escala de Autocontrole como um mediador, é encontrada uma relevância na correlação entre estes três fatores, ou seja, quanto maior a idade do respondente, há uma tendência (95% confiabilidade) de ele possuir um maior grau de autocontrole e com isso levar a um estado adimplência na sua vida financeira (Figura 01).



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou na literatura base para servir de alicerce ao seu objetivo de identificar processos e ferramentas afim de justificar a inadimplência e adimplência dos indivíduos.

Considerando os resultados deste estudo, podemos verificar que ter um equilíbrio dentro das questões apresentadas no referencial teórico, são de suma importância para uma vida financeira equilibrada.

O modelo de análise de dados proposto nos mostrou que a busca por um perfil de educação financeira positiva passa pelo autocontrole do indivíduo. Este autocontrole, apesar de ser uma característica intrínseca do indivíduo é moldada durante sua vida, levando a consideração que quanto maior a idade, e conseqüentemente, um maior aperfeiçoamento (quando há) de seu autocontrole, tendem a levar a uma situação de controle da sua vida financeira.

Estes resultados do estudo não levaram em consideração escalas como sexo ou grau de instrução, que podem levar a outros patamares de entendimento do fenômeno da vida financeira dos indivíduos. Também é importante salientar que dentro do universo de respondentes deste estudo, sua grande maioria são representantes da média classe média, segundo classificação da Associação Brasileira de Empresas e Pesquisas (Abep), levado a hipótese que pesquisas em classes sociais mais baixas possam trazer resultados diferentes.

## REFERÊNCIAS

ABRATE, F. S. **Elaboração de um Questionário para Avaliar as Variáveis Determinantes do Endividamento de Estudantes Universitários no Cartão de Crédito: Um Estudo Piloto Adaptado para o Mercado de Cartão de Crédito Brasileiro.** 2009. 110 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração de Empresas, Administração de Empresas, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

BAUMEISTER, R. F.; HEATHERTON, T.F.; TICE, D. M. **Losing control: How and why people fail at self-regulation.** San Diego: Academic Press, Inc., 1994.

BAYUK, J. B.; JANISZEWSKI, C.; LEBOEUF, R. A. **Letting Good Opportunities Pass Us By: Examining the Role of Mind-Set during Goal Pursuit.** Journal of Consumer Research, v. 37, n. 4, p. 570-583, 2010.

BERNHEIM, D. B.; GARRET, D. M.; MAKI, D. M. **Education and saving: the long term effects of high school financial curriculum mandates.** National Bureau of Economic Research. Cambridge, n. 6085, jul./1997. Disponível em: <<http://www.nber.org/papers/w6085.pdf>> Acesso em 01 outubro 2008.

BERNHEIN, B. D.; GARRET, D. M. **The effects of financial education in the workplace: evidence from a survey of households.** Journal of Public Economics, v.87, p.1487-1519, 2003.

BERNHEIM, B. D.; GARRETT, D. M. **The determinants and consequences of financial education in the workplace: Evidence from a survey of households.** National Bureau of Economic Research, 1996.

BRAUNSTEIN, S. e WELCH, C.. **Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy.** Federal Reserve Bulletin. Nov, 2002.

CANOVA, L.; RATAZZI, A. M. M.; WEBLEY, Paul. **The hierarchical structure of saving motives.** Journal of Economic Psychology, v. 26, n. 1, p. 21-34, 2005.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. 248 p.

CERBASI, G. **Filhos Inteligentes enriquecem sozinhos** – São Paulo: Editora Gente, 2001.

D'AQUINO, C. **Ganhei um dinheirinho.** Ed. Moderna, 2008.

FIATES, G. G. S.; SERRA, F. A. R.; MARTINS, C. A aptidão dos pesquisadores brasileiros pertencentes aos programas de pós-graduação stricto sensu em Administração para pesquisas quantitativas. **Revista de Administração**, [s.l.], v. 49, n. 2, p.384-398, 2014. Business Department, School of Economics, Business & Accounting USP. DOI: 10.5700/rausp1153.

FIGUEIRA, R. F. **Devo, não nego, pago quando puder**: Uma análise acerca dos fatores condicionantes no comportamento do consumidor endividado. 2013. 141 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração e Sociedade, Marketing e Sociedade, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2013.

FRANKENBERG, L. **Seu futuro financeiro** – 16ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

GRAY, M. P.; O'BRIEN, K. M. Advancing the Assessment of Women's Career Choices: The Career Aspiration Scale. **Journal Of Career Assessment**, [s.l.], v. 15, n. 3, p.317-337, 1 ago. 2007. SAGE Publications. DOI: 10.1177/1069072707301211.

GREENSPAN, A. The importance of financial education today. **Social Education**, v.69, n.2, p. 64-67, Mar. 2005.

HALFELD, M. TORRES, F. F. L. **Finanças comportamentais**: Aplicações no contexto brasileiro. Revista de Administração de empresas, São Paulo, v.41, n, p. 64-71, Abr./Jun. 2001.

HIRA, T. K.; LOIBL, C. **Understanding the impact of employer-provides financial education on workplace satisfaction**. The Journal of Consumer Affairs, v.39, n.1, p. 173-194, Summer 2005.

INTERNATIONAL GATEWAY FOR FINANCIAL EDUCATION (IGFE). Disponível em [http://www.financialeducation.org/pages/0,3417,en\\_39665975\\_39667032\\_1\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.financialeducation.org/pages/0,3417,en_39665975_39667032_1_1_1_1_1,00.html). Acesso em julho de 2015.

JACOB, Katy et al. **Tools for survival: An analysis of financial literacy programs follower in come families**. Chicago: Woodstok Institute, Jan/2000.

KATONA, G. **Psychological economics**. Elsevier, 1975.

KEYNES, J. M. **General theory of employment, interest and money**. Atlantic Books, 2006.

KOTLER, P. **Marketing para organizações que não visam o lucro**. São Paulo: Atlas, 1978. 430 p.

LASTOVICKA, J. L.; **Frugal materialists**. Paper presented at the anti-consumption seminar. International Centre for Anti-Consumption Research. June 20-21, Auckland, New Zeland, 2006.

LEWIN, K. **Teoria de campo em ciência social**. São Paulo, Pioneira, 1965.

LINDQVIST, A. **A note on determinants of household saving behavior**. Journal of Economic Psychology, v. 1, n. 1, p. 39-57, 1981.

LUCENA, Wenner Glaucio Lopes; MACIEL, Rutênio Gleisson Costa. **A precificação Psicológica relacionada ao Comportamento do Consumidor no Processo de Decisão de Compra de Bens ou Serviços.** In. IV Congresso Associação Nacional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, 2010, Natal. AnpCont 2010.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing:** uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. 739 p.

MINUCHIM, S. (1980/1990). **Famílias:** funcionamento e tratamento. (Tradução de J. A. Cunha). Porto Alegre: Artmed.

MIROWSKY, J. **Age and sense of control.** Social Psychology Quarterly, v. 58, p. 31-43,1995.

MODERNELL, A.; Afinal, o que é educação financeira?. 2011. Disponível em: <<http://ucho.info/afinal-o-que-e-educacao-financiera> > Acesso em: 18 jun. 2013

NEPOMUCENO, M. C.; “**Anti-consumption**”: The lifestyles of the disciplined materialists. 2012.149.f.Tese (Doutorado em Filosofia - Administração) – Jonh Molson School of Business. Concordia University. Montreal, 2012.

OSÓRIO, L.C. **Família hoje.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

PREACHER, K. J.; HAYES, A. F. **Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models.** Behavior Research Methods, [s.l.], v. 40, n. 3, p.879-891, ago. 2008. Springer Science + Business Media. DOI: 10.3758/brm.40.3.879.

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

RICK, S. I.; CRYDER, C. E.; LOEWENSTEIN C. **Tighwads and Spendthrifts.** Journal of Consumer Research, v. 34, p.767-82, April 2007.

ROTHBAUM, F.; WEISZ, J. R.; SNYDER, S. **Changing the world and changing the self:** A two-process model of perceived control . Journal of Personality and Social Psychology, 42, p. 5-37, 1982.

RHA, J. Y.; MONTALTO, C. P.; HANNA, S. D. **The effect of self-control mechanisms on household saving behavior.** Financial Counseling and Planning, v. 17, n. 2, p. 3-16, 2006.

SARTI, C.A. **A família como ordem simbólica.** Psicologia USP, 2004, 11 - 28

SILVA, W. M ; YU, S. A. **Análise empírica do senso de autocontrole:** buscando entender o excesso de confiança. RAC, v. 13, n. 2, art. 5, p. 247-271, 2009.

SOMAN, D.; ZHAO, M. **The fewer the better:** Number of goals and savings behavior. Journal of Marketing Research, v. 48, n. 6, p. 944-957, 2011.

SOIFER, R. **Psicodimanismos da família com crianças**. Petrópolis: Vozes, 1983.

SPC BRASIL. <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/indice/1092>. Visualizado em 14 de julho de 2015.

TROPE, Y.; LIBERMAN, N. **Temporal construal**. Psychological review, v. 110, n. 3, p. 403, 2003.

UNITED NATIONS ORGANIZACION (ONU) – **Department of Economic and Social Affairs**. United Nations Guidelines for Consumer Protection. Nova York, 2003.