

UNIVERSIDADE FUMEC
FACULDADE DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

RODRIGO RIBEIRO ROCHA

A educação financeira na base da pirâmide: uma análise da
vulnerabilidade do consumidor de baixa renda

Área de Concentração

Gestão Estratégia de Organizações

Linha de Pesquisa

Estratégia e Tecnologias em Marketing

Belo Horizonte – MG

2015

RODRIGO RIBEIRO ROCHA

A educação financeira na base da pirâmide: uma análise da
vulnerabilidade do consumidor de baixa renda

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em
Administração da Universidade FUMEC como parte
dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em
Administração.

Área de concentração: Gestão estratégica de
organizações.

Linha de pesquisa: Estratégia e tecnologias em
marketing.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Antônio Antunes Teixeira

Belo Horizonte – MG

2015

Autor: Rocha, Rodrigo Ribeiro

Título: A educação financeira na base da pirâmide :



FUMEC

211514

Ac. 68542

Nr Pat.:32142

Rocha, Rodrigo Ribeiro.

R672e A educação financeira na base da pirâmide: uma análise da vulnerabilidade do consumidor de baixa renda. / Rodrigo Ribeiro Rocha. – Belo Horizonte, 2015.

82 f : il. ; 30 cm.

Orientador: Luiz Antônio Antunes Teixeira.

Dissertação (mestrado) – Universidade FUMEC. Faculdade de Ciências Empresariais.

Inclui bibliografia.

1. Consumidores de baixa renda – Estudo de casos.
2. Educação Financeira – Estudo de casos. 3. Pobres como Consumidores – Estudo de casos. I. Teixeira, Luiz Antonio Antunes. II. Universidade FUMEC. Faculdade de Ciências Empresariais. III. Título.

CDU: 658.89:338

Elaborada por Olívia Soares de Carvalho. CRB/6: 2070

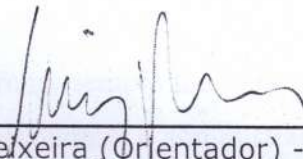
UNIVERSIDADE FUMEC
Biblioteca Universitária



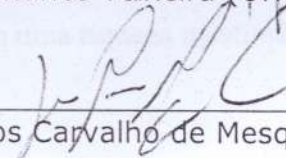
**UNIVERSIDADE
FUMEC**

DE MINAS GERAIS PARA O MUNDO

Dissertação intitulada **"A Educação Financeira na Baixa Renda: Uma Análise da sua Vulnerabilidade no Processo de Consumo."** de autoria do aluno Rodrigo Ribeiro Rocha aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:



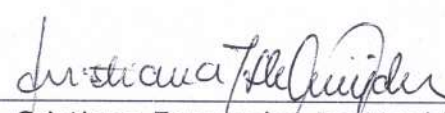
Prof. Dr. Luiz Antônio Antunes Teixeira (Orientador) - Universidade FUMEC



Prof. Dr. José Marcos Carvalho de Mesquita - Universidade FUMEC



Prof. Dr. Francisco Vidal Barbosa - UFMG



Prof^a. Dra. Cristiana Fernandes De Muijder
Coordenadora do Programa de Doutorado e Mestrado em Administração
Universidade FACE/FUMEC

Belo Horizonte, 11 de agosto de 2015.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha esposa Dalila, pela paciência e compreensão, principalmente nos momentos de ausência, face à grande dedicação aos estudos neste período.

Agradeço também a minha irmã Luiza e a minha cunhada Bruna, pela importante ajuda na aplicação dos questionários.

Agradeço, acima de tudo, a DEUS, pela força sempre me concedida e pela oportunidade de estudar e aplicar meus conhecimentos de economia e administração no estudo desta fatia da população tão excluída, mas com uma riqueza inestimável.

RESUMO

Esta dissertação objetivou analisar os impactos da educação financeira na vulnerabilidade do consumidor de baixa renda em seu processo de consumo. Para responder a esta problemática adotou-se uma metodologia desdobrada em duas partes: descritiva e quantitativa. Inicialmente, foi realizada uma análise longitudinal de dados macroeconômicos da economia brasileira nos últimos dez anos, apresentando um mapeamento regional do comportamento do consumidor de baixa renda e a sua relação com a escolaridade, concentração de renda e a taxa de poupança, importantes variáveis que implicam em sua vulnerabilidade financeira. Observou-se nesta análise uma forte relação entre os indicadores estudados, com as regiões Norte e Nordeste se destacando com uma maior população de baixa renda, menor escolaridade, baixa taxa de poupança e maiores índices de inadimplência. Na segunda etapa da pesquisa, investigou-se os fatores comportamentais que provocam a vulnerabilidade deste consumidor e o seu nível de conhecimento ou de educação financeira. Para isto, foram analisados, através do método de inferência de árvore de decisão, 100 questionários estruturados aplicados em consumidores pertencentes às classes D e E da região metropolitana de Belo Horizonte/MG, entre os dias 01 a 15 de junho de 2015. Dividiu-se esta amostra em dois subgrupos iguais, com o primeiro sendo composto por indivíduos endividados adimplentes e, o segundo por endividados inadimplentes. Dentre os resultados encontrados, evidenciou-se a relevância da educação financeira na redução da vulnerabilidade do consumidor de baixa renda, atuando positivamente no seu comportamento financeiro. Como limitação da pesquisa, aponta-se a dificuldade na aplicação destes questionários, dada a insegurança e receio de alguns consumidores de baixa renda entrevistados em responder questões sobre o seu comportamento financeiro real, comprometendo uma maior assertividade na sua autoavaliação.

Palavras-chave: População de baixa renda, base da pirâmide, crédito, consumo, escassez, vulnerabilidade, educação financeira, endividamento, inadimplência.

ABSTRACT

This work aimed to analyze the impact of financial education on the vulnerability of the low-income consumer in the consumption process. To answer this problem we adopted a methodology deployed in two parts: descriptive and quantitative. Initially, a longitudinal analysis was made of macroeconomic data of the Brazilian economy over the past decade, presenting a regional mapping of the behavior of the low-income consumer and his/her relationship with schooling, concentration of income and savings rate, important variables that presuppose their financial vulnerability. In this analysis a strong relationship between the studied indicators was observed, with the North and Northeast standing out with a larger population of the low-income, lower education, low savings rate and higher default rates. In the second stage of the study, we investigated the behavioral factors that cause vulnerability of this consumer and his/her level of knowledge or financial education. For this, through the decision tree inference method, we analyzed 100 structured questionnaires given to consumers belonging to the classes D and E of the metropolitan region of Belo Horizonte/MG, between 01 to 15 June 2015. This sample was divided into two equal subgroups, with the former being composed of defaulting indebted individuals and the second of people with delinquent debt. Among the findings, the importance was shown of financial education in reducing low-income consumer vulnerability, acting positively on financial behavior. As a research limitation, the difficulty in applying these questionnaires is indicated, given the insecurity and fear of some low-income consumers interviewed to answer questions about their actual financial behavior, compromising greater assertiveness in their self-assessment.

Keywords: Low-income population, pyramid base, credit, consumption, scarcity, vulnerability, financial education, debt default.

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|----------|---|----|
| Figura 1 | Estrutura do trabalho..... | 20 |
| Figura 2 | Pirâmide social brasileira (em número de famílias) -2013..... | 33 |
| Figura 3 | Etapas das análises estatísticas pelo modelo de arvores de decisão..... | 62 |
| Figura 4 | Diagrama esquemático da árvore de inferência condicional do modelo que considera todas as questões do questionário..... | 63 |
| Figura 5 | Diagrama esquemático da árvore de inferência condicional do modelo que considera as questões referentes ao “Comportamento de Consumo” dos respondentes..... | 64 |
| Figura 6 | Diagrama esquemático da árvore de inferência condicional do modelo que considera as questões referentes ao “Perfil de Endividamento” dos respondentes..... | 65 |
| Figura 7 | Diagrama esquemático da árvore de inferência condicional do modelo que considera as questões referentes à “Educação Financeira” dos respondentes..... | 66 |
| Figura 8 | Diagrama esquemático da árvore de inferência condicional do modelo que considera as características dos perfis socioeconômico dos respondentes..... | 67 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1 Estratificação social regional histórica – 2003/2013 –PNAD..... | 39 |
| Gráfico 2 Coeficiente de Gini por região geográfica – 2003/2013 | 40 |
| Gráfico 3 Taxa de inadimplência das operações de crédito no SFN – PF (%)..... | 43 |
| Gráfico 4 Renda domiciliar per capita – média..... | 44 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|----|
| Quadro 1 Critério IBGE de definição de classes sociais..... | 32 |
| Quadro 2 Indicador de Educação Financeira por escolaridade..... | 41 |
| Quadro 3 Os princípios da Educação Financeira segundo a OCDE..... | 48 |
| Quadro 4 Síntese da relação entre variáveis socioeconômicas e demográficas e a educação financeira | 54 |
| Quadro 5 Procedimentos metodológicos da pesquisa segundo os objetivos..... | 58 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1 – Anos de estudo por região brasileira – média – pessoas de 25 anos e mais | 40 |
| Tabela 2 – Taxa de poupança familiar regional – Brasil | 42 |
| Tabela 3 – Indicador de Educação Financeira – InDEF – anos 2013 e 2014..... | 55 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- APEB - Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa
- BACEN - Banco Central do Brasil
- CEV - Centro de Excelência em Varejo
- COPOM - Conselho de Política Monetária
- CNC – Confederação Nacional do Comércio
- CVM - Comissão de Valores Mobiliários
- EnANPAD - Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração
- ENEF - Estratégia Nacional de Educação Financeira
- FGTS - Fundo de Garantia do Tempo de Serviço
- FGV - Fundação Getúlio Vargas
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IBOPE - Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
- IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
- IndEF - Indicador de Educação Financeira
- OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
- OFE - *Office of Financial Education*
- PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do IBGE
- PEIC - Pesquisa Nacional do Endividamento e Inadimplência do Consumidor
- PIB - Produto Interno Bruto
- POF - Pesquisa de Orçamento Familiar
- PREVIC - Superintendência Nacional de Previdência Complementar
- SFN - Sistema Financeiro Nacional
- SUSEP - Superintendência de Seguros Privados
- TPF - Taxa de Poupança Familiar
- UNDP - *United Nations Development Programme*

SUMÁRIO

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | INTRODUÇÃO..... | 13 |
| 1.1 | Contextualização..... | 13 |
| 1.2 | Problematização..... | 15 |
| 1.3 | Objetivos..... | 15 |
| 1.3.1 | Geral..... | 15 |
| 1.3.2 | Específico..... | 15 |
| 1.4 | Justificativa e relevância da pesquisa..... | 16 |
| 1.5 | Estrutura da dissertação..... | 19 |
| 2 | REFERENCIAL TEÓRICO..... | 21 |
| 2.1 | Comportamento do consumidor e o seu relacionamento com o crédito..... | 21 |
| 2.2 | O crédito ao consumidor no Brasil..... | 28 |
| 2.3 | O consumidor de baixa renda: a base da pirâmide brasileira..... | 32 |
| 2.4 | A vulnerabilidade financeira do consumidor de baixa renda..... | 34 |
| 2.5 | Mapeamento do perfil do consumidor da base da pirâmide brasileira..... | 38 |
| 2.6 | Educação financeira..... | 45 |
| 2.7 | A prática da educação financeira no mundo..... | 50 |
| 3 | METODOLOGIA..... | 56 |
| 3.1 | Etapas da pesquisa..... | 56 |
| 3.2 | Processo de coleta de dados..... | 58 |
| 3.3 | Método para a análise dos dados..... | 60 |
| 4 | ANÁLISE DOS RESULTADOS..... | 62 |
| 5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 69 |
| | REFERÊNCIAS..... | 72 |
| | APÊNDICE A – Questionário de pesquisa..... | 77 |

1 INTRODUÇÃO

Os consumidores de baixa renda vêm ganhando destaque nos meios acadêmicos e corporativos nos últimos anos, dado o grande potencial deste mercado, principalmente nos países em desenvolvimento (NARDI, 2009; PARENTE, BARKI, KATO, 2005; CHAUVEL, MATOS, 2013). Também conhecida como a “Base da Pirâmide” - termo que vem da tradução literal do artigo de Prahalad e Hart (2002), *Bottom of Pyramid*, e refere-se, segundo estes autores, a 4 bilhões de pessoas que vivem com menos de US\$2,00 por dia (NOGAMI; PACAGNAN, 2011, p.3) – esta população apresenta grande complexidade de comportamentos, que vem desafiando muitos estudiosos da relação destes indivíduos com o mercado de consumo. E duas linhas teóricas antagônicas se sobressaem neste debate:

De um lado, tem-se a visão hedonista do consumo, liderada por Prahalad (2002), que defende a plena inserção do consumidor de baixa renda na sociedade de consumo, destacando a grande riqueza existente na base da pirâmide. E, do outro lado, tem-se a visão moralista, liderada por Karnani (2007), que sustenta que o aumento do consumo na base da pirâmide pode gerar efeitos negativos na sociedade, como o consumismo e o consequente endividamento deste consumidor, que podem ainda evoluir em maiores mazelas sociais. (HEMAIS; CASOTTI; ROCHA, 2013, p 200.).

Diante deste discurso, muitos autores têm destacado a vulnerabilidade do consumidor de baixa renda, descrevendo-os como indivíduos materialistas, impulsivos, influenciáveis, emotivos, altamente dependentes de crédito e com necessidades de aceitação social via consumo de bens (NOGAMI; VIEIRA; MEDEIROS, 2012, FAUSTINO; YAMAMOTO, 2009, NARDI, 2009). A escassez ou limitação de recursos observada na população da base da pirâmide atua como agravante desta vulnerabilidade, pois “imprevistos como a perda do emprego, gravidez, doença na família, falecimento de parentes podem gerar um grande desequilíbrio no orçamento destas famílias, levando-as ao endividamento e inadimplência” (CHAUVEL; MATTOS, 2008, p. 5). E estes comportamentos, associados às facilidades no mercado de crédito ao consumo e a baixa ou inexistente educação financeira, têm-se tornado um “barril de pólvora”, prestes a eclodir a qualquer momento e que, diante de cenários econômicos mais instáveis, fica ainda mais evidente.

1.1 Contextualização

O estudo do comportamento do consumidor de baixa renda no contexto brasileiro ganhou mais relevância após a década de 90, quando ocorreu a estabilização econômica com o Plano

Real, o início de um processo de expansão na oferta de crédito e o crescimento da bancarização da população (ALVES; SOARES, 2006). O aumento do poder de compra do consumidor de baixa renda liberou uma imensa demanda reprimida por vários anos de estagnação econômica e crises inflacionárias. (NARDI, 2009).

E foram 20 anos de crescimento, com alguns ciclos influenciados pela conjuntura econômica interna e externa, numa política macroeconômica fundamentada em expansão da demanda interna. E, neste processo, a inserção de uma grande massa de consumidores de baixa renda na sociedade de consumo constituiu num fator chave para o crescimento econômico aferido neste período (BARTH, 2003). Entretanto, também se observou um aumento do endividamento e inadimplência das famílias brasileiras, principalmente após a crise econômica mundial de 2008 em que a política econômica baseada em aumento de consumo começou a dar sinais de desgastes, exigindo medidas macroprudenciais de restrição ao crédito e ao consumo.

Segundo números da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do IBGE - PNAD- de 2013, dentre 65.113 famílias brasileiras, 68% (51.050 famílias) pertencem à base da pirâmide. Este número demonstra a relevância desta população na economia brasileira, representando um grande mercado consumidor. Entretanto, quando se observa no mesmo período um crescimento do endividamento das famílias de 58,3% para 62,5%, segundo a Pesquisa Nacional do Endividamento e Inadimplência do Consumidor-PEIC da Confederação Nacional do Comercio-CNC de 2013, e ao mesmo tempo, um índice de Crédito/PIB de 56,5% (BACEN), configura-se um quadro preocupante. Esta preocupação deriva da relevância numérica dessa população na economia brasileira e dos indicadores de inadimplência crescentes, num mercado com grande potencial de crescimento, quando comparado ao contexto dos países desenvolvidos.

Esta situação torna-se ainda mais delicada, quando se observa que, além dos fatores estruturais, macro e microeconômicos, a dificuldade do consumidor brasileiro em administrar o seu orçamento, administrar suas dívidas e adquirir bens, agrava este quadro de inadimplência e endividamento (MACEDO JR, 2007). Como destacou também Silva (2004, p. 29), “a realidade no Brasil é que as pessoas não foram educadas para pensar sobre dinheiro na forma de administração e, assim, a grande maioria gasta aleatoriamente sem refletir sobre seu contexto financeiro e os impactos futuros”.

1.2 Problematização

Diante desse cenário, a educação financeira - definida pela OCDE (2005) como o

processo pelo qual os indivíduos melhoram sua compreensão dos conceitos e dos produtos financeiros, de modo que, com informação e orientação claras, adquirem os valores e competências necessárias para se tornarem conscientes das oportunidades e dos riscos neles envolvidos e, então, façam suas escolhas bem informados,

é considerada fundamental para a redução da vulnerabilidade do consumidor de baixa renda. Como destacou Cordeiro, Almeida e Figueiredo (2013, p. 5), “a educação financeira permite que as famílias possam controlar e planejar melhor a sua renda, estabelecendo metas, prioridades e um planejamento consciente de suas despesas e receitas”.

Assim, este trabalho propõe analisar o comportamento do consumidor de baixa renda, respondendo à seguinte questão de pesquisa:

Quais os impactos da educação financeira na vulnerabilidade dos consumidores de baixa renda em seu processo de consumo?

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Analisar os impactos da educação financeira na vulnerabilidade do consumidor de baixa renda no seu processo de consumo.

1.3.2 Específicos

- I) Apresentar um mapeamento da população de baixa renda no Brasil, destacando as suas diferenças regionais.
- II) Descrever os principais fatores propulsores da vulnerabilidade financeira do consumidor de baixa renda brasileiro.
- III) Identificar os graus de relevância da variável educação financeira no comportamento financeiro do consumidor de baixa renda.

1.3 Justificativas e relevância da pesquisa

Este estudo encontra-se fundamentado em três importantes justificativas quanto à sua relevância: acadêmica, gerencial e sociopolítica. Como exposto na seção anterior, assistiu-se nos últimos anos a um aumento do interesse no estudo do comportamento do consumidor de baixa renda nos campos da Psicologia Econômica, do Marketing e das Finanças Comportamentais. Contudo, ainda existem poucos estudos acadêmicos estruturados no Brasil sobre o tema, que explorem o papel da educação financeira no comportamento deste consumidor de baixa renda.

Paralelamente, também se assistiu a um crescimento da inadimplência e endividamento das famílias brasileiras. E entender o papel da educação financeira no comportamento do consumidor torna-se importante, contribuindo para a discursão de novas estratégias empresariais e gerenciais, direcionadas e diferenciadas para o atendimento do consumidor de baixa renda, diante do aumento da bancarização da população e da crescente complexidade dos serviços financeiros (SOUZA; ARAUJO,2010).

Além desta relevância gerencial, tem-se também um aumento da preocupação sobre o tema no âmbito social e político, dada “a necessidade do cumprimento dos deveres de cada cidadão para com a sociedade, visto que pessoas educadas financeiramente planejam melhor suas compras e honram seus compromissos financeiros” (SOUZA; ARAUJO, 2010, p.1). Tem-se assim, que a falta de conhecimento financeiro dificulta o pleno exercício da cidadania, exigindo políticas socioeducativas, que proporcionem a educação financeira para toda a população, contribuindo para a transformação dos cidadãos em consumidores sustentáveis.

Alguns trabalhos acadêmicos realizados sobre o tema nos últimos anos adotaram diferentes abordagens. Faustino e Yamamoto (2009), para explicar os fatores que contribuem para o crescimento do consumo de crédito pelos consumidores de baixa renda e o aumento das dívidas, realizaram pesquisa empírica com entrevistas em profundidade, cruzando os resultados com a revisão bibliográfica, levantamento de dados secundários e as informações de crédito dos entrevistados, consumidores de baixa renda do interior de São Paulo. As autoras concluíram que

o aumento da renda desta população ao invés de dar maior conforto, leva o consumidor a maior vulnerabilidade de consumo e aumento do endividamento; novas dívidas são contraídas, objetivando o consumo de itens não-essenciais associados à emoção e a felicidade e o consumo de crédito é um fator contribuinte ao vício de consumir” (FAUSTINO; YAMAMOTO, 2009, p. 12).

Já Parente, Barki e Kato (2005), buscando o entendimento das necessidades e motivações de compras das classes baixas, realizaram pesquisa empírica em um bairro de periferia de São Paulo, investigando seu processo de compra em supermercados, por meio da realização de entrevistas em profundidade e *focus group*. Também obtiveram resultados importantes que ilustram as peculiaridades do consumidor de baixa renda. Uma das principais conclusões do estudo foi de que “o momento de compra pode proporcionar uma experiência extremamente favorável ao consumidor, desde que se crie todo um ambiente que passe a imagem e calor humano, de aceitação e de prazer e isto é tão ou mais importante que o preço dos produtos”. (PARENTE; BARKI; KATO, 2005, p. 1).

Em Minas Gerais, tem-se também um importante estudo realizado por Pinto (2009), com o objetivo de conhecer como os consumidores de baixa renda de um dos bairros pobres da cidade de Belo Horizonte vivenciam suas experiências de consumo de aparelhos eletrônicos, realizando, para isto, uma rica pesquisa etnográfica, seguida de análise de conteúdo. E uma das grandes conclusões deste trabalho é que se

deve compreender o consumo como uma espécie de facilitador, propiciador e construtor das relações sociais e, assim, a ideia das experiências de consumo no plano simbólico implica atrela aos significados dessas experiências as dinâmicas de sociabilidade as quais se entrelaçam. (PINTO, 2009, p. 275).

Em outro estudo, também muito relevante, Flores, Vieira e Coronel (2011), ao procurar analisar a influência de fatores comportamentais na propensão ao endividamento dos servidores da Universidade Federal de Santa Maria, realizaram uma pesquisa *survey* com 246 servidores, por meio de questionário estruturado, com escalas quantitativas para mensurar endividamento, materialismo, risco e educação financeira. Na pesquisa, os autores concluíram que “a percepção de risco financeiro e a educação financeira são, dentro dos fatores estudados, os que influenciam a propensão ao endividamento, sendo que quanto maior a percepção de risco e o grau de educação financeira, menor a propensão ao endividamento”. (FLORES; VIEIRA; CORONEL, 2011, p. 13).

Nesta mesma linha, Leal e Melo (2008), objetivando analisar a relação entre o nível de educação financeira e o grau de qualidade do planejamento pessoal, realizaram pesquisa exploratória, iniciando-se pelo levantamento dos principais indicadores sociais que apoiaram a análise da amostra coletada e depois com a aplicação de questionários em algumas cidades brasileiras, finalizaram com uma análise estatística dos dados. Nesta pesquisa, verificou-se que o nível de formação tem uma influência relativamente média (55%) no grau de investidor, assim como a área de atuação (55%). Entretanto, a conjugação média do nível de formação

com a área de atuação explica razoavelmente bem (66%) o grau de investidor. Conclui-se ser “fundamental a busca por propostas de melhoria que levam em conta a substancial relação existente entre o nível de formação conjugado com a área de atuação e a qualidade do planejamento financeiro pessoal da população” (LEAL; MELO, 2008, p. 1).

Trabalhos recentes, publicados na EnANPAD neste ano de 2014, também abordam a temática, com enfoques diferentes, mas que validam a importância e atualidade deste tema no debate acadêmico contemporâneo. Mette e Matos (2014) apresentaram um trabalho em que analisam o comportamento do consumidor de baixa renda, endividado, por meio de uma análise qualitativa com a realização de entrevistas com consumidores das classes D e E. Dentre as principais causas do endividamento, destacam que “compras por impulso, o pagamento do valor mínimo das faturas de cartão de crédito, o uso de financiamentos e empréstimos para aquisição de bens ou até mesmo para pagar outra dívida e fatores imprevistos ou eventos não planejados, estão fortemente relacionados à acumulação de dívidas não pagas” segundo METTE & MATOS, 2014, p. 1).

Ao analisar uma das principais causas do problema do endividamento, os autores Potrich, Vieira e Kirch (2014), apresentam um trabalho em que analisam os determinantes da alfabetização financeira com a proposição de um modelo e análise da influência das variáveis socioeconômicas e demográficas, por meio de uma *survey* com 1572 indivíduos. Neste estudo, são delineados dois *clusters*, um dos indivíduos com baixo nível de educação financeira e outro com os indivíduos de alto nível dessa educação. Concluiu-se que “os indivíduos de gênero masculino, que não possuem dependentes, com maior grau de escolaridade e níveis elevados de renda própria e familiar são os que apresentam maior propensão a possuir níveis altos de alfabetização financeira”. (POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2014, p. 1).

Em outro artigo também muito bem estruturado, Medeiros, Dantas, Silva e Pereira (2014) analisam o endividamento e literacia financeira na perspectiva dos consumidores endividados no cartão de crédito, com a realização de entrevistas em profundidade. E os resultados desta pesquisa oferecem importantes “implicações para a academia, para a indústria de cartão de crédito e para a sociedade, pois traz subsídios teóricos para o avanço dos estudos e para o desenvolvimento de boas práticas de uso do cartão de crédito e de políticas públicas de instrução financeira e conscientização sobre o seu uso”. (MEDEIROS et al., 2014, p. 1).

Também ao observar o mercado de cartão de crédito, Kunkel, Vieira e Potrich (2014) analisam as causas e consequências da dívida de cartão desse cartão, realizando uma análise dos multifatores, com uma grande pesquisa com 1.831 usuários de cartões de crédito nos estados do Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Maranhão. E, como resultado do trabalho, tem-se que “os determinantes do endividamento são os construtos materialismo, compras compulsivas, comportamento de uso no cartão de crédito e alfabetização financeira e, como consequência, tem-se o baixo nível de bem-estar financeiro e as emoções negativas”. (KUNKEL; VIEIRA; POTRICH, 2014, p.1).

Neste estudo, o enfoque será diferente, direcionado à análise dos impactos da educação financeira na vulnerabilidade do consumidor de baixa renda em seu processo de consumo. Pretende-se investigar as hipóteses teóricas existentes na literatura contemporânea, buscando as respostas que atenderão as três linhas que justificam a relevância do tema proposto. A metodologia, detalhada no final deste trabalho, será descritiva, de natureza quantitativa.

1.5 Estrutura da dissertação

A estrutura deste trabalho está organizada em cinco seções, incluindo esta Introdução, em que se apresentam os pontos que contextualizam a pesquisa, o problema de pesquisa, os objetivos gerais e específicos, a justificativa e a relevância da pesquisa. Na segunda seção, tem-se o referencial teórico com uma breve revisão dos principais estudos teóricos sobre o tema. Na terceira, desenvolve-se a metodologia detalhada e, na quarta, procede-se à apresentação e análise dos resultados das pesquisas realizadas. Já na quinta seção, formulam-se as considerações finais deste estudo, conforme ilustra a Figura 1, a seguir, que traz a estrutura adotada nesta dissertação.

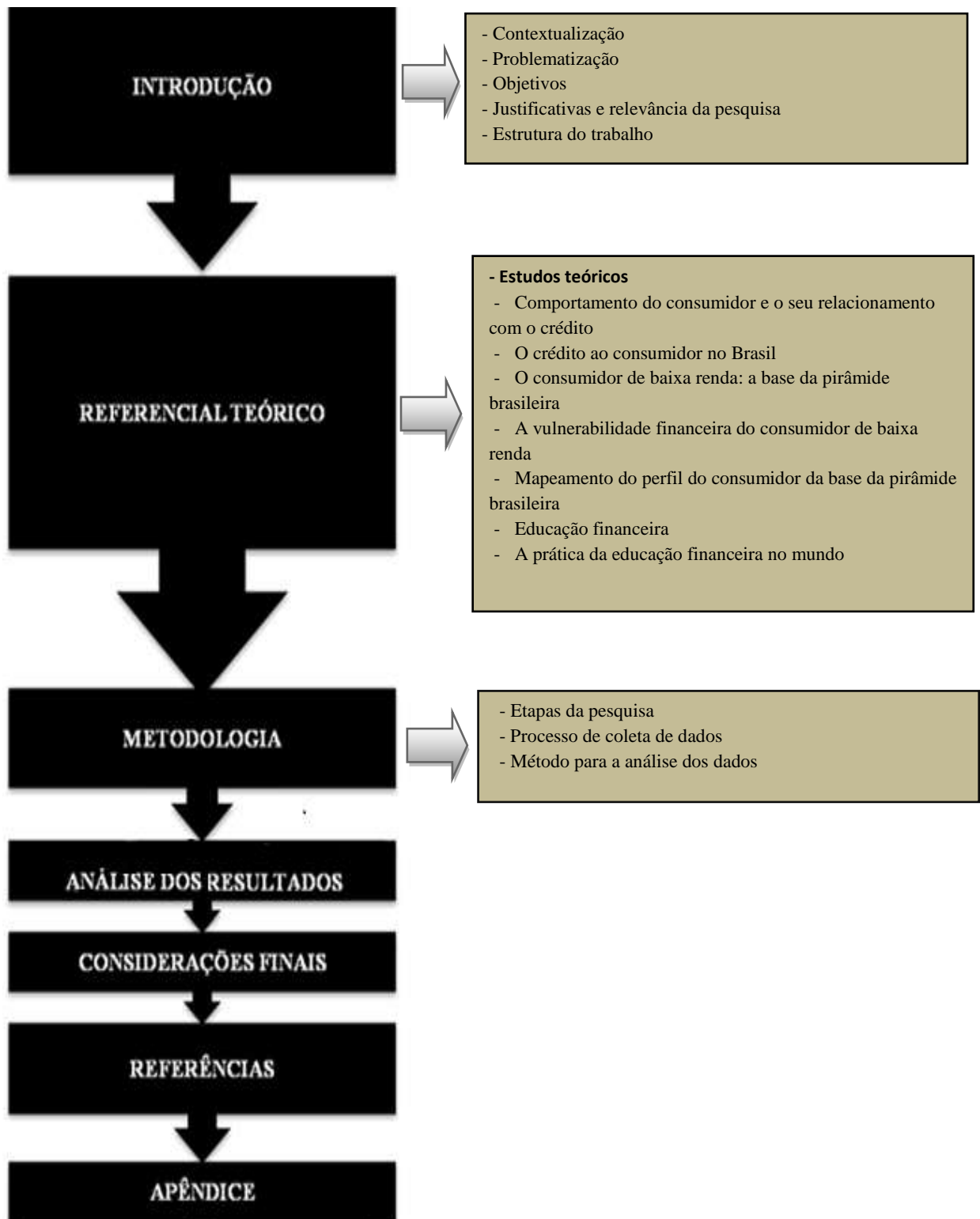


FIGURA 1 - Estrutura do trabalho

Fonte: Elaboração do autor, 2015.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Alinhado com as correntes teóricas hedonista e moralista do consumo, o referencial teórico a seguir encontra-se dividido em sete seções. A primeira apresenta algumas teorias referentes ao comportamento do consumidor e o seu relacionamento com o mercado de crédito no processo de consumo. Na segunda, descreve-se uma breve evolução histórica e econômica do mercado de crédito ao consumo no Brasil nos últimos 45 anos. Na sequência, tem-se a delimitação e definição do objeto de estudo deste trabalho, o consumidor de baixa renda, a base da pirâmide brasileira. Já a quarta seção trata a questão da vulnerabilidade do consumidor de baixa renda e, na quinta seção, por meio da análise de dados secundários e estudo longitudinal, apresenta um mapeamento do consumidor de baixa renda brasileiro, seu comportamento e diferenças regionais nos últimos 10 anos. Ao finalizar, o referencial teórico na sexta seção, com a descrição das principais teorias sobre a educação financeira, seguida da sétima seção com a apresentação de algumas experiências práticas da educação financeira no mundo.

2.1 Comportamento do consumidor e o seu relacionamento com o crédito

Thorstein Veblen foi um dos primeiros estudiosos a tratar o tema do consumo no ano de 1899.

Para ele:

O consumo era um fenômeno que não poderia ser enquadrado dentro de modelos econômicos tradicionais e que, por isso, deveria ser visto como algo fora dos padrões e o consumo conspícuo seria o substituto do ócio como a atividade que transmitiria características pessoais de cada indivíduo a seus pares. (HEMAIS; CASOTTI, ROCHA, 2013, p. 201).

Diariamente, todos os indivíduos se deparam com diversas escolhas intertemporais e uma delas é o *trade-off* entre consumir e poupar, método de “grande relevância econômica, uma vez que determina a sequência de perfis de comportamento de consumo que moldam as trajetórias de bem-estar individual e social” (MURAMATSU; FONSECA, 2008, p.1). O fenômeno do consumo é interpretado de maneira diferente pelas correntes de pensamento da Economia e da Antropologia. Enquanto os primeiros consideram o consumo como uma ação racional do indivíduo maximizador de sua utilidade econômica, os segundos o consideram como um fato social, um fenômeno cultural e de natureza simbólica. A abordagem usada neste estudo é uma releitura destas duas correntes, que, como destacou Chauvel e Mattos (2008, p. 4), “considera o consumo como um fato econômico até a fronteira do preço de entrada necessário para a aquisição do produto ou serviço, entrando em jogo, a partir daí,

outros elementos mais complexos, de caráter simbólico”. Neste processo, o crédito constitui uma importante variável econômica, mas que, às vezes, assume outros papéis e características.

A visão neoclássica do consumidor racional, maximizador de sua utilidade, encontra “limites preditivos e explanatórios devido à incapacidade de desvendar os processos cognitivos e emocionais, que são causalmente significativos para a geração dos comportamentos de escolha de consumo intertemporal observados no mundo real” (MURAMATSU; FONSECA, 2008, p. 1). Nesta linha, têm-se dois importantes modelos da teoria econômica comportamental, que descrevem o comportamento do consumidor. O primeiro deles é o modelo de viés de projeção, desenvolvido por George Loewenstein, Ted O’Donoghue e Matthew Rabin em 2003, segundo o qual “o princípio maximizador da utilidade descontada pela hipótese empírica de que o indivíduo se baseia nos seus estados viscerais correntes para prever suas preferências futuras e a utilidade associada aos cursos de ação disponíveis” (MURAMATSU; FONSECA, 2008, p. 3). O outro modelo, conhecido como o “pavor pela espera” e a possibilidade de desconto negativo, também estudado por Loewenstein (1987), Benzion (1989), Carson e Horowitz (1990), demonstra que embora as taxas de desconto sejam frequentemente positivas, em algumas vezes, “os agentes preferem antecipar um evento desagradável, apresentando assim taxas de descontos negativas, dado que o fato de que esperar por uma perda (resultado negativo) implicaria em sofrimento, gerando o efeito chamado na literatura comportamental de pavor pela espera (dread effect)”. (MURAMATSU; FONSECA, 2008, p. 4).

Por estes modelos, tem-se que os agentes apresentam dificuldades em suas escolhas, sendo sempre afetados pelas preferências, gostos, valores e emoções. Embora o objetivo final seja sempre maximizar a sua utilidade, os consumidores estarão sujeitos ao viés de projeção e ao pavor pela espera. Vale destacar que neste processo de escolha, além dos fatos econômicos dados pelo nível de renda, crédito, emprego, dentre outros, tem-se os demais elementos simbólicos, complexos e muito importantes. Entretanto, como sublinhou Chauvel e Mattos (2008, p.5), “a análise cultural não deve fazer perder de vista as superfícies duras da vida, as realidades estratificadoras políticas e econômicas, dentro das quais os homens são reprimidos em todos os lugares e são particularmente prementes quando se fala em classes pobres dos países emergentes”. Para o entendimento do consumo, faz-se necessário o entendimento da cultura e valores sociais, pois estão muito relacionados. “O consumo, por esta perspectiva,

ajuda a definir a cultura e os valores dos indivíduos de uma sociedade”. (HEMAIS; CASOTTI; ROCHA, 2013, p. 201).

A influência da renda dos indivíduos sobre os padrões de consumo é significativa e as diferenças nas rendas das famílias determinam a expansão ou retração de seu consumo. Entende-se, como renda, todos os recursos econômicos de salários, remuneração de juros, aluguéis e recursos provenientes de programas de transferência de renda, recebidos pelos indivíduos e ou pelas suas famílias. Ernest Engel já afirmava, em 1857, em seu artigo que analisava o impacto da renda nos gastos familiares (“Lei de Engel”), que à medida que a renda dos indivíduos cresce: “a) decresce a proporção do dispêndio em alimentação sobre o dispêndio total; b) as proporções dos dispêndios em vestuário e habitação mantêm-se constantes e c) a proporção do dispêndio total alocado em educação, recreação e outros serviços também crescem”. (SILVA; PARENTE; KATO, 2009, p.101).

Assim, tem-se que a renda além de determinar os níveis de consumo, a sua variação altera as preferências dos indivíduos. Mas é importante ressaltar que, “os limites máximos do consumo são definidos pelos recursos financeiros, especificamente pela renda da unidade familiar, suas poupanças e suas dívidas” (SILVA; PARENTE; KATO, 2009, p.102). O crédito, ou seja, as dívidas, também compõe a renda dos indivíduos que irá limitar o seu consumo e também determinar as suas escolhas, como destacou Silva, Parente e Kato (2009, p.102):

Neste sentido, a escolha de um produto ou serviço é extremamente afetada pelas circunstâncias econômicas do consumidor: sua renda disponível (nível, estabilidade e padrão de tempo), suas economias e bens, seus débitos, sua capacidade de endividamento e sua atitude em relação a gastar versus economizar.

A economia se caracteriza pela existência de unidades superavitárias e deficitárias. As unidades superavitárias são compostas pelos ofertantes líquidos de capital. Já as unidades deficitárias são constituídas pelos demandantes de capital. No nível do agente individual, “o processo oferta-demanda de fundos depende, fundamentalmente, das diferenças de preferências entre o consumo presente e o consumo futuro, determinando se o agente será ofertante ou demandante de fundos” (NEUHAUS; MAGALHÃES, 1976, p.85). Assim, se o agente tem preferência para consumir hoje e não dispõe de capital para o mesmo, ele buscará um empréstimo, desde que a taxa de juros praticada pelo mercado seja igual ou inferior à sua taxa de preferência intertemporal, que, como definiram Neuhaus e Magalhães (1976, p.87), “trata-se da taxa que estabelece exatamente o grau de preferência por consumo presente em

relação ao consumo futuro, e quanto maior esta taxa, maior será a preferência pelo consumo presente”. Desta forma, o indivíduo, que consome hoje, não é necessariamente o mesmo que dispõe de fundos para fazê-lo; ele pode consumir hoje e pagar amanhã, desde que tenha acesso ao sistema de crédito ao consumidor e que sua preferência seja o consumo presente.

Fisher (1930), ao analisar o mercado monetário, também destacou a existência de apenas consumidores ou poupadores. Ou os indivíduos consomem ou os indivíduos poupam e poupar é uma decisão entre consumo atual e futuro. E, segundo o autor, estes níveis de consumo e poupança dependerão de três variáveis: “da taxa marginal de preferência pelo tempo, a qual expressa a vontade dos indivíduos de transferir parte do consumo atual para o futuro; da renda do indivíduo e da recompensa por poupar, ou a taxa de juros que os tomadores estarão dispostos a pagar pelos fundos tomados por empréstimo” (PERERA, 2013, p. 39).

O sistema de crédito ao consumo destina-se ao financiamento de bens duráveis (automóveis, motocicletas, eletrodomésticos, materiais de construção, etc.), não duráveis (vestuários, alimentos, brinquedos, etc.) e serviços (viagens, serviços de beleza etc.) para o consumo dos agentes econômicos. Como definiu Gudín (1979, p. 66), “o crédito ao consumidor para a aquisição de bens duráveis tem, em princípio, o mesmo fundamento do crédito ao longo prazo, suprido aos industriais para a aquisição de maquinaria mediante o pagamento de anuidades correspondentes aos juros e a amortização do empréstimo”.

É uma espécie de aluguel, com amortizações e que, no final do contrato firmado, o bem é transferido para o ativo do agente. “A diferença do crédito ao consumo reside justamente neste aspecto, enquanto o crédito produtivo de longo prazo gera resultados, positivos ou negativos, e após o investimento os bens são integralizados ao seu capital, no financiamento ao consumo a situação é diferente”. (COSTA; DEOS, 2002, p. 38). Na maioria das operações, os produtos serão inteiramente consumidos antes do fim dos contratos, restando, como resultado, apenas a satisfação no consumo presente. Daí a forte característica dos consumidores de países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento em considerar os bens de consumo duráveis, como bens de capital, como investimento, bem diferente quando se observam as nações desenvolvidas. Mas, em algumas exceções, os bens duráveis são bens de capitais informais, como, por exemplo, um consumidor que financia uma motocicleta para a prestação de serviços informais de entrega, o bem será um investimento, um bem de capital, dado que estará gerando uma renda produtiva para o seu proprietário.

O uso do crédito pelo consumidor é reflexo da sua situação, da reflexão da pessoa, do seu processo cognitivo e do seu processo social e “é composto pela fase antes da aquisição, durante e depois, numa manifestação de *framing* (enquadramento), em que o indivíduo dá preferência à aquisição de um produto com pagamento postergado, pois tem a sensação de posse do dinheiro sem associá-lo a futuros pagamentos e taxas de juros” (METTE; MATTOS, 2014, p. 4). Neste processo, considerando as pressões publicitárias para a venda de produtos e serviços, os indivíduos são frequentemente pressionados para a compra, como destacou esses autores (2014, p. 4), “o indivíduo é constantemente avivado para a compra, verificando a persuasão que a mensagem pode ter na propensão dos consumidores utilizarem um crédito oferecido”.

Contudo, embora o crédito não possua foco produtivo na visão do consumidor, ele realiza sonhos, satisfaz o desejo de consumo de milhares de consumidores ávidos em consumir cada vez mais e, neste círculo virtuoso, atua fortemente no ciclo de desenvolvimento econômico de um país.

Para Gremaud et al., 1997, p. 135):

A expansão do crédito ao consumidor aumenta a demanda agregada, o que estimula os investimentos, gerando efeitos sobre a economia real e, ainda, o aumento do crédito ao consumo colabora com a maximização do bem-estar da sociedade, dado que os consumidores terão oportunidade de acesso ao um leque maior de bens de consumo.

Conforme destacou Costa e Deos (2002, p. 23),

a hipótese de que o mercado de crédito provoca impactos na economia real surge do fato de que a indústria de bens de consumo duráveis e não duráveis além de ter uma grande participação no produto industrial, é um setor dinâmico, com capacidade de gerar a chamada endogenização do progresso tecnológico, levando a um aumento da produtividade nacional.

O mercado de consumo interno é cada vez mais estratégico, principalmente nos países em desenvolvimento como o Brasil. A produção de bens de consumo compõe o produto nacional agregado, um aumento na produção destes bens implicaria num aumento do produto nacional. Mas a questão é mais complexa, existem efeitos endógenos que serão determinantes neste processo. Neuhaus e Magalhães (1976, p.93) definiram estes efeitos sobre dois ângulos:

O primeiro refere-se às repercussões secundárias provocadas pela indústria de bens consumo duráveis e não-duráveis sobre os outros setores via efeito multiplicador, e o segundo refere-se aos efeitos positivos do setor sobre a economia, encaradas pelos empresários como o termômetro dos negócios.

Esses efeitos secundários funcionarão numa espécie de círculo, denominado “círculo virtuoso do crédito”. Assim, por exemplo, variações na compra de automóveis provocarão variações na renda dos trabalhadores e dos investidores da indústria automobilística, bem como nos ofertantes de equipamentos para esta indústria, e assim por diante.

A partir daí, têm-se ainda variações nos gastos com outros bens, num processo encadeado. Este processo exercerá pressão sobre a oferta de bens e representará efeitos positivos sobre o produto nacional, caso o setor produtivo não esteja utilizando a sua capacidade total instalada.

Neste processo, o crédito ao consumidor reforçará as variações nos gastos agregados correntes. Um aumento do volume de crédito ao consumidor provoca um aumento no consumo do período seguinte. “Esse aumento no consumo implicará uma elevação da renda, o que, por sua vez, leva a um consumo induzido mais elevado, gerando uma renda maior. Este processo, conhecido como princípio multiplicador, uma vez iniciado, continuaria indefinidamente” (GUDIN, 1979, p. 32).

Além disso, a elevação inicial do volume de crédito por meio de seu efeito multiplicador sobre a renda induz a variações no volume de investimento, dando origem ao chamado “efeito-acelerador”. Ao ocorrer a variação induzida no volume de investimento, esta irá, por sua vez, gerar uma sequência de efeitos multiplicadores.

Contudo, trata-se de um mercado muito sensível às oscilações econômicas. A indústria de bens de consumo duráveis já é instável por natureza e a sua associação com as instituições financeiras via sistema de crédito ao consumidor agrava ainda mais esta instabilidade. Este fato é explicado tanto pela estrutura da indústria de bens duráveis, quanto por fatores macroeconômicos. “Nos países em que esta indústria é mais oligopolizada, esta realidade é agravada, dado que os altos custos de produção apresentados pela indústria de bens de consumo associados a uma estrutura de mercado oligopolista elevam os preços destes bens, dificultando a demanda pelos produtos”. (NEUHAUS; MAGALHÃES, 1976, p. 85). E, ainda, em países em que o nível de renda da população é baixo e há instabilidade econômica, a única forma de acesso a este mercado se dará via mercado de crédito, tornando-o mais vulnerável.

O mau funcionamento do sistema de crédito ao consumidor gera altos custos econômicos e sociais. Para Barth, 2003, p. 22):

Segundo a teoria econômica clássica, muitas das depressões econômicas têm sua causa na expansão acelerada do volume de crédito no período ascensional do ciclo econômico, tão logo os consumidores estejam no limite do endividamento, cessam novas concessões de crédito, levando a uma recessão na economia.

Estes efeitos poderiam ser evitados se as autoridades monetárias utilizassem medidas estabilizadoras, tais como uma variação na oferta de moeda ou uma variação nos impostos com relação aos gastos públicos. À medida que o crédito ao consumidor responde aos freios monetários o seu custo é elevado e há um racionamento por parte das instituições financeiras. O resultado é que os consumidores de bens duráveis e não duráveis são desmotivados a buscarem crédito para a aquisição de tais bens.

Assim, os gastos com estes bens tornam-se inferiores ao que seriam numa situação normal. De qualquer maneira, o impacto de uma política monetária restritiva sobre o mercado de crédito ao consumidor é claro. As autoridades monetárias podem, através de seus instrumentos de política econômica, controlar os efeitos de uma expansão de crédito, adaptando-os a seu objetivo político e econômico, ou seja, se o estado visa reduzir a demanda agregada, freando a economia, ele deve apertar o controle do crédito, mas caso o objetivo seja o crescimento econômico, o controle deve ser reduzido.

Portanto, o mercado de crédito ao consumidor, apesar de ser intrinsecamente instável, é muito eficiente no que se refere à expansão da demanda agregada. Teoricamente, sabe-se que existe uma correlação positiva entre o aumento do volume de crédito e a expansão da demanda agregada. Com o aumento da demanda agregada, tem-se uma expansão dos investimentos na indústria de bens de consumo duráveis e não duráveis que, via efeito multiplicador, refletirá sobre o restante da economia.

Além disso, o crédito ao consumidor permite que os consumidores tenham acesso a um leque maior de bens de consumo, maximizando o seu bem-estar social. Na próxima seção, será apresentado um breve histórico do mercado de crédito ao consumidor no Brasil, descrevendo a sua evolução cíclica, que impacta diretamente no comportamento do consumidor de baixa renda, já vulnerável financeiramente e sempre sujeito a estas variações e oscilações do mercado que definem a oferta e preço do crédito.

2.2 O crédito ao consumidor no Brasil

Após analisar algumas teorias sobre o comportamento do consumidor e o seu relacionamento com o crédito, torna-se importante detalhar a dinâmica do mercado de crédito ao consumo no Brasil, analisando a sua evolução histórica desde a década de 70 até os dias de hoje. O mercado de crédito ao consumidor no Brasil desenvolveu-se rapidamente a partir da década de 70. A introdução da taxa de juros real positiva através da correção monetária permitiu um grande crescimento e diversificação da intermediação financeira “O desenvolvimento da intermediação nesse período eliminou um dos pontos de estrangulamentos institucionais da economia brasileira, e alavancou o setor real em diversos campos, neste processo a performance do setor de bens de consumo duráveis foi essencial para o milagre econômico” (PELLEGRINI, 1991, p. 24).

O desenvolvimento da intermediação financeira permitiu que as financeiras atuassem de forma ativa no financiamento de bens de consumo duráveis e não duráveis, provendo potenciais consumidores de recursos para o consumo destes bens. Consequentemente, tem-se uma dinamização do setor de bens de consumo duráveis, até então com insuficiência de demanda. O sistema de financiamento ao consumidor possibilitou um aumento no consumo de eletrodomésticos e automóveis para uma considerável parcela da população, além de aumentar a demanda e a liquidez no mercado de bens duráveis, dado que, como destacou Pellegrini (1991, p. 44), “as empresas vendedoras de bens duráveis preferem que os consumidores sejam financiados diretamente, pois nesse caso não incorrem nos custos e riscos de concederem financiamento, tal risco será totalmente assumido pela instituição financeira”.

A política econômica expansionista do regime militar encontrou no setor de bens do consumo duráveis um campo fértil para sua política de expansão econômica. O governo diminuiu os controles sobre o crédito, levando a uma grande expansão em sua oferta. Paralelamente, tem-se uma grande valorização das letras de câmbio, dada a estabilidade monetária assistida. E como havia uma demanda aquecida de bens de consumo duráveis e não duráveis e as taxas cobradas pelo financiamento ao consumo eram as mais elevadas do mercado, as financeiras poderiam oferecer uma maior remuneração aos aplicadores em letras de câmbio e, mesmo assim, obteriam um alto *spread*. Consequentemente, “o setor líder do crescimento neste novo ciclo expansivo foi o de bens de consumo duráveis que apresentou taxas médias de crescimento no período em torno de 23% a.a, com destaque para materiais de transporte (24%a.a) e eletroeletrônicos (22,6%a.a)”. (GREMAUD ET AL., 1997, p.186).

O governo optou por uma estratégia de crescimento vertical, dinamizando a economia a partir do endividamento familiar, o que permitia a expansão dos investimentos no setor produtivo, sem a necessidade de uma política distributiva. Como destacou Gremaud et al.(1997, p.187), “ênfatiza-se o aprofundamento do modelo concentrador até então vigente, incorporando novas classes ao consumo, graças ao crédito, de modo a ampliar o mercado consumidor a partir do aumento dos gastos autônomos do estado e do endividamento familiar”.

Entretanto, a partir de 1974, há um grande aumento nos níveis de preços, e o governo volta-se para o setor de bens de capital em detrimento do setor de bens de consumo duráveis. Assim, assiste-se a uma desaceleração no setor, dada a política restritiva adotada pelo governo em relação ao crédito ao consumidor e aos altos índices inflacionários, que desvalorizaram as letras de câmbio. Diante deste quadro, os aplicadores passaram a buscar alternativas em ativos mais seguros (pós-fixados), como a caderneta de poupança, para protegerem seus recursos.

Nesta conjuntura, o Brasil, a partir de meados da década de 70 e durante todos os anos da década de 80, experimentou uma grave crise recessiva provocada pelo processo de desajustamento do setor público. Diante do esgotamento do padrão de financiamento e de sucessivas crises inflacionárias associadas ao extremo endividamento externo e interno conhece-se a chamada “década perdida”. “Durante este período, o novo governo democrático praticou uma política econômica estritamente recessiva, a partir de inúmeros planos econômicos fracassados, na tentativa de controlar a crise inflacionária” (BRESSER, 1996, p. 38). Um dos instrumentos utilizados no controle inflacionário era a restrição à demanda agregada.

Nos anos 90, com o lançamento do Plano Real, houve uma perda das receitas de *floating* por parte dos bancos nacionais. Neste contexto, esperava-se que os bancos intensificassem as operações de crédito. Realmente, no início do plano, ocorre um aumento expressivo no volume total de crédito concedido pelos bancos privados, principalmente no crédito ao consumidor, dadas as expectativas otimistas dos agentes em relação à estabilidade econômica. Entretanto, temendo uma pressão sobre a demanda agregada, o que comprometeria a estabilização monetária, o Banco Central iniciou uma política monetária restritiva, aumentando os depósitos compulsórios para 100%. Tal quadro ainda foi agravado pelo aumento da inadimplência provocado pelo rápido crescimento inicial, que levou os bancos a expandirem a concessão de crédito, sem a devida qualidade na análise dos riscos.

Vale destacar que, embora muitos economistas acreditassem num aumento do volume do crédito em função da perda dos ganhos inflacionários, os bancos brasileiros buscaram receitas alternativas, como, por exemplo, elevação do *spread*, especialmente nos empréstimos às pessoas físicas; redução das despesas administrativas e incremento de novas fontes de receitas, como as tarifas bancárias. Ademais, há um aumento nas atividades de tesouraria das instituições financeiras, que se voltaram ao financiamento da dívida do estado, deslocando recursos do mercado de crédito, principalmente após a adesão ao Acordo de Basiléia.

Entretanto, se observar o volume de crédito concedido às pessoas físicas, após os anos 90, vê-se que, antes do Real, no período inflacionário, havia uma tendência de crescimento, nos anos de 1992, 1993 e início de 1994, e, que, após o Plano Real, essa tendência passou a ser de estabilidade, de 1994 a 1999, voltando a se elevar a partir de 2000 (BACEN). O crescimento inicial foi provocado pelo processo de ajustamento do sistema bancário, que se voltou ao mercado de crédito, como alternativa à perda dos ganhos inflacionários. O ambiente estável encorajou os bancos a ofertarem crédito para os consumidores, e estes, dada à estabilidade, recorreram ao mercado de crédito para aquisição de mais bens de consumo duráveis. Paralelamente, a indústria de bens de consumo duráveis experimentou um crescimento considerável em 1994, com uma taxa de expansão de 40%.

Para se comprovar um dos principais pressupostos da teoria econômica, o aumento no consumo expandiu a demanda agregada, e experimentou-se, em 1994, um crescimento de 5,9% no PIB. Portanto, mesmo com as limitações, o volume de crédito ao consumidor teve um forte crescimento inicial e, a partir de 1994, permaneceu estável até o ano de 2003, quando se assiste a uma tímida flexibilização da política monetária (BACEN). O Banco Central, após sucessivas reuniões do Conselho de Política Monetária-COPOM, reduziu a taxa básica de juros substancialmente. Ao mesmo tempo, foram implementadas medidas para ampliar e facilitar o acesso à população ao crédito e reduzir o *spread* bancário, destacando-se as operações de microcrédito, aprimoramento das cooperativas de crédito e empréstimos consignados em folha de pagamento.

Estas medidas afetaram rapidamente a economia real. A partir de setembro de 2004, houve uma elevação da demanda por crédito a pessoas físicas, principalmente nos financiamentos ao consumo, destinados à aquisição de bens duráveis e veículos automotores. Em 2008, diante da crise do *subprime*, e também do agravamento da concentração bancária brasileira, o governo, numa tentativa de aumentar a concorrência no setor e reduzir os impactos da crise sobre a

economia real, concedeu benefícios fiscais para algumas linhas de bens duráveis, como automóveis, alguns eletrodomésticos e materiais de construção e entrou como forte agente ativo no mercado de crédito ao consumo, com os bancos públicos federais. Paralelamente, tem-se um grande crescimento das operações com Cartão de Crédito, Crédito Consignado, que intensificaram ainda mais os impactos no consumo interno.

Entretanto, diante de uma ameaça inflacionária e uma forte especulação sobre a existência de uma “bolha” no mercado de crédito ao consumo, assiste-se a novas intervenções no mercado e novamente o ciclo se repete. No final do ano de 2010, o Banco Central intervém no mercado de crédito, limitando os prazos de financiamentos de veículos e crédito consignado, aumentando o imposto sobre operações financeiras (IOF) e a taxa básica de juros SELIC (BACEN). “Embora estas medidas tenham retraído imediatamente a oferta de crédito nestes mercados, em 2011 tem-se um aumento na contratação de empréstimos rotativos, como cheque especial e cartões de crédito, modalidades de crédito que se caracterizam pela cobrança de taxa de juros extorsiva”. (FREITAS, 2012, p. 21). Com isso, ocorre uma piora no perfil de endividamento das famílias e, com a pressão inflacionária, perde-se poder de compra e tem-se um aumento no nível de inadimplência.

Diante de um cenário de retração econômica, “o governo reverte parcialmente algumas medidas macroprudenciais, adotando algumas medidas de incentivo ao consumo, iniciando um ciclo de redução da taxa básica de juros que, em 2012 chega a um dígito”. (FREITAS, 2012, p. 22). Além da redução da taxa SELIC, assiste-se a uma forte ação dos bancos públicos no mercado, visando aumentar a competitividade do setor, tornando o crédito ao consumidor ainda mais barato e acessível a toda a população.

A partir dos anos de 2012 e 2013, tem-se um novo ciclo de crescimento no mercado de crédito brasileiro, com o saldo de operações de crédito do sistema financeiro nacional (SFN) encerrando o ano de 2014 representando 58,9% do PIB, (um crescimento de 33,1% em relação ao ano de 2001 quando fechou com 25,8%). Montante ainda pequeno se comparado com outros países como EUA e Japão, com 180%, Inglaterra com 160%, Itália e França, 90% e Chile com 80% (BACEN). Por isto, é essencial o entendimento desta nova classe social que emerge na base da pirâmide, com um grande potencial de consumo e com muitas peculiaridades que merecem uma tratativa diferente, como será apresentado na próxima seção.

2.3 O consumidor de baixa renda: a base da pirâmide brasileira

Como foi apresentado nas secções anteriores, a relação entre o consumidor e o crédito é sempre complexa e, quando se concentra a análise nos consumidores de classes sociais inferiores, esta complexidade torna-se ainda maior. Mas antes de mergulhar no estudo desta relação, faz-se importante delinear as características do consumidor de baixa renda, a base da pirâmide social brasileira, objeto de estudo neste trabalho. Embora a academia brasileira usualmente adote o termo “baixa renda” ao tratar desta população, os dois termos são sinônimos, referindo a este grande contingente de indivíduos que ocupam a base da pirâmide populacional, com faixas menores de renda e de bem-estar social.

Existe uma grande discussão metodológica acerca da classificação das classes sociais no Brasil. De um lado, tem-se o órgão oficial do governo, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE que classifica as classes sociais pelo critério de número de salários mínimos por unidade familiar e, do outro, tem-se o Critério de Classificação Econômica Brasil da Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa-ABEP, que considera a renda e a pontuação de outros fatores como a posse de determinados bens e o grau de instrução do chefe da família.

Alinhado com os principais trabalhos contemporâneos sobre o tema e também com o Centro de Excelência em Varejo da Fundação Getúlio Vargas-CEV-FGV, este estudo parte da definição utilizada pela *United Nations Development Programme* - UNDP, segundo a qual a população de baixa renda é composta pelas pessoas que vivem com até US\$8,00 por dia.

Assim, partindo do método de definição de classes sociais do IBGE, tem-se conforme o Quadro 1 abaixo, que a população de baixa renda - a base da pirâmide brasileira - abrange as classes sociais D e E. Vale destacar que para se chegar neste número foi considerado o salário mínimo de 2014 (R\$725,00), a unidade familiar com 4 indivíduos e o câmbio do dólar americano a R\$3,00.

Quadro 1 – Critério IBGE de definição de classes sociais

| Classe | Salários Mínimos | Renda Familiar (R\$) |
|--------|------------------|---------------------------------|
| A | Acima 20 SM | R\$ 14.500 ou mais |
| B | 10 a 20 SM | De R\$ 7.250,00 a R\$ 14.499,99 |
| C | 4 a 10 SM | De R\$ 2.900,00 a R\$ 7.249,99 |
| D | 2 a 4 SM | De R\$ 1.450,00 a R\$ 2.899,99 |
| E | Até 2 SM | Até R\$ 1.449,99 |

Fonte: IBGE, 2014

A classe C, portanto, não é considerada como população de baixa renda neste estudo. Embora os extratos inferiores desta classe apresentem fortes características da base da pirâmide, a classe C deve ser estudada separadamente, dada a sua grande mobilidade para as classes superiores, assistida nos últimos anos e outras peculiaridades que não são observadas nas classes mais baixas D e E.

Pelos números da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE do ano de 2013, num total de 65.113 famílias, existem 51.050 pertencentes às classes D e E, configurando a pirâmide social brasileira, descrita a seguir na Figura 2.

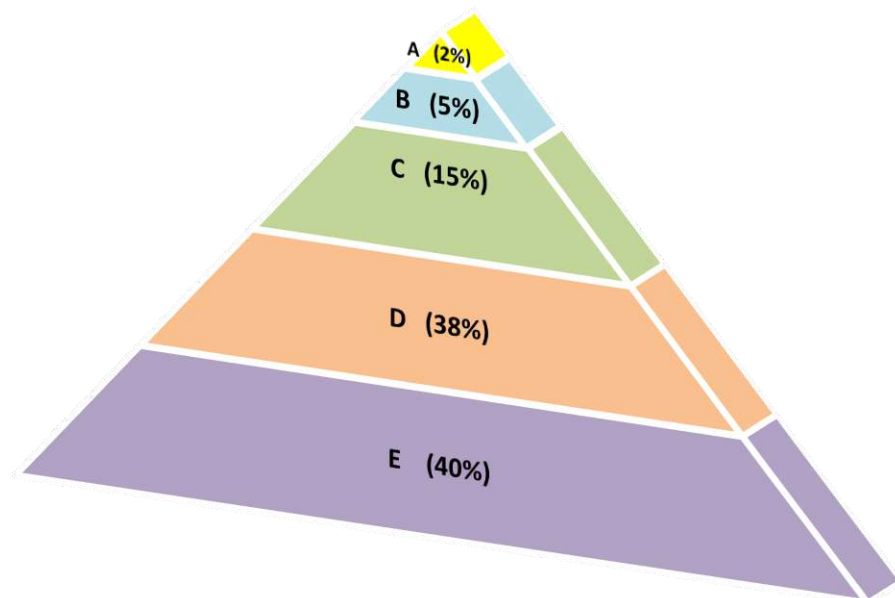


FIGURA 2 – Pirâmide social brasileira (em número de famílias) – 2013
Fonte IBGE, 2013.

A inserção do consumidor de baixa renda no mercado de consumo é vista por alguns autores como a plena realização social. Inserir a base da pirâmide no mercado de consumo é uma função social de todos, e um grande nicho de negócios, como salientou Prahalad (2010, p.48), “se pararmos de pensar nos pobres como vítimas ou como um fardo e começarmos a reconhecê-los como empreendedores incansáveis e criativos e consumidores conscientes de valor, um mundo totalmente novo de oportunidades se abrirá”.

Contudo, como será apresentado na próxima seção, o consumidor de baixa renda é intrinsecamente vulnerável em seu processo de consumo, tornando cada vez mais desafiadora a sua inserção plena neste mercado.

2.4 A vulnerabilidade financeira do consumidor de baixa renda

Conforme descrito nas seções anteriores, a complexidade da relação da população de baixa renda e o mercado de consumo é evidente. E a sua vulnerabilidade financeira é apontada como o principal elemento crítico neste processo. Alinhados com a visão moralista de Karnani (2007), vários estudos recentes investigaram o perfil do consumidor brasileiro de baixa renda, destacando os aspectos que provocam a sua vulnerabilidade. Segundo esta linha teórica, o aumento do consumo na base da pirâmide pode gerar efeitos negativos na sociedade, como o consumismo e o conseqüente endividamento deste consumidor. E, neste processo, o crédito é apontado como o principal combustível no aumento desta vulnerabilidade que, aliada à falta de educação financeira e outros aspectos comportamentais, contribui para o aumento da inadimplência e para o endividamento das famílias de baixa renda.

Muito heterogênea, a população da base da pirâmide somente possui em comum a renda limitada. “Por outro lado, possuem vários outros aspectos que os diferenciam, como estilo de vida, valores compartilhados e preferências de consumo”. (NOGAMI; VIEIRA; MEDEIROS, 2012, p. 55). E esta diversidade de características diferenciadoras é complexa, como bem enumerou Faustino e Yamamoto (2009, p. 3): “baixa autoestima, dignidade/honestidade, fartura e mesa cheia, preferência por marcas de maior prestígio, conservadorismo, antecipação para o consumo, sentimento de poder/frustração, inclusivo/exclusivo, valorização pelo contato face a face e o hábito em manter as compras de reposição”.

Nardi (2009, p. 29) também destaca outras características complementares do perfil deste consumidor: “nível escolar baixo, busca de aspiração social, centralização familiar, mulher com papel fundamental na administração do lar, referência ao padrão de luxo, influências da comunidade, fidelidade, fartura como sinônimo de realização, necessidade de crédito para consumir cada vez mais e precariedade na gestão financeira familiar”.

Esta necessidade de crédito para o consumo, muitas vezes complementando a renda mensal, tem-se tornado uma variável chave no estudo do comportamento do consumidor de baixa

renda. Como descreveu Souza (2013, p. 18), “a recente inserção de um contingente populacional brasileiro que nunca teve acesso ao crédito, aliada a uma falta de informação sobre seu uso adequado, gera a falsa percepção de que o crédito é uma espécie de aumento de renda pelo qual eles têm direito, ao invés da real noção de ser uma antecipação da sua renda”. E esta relação é cada vez mais complexa, como também enumerou Rocha e Silva (2008, p. 10), “o crédito é considerado uma poupança invertida para a antecipação do consumo, uma forma de controle de orçamento, uma expressão do materialismo, uma forma de distinção social e uma dádiva”.

Fatores psicossociais também influenciam o comportamento deste consumidor. “Fatores não-rationais preditivos de decisão de consumo como a sensação e os princípios do prazer/desprazer e dor, associações a satisfação de desejos ao consumir algo e o componente emocional composto por emoções, ilusões, fatores externos e o aparelho psíquico individual” (FERREIRA, 2008, p. 23).

Os consumidores de baixa renda aspiram consumir bens e serviços que elevem sua situação de status, por aspiração social. E desde que as condições econômicas favoreçam e haja acesso ao crédito, os desejos e necessidades surgem rapidamente. Esta impulsão no consumo e necessidade em satisfazer os desejos, aliada a pressões publicitárias e fácil acesso ao mercado de crédito com alongamento de dívidas (menor prestação possível e maior prazo), podem provocar um processo de consumo inadequado e artificial, elevando significativamente os patamares de endividamento, como destacou Hemais, Casotti e Rocha (2013, p. 203):

O incentivo ao consumo na base da pirâmide é uma forma de empresas usarem ações de marketing para influenciar os hábitos desses consumidores, de modo que passam a gastar mais com produtos hedônicos. As consequências disso, quando os consumidores em questão são pobres, podem ser desastrosas, pois o dinheiro gasto em produtos hedônicos reduz os recursos destinados a produtos essenciais.

Além de todas as características expostas nos parágrafos anteriores, existe também uma grande informalidade nas relações de trabalho dos consumidores de baixa renda, levando a uma assimetria de informações que dificulta a mensuração exata pelas intuições financeiras, da renda disponível destes indivíduos, da sua capacidade de pagamento, bem como do seu real nível de endividamento.

Com isto, para se protegerem da maior probabilidade de inadimplência, as instituições financeiras cobram um prêmio de risco maior, emprestando a taxas de juros maiores para os consumidores de baixa renda. Assim, o crédito torna-se ainda mais caro para este consumidor,

o que gera ainda mais pressão sobre o seu orçamento e, conseqüentemente, sobre o seu endividamento.

Entre todas as camadas de consumo, a baixa renda é a que apresenta o maior risco de crédito, pois seu consumo é extremamente dependente de linhas de financiamento. A inadimplência está diretamente relacionada com a estabilização econômica regional e mundial, afiada a um processo contínuo de crescimento. (NARDI, 2009, p.120)

E na mesma linha das instituições financeiras, as empresas que atuam no mercado de baixa renda, também tendem a cobrar preços maiores, operando com margens de lucros mais altas, aproveitando não somente da necessidade dos consumidores, mas da sua inexistente ou baixa educação e conhecimento.

Como bem delineou Hemais, Casoti e Rocha (2013, p. 203):

As empresas que vendem para consumidores da base da pirâmide possuem vantagem sobre eles, por causa do baixo grau de educação formal que estes indivíduos possuem e, portanto, táticas empresariais consideradas éticas em países desenvolvidos não podem ser simplesmente transferidas para os mercados subdesenvolvidos.

Portanto, as peculiaridades características do consumidor de baixa renda, associadas a suas deficiências de conhecimento e educação, constituem elementos intensificadores de sua vulnerabilidade no sistema, como descrito por Hemais, Casoti e Rocha (2013, p. 204):

O discurso crítico sobre a proposta de estimular o consumo na base da pirâmide retrata o consumidor como refém das grandes empresas, já que, de acordo com Banerjee e Duflo (2011), estes indivíduos não possuem controle sobre seus impulsos, facilmente caem em tentação e gastam com o intuito de impressionarem seus vizinhos. Estas características de consumo também podem ser vistas em consumidores que possuem mais recursos financeiros, porém, as conseqüências de escolhas ruins podem ser mais severas para os menos favorecidos.

Além do crédito, a escassez constitui outra variável muito importante na análise do consumidor de baixa renda, mas, ao contrário do senso comum, os problemas financeiros e endividamento estão também muito ligados às dificuldades advindas de imprevistos e incidentes pessoais e familiares como desemprego, doença, morte, dentre outros. Conforme salientou Chauvel e Mattos (2008, p. 6), “a ideia de que o consumismo ou consumo compensatório poderia estar na origem de desequilíbrios financeiros não se confirmou e resultados apontam que os problemas financeiros dos pobres decorrem de eventos inesperados como perda do emprego, gravidez, doença, morte de parentes, dentre outros”.

Existe uma preocupação do consumidor de baixa renda em fazer uma boa gestão racional do seu orçamento familiar, com certa hierarquia de prioridades nos gastos, tendo como maior

prioridade a alimentação, seguida das contas da casa (água, luz, gás, condomínio, aluguel, prestação do financiamento habitacional), educação dos filhos e planos de saúde. Como concluiu Chauvel e Matos (2008, p. 14), em seu artigo que revisa os estudos brasileiros sobre os consumidores de baixa renda:

Os resultados das pesquisas apresentadas no artigo apontam que a escassez de recursos é um dos eixos em torno dos quais se organizam a gestão do orçamento e as escolhas de compra e consumo. Os consumidores pesquisados dedicam muita atenção às decisões de alocação de recursos, hierarquizam seus gastos por ordem de prioridade, pesquisam preços e procuram organizar compras e consumo de forma a evitar desperdícios e retirar o máximo possível de seu orçamento. A ideia, oriunda da economia, de que os indivíduos realizam suas compras em função da busca de maximização de sua utilidade vê-se ilustrada nesses comportamentos. No discurso dos consumidores, essa dimensão racional é bastante enfatizada.

Contudo, essa racionalidade econômica não é predominante em todas as escolhas do consumidor de baixa renda. Existe uma preocupação com a gestão financeira, diante da limitação de recursos, mas constantemente são pressionados pelas necessidades e tentações do consumo. “A necessidade de economizar recursos coexiste, por outro lado, com desejos de níveis de consumo mais elevados, em termos de quantidade, qualidade e status associado aos bens consumidos e essas aspirações se chocam com a escassez de meios financeiros, gerando tensão” (CHAUVEL; MATTOS, 2008, p. 14).

Entretanto, todos os estudos recentes indicam que uma gestão financeira efetiva ainda é exceção para este consumidor de baixa renda, existindo de maneira pontual e sem nenhuma estrutura, motivada unicamente pela escassez e falta de recursos.

Nota-se assim, uma coexistência entre as duas racionalidades, econômica e social ou cultural na formação das decisões do consumidor de baixa renda (CHAUVEL; MATTOS, 2008). A primeira, fria e dura, derivada da escassez de recursos que leva a uma racionalização dos gastos e a segunda, de caráter simbólico, fundamentada por elementos culturais, com dimensões relacionais e hierárquicas da sociedade brasileira, apoiada por fortes instituições como a família e a religião.

A educação financeira atuara no combate destas fragilidades, reduzindo a vulnerabilidade do consumidor de baixa renda. Como muito bem destacou Mette e Matos (2014, p. 6);

Os indivíduos com um alto nível de dívidas possuem correlação positiva com uma vulnerabilidade financeira, e que estes estão mais propensos a se formarem impulsivos, com comportamentos de curto prazo e impacientes, atrapalhando-os a identificarem consequências de um mau uso do dinheiro, gerando indivíduos endividados.

Assim, após esta breve revisão de literatura sobre o tema, pode-se inferir cinco proposições preponderantes que contribuem para a vulnerabilidade do consumidor de baixa renda:

- I) Alta necessidade de crédito, que atua como “combustível” no endividamento;
- II) tendência à inadimplência, que leva a um maior descontrole de sua vida financeira;
- III) escassez e limitação de recursos;
- IV) materialismo, com compras por impulsos buscando aspiração social diante da forte pressão da mídia de massa;
- V) baixo ou nenhum conhecimento financeiro (educação financeira).

Como destacado na introdução deste trabalho, este estudo concentrará sua análise na quinta proposição, investigando o papel da educação financeira na inadimplência e endividamento dos consumidores de baixa renda. Mas os demais fatores são igualmente importantes, dado que também levam à vulnerabilidade do consumidor.

Na próxima seção, serão descritas as suas diferenças regionais, numa análise de dados secundários, que ajudarão a entender a problemática proposta.

2.5 Mapeamento do perfil do consumidor da base da pirâmide brasileira

Como exposto nas seções anteriores, a vulnerabilidade da população de baixa renda é responsável pela fragilidade deste consumidor no mercado de consumo e de crédito. E com dimensões continentais, o Brasil apresenta grandes diferenças econômicas, sociais e culturais entre os seus estados e regiões geográficas e o comportamento do consumidor de baixa renda também é fortemente influenciado por estas diferenças regionais.

Ao analisar a distribuição de renda por classe social por região geográfica brasileira, observa-se uma forte concentração da população das classes D e E nas regiões Norte e Nordeste e ainda, com pouca mobilidade ao longo dos anos de 2003 a 2013, como destacado no Gráfico 1, a seguir. Observa-se também, nestas regiões, uma maior predominância da classe E e, assim, a base da pirâmide nas regiões Norte e Nordeste são ainda mais alargadas.

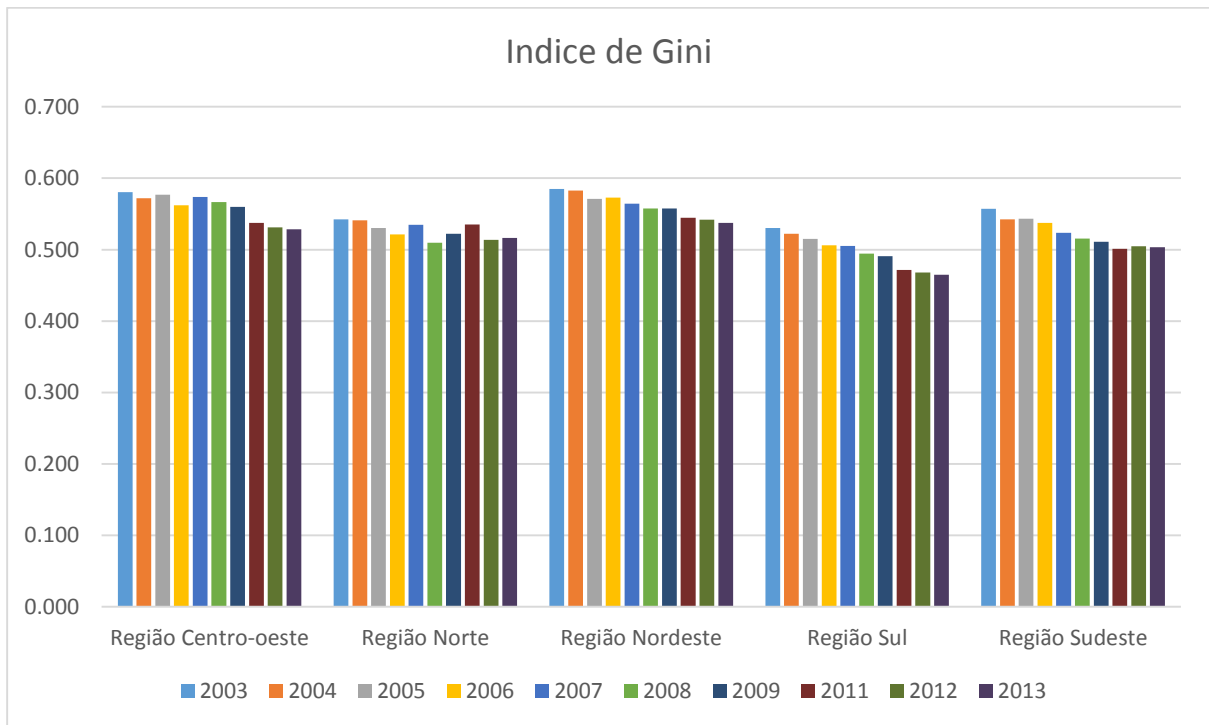
Gráfico 1 – Estratificação social regional histórica – 2003/2013– PNAD



Fonte: IBGE, 2015

Analisando o Coeficiente de Gini, observa-se também uma forte concentração de renda nas regiões Norte e Nordeste, o que explica essa fraca mobilidade social assistida neste período. Contudo, como se pode observar no Gráfico 2, com exceção da região Norte, todas as demais regiões brasileiras estão com melhoria na distribuição de renda.

Gráfico 2 – Coeficiente de Gini por região geográfica – 2003/2013



Fonte: Ipeadata, 2015

Quanto aos indicadores de educação, analisando os dados de anos de estudo por região brasileira neste mesmo período, observam-se também os piores índices educacionais nas regiões Norte e Nordeste. Estas regiões apresentam respectivamente 1,4 e 2,1 anos a menos de estudo por habitante, o que representa uma grande diferença, considerando a média total. Observa-se uma evolução no indicador, mas ainda muito tímida, como ilustrado na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1: Anos de estudo por região brasileira – média – pessoas de 25 anos e mais

| Região | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Região Centro Oeste | 6,5 | 6,6 | 6,8 | 7,0 | 7,1 | 7,3 | 7,5 | 7,9 | 8,0 | 8,1 |
| Região Norte | 6,2 | 5,8 | 6,0 | 6,1 | 6,3 | 6,5 | 6,6 | 6,7 | 7,0 | 7,1 |
| Região Nordeste | 4,7 | 4,9 | 5,0 | 5,3 | 5,4 | 5,7 | 5,8 | 6,0 | 6,2 | 6,4 |
| Região Sul | 6,7 | 6,8 | 6,9 | 7,1 | 7,2 | 7,4 | 7,5 | 7,7 | 7,8 | 8,0 |
| Região Sudeste | 7,0 | 7,1 | 7,2 | 7,5 | 7,6 | 7,7 | 7,9 | 8,1 | 8,3 | 8,4 |

Fonte: Ipeadata, 2014

Embora não exista uma relação direta entre o indicador de anos de estudo na educação básica com o conhecimento da educação financeira, a educação básica é a base para que este conhecimento se desenvolva. E existe uma forte correlação entre os anos de estudo e a educação financeira, como se pode observar no Quadro 2 do Indicador de Educação Financeira (IndEF 2014) da SERASA, obtido por meio de uma pesquisa realizada entre os dias 10 a 14 de abril de 2014 com 2002 pessoas maiores de 16 anos em 140 cidades de todos os estados, com intervalo de confiança estimado de 95% e a margem de erro de 2 pontos. A pesquisa mostra que quanto mais anos de estudo, maior o indicador de educação financeira, com uma diferença significativa de 0,3 pontos percentuais na pontuação dos respondentes com ensino superior, em relação aos indivíduos com ensino fundamental.

Quadro 2 – Indicador de Educação Financeira por Escolaridade

| | Atitude | Conhecimento | Comportamento | IndEF |
|--------------------------|---------|--------------|---------------|-------|
| Ate Ensino Fundamental I | 6,5 | 6,8 | 5,1 | 5,8 |
| Ensino Fundamental II | 6,2 | 7,2 | 5,2 | 6,0 |
| Ensino Médio | 6,1 | 7,6 | 5,0 | 6,0 |
| Ensino Superior | 6,5 | 8,1 | 5,2 | 6,3 |

Fonte: Serasa, 2014

Outro aspecto relevante na análise do consumidor de baixa renda brasileiro é o seu comportamento na administração do seu dinheiro, sob duas variáveis: poupança e inadimplência. Na primeira, tem-se a ilustração da disciplina da população em acumular riquezas, sob a forma de aplicações financeiras, aquisição e reforma de imóveis, empréstimos para a aquisição de bens duráveis e outros investimentos. O somatório do montante destes dispêndios dividido pela renda disponível familiar resulta na Taxa de Poupança Familiar (TPF). Desconsidera-se, neste montante, a poupança compulsória como a contribuição a fundos e pensões e Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS).

Para a análise da TPF da população brasileira, usa-se a Pesquisa de Orçamento Familiar- POF do IBGE realizada nos anos de 2002-2003 e 2008-2009, conforme ilustrado na Tabela 2. Observa-se uma queda na TPF do Brasil na última POF realizada e um crescimento do dispêndio de empréstimo e carnes para a aquisição de bens duráveis, o que é explicado pelo aumento da concessão de crédito à pessoa física neste mesmo período. Ao analisar

regionalmente, observa-se uma maior TPF na região Sul nos dois períodos, do Sudeste em seguida (mas com recuo em 2008-2009) e, com a pior TPF, a região Centro Oeste.

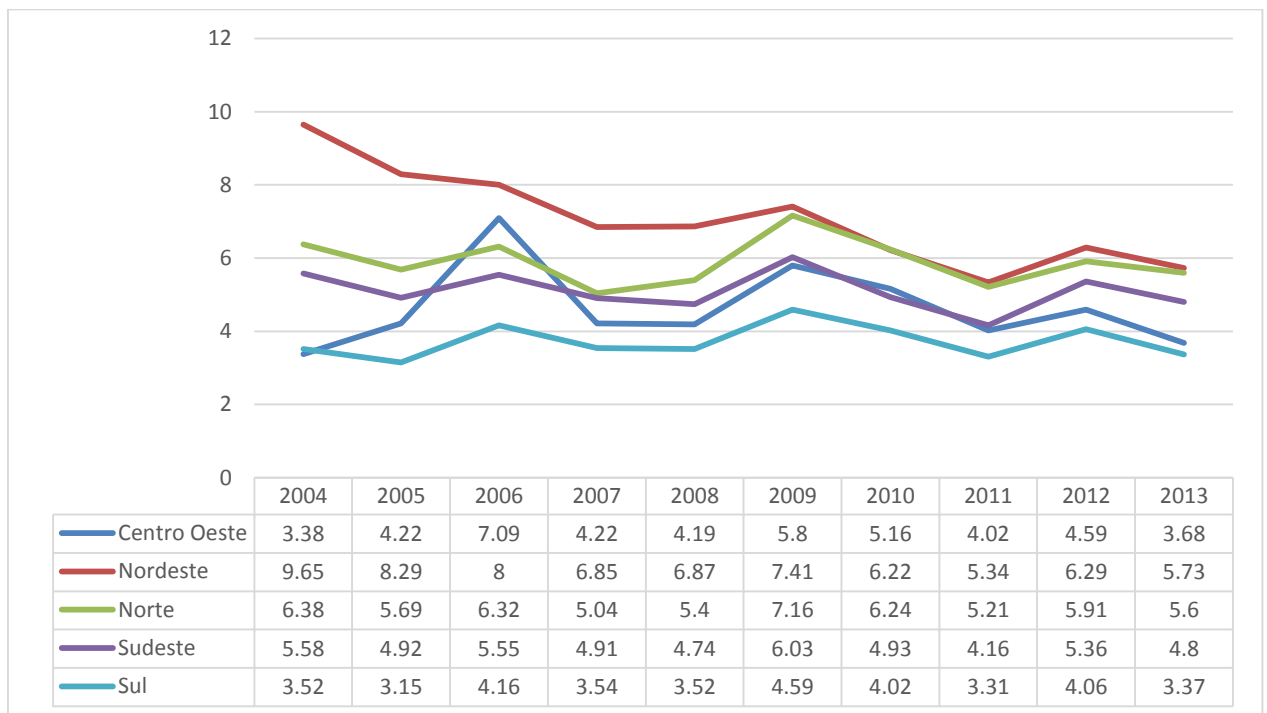
Tabela 2 – Taxa de poupança familiar regional – Brasil

| POF 2002-2003 | Brasil | Centro Oeste | Nordeste | Norte | Sudeste | Sul |
|---------------------------|---------------|---------------------|-----------------|--------------|----------------|------------|
| Taxa de poupança familiar | 6,1 | 5,4 | 5,3 | 5,1 | 6,5 | 7,2 |
| Aplicações Financeiras | 0,9 | 0,7 | 0,5 | 0,4 | 1,0 | 1,3 |
| Empréstimos | 0,9 | 0,8 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 |
| Prestação do Imóvel | 0,7 | 0,7 | 0,3 | 0,1 | 1,0 | 1,0 |
| Imóvel (aquisição) | 1,0 | 1,2 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 1,3 |
| Imóvel (reforma) | 2,5 | 2,1 | 2,7 | 2,7 | 2,5 | 2,7 |
| POF 2008-2009 | Brasil | Centro Oeste | Nordeste | Norte | Sudeste | Sul |
| Taxa de poupança familiar | 5,5 | 5,0 | 5,4 | 5,8 | 5,3 | 6,7 |
| Aplicações Financeiras | 0,7 | 1,0 | 0,4 | 0,5 | 0,6 | 1,2 |
| Empréstimos | 1,4 | 1,1 | 1,9 | 1,6 | 1,2 | 1,3 |
| Prestação do Imóvel | 0,6 | 0,5 | 0,3 | 0,1 | 0,8 | 0,8 |
| Imóvel (aquisição) | 1,0 | 0,9 | 0,8 | 1,2 | 1,0 | 1,3 |
| Imóvel (reforma) | 1,9 | 1,5 | 2,0 | 2,3 | 1,7 | 2,0 |

Fonte: IBGE, 2014

Quanto ao comportamento do consumidor brasileiro nas operações de crédito e a sua inadimplência, observa-se também uma grande diferença regional nos indicadores. Como ilustrado no Gráfico 3 a seguir, as regiões Nordeste e Norte apresentam os maiores índices de inadimplência, seguidos das regiões Centro Oeste e Sudeste, com a região Sul apresentando os melhores indicadores e com grande diferença. Observa-se uma melhoria nos índices gerais, com alguns picos visíveis como em 2009, decorrente da crise financeira mundial de 2008. Neste ano, tem-se uma escalada geral da inadimplência, mas com uma variação ainda maior nas regiões Nordeste e Norte, certamente impulsionada pela maior vulnerabilidade do consumidor destas regiões.

Gráfico 3 – Taxa de inadimplência das operações de crédito do Sistema Financeiro Nacional – Pessoas físicas - %

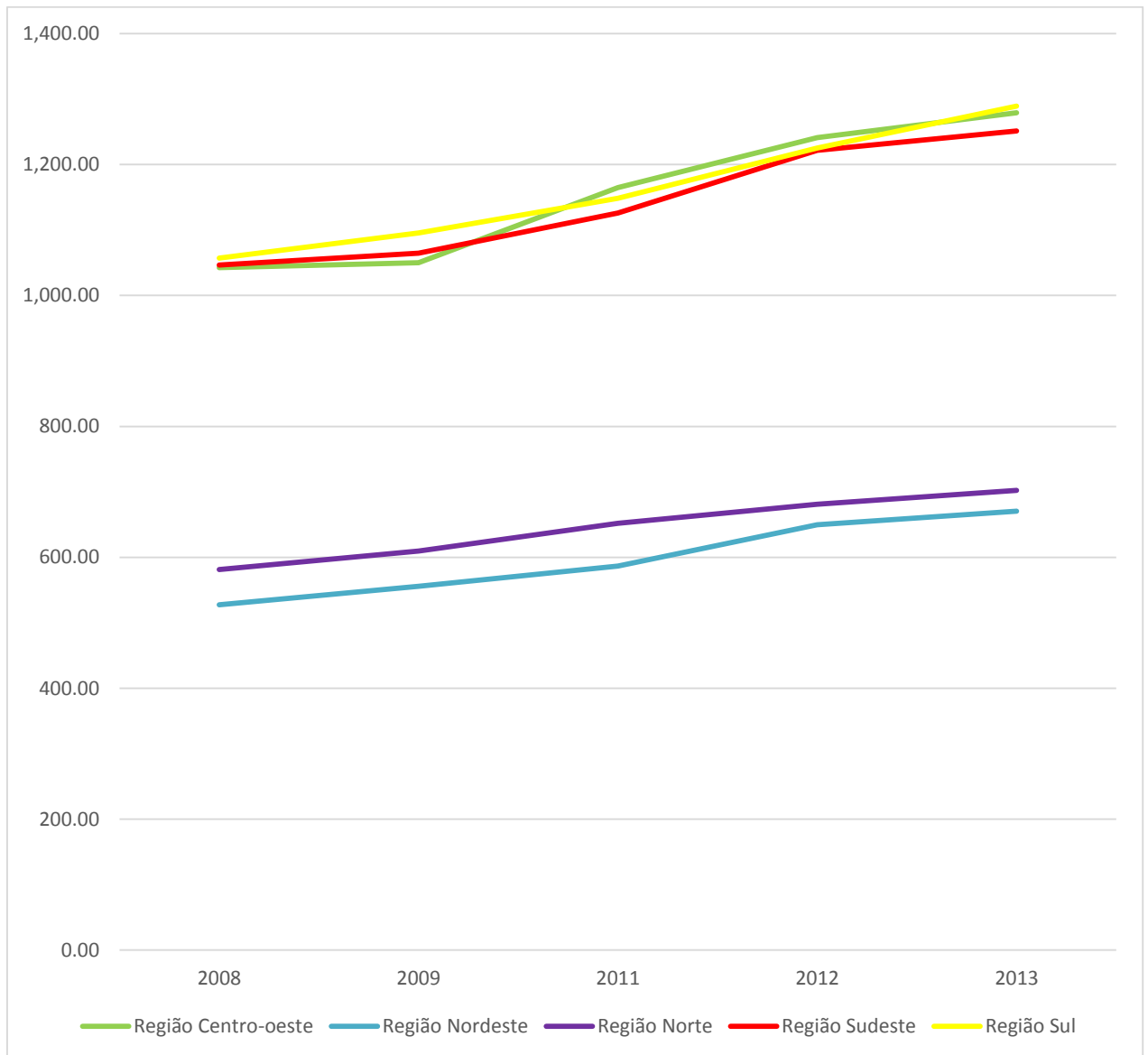


Fonte: Banco Central do Brasil, 2015

Vale acrescentar, outro importante ponto observado. Mesmo após a crise de 2008, assiste-se a um aumento no rendimento médio domiciliar em todo o Brasil, conforme exposto no Gráfico 4. Embora este crescimento tenha sido mais forte nas regiões Centro Oeste, Sudeste e Sul, as regiões Nordeste e Norte também tiveram ganhos na renda média de sua população. E, mesmo assim, ainda apresentaram piores indicadores de inadimplência.

Com o cenário externo extremamente desfavorável, mesmo com este crescimento da renda, os indicadores de inadimplência permaneceram altos no período, atingindo o seu pico no ano de 2012. “Neste período ainda aconteceram as medidas macroprudenciais anunciadas em 2010 em que o governo aplicou correções na política monetária e de crédito para a redução do risco sistêmico do setor bancário brasileiro” (FREITAS, 2012, p. 21). Estas medidas impactaram no volume de crédito ofertado e controlaram a escalada da inadimplência, que interrompeu o seu ciclo ascendente em 2013.

Gráfico 4 – Renda domiciliar per capita – média



Fonte: Ipeadata, 2014

A partir da análise destas variáveis, tem-se o mapeamento da população de baixa renda, a base da pirâmide brasileira por região geográfica, demonstrando a sua vulnerabilidade numa visão regional. Como destacado e ilustrado pelos dados apresentados, existe uma concentração de consumidores de baixa renda nas regiões Nordeste e Norte. E também se aferiu nestas regiões uma maior concentração de renda, menor renda per capita, menor frequência nas escolas e menores taxas de poupança familiar. Todos estes fatores demonstraram uma maior vulnerabilidade dos consumidores nordestinos, comprovados pelos maiores índices de inadimplência observados no mesmo período. O contraste é identificado na região Sul, que se destaca nos indicadores de renda per capita, educação, melhor distribuição de renda, melhores índices de poupança e, portanto, menor inadimplência.

Em síntese, observa-se uma forte relação entre os indicadores de educação, de renda per capita e classe social, dos índices de poupança familiar e da inadimplência das pessoas físicas no mercado de crédito do sistema financeiro nacional (SFN). E, ainda, as evidências apresentam o mapeamento do perfil do consumidor da base da pirâmide no Brasil, ilustrando o abismo econômico e social entre as regiões Norte/Nordeste e Sul/Sudeste, que apresenta a coexistência de “dois Brasis” bem delineados. De um lado, o consumidor nordestino, predominantemente de baixa renda e altamente vulnerável no mercado de consumo e crédito. E, do outro, o consumidor sulista, com melhores níveis de renda, mais educados e, conseqüentemente, menos vulneráveis, apresentando um melhor perfil de endividamento e, portanto, de conhecimento e domínio da educação financeira. Contudo, trata-se ainda de uma análise superficial e na próxima seção será apresentada uma revisão teórica sobre a educação financeira.

2.6 Educação Financeira

Nas seções anteriores, foram apresentados os estudos teóricos sobre o comportamento do consumidor de baixa renda e a sua vulnerabilidade. Entretanto, embora seja um dos fatores que provocam a vulnerabilidade do consumidor, a educação financeira é o principal construto analisado neste trabalho e, portanto, será mais explorada na sequência desta revisão teórica.

O tema educação financeira tem ganhado destaque nos últimos anos, despertando muita atenção dos governos, instituições financeiras, organizações não governamentais e também do meio acadêmico, com a divulgação de vários artigos e estudos. “O aumento da oferta de crédito, a evolução e complexidade dos produtos e serviços financeiros e, principalmente, o maior acesso da população aos serviços bancários e a preocupação com o mau uso destas ferramentas, tem contribuído na relevância do nível de conhecimento das pessoas acerca de suas finanças pessoais” (AUGUSTINIS; COSTA; BARROS, 2012, p. 82).

A educação financeira também é descrita como alfabetização financeira ou literacia financeira, termo novo na língua portuguesa, oriundo da palavra em inglês *literacy*, que semanticamente significa a capacidade de ler, escrever, perceber e interpretar o que é lido. Medeiros et al. (2014) definem a literacia como sendo a “capacidade de utilizar as competências (ensinadas e aprendidas) de leitura, de escrita e de cálculo”.

Contudo, estes dois termos são conceituadamente diferentes, pois a alfabetização financeira, ou financial literacy “são as competências que o indivíduo desenvolve para compreender os conceitos financeiros, já a educação financeira é o processo ou método pelo qual os indivíduos buscam estas competências necessárias para a compreensão das questões relativas à economia e finanças” (AUGUSTINIS; COSTA; BARROS, 2012, p. 84).

A alfabetização financeira, ainda é definida por outros autores como o conhecimento básico e a capacidade de decisão financeira relativas, principalmente na contratação de dívidas. E, nesta perspectiva, “as decisões financeiras relacionadas ao planejamento do futuro (poupança, aposentadoria) estão da vez mais complexas e exigem dos indivíduos um nível de alfabetização financeira da vez mais elevado”. (FLORES; VIEIRA; CORONEL, 2011, p. 18).

Potrich, Vieira e Kirch (2014, p. 3) definem que “a alfabetização financeira possui duas dimensões: o entendimento, que representa o conhecimento financeiro pessoal ou a educação financeira, e a sua utilização, ou seja, a aplicação de tais conhecimentos na gestão das finanças pessoais”. Assim, a alfabetização financeira trata-se do conjunto de conhecimentos financeiros que formarão a consciência necessária para a consolidação da plena educação financeira, constituindo, portanto, na “combinação da consciência, conhecimento, habilidade, atitude e comportamento necessários para tomar decisões financeiras sólidas e, finalmente, alcançar o bem-estar financeiro individual”. (POTRICH, VIEIRA, KIRCH, 2014, p. 2).

Quanto à educação financeira, Worthington (2006, p. 62) define que ela “abrange a compreensão do contexto econômico e do modo pelo qual as decisões das famílias são afetadas pelas condições e pelas circunstâncias econômicas mais amplas”. Outros autores definem a educação financeira estritamente como gestão financeira básica, ou seja, conhecimentos práticos de temas como orçamento, poupança, crédito e investimentos. E como destacaram Augustinis, Costa e Barros (2012, p. 83), “o conceito de educação financeira pode ser considerado como absoluto, compreendendo algum padrão de conhecimento considerado importante para todos os consumidores, ou relativo, onde os padrões variam de acordo com habilidades pessoais, necessidades e experiências de cada indivíduo”.

Hill (2009, p. 25) define educação financeira como “a habilidade que os indivíduos apresentam de fazer escolhas adequadas ao administrar suas finanças pessoais durante o ciclo de vida. A educação financeira é então definida como as competências adquiridas pelos

indivíduos para compreender os conceitos financeiros básicos e para saber como e onde encontrar as informações apropriadas e como usá-las.

Educação financeira seria, portanto, o processo pelo qual consumidores e investidores melhoram a sua compreensão acerca de conceitos e de produtos financeiros e por intermédio de informações, instruções e conselhos, desenvolvem competências e confiança para ficarem mais atentos aos riscos e as oportunidades inerentes ao fato de lidarem com recursos financeiros. (AGUSTINIS; COSTA; BARROS, 2012, p.84).

Esta inconsistência dos termos no estudo da alfabetização financeira e da educação financeira leva muitos autores a abordarem os temas de formas diversas, gerando diferentes interpretações. A melhor definição, que abrange a problemática proposta neste estudo, é o conceito da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE de 2005, adaptada à realidade brasileira, segundo a qual a alfabetização financeira é formada pelos construtos: conhecimento financeiro, comportamento financeiro e atitude financeira.

A educação financeira é o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão dos conceitos e dos produtos financeiros, de maneira que, com informação, formação e orientação claras, adquirem os valores e competências necessárias para se tornarem conscientes das oportunidades e dos riscos neles envolvidos e, então, façam escolhas bem informados, saibam onde procurar ajuda, adotem outras ações que melhorem o seu bem-estar, contribuindo, assim, de modo consciente para a formação dos indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro. (OCDE, 2005)

Assim, o conhecimento financeiro é entendido como o montante de conhecimento acumulado pelos indivíduos por toda a sua vida, através da aprendizagem de assuntos práticos de seu cotidiano na gestão financeira. Já o comportamento financeiro é, segundo a OCDE (2015), “o elemento essencial da alfabetização financeira e o mais importante, pois através dele, os indivíduos adotarão comportamentos tais como o planejamento de despesas e a construção da segurança financeira”. Quanto às atitudes financeiras, como definiu Potrich, Vieira e Kirch (2014, p. 2), “são constituídas pelas crenças econômicas e não econômicas possuídas pelos agentes e são fator chave no processo de tomada de decisão pessoal”.

Criada em 1961, a OCDE é formada atualmente por 30 países, como os Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Nova Zelândia e Austrália, e tem como objetivo a busca do aperfeiçoamento das práticas do setor público e privado e do fortalecimento das instituições democráticas, da economia de mercado, e da economia globalizada, produzindo estudos, publicações e recomendações. E diante da necessidade de melhorar o entendimento dos indivíduos sobre os produtos financeiros, a OCDE criou o Financial Education Project para

estudar a Educação Financeira e propor programas de Educação Financeira nos países membros e em alguns não membros, e segue alguns princípios relacionados no Quadro 3 a seguir. O Brasil ainda não é membro da OCDE, mas também participa de comitês e grupos de trabalho, sob a coordenação do Itamaraty (SAITO; SAVOIA; PETRONI, 2006).

Quadro 3 – Os princípios da Educação Financeira segundo a OCDE

| |
|---|
| 1. A Educação Financeira deve ser promovida de uma forma justa e sem vieses, ou seja, o desenvolvimento das competências financeiras dos indivíduos precisa ser embasado em informações e instruções apropriadas, livres de interesses particulares |
| 2. Os programas de Educação Financeira devem focar as prioridades de cada país, isto é, estar adequados à realidade nacional, podendo incluir, em seu conteúdo, aspectos básicos de um planejamento financeiro, como as decisões de poupança, de endividamento, de contratação de seguros, bem como conceitos elementares de matemática e de economia. Os indivíduos que estão para se aposentar devem estar cientes da necessidade de avaliar a situação de seus planos de pensão, necessitando agir apropriadamente para defender seus interesses |
| 3. O processo de Educação Financeira deve ser considerado pelos órgãos administrativos e legais de um país, como um instrumento para o crescimento e estabilidade econômica, sendo necessário que se busque complementar o papel que é exercido pela regulamentação do sistema financeiro e pelas leis de proteção ao consumidor. |
| 4. O envolvimento das instituições financeiras no processo de Educação Financeira deve ser estimulado, de tal forma que a adotem como parte integrante de suas práticas de relacionamento com seus clientes, provendo informações financeiras que estimulem a compreensão de suas decisões, principalmente, nos compromissos de longo prazo e naqueles que comprometem expressivamente a renda atual e futura de seus consumidores. |
| 5. A Educação Financeira deve ser um processo contínuo, acompanhando a evolução dos mercados, e a complexidade crescente das informações que os caracterizam. |
| 6. Por meio da mídia, devem ser veiculadas campanhas nacionais que estimulem a compreensão dos indivíduos quanto à necessidade de buscarem o autodesenvolvimento financeiro, bem como o conhecimento dos riscos envolvidos nas suas decisões financeiras. Além disso, precisam ser criados sites específicos, oferecendo informações gratuitas e de utilidade pública. |
| 7. A Educação Financeira deve começar na escola. É recomendável que as pessoas se insiram no processo, o quanto antes. |
| 8. As instituições financeiras devem ser incentivadas a certificar que os clientes leiam e compreendam todas informações disponibilizadas, em específico, quando for relacionado aos compromissos de longo prazo, ou aos serviços financeiros cujas consequências financeiras são de grande magnitude. |
| 9. Os programas de Educação Financeira devem focar particularmente aspectos importantes do planejamento financeiro pessoal, como a poupança e aposentadoria, o endividamento, e a contratação de seguros. |
| 10. Os programas devem ser orientados para a construção da competência financeira, devendo ser adequados a grupos específicos, e elaborados da forma mais personalizada possível. |

Fonte: SAITO; SAVOIA; PETRONI, 2006, p. 5

O mercado financeiro se desenvolveu muito rapidamente nos últimos anos, novos produtos, novos serviços financeiros cada vez mais sofisticados são ofertados a todo momento. Mas com o avanço da internet e da comunicação em massa, tem-se uma grande disponibilidade de informações disponíveis a todos que tenham um simples acesso à rede mundial de computadores. Contudo, como afirmaram Braunstein e Welch (2002, p. 1), “para se beneficiar dessas inovações os consumidores precisam de um nível básico de conhecimento sobre finanças não somente para identificar e acessar as informações que lhe são pertinentes, como também para saber avaliar a fonte destas informações”. Assim, a educação financeira básica é fundamental para que estas informações sejam processadas e entendidas e a população possa ter melhor aproveitamento de todos os produtos e serviços financeiros.

A base de uma boa educação financeira deve começar na principal e mais importante instituição, a família. E deve iniciar-se na educação básica das crianças, desde os seus primeiros anos de vida. D’Aquino (2008, p. 16) afirma que “é muito importante que as crianças saibam o valor do dinheiro em relação ao trabalho e que o consumo deve vir após as necessidades básicas”. Como também salientou Tiba (2002, p. 28), “a educação financeira deve ser iniciada na infância, pois as crianças que aprendem a administrar bem a mesada tendem a ter no futuro, melhor qualidade de vida do que aquelas que gastam mais do que podem”.

Se bem alicerçados, estes conhecimentos serão mais facilmente internalizados por todos da família, que tenderão a ter uma melhor educação financeira, mesmo com as tentações e pressão do consumismo moderno. Dentre os vários aspectos, um dos que se destaca na diferenciação e explicação pelas quais ricos ficam ainda mais ricos e os pobres mais pobres, está justamente na criação e desenvolvimento desta consciência financeira nas famílias. Uma pesquisa realizada por Kiyosaki (2000), destaca que “grande parte da classe média e baixa lutam constantemente com as dívidas e o assunto dinheiro muitas vezes não é ensinado nem em casa e nem na escola, que se concentra nas habilidades acadêmicas e profissionais, mas não nas habilidades financeiras”.

Independentemente da corrente teórica, existe uma unanimidade acadêmica quanto à importância da educação financeira. Quase todos os autores convergem positivamente em defesa da educação financeira como pilar para o consumo consciente e a sustentabilidade econômica e social. E alguns ainda a consideram fundamental para a eficiência dos mercados, afetando toda a economia, como destaca Wisniewski (2011, p. 166), “que, além dos efeitos na

qualidade de vida dos indivíduos, acredita-se que o alcance destes objetivos, quando tomados no agregado, tem importantes implicações macroeconômicas”.

Entretanto, alguns autores como Willis (2009, p. 6) adotam uma postura um pouco mais crítica quanto à importância da educação financeira para o bem-estar econômico e social. Segundo esta autora, ‘a educação financeira é necessária para fundamentar e legitimar os processos de tomadas de decisões relativas a assuntos financeiros, mas não é suficiente, dado as influencias emocionais que interferem no comportamento das pessoas em relação às finanças e que não podem ser erradicados pela educação’.

Mas mesmo diante destas controvérsias, “encontram-se várias evidências de que pessoas com maior nível de conhecimento financeiro tendem a ter um comportamento financeiro mais responsável”. (AUGUSTINIS; COSTA; BARROS, 2012, p. 85). Na mesma linha, Lusardi e Mitchell (2010, p. 367) destacam que “consumidores com maior nível de conhecimento financeiro tem maior capacidade de realizar orçamento pessoal, poupança e planejamento financeiro, confirmando a importância da educação financeira”. Um fato muito interessante que ilustra a importância de uma política pública em prol da educação financeira foi apresentado por Bernheim e Garret (2003) que observaram fortes evidências de que o aumento da poupança individual dos japoneses após a Segunda Guerra Mundial - fundamental para a recuperação da economia japonesa no pós-guerra - foi fortemente influenciado por uma ampla campanha de educação financeira realizada naquela época.

Na sequência, será descrita uma breve análise da situação atual da educação financeira no mundo, com alguns exemplos práticos de experiências realizadas e também de trabalhos atualizados que buscam a mensuração de um indicador de educação financeira, mais próximo das peculiaridades socioeconômicas dos países.

2.7 A prática da educação financeira no mundo

Conforme descrito na seção anterior, a educação financeira é muito importante para que as nações tenham uma sustentabilidade em seu crescimento e desenvolvimento socioeconômico. Alguns países já apresentam experiências inovadoras e tem obtido bons resultados na disseminação da educação financeira. No Brasil ainda não existe uma política de educação financeira consistente, de modo a integrá-la nos currículos dos cursos de ensino fundamental, médio e superior. Mas alguns avanços já são observados, como a criação da Estratégia

Nacional de Educação Financeira, instituída pelo Decreto número 7.397, de 22 de dezembro de 2010, criada diante das mudanças macroeconômicas e sociais assistidas na economia brasileira nos últimos anos, visando suprir as necessidades advindas da

maior complexidade e variedades dos produtos financeiros; facilidade de acesso a produtos de risco; crescente responsabilidade individual sobre a segurança financeira no futuro; maior expectativa de vida; expansão e popularização do crédito e o aumento dos riscos relacionados a transações financeiras eletrônicas. (AUGUSTINIS; COSTA; BARROS, 2012, p. 1).

Com a ENEF, a educação financeira passa a ser considerada uma política de Estado, com os seguintes objetivos: “promover a educação financeira e previdenciária; aumentar a capacidade do cidadão para realizar escolhas conscientes sobre a administração dos seus recursos e contribuir para a eficiência e a solidez do mercado financeiro, de capitais, de seguros, de previdência e de capitalização”. (ENEF, 2014). O primeiro passo desta estratégia, que envolve o Banco Central do Brasil (BCB), Comissão de Valores Mobiliários (CVM), Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC) e Superintendência de Seguros Privados (SUSEP), foi a criação de um site na internet com o nome de “Vida e Dinheiro”, onde reúne todas as experiências de educação financeiras realizadas no Brasil e também ferramentas de educação financeira como vídeos e simuladores com dicas para uma boa gestão financeira.

Outros países também têm desenvolvido programas e estratégias de educação financeira. Em 2013, 45 países de diferentes níveis socioeconômicos desenvolveram uma estratégia nacional de educação financeira (EFEF, 2015). Fóruns globais, como o G20, já reconhecem a educação financeira como um dos pilares de sustentação para a estabilidade econômico-financeira e o desenvolvimento social. Nos EUA, têm-se os mais sólidos programas, como o *Office of Financial Education* (OFE), que visa subsidiar os norte-americanos com conhecimentos práticos das ferramentas financeiras, desde investimento a crédito. A Espanha também lançou sua Estratégia Nacional de Educação Financeira em 2008. Na Inglaterra, foi implementada a *National Strategy of Financial Capability*, em conjunto com várias organizações. E na Austrália também existe uma avançada ação dentro do Departamento de Tesouro Australiano, específica para tratar do tema da educação financeira, a *Financial Literacy Foundation*.

Diante do exposto, embora o Brasil já possua uma política pública de educação financeira, ainda se tem um grande caminho pela frente. Mesmo com a queda na taxa de analfabetismo assistida nos últimos anos, “percebe-se que no cenário de globalização e acesso à informação,

produtos e serviços do mundo todo, a educação financeira pode ser uma aliada para o consumidor, mas ainda não está presente no cotidiano do brasileiro” (CORDEIRO; ALMEIDA; FIGUEIREDO, 2013, p. 4).

Alguns trabalhos têm destacado a forte relação do endividamento do brasileiro com a ausência de uma educação financeira.

De acordo com Frankenberg (2002, p. 21):

O endividamento do brasileiro relaciona-se diretamente com a ausência de uma educação financeira, pois cada vez estimulada pelos incisivos programas de publicidade e cada vez menos preparados a refletir sobre os seus rendimentos, investimentos e gastos, os indivíduos acabam por assumir dívidas que, por muitas vezes, estão aquém do seu poder de pagamento.

Como também destacaram Kunkel, Vieira e Potrich (2014, p. 4):

Indivíduos sem conhecimento financeiro, ou com limitado conhecimento e com atitudes e comportamentos irresponsáveis, podem não entender conceitos financeiros básicos como o efeito cumulativo de uma taxa de juros sobre a dívida do cartão de crédito, aumentando o risco de má gestão e problemas financeiros.

Na mesma linha, Silva (2004, p. 23) afirma que “as pessoas não são educadas para pensar na administração de seus gastos; elas compram de maneira não planejada e parecem não refletir sobre seu contexto financeiro e os impactos futuros.

A educação financeira impacta diretamente no comportamento do consumidor quanto a seu planejamento financeiro que vai culminar com o seu endividamento e consequente inadimplência. Como destacaram Savoia, Saito e Santana, (2007, p. 1124), “vários produtos e serviços são ofertados e a população, desprovida de conhecimento e preparo para avaliar o comprometimento do seu orçamento, busca o crédito fácil para restaurar o seu equilíbrio financeiro, tornando-se um dos principais motivos da inadimplência”.

Neste processo, tem-se, principalmente na população de baixa renda, o chamado efeito cascata (snowball effect), em que “as pessoas comprometem seu orçamento, que deveria ser destinado a necessidades básicas, com o pagamento de financiamentos a juros altos e para garantir a sua manutenção básica mensal, adquire fontes de crédito para saldar as antigas, o que eleva os juros a níveis exponenciais”. (LEAL; MELO, 2008, p. 4). Este comportamento gera um círculo vicioso, que também impacta nos altos *spreads* bancários praticados pelas

instituições financeiras brasileiras, que cobram uma maior taxa de juros ao consumidor final para cobrir os riscos de inadimplência.

A probabilidade da inadimplência influencia e muito na determinação da taxa de juros a serem incorporados na operação de crédito. No Brasil, onde as taxas de juros são relevantes por várias razões, tornam-se importantes todos os estudos relacionados com fatores que possam influenciar na definição das taxas de juros. A aplicação do endividamento do consumidor ao longo dos últimos anos e o crescimento da inflação neste início de 2011 dificultam o pagamento de compromissos assumidos e aumentam a inadimplência. (BARTH, 2003, p. 17).

E, ainda, crises econômicas e financeiras infelizmente são muito comuns na economia mundial e, quando acontecem estas situações, a população com menor gestão financeira sofre mais com os efeitos das crises.

A administração ineficiente do dinheiro deixa os consumidores vulneráveis a crises financeiras mais graves e colocam que as operações de mercado e as forças competitivas ficam comprometidas quanto consumidores não tem habilidade para administrar efetivamente suas finanças. E quando os agentes são bem informados, e o mercado de torna mais competitivo e mais eficiente (BRAUNSTEIN; WELCH, 2002, p. 1).

Diante deste contexto, “a educação financeira permitiria às famílias brasileiras a controlar e planejar melhor a sua renda, estabelecendo metas, prioridades e um planejamento consciente de suas despesas e receitas.” (CORDEIRO; ALMEIDA; FIGUEIREDO, 2013, p. 5). Com o controle do orçamento doméstico, tem-se um controle financeiro pessoal, com educação e prudência na administração de seus recursos, como os salários, investimentos e demais receitas. E, ainda, uma melhor educação financeira também contribuiria no agregado a melhores indicadores de inadimplência, que reduziria a rigidez dos *spreads* bancários das instituições financeiras, diminuindo o custo de crédito para todos.

A mensuração dos níveis de educação e alfabetização financeira não é uma tarefa simples. “Não existe um instrumento operacional validado que faça uma medição eficiente da alfabetização financeira em sua totalidade”. (POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2014, p. 3). Mas como defende Lusardi e Michell (2010, p. 1), “embora seja importante avaliar como as pessoas são financeiramente alfabetizadas, na prática, é difícil explorar a forma como as pessoas processam as informações financeiras e tomam suas decisões baseadas neste conhecimento”.

Vários estudos têm apontado fortes relações entre variáveis socioeconômicas e demográficas, como o gênero, idade, estado civil, grau de escolaridade e renda e os níveis de educação financeira, conforme Quadro 4, a seguir.

Quadro 4 – Síntese da relação entre variáveis socioeconômicas e demográficas e a educação financeira

| Resultados | Autores |
|---|--|
| Mulheres apresentam menores índices de alfabetização financeira do que os homens. | Lusardi & Mitchell (2011); Atkinson & Messy (2012); OECD (2013); Brown & Graf (2013) |
| Aqueles com maiores níveis de alfabetização financeira são os que possuem maiores níveis de escolaridade. E o número de disciplinas ligadas à área financeira cursadas na graduação está relacionado ao nível de educação financeira. | Amadeu (2009); Lusardi&Michell (2011) |
| A idade média de 30 a 40 anos está associada com os maiores índices de educação financeira | Lusardi& Michel (2011); OECD (2013) |
| A alfabetização financeira tende a ser menor entre os jovens e os idosos. | Atkinson & Messy (2012) |
| Os solteiros são significativamente mais propensos a ter menores conhecimentos financeiros do que os casados. | Research (2013) |
| Indivíduos com maior tempo de serviço são mais alfabetizados financeiramente. | Chen & Volpe (1998); Research (2013) |
| Alfabetização financeira e riqueza são conjuntamente determinadas e correlacionadas ao longo do ciclo de vida | Potrich, Vieira e Ceretta (2013) |
| Baixos níveis de renda estão associados a baixos níveis de alfabetização financeira. | Monticone (2010); Atkinson & Messy (2012) |

Fonte: POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2014, p. 5.

O Serasa *Experian* e o IBOPE realizam desde 2013 uma pesquisa com os consumidores brasileiros e classificam um indicador denominado InDEF (Indicador de Educação Financeira) em que buscam conhecer o nível de educação financeira do cidadão brasileiro, entendendo suas necessidades e hábitos financeiros. O indicador é composto pelas três dimensões relativas à educação financeira definidas pela OCDE, e cada uma com um peso diferente: comportamento (50%), conhecimento (26%) e atitude (24%), e variam de uma escala de 0 a 10. “O comportamento avalia as ações financeiras dos entrevistados no seu dia a dia (por exemplo: se gasta mais do que ganha, se guarda dinheiro e se planeja o futuro); o conhecimento avalia o entendimento de conceitos financeiros e a atitude avalia como o entrevistado enxerga a sua relação com o dinheiro” (SERASA *EXPERIAN*, 2014).

Abaixo, tem-se a última pesquisa realizada no ano passado, entre os dias 10 a 14 de abril de 2014 com 2002 pessoas maiores de 16 anos em 140 cidades de todos os estados. O intervalo de confiança estimado é de 95% e a margem de erro de 2 pontos. Veja que o índice permaneceu estável entre os anos de 2013 e 2014, com 6,0.

Tabela 3 – Indicador de Educação Financeira – InDEF : anos 2013 e 2014

| | Atitude | Conhecimento | Comportamento | InDEF |
|------|---------|--------------|---------------|-------|
| 2013 | 6,3 | 7,5 | 5,2 | 6,0 |
| 2014 | 6,3 | 7,4 | 5,1 | 6,0 |

Fonte: Serasa Experian, 2014

Portanto, como descrito nesta seção, a educação financeira é fundamental para o uso consciente do dinheiro pela população, que impactará em sua saúde financeira e, conseqüentemente, em seu bem-estar social. E tem-se assim um círculo que pode ser vicioso ou virtuoso. Indivíduo com menos educação financeira tende a ter uma pior gestão de suas finanças e, portanto, maior inadimplência e endividamento. E o contrário ocorre quando se tem um indivíduo com mais educação financeira, que terá uma melhor gestão de seu orçamento e, portanto, uma melhor saúde financeira, com menor inadimplência e endividamento. Esta é a principal hipótese que este trabalho testará, analisando especificamente a população de baixa renda e a sua relação com a educação financeira e os seus impactos no processo de endividamento, que será apresentado no próximo capítulo, com os resultados do estudo exploratório realizado.

3 METODOLOGIA

3.1 Etapas da pesquisa

Para responder aos objetivos propostos pela pesquisa, adotou-se uma metodologia descritiva, de natureza quantitativa. As pesquisas descritivas têm como principal objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis e uma de suas características mais significativas aparece na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados (GIL, 1999). Já em relação a natureza quantitativa, como destacou Mattar (2001), ela busca a validação das hipóteses mediante a utilização de dados estruturados, estatísticos, com análise de um grande número de casos representativos e quantifica dados generalizando os resultados da amostra para os interessados.

Quanto ao método da escolha do objeto de estudo, adotou-se amostragens não-probabilísticas, tipo de amostragem em que existe uma dependência, pelo menos em parte, do julgamento do pesquisador ou do entrevistador de campo para a seleção dos elementos da população para compor a amostra (MATTAR, 2001). Entretanto, como descreveu Malhorta (2005), embora o pesquisador possa, arbitrária ou conscientemente, decidir os elementos a serem incluídos nas amostras, elas podem oferecer boas estimativas das características da população, mas não permitem uma avaliação objetiva da precisão dos resultados amostrais.

Em relação a técnica de coleta dos dados, adotou-se entrevistas semiestruturadas com a aplicação de um questionário, uma das técnicas de coleta de dados mais utilizadas nas pesquisas sociais e bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, creem, esperam e desejam, assim como suas razões para cada resposta (GIL, 1999). O uso desta técnica possui algumas vantagens como uma maior abrangência, eficiência na obtenção dos dados, classificação e quantificação.

Como técnica de análise dos dados, usou-se estatística multivariada, definida como um conjunto de métodos estatísticos utilizados em situações nas quais diversas variáveis são medidas simultaneamente, em cada elemento amostral. As variáveis são correlacionadas entre si e quanto maior o número de variáveis, mais complexa torna-se a análise por métodos comuns de estatística univariada. (MINGOTI, 2005).

Na primeira parte do trabalho, realizou-se uma revisão de literatura, descrevendo o referencial teórico existente sobre as questões do consumo e crédito, as características do consumidor de baixa renda e o papel da educação financeira no seu comportamento. Esta análise teórica inicial fundamentou toda a pesquisa, pois, como se sabe, “os pesquisadores desenvolvem teorias fundamentando-se no conjunto de pesquisas já efetuadas e, assim, um pesquisador investigará estudos anteriormente relatados que envolvam fenômenos semelhantes”. (HAIR JR. et al., 2005, p.77).

Na sequência, adotou-se uma metodologia descritiva quantitativa, por meio de um estudo longitudinal de uma série temporal de alguns dados secundários disponíveis nas bases do IPEA, BACEN e IBGE para entender a vulnerabilidade do consumidor de baixa renda brasileiro, comparativamente por região geográfica. Analisou-se as series históricas dos últimos 10 anos, abrangendo o período de 2003 a 2013

Foram analisados os indicadores de anos de estudo por região geográfica e de desigualdade social Gini do IPEA¹; famílias por classe de renda mensal e taxa de poupança familiar do IBGE² e inadimplência por operação de crédito do BACEN³. Através da análise destes indicadores, foi apresentado um desenho atualizado do perfil do consumidor de baixa renda brasileiro, identificando as suas diferenças regionais e os aspectos que levam à vulnerabilidade deste consumidor, respondendo aos dois primeiros objetivos específicos propostos no trabalho.

Portanto, a metodologia da pesquisa está estruturada em duas etapas conforme o objetivo geral e objetivos específicos a serem respondidos, conforme Quadro 5 a seguir. Após a descrição do referencial teórico, apresenta-se o mapeamento do consumidor de baixa renda e posteriormente realiza-se a pesquisa de campo, com a realização da análise estatística das entrevistas realizadas com os questionários da amostragem de consumidores de baixa renda de Belo Horizonte/MG.

¹ Disponível em <http://www.ipeadata.gov.br>.>

² Disponível em <http://seriesestatisticas.ibge.gov.br>.>

³ Disponível em <<http://www.bcb.gov.br/?serietemp>>

Quadro 5 – Procedimentos metodológicos da pesquisa segundo os objetivos

| Objetivo da pesquisa/ Classificação metodológica | Quanto aos objetivos da pesquisa | Quanto à natureza da pesquisa | Quanto à escolha do objeto de estudo | Quanto à técnica de coleta de dados | Quanto à técnica de análise de dados |
|--|--|-------------------------------------|--|--|---|
| Analisar os impactos da educação financeira na vulnerabilidade do consumidor de baixa renda no seu processo de consumo | Descritiva | Quantitativa | Amostras não-probabilísticas | Entrevista com questionários | Estatística multivariada |
| Apresentar um mapeamento da população de baixa renda no Brasil, destacando as suas diferenças regionais. | Descritiva | Quantitativa | Amostragem probabilística | Dados secundários | Estatística descritiva – análise longitudinal |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

3.2 Processo de coleta dos dados

A coleta dos dados para a pesquisa foi realizada por meio de uma *survey* que, como descreveu Hair Jr. et al. (2005, p.157), “é o procedimento para a coleta de dados primários a partir de indivíduos, que podem variar entre crenças, opiniões, atitudes e estilos de vida e até informações gerais sobre a experiência do indivíduo, tais como gênero, idade, educação e renda”.

Como instrumento de coleta de dados, foi adotada a aplicação de entrevista com a aplicação de questionários, apresentado no Apêndice A deste trabalho. Optou-se pelo uso do questionário de entrevista presencial para uma melhor padronização, como destacou Malhotra et al. (2005, p.227), “um questionário garante a padronização e a comparação de dados entre os entrevistadores, aumenta a velocidade e a precisão dos registros e facilita o processamento dos dados”. O questionário foi aplicado pelo autor e por outras assistentes, Luiza Emanuely Rocha e Bruna Lima Carvalhais, que foram previamente treinadas e acompanhadas para a garantia da qualidade no processo.

Na construção do questionário, buscou-se atender as três premissas básicas: “traduzir a informação desejada num conjunto de perguntas específicas as quais os entrevistados estejam dispostos a responder; minimizar as exigências impostas aos entrevistados, motivando-os a participar de toda a entrevista e minimizar os erros de resposta” (MALHOTRA, 2005, p.228). As perguntas foram elaboradas a partir do referencial teórico descrito, baseando-se nas proposições e hipóteses levantadas nas principais linhas teóricas. E no seu enquadramento com as premissas básicas de qualidade, o questionário foi testado e ajustado inúmeras vezes até a elaboração da sua versão final aplicada, dado que como afirmou Hair Jr. et al. (2005, p.21), “para alcançar altas taxas de respostas de alta qualidade, o pesquisador deve prestar especial atenção a extensão do questionário bem como à maneira como as perguntas são estruturadas, ordenadas e codificadas, o que também facilitará a coleta de dados e a análise estatística”.

O questionário foi estruturado em quatro seções, com 45 questões e com os três blocos de questões comportamentais mensurados através de escala *likert*. A parte inicial contém dez questões de caráter classificativo para o levantamento das características socioeconômicas dos respondentes, sendo que as questões 7 a 10 selecionam os respondentes com dívidas e os classificam como inadimplentes ou adimplentes para a separação nas duas subamostras. No segundo bloco de questões, busca-se levantar as informações comportamentais dos respondentes em seu processo de consumo, nas questões 11 a 13. Já no terceiro bloco, com duas questões, as de números 14 e 15, busca-se traçar o perfil de endividamento do consumidor. E, por fim, no quarto e último bloco, questões 16 a 18, busca-se identificar o nível de conhecimento de educação financeira dos respondentes.

A coleta de dados foi realizada por meio de amostra, definida como um subgrupo de uma população, constituído de n unidades de observação e que deve ter as mesmas características da população selecionada para participação no estudo e com tamanho que minimiza os custos de amostragem e que pode ser com ou sem reposição (MALHOTRA, 2005). E como destacou Hair Jr. et al. (2005, p.239), “os objetivos da pesquisa e o escopo do estudo são essenciais na definição da população alvo estudada, que deve ser composta de um grupo completo de objetos ou elementos relevantes para o projeto de pesquisa, ou seja, deve possuir as informações que se propõe coletar”.

Como método de amostragem, usou-se a amostragem não probabilística, em que a seleção é realizada de maneira subjetiva pelo pesquisador, de acordo com sua experiência pessoal,

conveniência e conhecimento especializado (HAIR JR. et al., 2005). Quanto ao tamanho da amostra, dada a grande população alvo, definiu-se um universo de 100 entrevistas, “buscando o equilíbrio entre a variabilidade dos elementos na população alvo, atender o tipo de amostra exigido, o tempo disponível, orçamento e o nível de precisão desejada” (HAIR JR. et al., 2005, p.248). Dado o método de amostragem não probabilístico e o pequeno tamanho da amostra, para uma maior assertividade, todas as entrevistas foram realizadas em locais de maior fluxo de consumidores de baixa renda das classes D e E na região central de Belo Horizonte/MG: Praça 7, Terminal Rodoviário e região comercial da Rua Curitiba. Foram aplicados 147 questionários, sendo selecionado deste montante apenas o público alvo da pesquisa: 100 consumidores de baixa renda com rendimento familiar de até quatro salários mínimos e que possuem dívidas atualmente, sendo a metade da amostra destinada a consumidores endividados inadimplentes e a outra metade, em situação de endividamento, mas adimplentes.

3.3 Método para a análise dos dados

Com o objetivo de mensurar a relação entre o comportamento financeiro e a vulnerabilidade do consumidor de baixa renda, representada pelos aspectos do seu comportamento e perfil de endividamento, e o seu nível de conhecimento ou educação financeira, foi utilizado um método de análise estatística multivariada, o modelo de inferência de árvores de decisão. O entendimento de fenômenos sociais é realizado por meio da coleta e da análise de uma grande quantidade de dados baseados em hipóteses e dada a quantidade de variáveis, utilizam-se métodos estatísticos para se obter informações úteis dessa massa de dados, definidos como os métodos de análise multivariada (STEVENSON, 1971).

O modelo de árvores de decisão foi escolhido em função de sua “habilidade para lidar com relações complexas, particularmente aquelas de natureza não-linear, fornecendo uma ferramenta analítica com grande flexibilidade nos tipos de problemas que podem ser tratados e esta flexibilidade garante uma base para resultados superiores de estimação em muitos problemas preditivos e de classificação” (HAIR JR. et al., 2005, p.550). E com uma aparência familiar, como um dendrograma na análise de agrupamentos, este método é construído e interpretado de uma maneira diferente, sendo uma participação sequencial do conjunto de dados que busca maximizar diferenças em uma variável dependente (HAIR et al., 2005, p.543).

O modelo de árvore de decisão é um dos métodos de algoritmos mais usados no estudo de inferências indutivas, sendo utilizado em vários campos de estudo, de diagnósticos médicos a análise de risco de crédito. E sua operacionalização é bem simples:

As árvores de decisão classificam instâncias partindo da raiz da árvore para algum nodo folha que fornece a classe da instância. Cada nodo da árvore especifica o teste de algum atributo da instância, e cada arco alternativo que desce daquele nodo corresponde a um dos possíveis valores deste atributo. Uma instância é classificada começando no nodo raiz da árvore e testa o atributo relacionado a este nodo e segue o arco que corresponde ao valor do atributo na instância em questão. Este processo é repetido então para a subárvore abaixo até chegar a um nodo folha. (GUARDA, 2005, p. 5).

As análises foram realizadas através do programa R através da função CTREE, do pacote PARTY e Microsoft Excel. E como descreve Gentleman et al. (2005, p. 1), este método estima a árvore de classificação através de uma aproximação de inferência condicional e de forma geral, o algoritmo funciona da seguinte forma:

1) Testa a hipótese nula global de independência entre qualquer uma das variáveis utilizadas e a variável resposta (que pode ser multivariada, também). Se esta hipótese não for rejeitada, o algoritmo interrompe o processo. Em seguida, ele seleciona a variável explicativa com maior associação à variável resposta. Esta associação é mensurada por um valor de probabilidade (p) correspondente ao teste para a hipótese nula parcial de apenas uma variável explicativa e a variável resposta; 2) Implementa uma divisão binária (dicotômica) na variável selecionada; 3) Repete os passos 1 e 2 recursivamente.

De posse das informações coletadas nos 100 questionários respondidos e selecionados, separou-se a amostra em dois grupos, o primeiro com consumidores com dívidas e inadimplentes e o segundo com os consumidores com dívidas e adimplentes. A amostra foi dividida em dois grupos homogêneos para simplificar a comparação entre eles, testando as hipóteses levantadas pela pesquisa. E para isto, foram realizadas cinco análises, conforme será apresentado no próximo capítulo da análise dos resultados.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise estatística multivariada com o modelo de árvores de decisão foi realizada em cinco etapas, conforme abaixo:

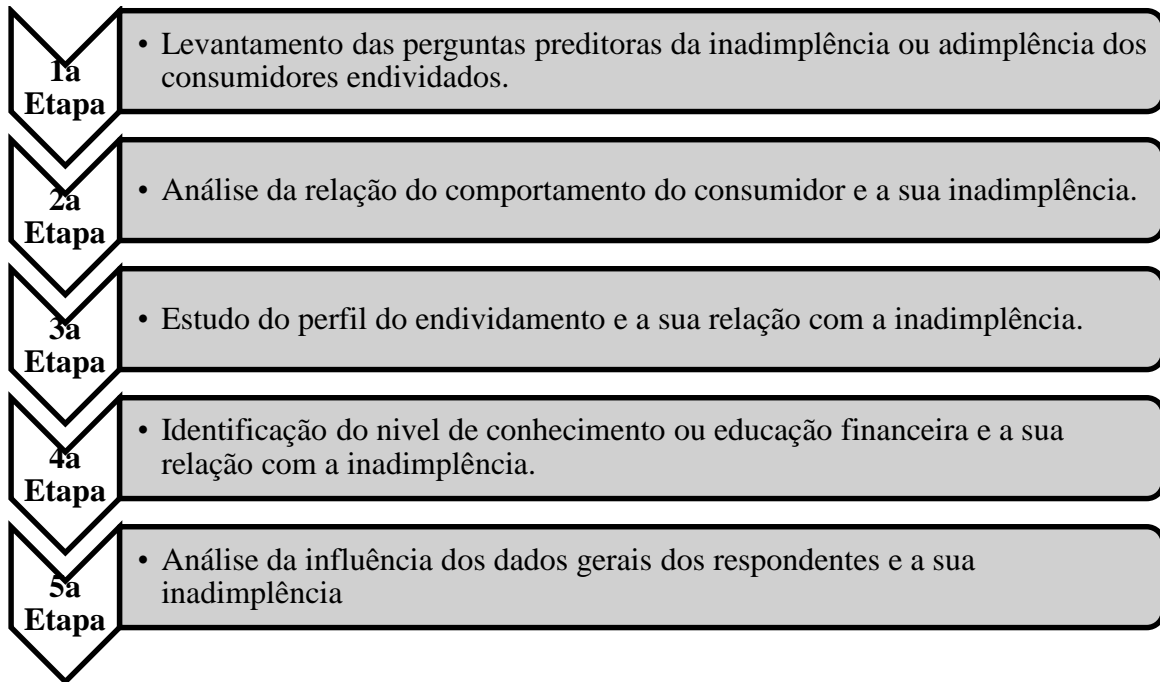


FIGURA 3 – Etapas das análises estatísticas pelo modelo de árvores de decisão.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015

Na primeira análise foram determinadas as perguntas do questionário que poderiam ser consideradas preditoras da inadimplência dos consumidores endividados. Foi realizada uma análise de classificação, considerando todas as respostas para todas as perguntas do questionário, levantando-se, de forma geral, quais as questões que poderiam ser determinantes do compromisso financeiro dos consumidores endividados.

Ao realizar a análise com todas as 45 perguntas do questionário, observou-se que apenas a questão 15.4 (Pago todas as minhas dividas com atraso), pode ser um preditor significativa da inadimplência dos consumidores ($p < 0.002$). A maioria dos consumidores entrevistados que responderam “Nunca” ($n=40$) eram consumidores endividados adimplentes. Paralelamente, os consumidores que responderem “Às vezes”, “Muitas vezes” e “Sempre” implicava uma maior probabilidade de serem considerados inadimplentes. Portanto, conforme Figura 4, a árvore indica que a questão pe_q15.4 (questão 15.4, pertencente ao grupo de

‘Perfil de Endividamento’) é um fator significativo. A inadimplência é demonstrada por gráficos de barra, em que os valores do eixo vertical indicam proporções. A árvore é determinada ao nível de significância de 0,05.

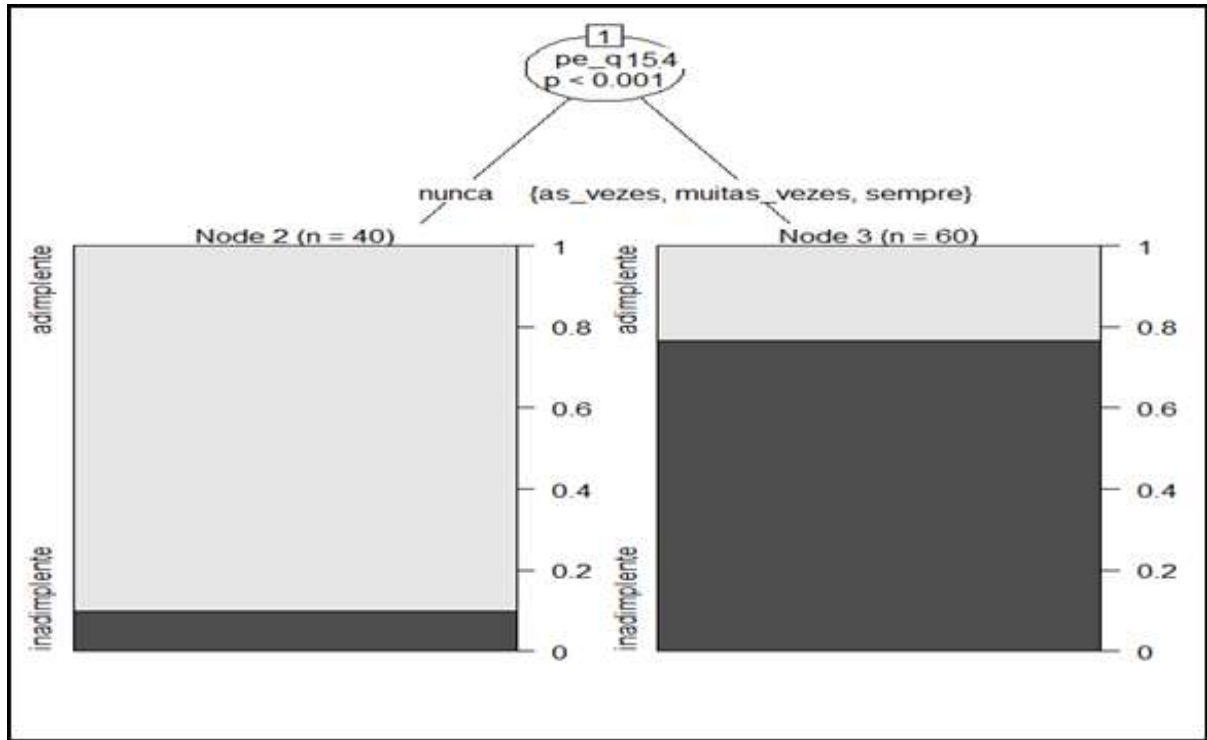


FIGURA 4 - Diagrama esquemático da árvore de inferência condicional do modelo que considera todas as questões do questionário

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Na segunda etapa, realizou-se uma análise de classificação para levantar as perguntas dentro do bloco de questões do “Comportamento do Consumo” que estariam relacionadas com a inadimplência. Observou-se que a questão 11.4 (Todas as minhas compras são planejadas) tem um papel muito importante na indicação da inadimplência dos consumidores entrevistados ($p = 0.002$). Ser mais planejado - ou seja, responder “Muitas Vezes” e “Sempre” - indica uma menor inadimplência. O contrário também ocorre, pois maior inadimplência foi observada entre aqueles que eram menos planejados, ou seja, que responderam “Nunca” e “Às vezes” à questão analisada. Portanto, conforme Figura 5, a árvore indica que a questão cc_q11.4 (questão 11.4, pertencente ao grupo de ‘Comportamento de Consumo’) é um fator significativo. A inadimplência é demonstrada por gráficos de barra, em que os valores do eixo vertical indicam as proporções. A árvore é determinada ao nível de significância de 0,05.

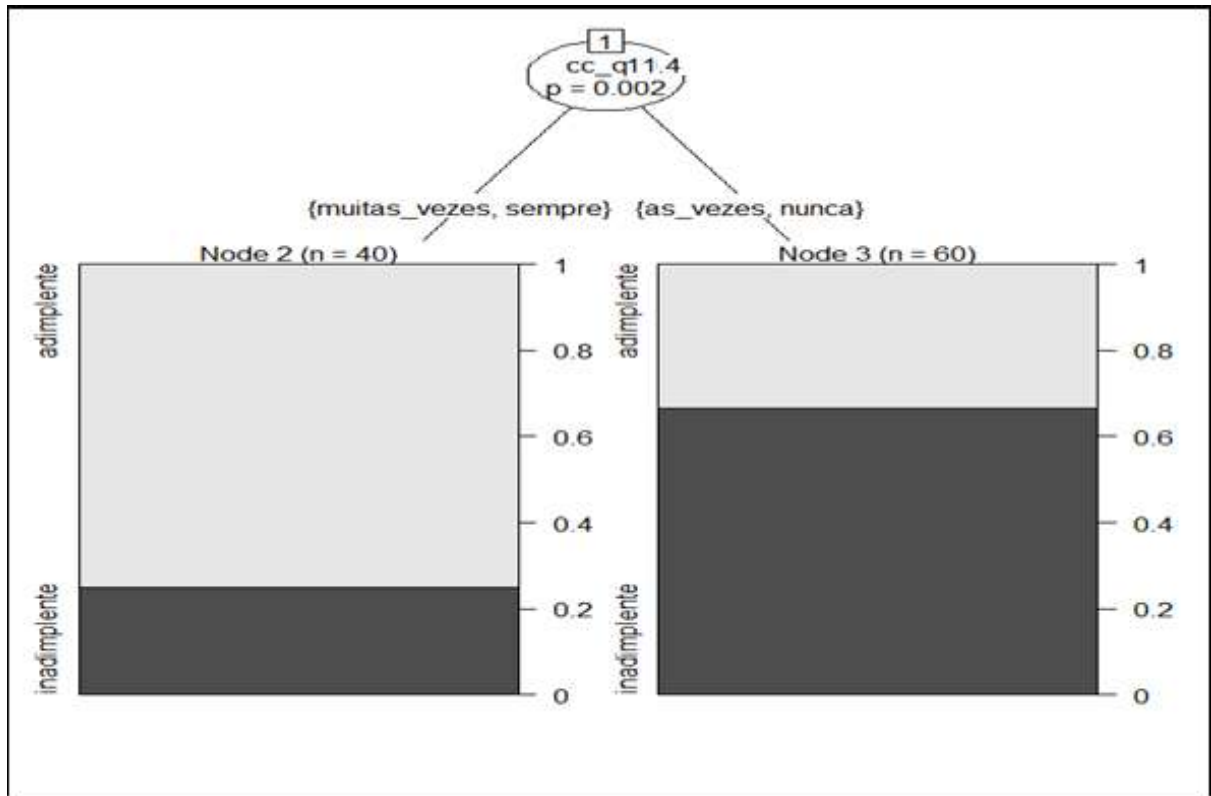


FIGURA 5 - Diagrama esquemático da árvore de inferência condicional do modelo que considera as questões referentes ao “Comportamento de Consumo” dos respondentes

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Na terceira etapa, foram analisadas as questões relevantes no “Perfil de Endividamento”, que seriam determinantes em sua inadimplência. E observou-se que a questão 15.4 (Pago todas as minhas dívidas com atraso; $p < 0.001$); a questão 15.3 (Todas as minhas dívidas são pagas em dia; $p = 0.044$) e a questão 15.8 (Se tivesse mais acesso ao mercado de crédito, endividaria mais; $p < 0.001$) são importantes preditores da inadimplência dos consumidores endividados/entrevistados.

Responder “Nunca” à questão 15.4 indica baixíssimos níveis de inadimplência, contudo, para as demais respostas, têm-se maiores níveis de inadimplência. Dos que responderam que pagam suas dívidas com algum atraso (consumidores que responderam “Às vezes”, “Muitas vezes” e “Sempre” à questão 15.4), apresentam maior inadimplência quando comparados aos que responderam que “Muitas vezes” ou “Sempre” pagavam as suas dívidas em dia. Por outro lado, dos que responderam que pagam as suas dívidas em dia, “Nunca” ou “Às vezes”, a maior inadimplência é encontrada entre aqueles que responderam, “Muitas vezes” ou “Sempre”, na questão de que iriam endividar-se mais, caso tivessem um maior acesso ao mercado de crédito.

Portanto, conforme Figura 6, a árvore indica que as questões pe_q15.4 (Pago todas as minhas dividas com atraso - questão 15.4); a pe_q15.3 (Todas as minhas dividas são pagas em dia; questão 15.3) e a questão pe_q15.8 (Se tivesse mais acesso ao mercado de credito, endividaria mais- questão 15.8) são fatores significantes. A inadimplência é demonstrada por gráficos de barra, em que os valores do eixo vertical indicam proporções. A árvore é determinada ao nível de significância de 0,05.

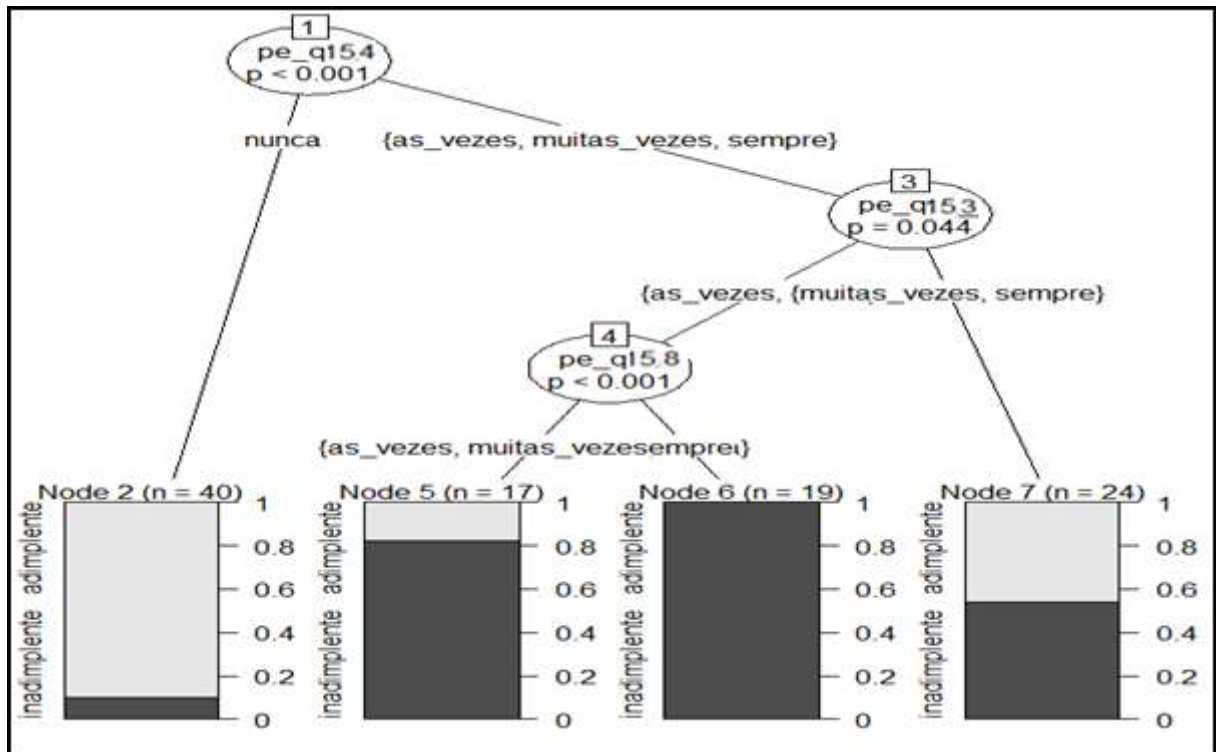


FIGURA 6 - Diagrama esquemático da árvore de inferência condicional do modelo que considera as questões referentes ao Perfil de Endividamento dos respondentes

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Na quarta etapa, realizou-se a análise de classificação no bloco de questões sobre a ‘Educação Financeira’. E observou-se que a questão 18.1 (Em todos os meus empréstimos e financiamentos, leio os contratos e entendo todas as cláusulas; p = 0.005) é uma importante preditora da inadimplência dos consumidores entrevistados. Ler os contratos e as cláusulas com uma maior frequência, ou seja, os que responderam “Muitas Vezes” e “Sempre”, implica em uma inadimplência significativamente menor do que aqueles que não tomam as mesmas precauções em relação a seus empréstimos e financiamentos. Conforme Figura 7, a árvore indica que a questão ef_q18.1 (questão 18.1, pertencente ao grupo de ‘Educação Financeira’) é um fator significativo. A inadimplência é demonstrada por gráficos de barra, em que os

valores do eixo vertical indicam proporções. A árvore é determinada ao nível de significância de 0,05.

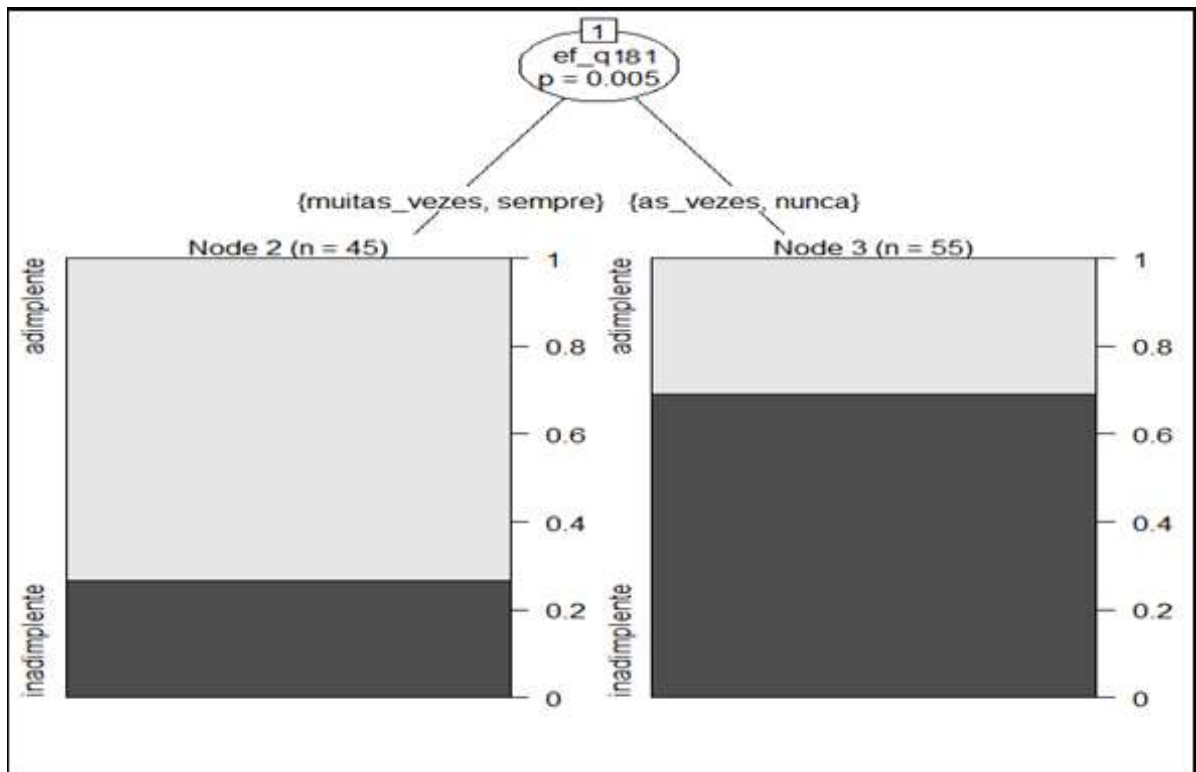


FIGURA 7 - Diagrama esquemático da árvore de inferência condicional do modelo que considera as questões referentes à Educação Financeira dos respondentes

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Na quinta e última etapa da análise, buscou-se investigar a influência das características socioeconômicas dos respondentes no seu endividamento e inadimplência. E observou-se que “percentual do endividamento” é uma variável preditora da inadimplência do consumidor. Para os respondentes que indicaram estar com sua renda até 30% comprometida com dívidas, questão 9.1, implica numa inadimplência significativamente menor ($p < 0.001$), ou seja, maior adimplência que nos consumidores que responderam estar com mais de 31% de sua renda comprometida com dívidas.

Assim, conforme exposto na Figura 8 a seguir, a árvore indica que o percentual de endividamento é um fator significativo. A inadimplência é demonstrada por gráficos de barra, em que os valores do eixo vertical indicam proporções. A árvore é determinada ao nível de significância de 0.05.

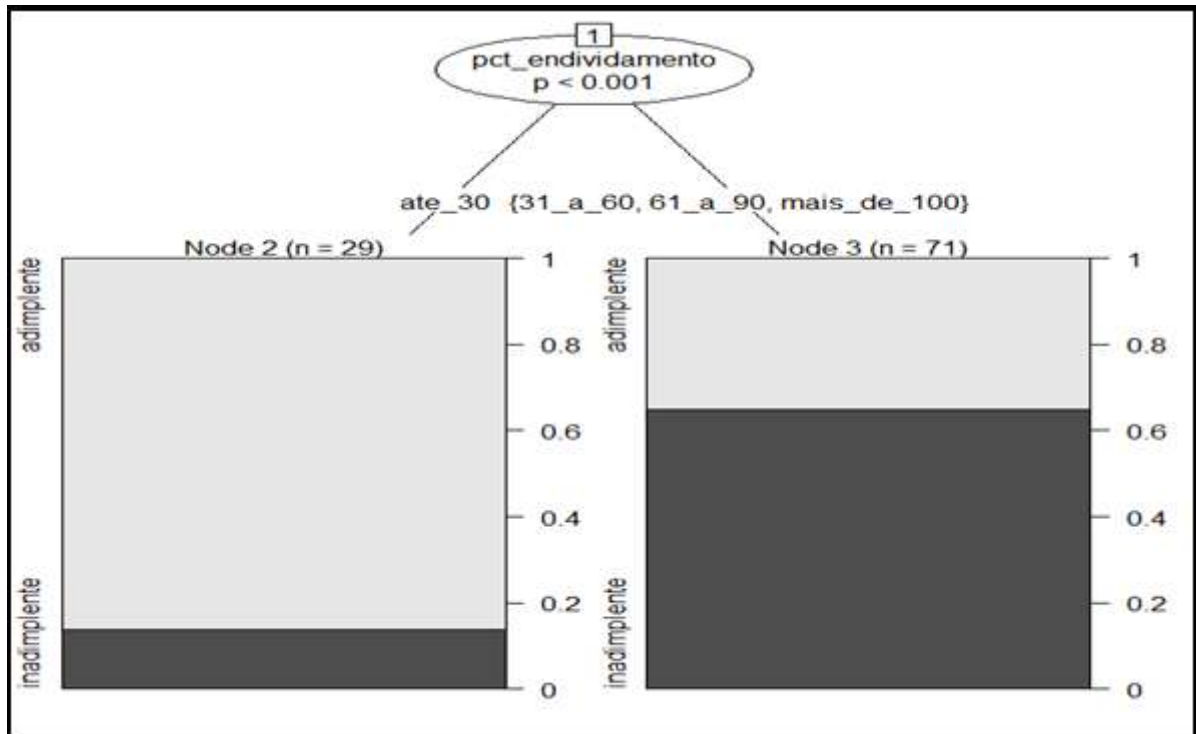


FIGURA 8 - Diagrama esquemático da árvore de inferência condicional do modelo que considera as características dos perfis socioeconômico dos respondentes

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Observa-se pelas cinco análises realizadas pelo método de árvores de decisão, que todas as questões preditoras apontadas estão relacionadas com o conhecimento teórico ou prático na educação financeira. Na primeira análise, identificou-se que a questão 15.4 referente ao perfil de endividamento, que indagava se o consumidor pagava todas as suas dívidas em atraso, era determinante para a definição de seu comportamento financeiro.

Na sequência, ao analisar o comportamento de consumo, identificou-se que a questão 11.4 referente à afirmação de que todas as compras do consumidor são planejadas também era muito significativa. Já na terceira análise, quanto ao perfil de endividamento, identificou-se, além da questão 15.4 já mencionada na primeira análise, as questões 15.3 referente à afirmação de que todas as dívidas do consumidor são pagas em dia e a 15.8 que se refere à afirmação de que se tivesse mais acesso ao mercado de crédito, o consumidor se endividaria mais, como preditoras no comportamento financeiro do consumidor.

Já na quarta análise, em que se trata diretamente do construto da educação financeira, a questão 18.1 referente à afirmação de que o consumidor, em todos os seus empréstimos e financiamentos, lê os contratos e entende todas as cláusulas, foi a mais significativa na

determinação da inadimplência ou adimplência dos consumidores. E, por fim, na quinta e última análise, foram levantadas todas as características socioeconômicas dos respondentes e foi apontada a questão 9.1 referente ao comprometimento da renda dos consumidores com dívidas como a maior preditora do comportamento do consumidor de baixa renda no mercado de crédito, concluindo que os consumidores com comprometimento de mais de 30% de sua renda com dívidas está mais propenso a inadimplência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Respondendo à questão proposta pelo trabalho, evidenciou-se os impactos da educação financeira sobre a vulnerabilidade do consumidor de baixa renda no seu processo de consumo. Na apresentação do mapeamento do perfil do consumidor de baixa renda brasileiro, a análise longitudinal das series temporais dos últimos dez anos do IPEA, IBGE e BACEN indicou uma forte relação entre os indicadores de educação (anos de estudo), classe social, distribuição de renda (índice de Gini), poupança familiar (TPF) e a inadimplência das pessoas físicas no SFN. Observou-se que nas regiões Norte e Nordeste, onde se tem a maior concentração da população de baixa renda, foram também as que apresentaram os piores índices de educação, grande concentração de renda, baixo nível de poupança familiar e, conseqüentemente, maiores índices de inadimplência do consumidor. O oposto foi observado na região Sul do Brasil, onde se concentra uma população de baixa renda menor, com os melhores índices de educação, melhor distribuição de renda, maiores níveis de poupança familiar, resultando num melhor perfil de endividamento do consumidor com menores taxas de inadimplência.

O resultado desta análise, embasado pelo referencial teórico apresentado, reforça as evidencias dos impactos do construto educação e conhecimento sobre a vulnerabilidade do consumidor de baixa renda. Além dos anos de estudo que impactam diretamente sobre o nível de conhecimento da população, os indicadores de poupança familiar também atuam no mesmo sentido, dado que famílias com melhor planejamento de seu orçamento, poupam mais. Outros fatores descritos também são importantes, como o materialismo, apelo emotivo, alta necessidade de crédito para o consumo, limitação de recursos. Mas a educação financeira é uma variável central, pois ela atua no conjunto de todos os fatores propulsores da vulnerabilidade do consumidor, dado que além do conhecimento das ferramentas financeiras, está no escopo da educação financeira a formação de cidadãos conscientes em todos os aspectos, de seu planejamento familiar até o consumo consciente e sustentável.

A pesquisa de campo teve como objetivo investigar mais profundamente a variável educação financeira, buscando identificar os fatores comportamentais que impactam na vulnerabilidade do consumidor de baixa renda. E nas cinco análises realizadas, através do método de árvores de decisão, observou-se uma forte relevância do conhecimento teórico ou prático na educação financeira, na vulnerabilidade do consumidor de baixa renda no seu processo de consumo e,

consequentemente, no seu endividamento e na sua inadimplência ou adimplência no sistema de crédito ao consumidor.

Em todas as análises, as questões preditoras do comportamento de inadimplência dos consumidores estão relacionadas com o seu conhecimento ou educação financeira. Tanto na primeira análise do seu perfil de endividamento quanto a sua pontualidade em relação aos seus compromissos financeiros, quanto na questão do planejamento das compras no quesito do comportamento de consumo. Ambos os aspectos, pontualidade nos pagamentos das dívidas e planejamento das compras são determinantes na vulnerabilidade do consumidor e estão diretamente relacionados ao conhecimento financeiro, mesmo que seja apenas um conhecimento prático, sem a presença da educação financeira formal. E, no bloco referente à educação financeira, não poderia ser diferente, com a questão da leitura e entendimento dos contratos de empréstimos e financiamentos sendo a mais importante na determinação da inadimplência ou adimplência dos consumidores de baixa renda.

E, na última análise, novamente tem-se a presença da educação financeira, quanto se observa pelas características socioeconômicas dos respondentes que o seu comprometimento de renda com dívidas é o fator determinante do seu endividamento e inadimplência, podendo-se constatar que os consumidores que comprometem menos de 30% de sua renda com dívidas possuem melhor qualidade financeira. Este resultado é totalmente aderente com uma das principais argumentações teóricas da educação financeira, segundo a qual o comprometimento de mais de 30% da renda mensal com dívidas aumenta a probabilidade de um descontrole financeiro dos consumidores.

Evidencia-se que a educação financeira exerce um papel fundamental na definição da importância do consumo no bem-estar social da população de baixa renda, situando-se, assim, numa linha tênue que separa o debate teórico entre as correntes hedonista e moralista sobre o papel do consumo na base da pirâmide. Através do conhecimento financeiro, reduz-se a vulnerabilidade deste consumidor, que melhora as suas escolhas, maximizando a utilidade de seu consumo, dentro das suas limitações orçamentárias. Assim, ele minimiza o seu endividamento, utilizando o mercado de crédito apenas como uma ferramenta de antecipação de consumo e não como uma mola propulsora do seu consumismo e de seu descontrole financeiro.

Portanto, este estudo espera contribuir para o melhor entendimento do papel da educação financeira no fortalecimento de um mercado de consumo sustentável no Brasil.

Gerencialmente, espera-se que as empresas incentivem o consumo consciente no mercado de baixa renda, onde existem boas oportunidades de negócios, mas que deve ser tratado com estratégias diferenciadas e compatíveis com as peculiaridades existentes na base da pirâmide. Academicamente, este trabalho pretende contribuir com o estudo do tema, ainda com muitas lacunas a serem exploradas nas academias brasileiras. E, por fim, espera-se também que o governo intensifique suas ações na disseminação da educação financeira como política pública ativa de desenvolvimento socioeconômico sustentável. É dever do estado promover a disseminação da educação financeira para que os cidadãos possam exercer sua cidadania plenamente.

Como limitações da pesquisa, dado o caráter negativo de algumas questões do questionário aplicado nos consumidores de baixa renda, algumas vezes os respondentes demonstravam insegurança e receio nas respostas sobre o seu comportamento financeiro real, comprometendo uma maior assertividade em sua autoavaliação. Um questionário menos invasivo poderia ser mais eficiente, gerando maior veracidade e transparência nas respostas.

Ao concluir, constata-se que ainda existem muitas oportunidades para o estudo desta temática, com algumas sugestões para estudos futuros. Sugere-se a realização de pesquisas em outras regiões do Brasil; análises em maiores amostras de consumidores entrevistados; estudo de outras classes sociais como a classe C ou classe média e o estudo de outras variáveis do comportamento de vulnerabilidade do consumidor de baixa renda, como o materialismo, comportamento emotivo, dentre outros, viabilizando, assim, a realização de estudos comparativos.

REFERÊNCIAS

AUGUSTINIS, Viviane Franco; COSTA, Alessandra de Sá Mello; BARROS, Denise Franca. Uma análise crítica do discurso de educação financeira: por uma educação para além do capital. **Rev. ADM, MADE**, vol.16, n. 3, p. 79-102, Rio de Janeiro, set/dez. 2012.

BARTH, N. L. **Inadimplência**: construção de modelo de previsão. São Paulo: Nobel, 2003.

BERNHEIN, B.D.; GARRETT, D.M. *The effects of financial education in the workplace: evidence form a survey of households*. **Journal of Public Economics**, v.87, 2003.

BRAUNSTEIN, Sandra e WELCH, Carolyn. *Financial Literacy: an overview of practice, research, and policy*. **Federal Reserve Bulletin**. Nov. 2002.

BRESSER, Luiz Carlos. **Crise econômica e reforma do estado no Brasil**: para uma nova interpretação da América Latina. São Paulo: Editora 34, 1996.

CABRAL, Barbara Barbosa. **Educação financeira**: o primeiro passo para consumo consciente. Bahia: UNIFACS, 2011.

CHAUVEL, M. A.; MATTOS, M. P. A. Z. Consumidores de baixa renda: uma revisão dos achados de estudos feitos no Brasil. **CADERNOS EBAPE FGV**, Rio de Janeiro, v.6, n.2, Jun. 2008. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/cebape/v6n2/v6n2a06.pdf>>. Acesso em: 13 set. 2013.

CORDEIRO, Rafaela Almeida; ALMEIDA, Liliane Matias de; FIGUEIREDO, Júlio César Bastos de. Classe média brasileira: mais dinheiro e menos dívidas, sonho ou realidade? In: **IV Encontro de Administração Política**. Vitória da Conquista, p. 05-07, jun. 2013.

COSTA, Fernando Nogueira; DEOS, Simone Silva. **Reflexões sobre o financiamento na economia brasileira**. Campinas: UNICAMP, 2002.

CHRIST, Eduardo; STEFANO, Silvio Roberto; RAIFUR, Léo. A influência de fatores socioeconômicos na determinação do perfil de risco dos alunos do curso de administração de uma universidade pública. In: **XXXVIII Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, p. 13-17, set. 2014.

CRUZ, M. A. Segmento de baixa renda: definições estratégicas com a utilização de clusters. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**, São Paulo, v.1, n.2, ago-dez., 2010. Disponível em:<<https://www.metodista.br/revistas/revistasms/index.php/REGS/article/download/2154/2169>>. Acesso em: 17 set. 2013.

D`AQUINO, C. **Educação financeira**: como educar seu filho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ESTRATEGIA NACIONAL DE EDUCACAO FINANCEIRA. **Brasil**: implementando a estratégia nacional de educação financeira. 2013. Disponível em: <<http://www.vidaedinheiro.gov.br>. Acesso em: 10 fev. 2015.

FAUSTINO, Joana; YAMAMOTO Cleusa Satico. O consumo de crédito no mercado de baixa renda: fatores contribuintes para o aumento das dívidas. In: **XXXIII Encontro da ANPAD**. São Paulo, p.19-23, set. 2009.

FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia econômica**: estudo do comportamento econômico e da tomada de decisão. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2008.

FLORES, Sílvia Amélia Mendonça; VIEIRA, Kelmara Mendes; CORONEL, Daniel Arruda. Influência de fatores comportamentais na propensão ao endividamento. **Rev. Adm. FACES Journal Belo Horizonte**, vol.12, n. 2, p. 13-35, abr/jun. 2013.

FRANKENBERG, Louis. **Guia prático para cuidar de seu orçamento**: viva melhor sem dívidas. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

FREITAS, Maria Cristina Penido de. **Evolução do mercado de crédito brasileiro em 2011**. São Paulo: Fundap, 2012.

GENTLEMAN R.; CAREY V; HUBER W. *Bioinformatics and Computational Biology Solutions using R and Bioconductor*. New York : Springer, 2005.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GREMAUD, Amaury Patrick; SAES, Flávio A. Marques; TONETO JUNIOR, Rudinei. **Formação econômica do Brasil**. São Paulo: Atlas, 1997.

GUARDA, Álvaro. **Inteligência Artificial em Controle e Automação**. Ouro Preto: UFOP, 2005.

GUDIN, Eugênio. **Princípios de economia monetária**. Rio de Janeiro: Agir, 1979.

HAIR JR, Joseph F.; BABIN, Barry; MONEY, Arthur H.; SAMOUEL, Phillip. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAIR JR, Joseph F.; ANDERSON, Rolph E.; TATHAM, Ronald; BLACK, William C. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2005

HILL, N. **Quem pensa enriquece**. São Paulo: Fundamento Educacional, 2009.

KIYOSAKI, R.T. **Pai rico, pai pobre**: o que os ricos ensinam a seus filhos sobre dinheiro. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

KUNKEL, Franciele Inês Reis; VIEIRA, Kelmara Mendes; POTRICH, Ani Caroline Grigion. Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores. In: **XXXVIII Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, p. 13-17, set. 2014.

LEAL, Douglas Tavares Borges; MELO, Sheila de. A contribuição da educação financeira para a formação de investidores. In: **XI SEMEAD Empreendedorismo em organizações**. São Paulo, p. 28-29, ago. 2008.

LUSARDI, A; MITCHELL, O. *Financial literacy among the Young: evidence and implications for consumer policy*. **Journal of Consumer Affairs**, v.44, n.2, p.358-380, 2010.

MACEDO JR., J.S. **A árvore do dinheiro**: guia para cultivar a sua independência financeira. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MALHOTRA, N.K.; ROCHA, I.; LAUDISIO, M.C.; ALTHEMAN, E.; BORGES, F.M. **Introdução a pesquisa de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2005

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MEDEIROS, Gabriela Marques; DANTAS, Gabriela Queiroga; SILVA, Josueliton da Costa; PEREIRA, Rita de Cássia de Faria. Endividamento e literacia financeira na perspectiva dos consumidores endividados no cartão de crédito. In: **XXXVIII Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, p.13-17, set. 2014.

METTE, Frederike Monika Budiner; MATOS, Celso Augusto. Comportamento do consumidor endividado: um estudo com indivíduos de baixa renda. In: **XXXVIII Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, p.13-17, set. 2014.

MINGOTI, S. A. **Análise de dados através de métodos de estatística multivariada**: uma abordagem aplicada. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

MURAMATSU, Roberta; FONSECA, Patrícia. Um enigma do comportamento do consumidor no Brasil: análise comportamental do consumo procrastinado em um cenário inflacionário. In: **XXXII Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, p. 06-10 set. 2008.

NARDI, Sergio. **A nova era do consumo de baixa renda**: consumidor, mercados, tendências e crise mundial. São Paulo: Novo Século Editora, 2009.

NEUHAUS, Paulo; MAGALHAES, Uriel. **Crédito ao consumidor**: uma análise econômica. Rio de Janeiro: IBMEC, 1976.

NOGAMI, Vitor Koki da Costa; PACAGNAN, Mario Nei. Consumo da base da pirâmide: uma análise bibliométrica do estado da arte na produção acadêmica no Brasil. In: **XXXV Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, p. 04-07, set. 2011.

NOGAMI, Vitor Koki da Costa; VIEIRA, Francisco Giovanni David; MEDEIROS, Juliana. Reflexões acadêmicas e de mercado para o marketing na base da pirâmide. **Revista de Negócios**, v.17, n.4, p.55-73. Blumenau, out/dez.2012.

OLIVEIRA, Braulio; RONDELO, Tadeu Costa. Facebook como fonte de informação para a decisão de concessão de crédito a classe C. In: **XXXVIII Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, p.13-17, set. 2014.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT – OCDE. Recommendations on principles and good practices for financial education. 2005. Disponível em: www.oecd.org/. Acesso em: jan. 2015.

PARENTE, Juracy Gomes; BARKI, Edgard Elie Roger; KATO, Heitor Takashi. Consumidor de baixa renda: desvendando as motivações no varejo de alimentos. In: **XXIX Encontro da ANPAD. Brasília**, p.17-21, set. 2005.

PELLEGRINI, Josué Alfredo. **O financiamento ao consumo como instrumento de política econômica no Brasil**. 1991. 128 f.. Dissertação (Mestrado em Economia) - Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1991.

PERERA, Luiz Carlos Jacob (Org.). **Crédito: história, fundamentos e modelos de análise**. São Paulo: Editora Mackenzie, Saint Paul Editora, 2013.

PINTO, Marcelo de Rezende. **Os pobres e o consumo: uma teoria substantiva da experiência de consumo de eletrônicos**. Orientador: Jose Edson Lara, 2009. 302 f.. Tese (Doutorado em Administração) - Centro de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009.

POTRICH, Ani Caroline Grigion; VIEIRA, Kelmara Mendes; KIRCH, Guilherme. Determinantes da alfabetização financeira: proposição de um modelo e análise da influência das variáveis socioeconômicas e demográficas. In: **XXXVIII Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, p.13-17, set. 2014.

PRAHALAD, C.K. **A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro**. Porto Alegre: Bookman, 2010

ROCHA, A.; SILVA, J. F. Inclusão Social e Marketing na Base da Pirâmide: Uma Agenda de Pesquisa. **RAE-eletrônica**, São Paulo, v.7, n.2, Art.23, jul/dez. 2008. Disponível em: <<http://www.rae.com.br/electronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=5367&Secao=ARTIGO&Volume=7&Numero=2&Ano=2008>>. Acesso em: 24 ago. 2013.

SAITO, A.T.; SAVOIA, J.R.F.; PETRONI, L.M. A educação financeira no Brasil sob a ótica da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (OCDE). **IX SEMEAD Seminários em Administração FEA-USP**. São Paulo, p.1-15, ago. 2006.

SAVOIA, J.R.F.; SAITO, A.T.; SANTANA, F.A. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **Revista de Administração Pública**, v.41, n.6, p.1121-41, nov./dez.2007.

SERASA EXPERIAN. Publicado em: ago.2014. Disponível em: <<http://noticias.serasaexperian.com.br/jovens-tem-piora-na-educacao-financiera-em-2014>>. Acesso em: 17 fev. 2014.

SILVA, E. D. **Gestão em finanças pessoais: uma metodologia para se adquirir educação e saúde financeira**. Rio de Janeiro: Quatymark, 2004.

SILVA, Hermes Moretti Ribeiro; PARENTE, Juracy Gomes; KATO, Heitor Takashi. Segmentação da baixa renda baseado no orçamento familiar. **R. Adm FACES Journal Belo Horizonte**, v.8, n.4, p.98-114, out./dez.2009.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SOUZA, Marcos Aguerri Pimenta de (2013). **O uso do crédito pelo consumidor: percepções multifacetadas de um fenômeno intertemporal**. Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília.

SOUZA, Marcos Aguerri Pimenta; ARAUJO, Fabio de Almeida Lopes. **Educação financeira para um Brasil sustentável: evidências da necessidade de atuação do Banco**

Central do Brasil em educação financeira para o cumprimento de sua missão. *Boletim Responsabilidade Social e Ambiental do Sistema Financeiro*, Brasília, n.52, p-01-02, 2010.

STEVENSON, W. J. **Estatística aplicada à administração**. São Paulo: Habra, 1971.

TIBA, Içami. **Quem ama educa**. São Paulo: Gente, 2002.

WILLIS, L. Evidence and ideology in assessing the effectiveness of financial literacy education. *San Diego Law Review*, v.46, p. 415-447, 2009.

WISNIEWSKI, M.L.G. A importância da educação financeira na gestão das finanças pessoais: uma ênfase na popularização do mercado de capitais brasileiro. *Revista Intersaberes*, Curitiba, v.6, n.12, p.155-172, 2011.

WORTHINGTON, A.C. *Predicting financial literacy in Australia*. *Financial Services Review*, v.15, p.58-79, 2006.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

I) CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÔMICAS DOS PARTICIPANTES

| | |
|--|-----------------------------|
| 1) FAIXA DE RENDA INDIVIDUAL (em Salários Mínimos/Reais) | |
| 1.1 | Sem rendimento |
| 1.2 | Até 1 |
| 1.3 | Mais de 1 a 2 |
| 1.4 | Mais de 2 a 3 |
| 1.5 | Mais de 3 a 5 |
| 1.6 | Mais de 5 a 10 |
| 1.7 | Mais de 10 a 20 |
| 1.8 | Mais de 20 |
| 2) SEXO | |
| 2.1 | Masculino |
| 2.2 | Feminino |
| 3) ESTADO CIVIL | |
| 3.1 | Solteiro |
| 3.2 | Casado |
| 3.3 | Amaziado |
| 3.4 | Divorciado |
| 3.5 | Viuvo |
| 4) OCUPAÇÃO PROFISSIONAL | |
| 4.1 | Sem trabalho (Desempregado) |
| 4.2 | Assalariado |
| 4.3 | Autonomo |
| 4.4 | Aposentado |
| 4.5 | Empresario |
| 4.6 | Profissional liberal |
| 5) FAIXA ETÁRIA | |
| 5.1 | 16 a 21 anos |
| 5.2 | 22 a 30 anos |
| 5.3 | 31 a 41 anos |

| | |
|--|--|
| 5.4 | 42 a 54 anos |
| 5.5 | 55 a 65 anos |
| 5.6 | Acima de 65 anos |
| 6) ESCOLARIDADE | |
| 6.1 | Até Ensino Fundamental |
| 6.2 | Ensino Fundamental |
| 6.3 | Ensino Médio |
| 6.4 | Ensino Superior |
| 6.5 | Pós-graduação |
| 7) VOCÊ POSSUI DÍVIDAS ATUALMENTE? | |
| 7.1 | Sim |
| 7.2 | Não |
| 8) SE RESPONDEU SIM A QUESTAO 7, QUAIS DÍVIDAS POSSUI HOJE? | |
| 8.1 | Cheque especial |
| 8.2 | Financiamento de bem móvel (carro, moto) |
| 8.3 | Empréstimo de amigos e ou parentes |
| 8.4 | Empréstimo com agiotas |
| 8.5 | Cartão de crédito |
| 8.6 | Financiamento de bem Imóvel |
| 8.7 | Crediário (carnês de lojas) |
| 8.8 | Empréstimo pessoal |
| 8.9 | Crédito consignado |
| 9) E QUAL O PERCENTUAL DE ENDIVIDAMENTO DA SUA RENDA MENSAL? | |
| 9.1 | Comprometo até 30% da minha renda com dívidas. |
| 9.2 | Comprometo de 31% a 60% da minha renda com dívidas. |
| 9.3 | Comprometo de 61% a 90% da minha renda com dívidas. |
| 9.4 | Comprometo de 91% a 100% da minha renda com dívidas. |
| 9.5 | Comprometo toda a minha renda com dividas, mais de 100%. |
| 10) ALGUMA DESTA DÍVIDA ENCONTRA-SE ATRASADA ATUALMENTE? | |
| 10.1 | Sim |
| 10.2 | Não |

II) COMPORTAMENTO DE CONSUMO

| | | | | |
|--|-------|----------|--------------|--------|
| 11) MOTIVACOES E ATITUDES NO PROCESSO DE COMPRA E CONSUMO: | Nunca | Às vezes | Muitas vezes | Sempre |
| 11.1 - Compro para aproveitar uma oportunidade de promoção e descontos. | A | B | C | D |
| 11.2 - Tudo que consumo é para satisfazer somente as minhas necessidades. | A | B | C | D |
| 11.3 - Propaganda e publicidade influenciam nas minhas compras. | A | B | C | D |
| 11.4 - Todas as minhas compras são planejadas. | A | B | C | D |
| 11.5 - Gosto de comprar as mesmas coisas que meus vizinhos e amigos compram. | A | B | C | D |
| 11.6 - Prefiro comprar produtos de marca. | A | B | C | D |
| 12) MEIOS DE PAGAMENTO USADOS NAS COMPRAS: | Nunca | Às vezes | Muitas vezes | Sempre |
| 12.1 - Acredito que comprar à vista (em dinheiro) é a melhor opção. | A | B | C | D |
| 12.2 - Considero o cartão de crédito como a melhor opção para as minhas compras. | A | B | C | D |
| 12.3 - Considero o crediário da loja muito útil para a compra de produtos de maior valor. | A | B | C | D |
| 12.4 - Costumo contratar empréstimos bancários para as minhas compras. | A | B | C | D |
| 12.5 - Considero normal pedir dinheiro emprestado a amigos e parentes para comprar produtos. | A | B | C | D |
| 12.6 - Considero que na compra de produtos mais caros, o uso de consórcios é mais interessante. | A | B | C | D |
| 13) DIANTE DE UMA REDUÇÃO NA SUA RENDA, QUAIS GASTOS PRIORIZARIA? | Nunca | Às vezes | Muitas vezes | Sempre |
| 13.1 - Os gastos com a alimentação de minha família é a minha prioridade. | A | B | C | D |
| 13.2 - O pagamento das despesas com moradia (aluguel ou prestação do financiamento habitacional) é a minha prioridade. | A | B | C | D |
| 13.3 - O pagamento da fatura do meu cartão de crédito é a minha prioridade. | A | B | C | D |
| 13.4 - O pagamento da parcela do carro e ou da moto é a minha prioridade. | A | B | C | D |

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| 13.5 - O pagamento das despesas escolares da família (mensalidade, material, transporte escolar) é a minha prioridade. | A | B | C | D |
|--|---|---|---|---|

III) PERFIL DE ENDIVIDAMENTO

| | | | | |
|---|-------|----------|--------------|--------|
| 14) RAZOES DO ENDIVIDAMENTO: | Nunca | Às vezes | Muitas vezes | Sempre |
| 14.1 - Considero que incidentes pessoais e familiares recentes (doença, desemprego, morte etc) justificam endividamentos. | A | B | C | D |
| 14.2 - Considero legítimo contratar empréstimos e ou financiamentos para um amigo e ou parente. | A | B | C | D |
| 14.3 - Acredito que ser consumista e comprar tudo que ver tem as suas recompensas. | A | B | C | D |
| 15) COMPORTAMENTO DO ENDIVIDAMENTO: | Nunca | Às vezes | Muitas vezes | Sempre |
| 15.1 - Minhas dívidas mensais são para cobrir as minhas despesas. | A | B | C | D |
| 15.2 - Pago todas as minhas dívidas adiantado. | A | B | C | D |
| 15.3 - Todas as minhas dívidas são pagas em dia. | A | B | C | D |
| 15.4 - Pago todas as minhas dívidas com atraso. | A | B | C | D |
| 15.5 - Gasto mais do que ganho todos os meses | A | B | C | D |
| 15.6 - Gasto dentro do meu orçamento mensal | A | B | C | D |
| 15.7 - Quando quito uma dívida, já penso em fazer outra. | A | B | C | D |
| 15.8 - Se tivesse mais acesso ao mercado de crédito, endividaria ainda mais. | A | B | C | D |
| 15.9 - Costumo fazer empréstimos novos com taxas de juros menores para o pagamento de dívidas antigas com taxas mais altas. | A | B | C | D |

IV) EDUCAÇÃO FINANCEIRA

| | | | | |
|---|-------|----------|--------------|--------|
| 16) PLANEJAMENTO E ORÇAMENTO MENSAL: | Nunca | Às vezes | Muitas vezes | Sempre |
| 16.1 - Faço um planejamento com o controle de minhas receitas e despesas todos os meses. | A | B | C | D |
| 16.2 - Controlo meu orçamento mensal através de planilhas eletrônicas (excel). | A | B | C | D |
| 16.3 - Faço o controle de meus gastos pela fatura do cartão de crédito. | A | B | C | D |
| 16.4 - Controlo meus gastos através dos extratos bancários. | A | B | C | D |
| 16.5 - Anoto todos os meus gastos e despesas numa caderneta. | A | B | C | D |
| 17 INVESTIMENTOS E POUPANÇA | Nunca | Às vezes | Muitas vezes | Sempre |
| 17.1 - Todo dinheiro que sobra da minha renda mensal, deposito em minha caderneta de poupança. | A | B | C | D |
| 17.2 - Tenho investimentos estruturados no banco como CDB, fundos de investimentos, ações etc. | A | B | C | D |
| 17.3 - Reservo todos os meses no mínimo 30% de minha renda para a poupança/investimento. | A | B | C | D |
| 17.4 - Invisto metade de minha renda mensal todos os meses. | A | B | C | D |
| 17.5 - Considero que o sistema de consórcios é uma boa maneira para poupar dinheiro. | A | B | C | D |
| 18 CONHECIMENTO SOBRE FINANÇAS | Nunca | Às vezes | Muitas vezes | Sempre |
| 18.1 - Em todos os meus empréstimos e financiamentos, leio os contratos e entendo todas as cláusulas. | A | B | C | D |
| 18.2 - Calculo e comparo as taxas de juros dos empréstimos e financiamentos que contrato. | A | B | C | D |
| 18.3 - Considero que apenas o valor da parcela é útil para a minha decisão de compra. | A | B | C | D |
| 18.4 - Considero interessante o crédito consignado, pois possui a menor taxa de juros. | A | B | C | D |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 18.5 - Acredito que o cheque especial é a modalidade de crédito que deve ser evitada. | A | B | C | D |
| 18.6 - Considero que comprometer mais de 30% de minha renda com empréstimos e financiamentos é algo que deve ser evitado. | A | B | C | D |