

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

JOÃO VITOR DUTRA HAMMES

**PLANEJAMENTO FINANCEIRO: IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO E
EDUCAÇÃO FINANCEIRA E SEUS IMPACTOS DURANTE A PANDEMIA**

Porto Alegre, RS

2023

JOÃO VITOR DUTRA HAMMES

**PLANEJAMENTO FINANCEIRO: IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO E
EDUCAÇÃO FINANCEIRA E SEUS IMPACTOS DURANTE A PANDEMIA**

Trabalho de conclusão de curso submetido ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção da aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso de Administração.

Orientador: Prof. Guilherme Brandelli Bucco

Porto Alegre, RS

2023

RESUMO

Este estudo teve como objetivo identificar e compreender o comportamento financeiro dos cidadãos, no que reside às decisões financeiras do dia a dia, sobretudo nos hábitos de consumo, vinculadas a aspectos da tomada de decisão no panorama do primeiro e do segundo ano da pandemia do Covid-19 no Brasil. Para que fosse alcançado o objetivo geral da pesquisa, utilizou-se de estudos descritivos. Com uma abordagem do problema qualitativo, o estudo se utilizou de bibliografias de análise tradicional e dinâmica, além de outras informações para auxiliar na verificação dos apontamentos sobre Finanças Comportamentais. Quanto ao método, esse estudo se classifica como pesquisa descritiva, onde os dados foram levantados através de questionário aplicado a um grupo de 103 respondentes. Como resultados, observou-se no estudo que os mercados financeiros desempenham um papel vital em facilitar o bom funcionamento das economias capitalistas, alocando recursos e criando liquidez para empresas e empresários. Observou-se também que o comportamento do indivíduo pode variar com inúmeras variantes de situações, seja no que ele absorve de influência do seu ambiente de interações, ou nas práticas confusas, cujo é derivado de um mau aprendizado financeiro e com influências comportamentais do seu meio social. Ações que tomadas sem critério, apenas baseadas no senso comum, ou experiências distintas de protagonistas avulsos, eleva o grau de falha, e perda financeira dependendo do grau de investimento, ou inercia do ator principal. O comportamento do indivíduo ainda que de forma aversiva as situações e passível de readaptação as novas realidades e experiências, mesmo seguindo o ideal mais prático ao lado, ou seja, seguindo as mesmas tentativas mesmo que com resultantes negativas, gerando impactos no planejamento financeiro das famílias brasileiras, no enfrentamento da crise como a da pandemia gerada pela Covid-19. O mercado de ações é apenas um tipo de mercado financeiro. Os mercados financeiros são formados pela compra e venda de vários tipos de instrumentos financeiros, incluindo ações, títulos, moedas e derivativos. Acredita-se que a construção deste trabalho possibilitou que fossem conhecidos aspectos relevantes sobre o planejamento financeiro, etapa essencial para os novos investidores, devido a capacidade que esta ferramenta proporciona. Por fim, concluiu-se que os objetivos foram atingidos e sugeriu-se pesquisas futuras.

Palavras-chave: Educação financeira; Investimentos; Pandemia.

ABSTRACT

This study aimed to identify and understand the financial behavior of citizens, in terms of day-to-day financial decisions, especially in consumption habits, linked to aspects of decision-making in the panorama of the first and second year of the Covid-19 pandemic in Brazil. To achieve the general objective of the research, descriptive studies were used. With a qualitative problem approach, the study used bibliographies of traditional and dynamic analysis, as well as other information to help verify the notes on Behavioral Finance. As for the method, this study is classified as descriptive research, where data were collected through a questionnaire applied to a group of 103 respondents. This study aimed to identify and understand the financial behavior of citizens, in terms of day-to-day financial decisions, especially in consumption habits, linked to aspects of decision-making in the panorama of the first and second year of the Covid-19 pandemic in Brazil. To achieve the general objective of the research, descriptive studies were used. With a qualitative problem approach, the study used bibliographies of traditional and dynamic analysis, as well as other information to help verify the notes on Behavioral Finance. As for the method, this study is classified as descriptive research, where data were collected through a questionnaire applied to a group of 103 respondents. As a result, it was observed in the study that financial markets play a vital role in facilitating the smooth functioning of capitalist economies, allocating resources, and creating liquidity for companies and entrepreneurs. It was also observed that the individual's behavior can vary with numerous variants of situations, either in what he absorbs from the influence of his interaction environment, or in confusing practices, which are derived from poor financial learning and with behavioral influences from his social environment. Actions taken without criteria, just based on common sense, or different experiences of single protagonists, raises the degree of failure, and financial loss depending on the degree of investment, or inertia of the main actor. The individual's behavior, even if in an aversive way to situations and subject to readaptation to new realities and experiences, even following the more practical ideal on the side, that is, following the same attempts even with negative results, generating impacts on the financial planning of Brazilian families, in facing crises such as the pandemic generated by Covid-19. The stock market is just one type of financial market. Financial markets are formed by the buying and selling of various types of financial instruments, including stocks, bonds, currencies, and derivatives. It is believed that the construction of this work made it possible for relevant aspects of financial planning to be known, an essential step for new investors, due to the capacity that this tool provides. Finally, it was concluded that the objectives were achieved, and future research was suggested.

Keywords: Financial education; Investments; Pandemic.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Faixa etária dos respondentes.....	21
Figura 2 - Classificação de gênero dos respondentes.	21
Figura 3 - Estado civil dos respondentes.	22
Figura 4 - Grau de escolaridade dos respondentes.	22
Figura 5 - Renda dos respondentes.	23
Figura 6 - Resultados acerca das dificuldades financeiras durante a pandemia.	24
Figura 7 - Resultados sobre o consumo de produtos e serviços durante a pandemia .	24
Figura 8 - Situações que mais ocasionaram problemas durante a pandemia.	25
Figura 9 - Gastos mensais dos respondentes.....	26
Figura 10 - Resultados quanto a reserva financeira para emergências.....	26
Figura 11 - Frequência com que os respondentes conseguem economizar.....	27
Figura 12 - Meios pelos quais os respondentes buscam por atualizações sobre finanças	28
Figura 13 - Produtos financeiros pelos quais os respondentes possuem maior familiaridade.....	29
Figura 14 - Investimentos realizados pelos respondentes nos últimos 24 meses referentes ao período da pesquisa.....	29
Figura 15 - Classificação da relação entre a formação acadêmica e a experiência profissional dos respondentes em relação aos seus conhecimentos sobre o mercado financeiro.....	30
Figura 16 - Principais formas de acesso a crédito utilizadas pelos respondentes.....	31
Figura 17 - Resultados correspondentes ao tempo de duração da reserva financeira dos respondentes.....	31
Figura 18 - Resultados acerca da preocupação dos respondentes com o dinheiro.	32
Figura 19 - Nível de satisfação dos respondentes em relação a sua situação financeira	32

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
1.1 Objetivo Geral	9
1.2 Objetivos Específicos	9
2 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA	9
3 REFERENCIAL TEÓRICO	10
3.1 Consumo das famílias e o problema com endividamento	10
3.2 Educação, consumo e consumismo	14
3.3 Educação financeira	14
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	17
4.1 Classificações da pesquisa.....	17
4.1.1 Quanto aos objetivos.....	17
4.1.2 Quanto a abordagem do problema	17
4.1.3 Quanto aos procedimentos	18
4.2 Caracterização da amostra.....	18
4.3 Coleta de dados.....	19
4.4 Tratamento dos dados.....	19
4.5 Limitações da pesquisa.....	20
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
CONCLUSÃO	35
REFERÊNCIAS.....	37
APÊNDICE A	40

1 INTRODUÇÃO

O planejamento financeiro exerce um papel muito importante na economia das famílias e esse fator continuará sendo importante para elas, ainda mais com o mundo pós pandemia. Independentemente das rendas das famílias, as oportunidades e ameaças se farão presentes e o planejamento se caracterizará como um dos fatores de sucesso ou fracasso. Portanto, o presente estudo delimita-se a pesquisar a importância da educação e do planejamento financeiro pessoal e seus impactos durante o período da pandemia causada pelo Covid-19, pois no cenário atual muito se fala sobre planejamento financeiro pessoal, ou seja, a educação também, não resolve problemas financeiros, pois a sociedade está cheia de pessoas cultas, mal resolvidas financeiramente.

No entanto, a educação financeira pode ser sim um mecanismo para maior controle financeiro e aprimoramento em termos de investimentos, como já foi dito nesse estudo (BAUMAN, 2008). E a inteligência financeira em termos simples, é aquela que faz parte da inteligência total do indivíduo que é utilizada para resolver problemas financeiros. A partir do momento que a pessoa busca soluções para a sua inteligência financeira, a sua capacidade torna-se maior, nestes termos (KIYSAKYO, 2018).

Cada dia mais necessário, o planejamento financeiro tem de ser mais acentuado na vida das famílias brasileiras, estando no presente no dia a dia dos brasileiros, que devem se tornar cada vez mais cientes da importância da saúde financeira. Através da implantação do plano real em 1994, facilitou a estabilização econômica do país e a capacidade da renda dos brasileiros evoluir. Assim, o planejamento financeiro se torna um fator necessário na rotina das famílias, se tornando um trunfo para as pessoas independente da classe social, se tornarem bem-organizadas e sucedidas financeiramente.

Para Gitman (2001, p. 434), o planejamento financeiro pessoal é um aspecto importante das operações nas empresas e famílias, pois ele mapeia os caminhos para guiar, coordenar e controlar as ações das empresas e das famílias para atingir seus objetivos. Então se torna necessário entender o que é planejamento financeiro pessoal, que para Frankenberg (1999, p. 31), planejamento financeiro pessoal é estabelecer e seguir uma estratégia precisa, deliberada e dirigida para a acumulação de bens e valores

que irão formar o patrimônio de uma pessoa e de sua família. Essa estratégia pode estar voltada para curto, médio ou longo prazo, e não é tarefa simples.

Sendo assim, os hábitos de consumo, muitas vezes a cada dia que passa mais acelerado, afasta ainda mais, o discernimento da inteligência financeira. A questão é que os problemas financeiros são também uma solução. Se as pessoas conseguem resolvê-los da sua raiz, se tornam mais inteligentes. As pessoas não resolvem problemas, quando ainda estão no seu estágio inicial, ao invés de buscarem solucioná-los, elas o ignoram, gerando conseqüentemente o seu agravamento, um exemplo disso é quando ficam com o dinheiro curto, utilizam o cartão de crédito para complementar no que falta, ou fazem outros empréstimos e a questão do problema ainda está lá é a ausência da inteligência financeira (BAUMAN, 2008).

É importante que os indivíduos incluam em seu orçamento a meta mensal de investimentos para que estes passem a ser prioridade no orçamento, especialmente se o planejamento estiver ligado a uma futura independência financeira. (CERBASI, 2013, p. 63). Se torna imprescindível ter noção das receitas mensais, basta ter em mãos o contracheque do período. As despesas também devem ser identificadas, são elas: aluguel, faturas, energia, dentre outros. Com isso, fica mais fácil de se organizar financeiramente.

Segundo dados apresentados pela Herédia (2021), com base na pesquisa realizada pelo Instituto Axxus revelou como os brasileiros estão administrando as finanças durante a pandemia. Em relação à administração financeira da casa, 76% dos entrevistados responderam que não estão administrando bem as suas contas durante a pandemia. Já 86% dos brasileiros tiveram as finanças muito prejudicadas nos meses de isolamento social.

A pesquisa também constatou que o número de pessoas que se consideram muito endividadas subiu. Por isso, 83% dos brasileiros acham que a situação financeira vai ficar pior do que era em 2019. Mesmo assim, 58% responderam que continuam comprando mais do que o necessário, e mais de 70% dos entrevistados decidem como se endividar dependendo do valor da parcela, mesmo que haja juros (HERÉDIA, 2021).

Entre os entrevistados, segundo Herédia (2021), 78% afirmam que a pandemia exerceu impactos na vida financeira da família, e com isso 49% passaram a evitar a

compra de itens de vestuário sem necessidade, 44% cortaram ou diminuíram os gastos com lazer, 40% passaram a fazer mais pesquisa de preço e 38% reduziram as refeições delivery ou fora de casa. Os estudos na área de finanças comportamentais começaram a aparecer e se desenvolver em meados do século XX, quando passa ser o foco de estudo dos economistas e psicólogos no estudo do comportamento dos agentes de mercado (WANG, PAN, WAN, 2020).

Este trabalho investigará o comportamento humano e a maneira como as decisões são tomadas em situações de risco. Assim, serão verificados os vieses comportamentais, eles podem estar presentes nas decisões dos indivíduos em qualquer momento ou situação, porém, acredita-se que eles podem ser intensificados em situações de riscos, como ocorre em um cenário de pandemia (WANG, PAN, WAN, 2020). E com as medidas de contenção do contágio através de distanciamento e isolamento social houve mudanças de hábito e no estilo de vida das pessoas. No Brasil com a elevada taxa de desemprego nesse período, fez com que houvesse também mudanças nas finanças pessoais da sociedade.

Tendo em vista o cenário de pandemia em 2020, esse estudo analisou o comportamento financeiro no período da pandemia e como ocorreram as tomadas de decisões financeiras neste período. Dado o cenário de pandemia do Covid-19 (Sars-CoV-2) em 2020, que afetou os hábitos, o comportamento e a saúde dos indivíduos (WANG, PAN, WAN, 2020).

Segundo Giambiagi (2008) é necessário educar os cidadãos para que se possa filtrar com responsabilidade o que realmente precisa consumir, tendo discernimento do que é supérfluo. É necessário, uma inovação na forma de ensinar, para que o conhecimento seja desmistificando e minimizando este valor tão poderoso que é dado a coisas e menos as pessoas. O indivíduo deve estar com essa ou aquela marca para se sentir aceitável e quando isso não é possível, quando não ocorre fica com uma baixa autoestima. Consumismo no capitalismo leva as pessoas, adolescentes e jovens a se endividarem chegando ao ponto de se envolver em práticas ilícitas, como prostituição, venda de drogas e crime em geral (CONTE, 2005).

Diante dessa situação, é necessário desenvolver uma ação pedagógica abrangente, comprometida com uma formação humanista, sendo a escola um meio para

superar os obstáculos vida. Neste contexto, são apresentadas as seguintes questões pertinentes a este estudo: Qual é o impacto da Covid-19 no comportamento de consumo das pessoas e de que forma a educação financeira pode auxiliar no planejamento financeiro dos cidadãos.

1.1 Objetivo Geral

Identificar e compreender o comportamento financeiro dos cidadãos, no que reside às decisões financeiras do dia a dia, sobretudo nos hábitos de consumo, vinculadas a aspectos da tomada de decisão no panorama do primeiro e do segundo ano da pandemia do Covid-19 no Brasil.

1.2 Objetivos Específicos

- Contextualizar sobre educação, consumo e consumismo;
- Elaborar e aplicar um questionário para identificar o comportamento financeiro dos cidadãos durante a pandemia do Covid -19;
- Demonstrar por meio de gráficos e tabelas os resultados da pesquisa realizada;
- Identificar o comportamento financeiro dos participantes.

2 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

O tema escolhido neste estudo dispõe da necessidade de estudar o comportamento econômico e a mudança no hábito de consumir diante do cenário de crise provocada pelo coronavírus. A análise do comportamento financeiro das pessoas é relevante para a área econômica, tendo em vista que diversas pesquisas científicas são elaboradas com o intuito de verificar o comportamento da sociedade e as suas finanças visando contribuir para a compreensão dos movimentos de mercado do ponto de vista acadêmico.

Além do que as finanças fazem parte da vida do ser humano e um bom planejamento financeiro pessoal é essencial no cotidiano de todos. Neste sentido, é importante que as famílias tenham seus gastos controlados, com reservas para situações

imprevistas, porém, apesar de parecer simples, não é uma tarefa simples, pois exige muita disciplina e organização nas famílias. Sendo assim, este estudo se justifica, pois contribuirá academicamente com informações sobre a educação financeira e como o público pesquisado enfrentou financeiramente a pandemia. Por se tratar de um tema atual e relevante, o presente estudo dispõe-se de um levantamento amostral, com o intuito de relacionar a realidade da educação financeira dos pesquisados com os conceitos de aperfeiçoamento dessa mesma questão.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Consumo das famílias e o problema com endividamento

É necessário educar os cidadãos para que se possa filtrar com responsabilidade o que realmente precisa consumir, tendo discernimento do que é supérfluo. Portanto, torna-se importante inovar na forma de ensinar, para que o conhecimento seja desmistificado e minimizando este valor tão poderoso que é dado a coisas e menos as pessoas.

Esta pesquisa tem como objetivo analisar o consumismo agravado incentivado pela mídia e a relação de comportamento de jovens estudantes. O consumismo é criado ideologicamente, como um recurso do capitalismo pela soberania do homem. O debate sobre esta questão é de suma importância, uma vez que vivemos em um capitalismo com alto consumo.

Essas pessoas estão se movendo com uma espécie de coerção, sem reflexão crítica, desprezam seus valores, ignoram sua situação financeira, destroem relacionamentos, vivendo para ser manipulado por este processo, procurando novos objetos que superaram a lacuna que existem em suas vidas. O indivíduo deve estar com essa ou aquela marca para se sentir aceitável e quando isso não é possível, quando não ocorre fica com uma baixa autoestima. Consumismo no capitalismo leva as pessoas, adolescentes e jovens a se endividarem chegando ao ponto de se envolver em práticas ilícitas, como prostituição, venda de drogas e crime em geral (CONTE et al., 2007).

Diante dessa situação, é necessário desenvolver uma ação pedagógica abrangente, comprometida com uma formação humanista, sendo a escola um meio para superar os obstáculos da vida. Em geral, as pessoas ganham dinheiro vendendo seu trabalho e receber um salário que nem sempre é suficiente para cobrir suas necessidades (BAUMAN, 2010). Há muitas pessoas trabalhando muito, mas elas não podem receber o suficiente para satisfazer suas necessidades básicas, como alimentos, habitação, saúde, educação e lazer. Outros nem conseguem trabalhar, e os desempregados, são aqueles que têm a maior dificuldade de sobreviver.

De acordo com essa hipótese, é fácil imaginar que o fenômeno do consumo exista na história humana, mas não se pode negar que em algum momento houve uma ruptura de grandes consequências, que levou a sociedade existente à sociedade de consumo. Não há registros precisos sobre quando a sociedade de consumo se iniciou, alguns teóricos apontam uma variação do século XVI ao XVIII (BAUMAN, 2010).

Nas definições de consumo é extremamente importante salientar que na sociedade moderna a atividade é suavizada e internalizada no comportamento humano, sendo tratado como insignificante. De fato, o consumo não é uma atividade moderna, é uma condição e um aspecto permanente e imutável, sem tempo nem limites históricos. Um elemento integral da sobrevivência biológica que compartilhamos com todos os outros organismos vivos (BAUMAN, 2008).

Para educar nos tempos modernos vai além do desenvolvimento de competências técnicas, científicas e pedagógicas, envolve sensibilidade para entender as mudanças nos envolver, para penetrar o entendimento do nosso tempo, sem demonizar ou odiar culturas de seu tempo. Não há necessidade de defender a si mesmo a partir desta cultura, o desafio é penetrar, compreender, para nos lançar em uma operação de decodificação, a partir do qual ele pode reaparecer de novo (COSTA, 2009). Completa a confirmação de que a cultura pós-moderna é hoje nosso próprio ambiente e que dentro dela nossa humanidade é redefinida.

Há uma invasão ao cenário escolar de divulgação e consumo da mídia por atores sociais, à medida que crianças e adultos são moldados pela cultura de consumo. O consumo é o centro de organização da ordem social, política, econômica e cultural do presente, e todos somos "educados" para ele. Na sociedade de consumo, estamos

constantemente ensinando, nas formas de melhor prática e paradigma pedagógico, a moldar estritamente todas as nossas ações através de regras e táticas que promovam a realização dos projetos dessa sociedade (COSTA, 2009). As crianças de hoje nascem na cultura do consumo e envelhecem se moldando de acordo com seus padrões e regras. Talvez apenas um pouco menos confortável neste molde, os adultos também serão instalados de acordo com seu interior.

A esse respeito, a educação de um consumidor não é um ato único ou uma conquista definitiva. Começa cedo, mas dura o resto da vida, sendo que as instituições responsáveis pela educação do consumidor ao longo de suas vidas são inúmeras e onipresentes a começar pelo fluxo diário de anúncios de televisão, jornais, cartazes de revistas temáticas competindo para promovendo os grandes mestres das artes de consumo oferecem as últimas receitas, apoiados por uma pesquisa meticulosa e laboratório testados, a fim de identificar e resolver os problemas do cotidiano (BAUMAN, 20008).

Alguns autores no campo da educação como Costa (2009) e Santos e De Almeida (2005), e sua óbvia conexão com as políticas neoliberais. Esse aspecto pode ser observado tanto em estratégias de marketing que transformam a educação em um ativo lucrativo como na conversão de escolas em shopping centers. A desregulamentação das esferas econômica e social, em 50 anos, com a instabilidade nos critérios de valores sociais em modificar padrões de incentivo a mídia e a depreciação que são deliberadamente produzidos por itens de moda, por exemplo, têm forte impacto no desenvolvimento do estilo de vida homens e mulheres (BAUMAN, 2009).

Houve uma situação ocorrida em uma escola pública onde a aula é interrompida por um vendedor que também utiliza uma prática comum na educação (design) e uma influência da mídia, como a Barbie, a fim de incentivar o consumo de um jogo. O pesquisador diz que não percebeu a intenção da escola de colher os benefícios da venda do produto (SANTOS; DE ALMEIDA, 2005).

Na educação consumista a mídia prevalece através de propagandas de consumo de felicidade. De acordo com esta visão, a felicidade consiste na existência de objetos caros e marcas conhecidas, nesse sentido, o produto não vale o que é, mas o que isso significa. O produto objeto do fetiche, impressiona no valor do indivíduo e aumenta o valor

do mercado de suas relações sociais, legitimando o que é necessário, criando uma sensação, embora ilusória, que o produto é capaz de impor no valor para os outros olhos. Desta forma, o objeto em si não é consumido, mas o que ele representa (ROCHA, 2008).

Como parte da educação do Brasil, a preocupação do público com a questão do consumo tem se dado através da criação de instrumentos, políticas públicas voltadas para a conservação do planeta, documentos oficiais que apoiem o consumo consciente e sustentável. Alguns desses materiais são destinados a crianças e professores (DE OLIVEIRA, 2015).

A educação para o consumo consiste em construir uma cultura de consumo crítico baseada em comportamentos mais morais, justos, cooperativos e solidários que motivem o compromisso de todos e a responsabilidade de todos. À luz dessa lógica, o consumo consciente ou inconsciente, subsequente ou insignificante, é entendido como o resultado de uma transmissão cultural que infunde perspectivas e valores comuns e comuns (DE OLIVEIRA, 2015).

Comunicações visam alinhar a relação de consumo em princípios pedagógicos já estabelecidos, de modo que as representações sociais de consumo incorporadas nas práticas pedagógicas através da caixa da relação de consumo para existente discursos pedagógicos consolidados, criando atitudes favoráveis para eventos manifestados que visam tanto a contenção do consumo quanto a motivação. A escola, por meio desses mecanismos de comunicação, tem incomodado e desafiado algumas práticas de consumo, além de ajudar a encorajar e incentivar outras pessoas (DE OLIVEIRA, 2015).

É certo que conhecimento pleno, sem interesses é o que deve mover todas as seções sociais em um só constante busca de conhecimento, só assim, um jovem lutando para atingir seus ideais e não apenas investir em seu visual e uma pessoa idosa reconhecida por papel na sociedade, fornecem uma visão de que a vida humana com uma conquista perpétua. Entender que consumo pode ser parte de nossas vidas, de forma saudável, se defendendo das articulações da mídia e até mesmo a sociedade é de fundamental importância para a qualidade de vida de todos, especialmente jovens estudantes.

3.2 Educação, consumo e consumismo

A cultura é baseada em oferecer, viver com sedução criando necessidades, desejos e não responsabilidades (BAUMAN, 2008). Uma sociedade de consumo é, portanto, o capitalismo que colocado a sua máxima potência. Considerado de outro ângulo, a sociedade de consumo pode ser chamada de uma sociedade própria de venda. Alguém que consome alguém tem que vender.

Nem todo mundo tem acesso a tudo que é produzido. Há incentivo diário ao consumo por consumir. Não necessariamente o que precisamos, mas o que parece desejável e necessário para a vida em sociedade. Então as pessoas sentem-se objetos, as partes de um sistema do qual eles fazem parte, mas eles não se beneficiam.

O consumo reflete uma lógica na sociedade capitalista, trazendo consequências econômicas, sociais, políticas e que exigem reflexões e interpretações. Sem esquecer que a riqueza, a diversidade, a complexidade e a abrangência dos estudos de consumo não podem ser adaptadas a uma única estrutura interpretativa.

Nesse contexto, Bauman (2008) defende que a sociedade capitalista de consumo, tem o valor mais característico e superior em uma vida feliz, e isso é amplamente baseado no consumo. Para o autor, consumo não é sinônimo de felicidade, como aponta pesquisas sobre sociedade mais abastadas e mais capitalizadas, não mostram maior felicidade a essas pessoas daqueles que vivem em países subdesenvolvidos.

3.3 Educação financeira

O trabalho árduo, também não resolve os problemas financeiros. O mundo está cheio de pessoas que trabalham muito e nada possuem. Trabalhadores dedicados que ganham muito dinheiro, mas, mesmo assim acabam se afundando em dívidas, levando estes, a terem que trabalhar mais para ganhar mais dinheiro (KIYOSAKI, 2018).

A educação também não resolve problemas financeiros, pois a sociedade está cheia de pessoas cultas, mas mal resolvidas financeiramente. No entanto, a educação financeira, pode ser sim, um mecanismo, para maior controle financeiro e aprimoramento em termos de investimentos, como já foi dito nesse estudo (BAUMAN, 2008).

E a inteligência financeira em termos simples, é aquela que faz parte da inteligência total do indivíduo que é utilizada para resolver problemas financeiros. A partir do momento que a pessoa busca soluções para a sua inteligência financeira, a sua capacidade torna-se maior, nestes termos (KIYSAKYO ,2018).

As pessoas não resolvem os seus problemas, quando ainda estão no seu estágio inicial. Em vez de buscarem solucioná-los, elas o ignoram, gerando conseqüentemente o seu agravamento, um exemplo disso é quando ficam com o dinheiro curto, utilizam o cartão de crédito para complementar no que falta, ou fazem outros empréstimos e a questão do problema ainda está lá é a ausência da inteligência financeira (BAUMAN, 2008).

E os hábitos de consumo, muitas vezes a cada dia que passa mais acelerado, afasta ainda mais, o discernimento da inteligência financeira. A questão é que os problemas financeiros são o problema, mas também a sua solução. Se as pessoas conseguem resolvê-los da sua raiz, se tornam mais inteligentes. Seus QIs financeiros aumentam. Passando a se tornarem mais inteligentes financeiramente, passam a adquirir competências, para resoluções ainda maiores (KIYSAKYO ,2018).

A causa da pobreza é a existência de mais problemas do que soluções, nos quais as pessoas não conseguem solucionar. E estes, não são sempre decorrentes de ordem financeira. Podem ser sobre situações que envolvam relacionamentos, trabalho, casamento e vícios (KIYSAKYO ,2018).

Segundo Neto e colaboradores (2014), alguns problemas financeiros como dívida excessiva e baixos salários, são gerados por circunstâncias que vão além da habilidade do indivíduo na resolução de problemas, e que tem muito mais a ver com políticas públicas e a percepção de uma economia estável, surgem organicamente políticas econômicas-financeiras. A utilização adequada da inteligência financeira neste aspecto é reconhecer que o sistema tem problemas e aprender as suas regras e utilizá-las a seu favor.

Um exemplo disso, são as pessoas ricas que ficam cada dia mais ricas porque sabem resolver problemas financeiro na sua raiz. Em vez de fingir ou ignorar, eles observam os problemas pois sabem que são oportunidades para se tornarem mais inteligentes e competentes (BAUMAN, 2008).

Já se tratando da classe média, eles acreditam que podem superar os seus problemas financeiros se forem inteligentes do ponto de vista acadêmico e profissional. Mas grande parte, não tem educação financeira, e por isso, tendem a valorizar a segurança financeira, em vez de assumirem desafios em busca da independência. Em vez de se transformar em empresários, trabalham para eles. Em vez de investir, entregam os seus recursos a especialistas financeiros que o administram. Em vez de aumentar o seu QI financeiro, elas se mantem ocupadas, escondidas em seus escritórios (KIYOSAKI, 2018).

Observando a inteligência financeira, torna-se fácil perceber que existem cinco QIs, essenciais que um indivíduo deve desenvolver para adquirir sucesso financeiro. Conseguir assim atingir a sua totalidade, que pode ser definido como completude. De acordo com o dicionário Houaiss é: “Qualidade, estado, ou propriedade do que é completo, perfeito e acabado. Uma pessoa que completa esses cinco fatores passa a atingir a completude financeira (KIYOSAKI, 2018).

Segundo Kiyosaki (2018) estes cinco QIs são: 1. Busca de aquisição de recursos; proteção dos recursos; controle de orçamento; busca para aumentar os recursos; obter maiores informações.

Quando a pessoa que obtém sucesso financeiramente enfrenta os seus problemas de ordem financeira, ao longo de anos, resolvendo os seus problemas com os seus cinco QIs (KIYOSAKI, 2018).

Estes por sua vez, buscam aprender constantemente, para enfrentar os seus problemas financeiros na sua essência e totalidade, se tornando aptos, para a solução dos próximos, que virão a adoção de investimentos de forma assertiva, também fazem parte da inteligência financeira, nesse sentido no próximo tópico será falado sobre investimentos.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4.1 Classificações da pesquisa

4.1.1 Quanto aos objetivos

Para que fosse alcançado o objetivo geral da pesquisa, utilizou-se de estudos descritivos, onde segundo Cervo, Bervian e Silva (2007, p.62, grifo do autor), tratam do:

Estudo e da descrição das características, propriedades ou relações existentes na comunidade, grupo ou realidade pesquisada. Os estudos descritivos, assim como os exploratórios, favorecem, na pesquisa mais ampla e completa, as tarefas da formulação clara do problema e da hipótese como tentativa de solução. Comumente se incluem nesta modalidade os estudos que visam a identificar as representações sociais e o perfil de indivíduos e grupos, como também os que visam a identificar estruturas, formas, funções e conteúdo.

Em relação ao os objetivos específicos, utilizou-se da pesquisa de opinião de motivação que “busca saber as razões inconscientes e ocultas que levam por exemplo, o consumidor a utilizar determinado produto ou que determinam certos comportamentos ou atitudes”. (~~Id Ibidem~~)

Ambas as formas mencionadas acima fazem parte da pesquisa descritiva onde, de acordo com Gil (2008) têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.

4.1.2 Quanto a abordagem do problema

A metodologia apresentada neste trabalho foi elaborada, com base em uma abordagem quantitativa, de caráter descritivo, visando fundamentar teoricamente, sobre do tema.

As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este

título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática (GIL,2008).

4.1.3 Quanto aos procedimentos

Quanto à classificação da pesquisa que foi utilizada, esta foi realizada sob vários aspectos, que, conforme Gil:

As pesquisas podem ser classificadas de diferentes maneiras. Mas para que esta classificação seja coerente, é necessário definir previamente o critério adotado para classificação. Assim, é possível estabelecer múltiplos sistemas de classificação e defini-las segundo a área de conhecimento, a finalidade, o nível de explicação e os métodos adotados (GIL, 2008, p. 38).

Com uma abordagem do problema qualitativo, o estudo se utilizou de bibliografias de análise tradicional e dinâmica, além de outras informações para auxiliar na verificação dos apontamentos sobre Finanças Comportamentais.

Dessa forma a classificação da pesquisa, do ponto de vista de sua natureza, se resume em uma pesquisa básica e aplicada, já que foram realizados estudos durante os contatos profissionais na área, sabidos que o trabalho irá proporcionar tais encontros, o que irá colaborar com a especialização do leitor em sua carreira.

4.2 Caracterização da amostra

Para fins de pesquisa descritiva, o instrumento de coleta de dados usado foi em fontes bibliográficas e um questionário com questões fechadas de múltipla escolha, as quais tiveram o propósito de identificar a relação do indivíduo com sua renda e procura-se analisar sobre a mudança dos hábitos de consumo dos indivíduos durante a pandemia do covid-19.

4.3 Coleta de dados

A coleta de dados, conforme apresenta Gil (2008), refere-se aos dados coletados junto a um público específico e de acordo com o objetivo de estudo, as técnicas de coleta de dados mais utilizadas envolvem entrevistas, observação, análise documental e questionário. Sendo assim, para o presente estudo, foi utilizada o questionário como principal técnica de coleta de dados.

O questionário foi elaborado com questões fechadas de múltipla escolha e aplicado de forma virtual via ferramenta Google Formulários. Dessa forma, os dados coletados nesta pesquisa serão organizados em tabelas e gráficos para a análise e aplicação dos seguintes objetivos:

- Apresentar os conceitos sobre o comportamento financeiro no consumo das famílias.
- Contextualizar sobre a educação, consumo e consumismo.
- Elaborar e aplicar um questionário para identificar como ocorreu o comportamento financeiro dos cidadãos durante a pandemia do Covid -19.
- Elaborar gráficos e tabelas para demonstrar os resultados da pesquisa realizada e identificar o comportamento financeiro do público pesquisado.

4.4 Tratamento dos dados

O tratamento de dados foi realizado de forma estatística, com a elaboração de gráficos, extraídos através os dados da pesquisa. Os dados da pesquisa foram obtidos através de formulário eletrônico enviado pelo próprio pesquisador à sua rede de contatos. Com os dados obtidos via questionário se fez necessário uma avaliação das relações entre algumas variáveis, buscando entender o que uma variável tem de influência ou ligação com outra variável.

Essa avaliação foi feita com o método do Qui-quadrado, onde é verificada a frequência de um acontecimento observado, se ele se desvia ou não da frequência com que ele é esperado. Sendo assim, são comparadas a distribuição de diferentes

acontecimentos em diversas amostras, com o intuito de verificar se as proporções averiguadas destes eventos mostram diferenças significativas.

Listam-se então as duas hipóteses de resultado do teste, sendo elas: hipótese nula, onde as frequências observadas iguais às frequências esperadas. Não há associação entre os grupos (casualidade); e hipótese alternativa, onde as frequências observadas são diferentes das frequências esperadas. Os grupos estão associados.

4.5 Limitações da pesquisa

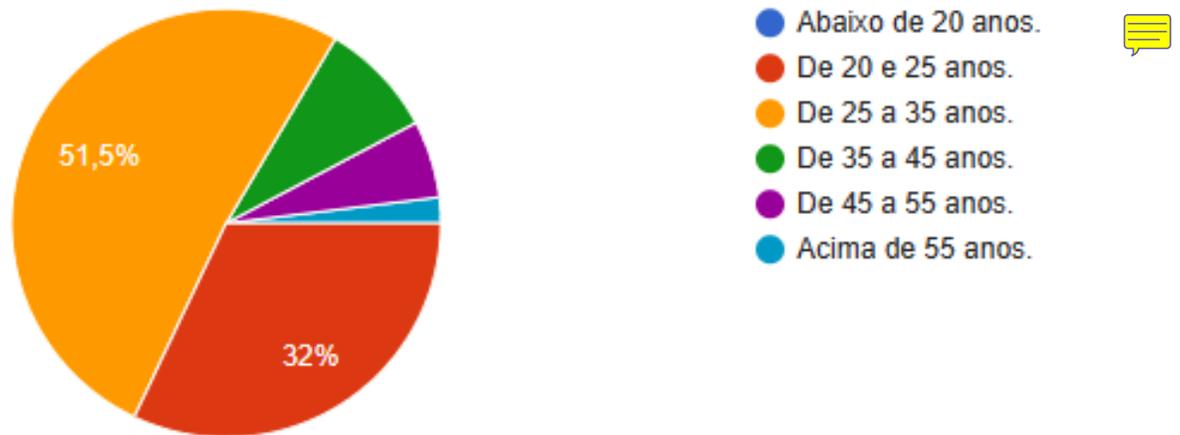
Esta pesquisa tem como limitação o período pandêmico que ainda estamos vivenciando, porque mesmo havendo a redução dos contágios e flexibilização das normas estabelecidas pelos governos, ainda tem pessoas que tem receio de se encontrarem. Por isso, a sugestão foi a realização do questionário de forma remota. Diante disso, surge uma outra limitação que é o fato de algumas pessoas terem dificuldades em utilização da ferramenta tecnológica proposta para a realização da pesquisa. A neutralidade científica também é uma limitação da pesquisa uma vez que as opiniões da pesquisadora não poderão interferir nos resultados da pesquisa.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo serão apresentados os resultados da pesquisa aplicada, suas análises e interpretações. O questionário foi aplicado no período de 03 de abril a 18 de julho de 2023, o qual foi enviado a uma amostra de 150 pessoas, tendo um retorno de 103 questionários respondidos, tendo uma representatividade de 68,7% de retorno. A seguir, apresenta-se os resultados e interpretações.

Inicialmente, buscou-se identificar o perfil dos respondentes, sendo que, em relação a idade (Figura 1), 32% dos respondentes têm idade entre 20 e 25 anos, 51,5% têm idade entre 25 a 35 anos, 8,7% tem idade entre 35 a 45 anos, 5,8% tem entre 45 a 55 anos e 2% dos respondentes tem acima de 55 anos.

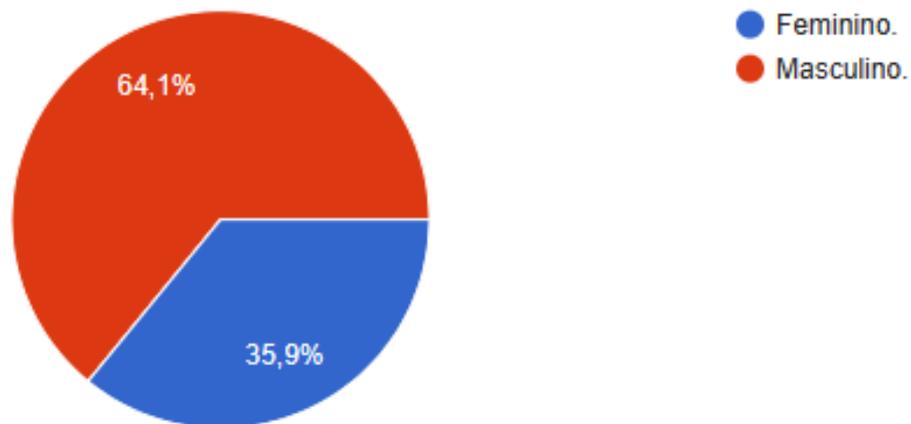
Figura 1 - Faixa etária dos respondentes.



Fonte: Construção do autor.

Em relação ao gênero, a pesquisa apontou (Figura 2), que 35,9% dos respondentes são do gênero feminino e 64,1% são do gênero masculino.

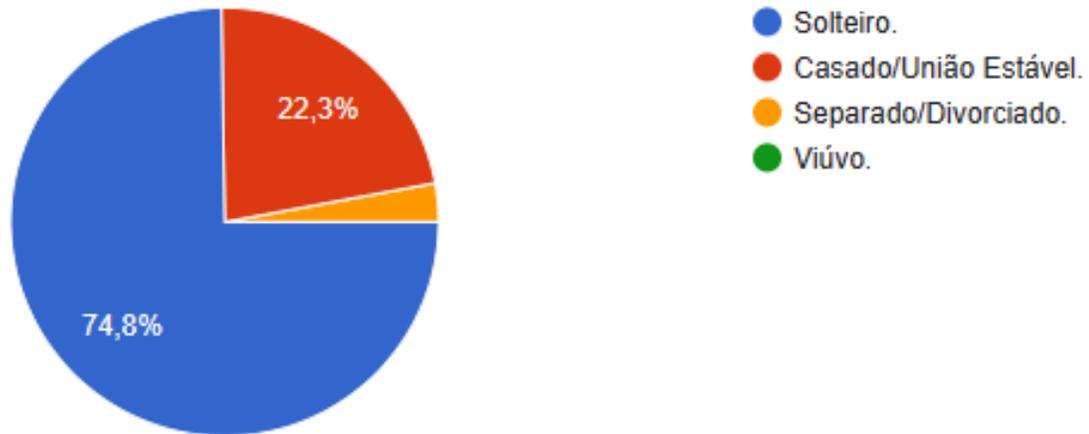
Figura 2 - Classificação de gênero dos respondentes.



Fonte: Construção do autor.

Quanto ao estado civil, a pesquisa apontou, conforme apresenta a Figura 3, que 74,8% dos respondentes são solteiros, 22,3% casados e 2,9% são separados.

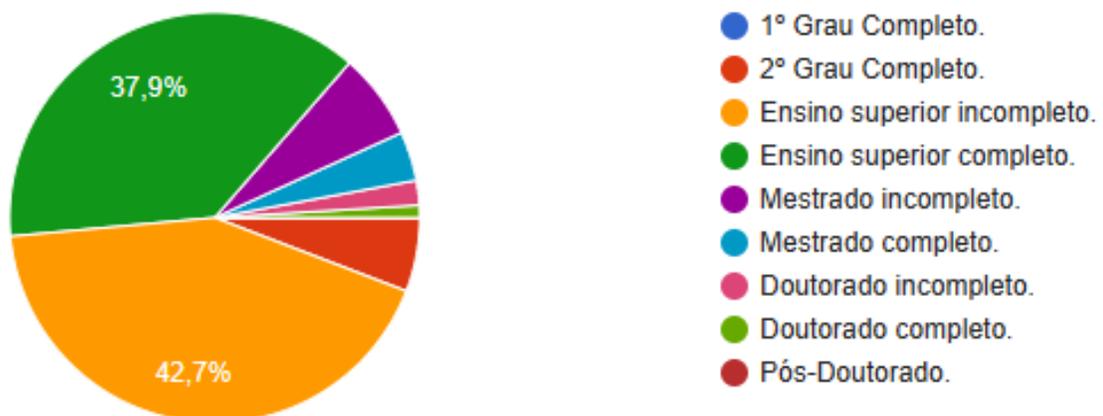
Figura 3 - Estado civil dos respondentes.



Fonte: Construção do autor.

Em relação a escolaridade, os resultados da pesquisa (Figura 4) apontam que, 7,5% dos respondentes têm segundo grau completo, 42,7% possuem ensino superior incompleto, 37,9% têm ensino superior completo, 6,8% têm mestrado incompleto, 3,9% têm mestrado completo e 1,9% tem doutorado incompleto.

Figura 4 - Grau de escolaridade dos respondentes.

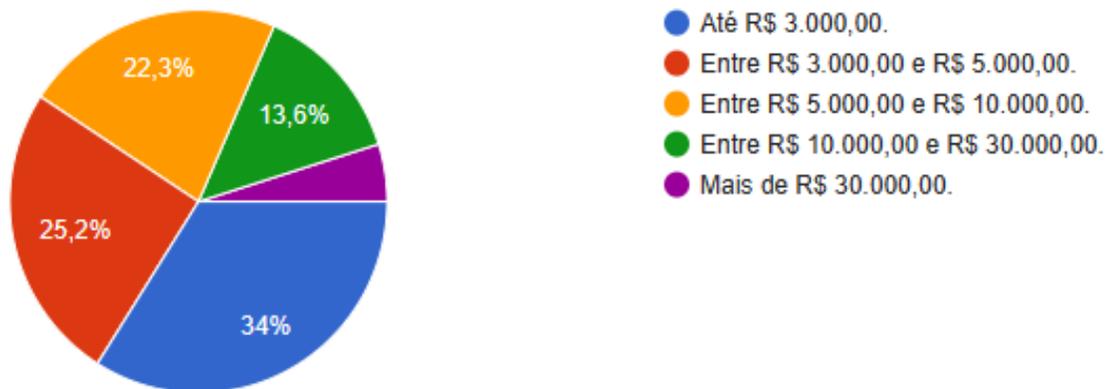


Fonte: Construção do autor.

Questionados sobre a renda mensal, a pesquisa apontou (Figura 5) que, 34% dos pesquisados tem até renda de até R\$3.000,00, 25,2% tem renda entre R\$3.000,00 a

R\$5.000,00, 22,3% tem renda entre R\$5.000,00 a R\$10.000,00, 13,6% tem renda entre R\$10.000,00 a R\$20.000,00 e 4,9% têm renda acima de R\$30.000,00.

Figura 5 - Renda dos respondentes.

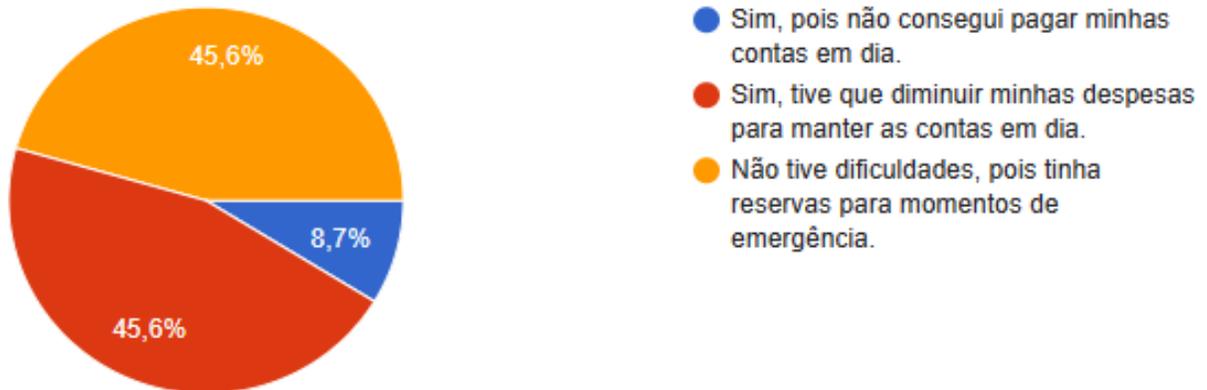


Fonte: Construção do autor.

Conforme os resultados em relação ao perfil, a maioria dos respondentes tem idade entre 25 e 35 anos, são de gênero masculino, solteiros, tem nível superior completo e renda mensal entre R\$3.000,000 a R\$10.000,00. Identificado o perfil, as questões seguintes estão relacionadas ao objetivo de estudo, ou seja, as dificuldades financeiras em relação ao período pandêmico.

Inicialmente, questionou-se se os pesquisados tiveram dificuldades financeiras durante a pandemia, sendo que, a pesquisa apontou (Figura 6), que 8,7% dos respondentes afirmaram que sim, pois não conseguiram pagar suas contas em dia, 45,6% afirmaram que sim, e tiveram que diminuir as despesas para manter as contas em dia e 45,6% afirmaram que não tiveram dificuldades, pois tinham reservas para momentos de emergência.

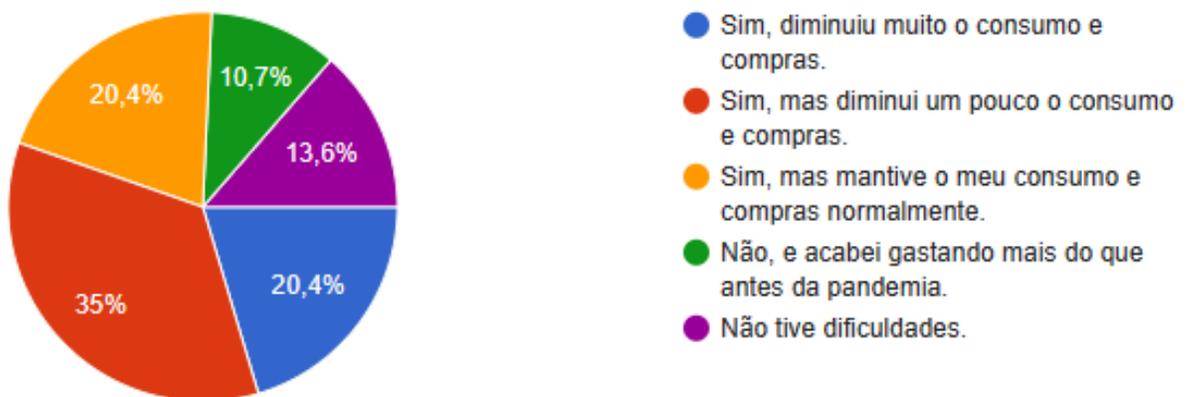
Figura 6 - Resultados acerca das dificuldades financeiras durante a pandemia.



Fonte: Construção do autor.

Questionados se diminuiriam o consumo e as compras de produtos e serviços durante a pandemia, a pesquisa apontou (Figura 7), que 20,4% dos respondentes afirmaram que sim, diminuiriam muito o consumo e compras neste período, 35% afirmaram que sim, mas diminuiriam um pouco o consumo e compras, 20,4% dos respondentes afirmaram que sim, mas mantiveram o consumo e suas compras e 10,7% dos respondentes afirmaram que não e aumentaram o consumo e compras neste período.

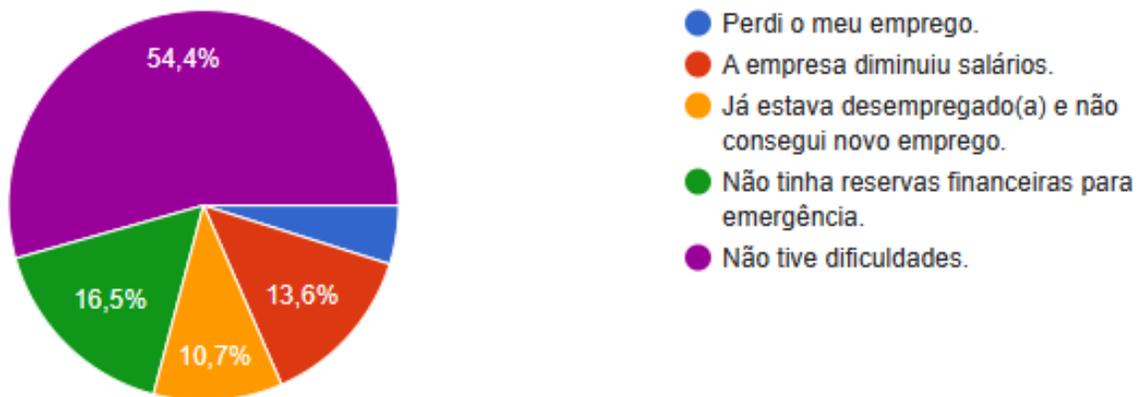
Figura 7 - Resultados sobre o consumo de produtos e serviços durante a pandemia



Fonte: Construção do autor.

Em relação as situações que mais geraram problemas durante a pandemia, a pesquisa apontou (Figura 8) que, para 4,9% dos respondentes, o principal problema foi a perda do emprego, 13,6% afirmaram que a empresa diminuiu os salários, 10,7% afirmaram que já estavam desempregados e não conseguiram novo emprego, 16,5% não tinham reservas financeiras para emergências e 54,4% afirmaram que não tiveram dificuldades neste período.

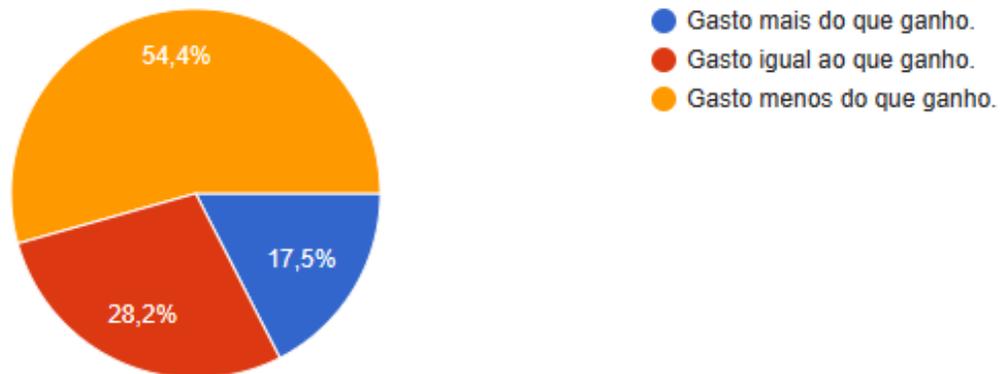
Figura 8 - Situações que mais ocasionaram problemas durante a pandemia.



Fonte: Construção do autor.

Questionados sobre os gastos mensais, a pesquisa apontou (Figura 9) que, 17,5% dos respondentes afirmaram que gastam mais do que ganham, 28,2% gastam igual ao que ganham e 54,4% afirmaram que gastam menos do que ganham.

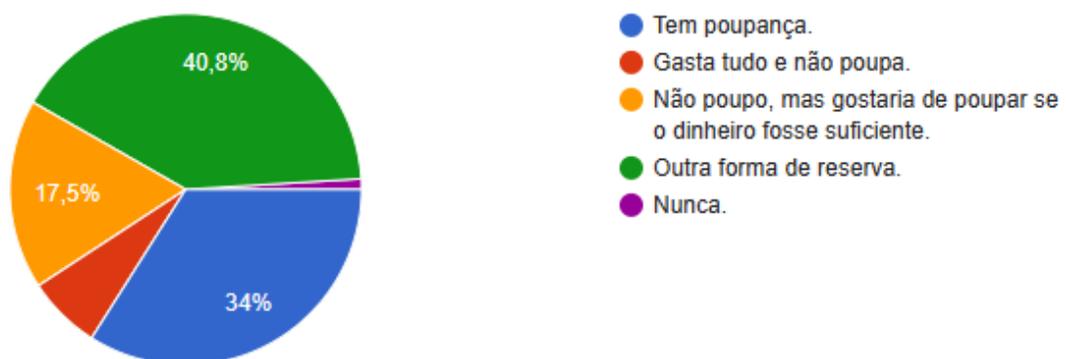
Figura 9 - Gastos mensais dos respondentes.



Fonte: Construção do autor.

Quanto ao questionamento se os pesquisados possuem reservas para emergências, a pesquisa apontou (Figura 10), que 34% dos pesquisados tem poupança, 6,8% afirmaram que gastam tudo que ganham, 17,5% afirmaram que não poupam, mas gostariam de poupar, 40,8% afirmaram que tem outra forma de reserva e 1% afirmou que nunca fizeram reservas financeiras.

Figura 10 - Resultados quanto a reserva financeira para emergências.



Fonte: Construção do autor.

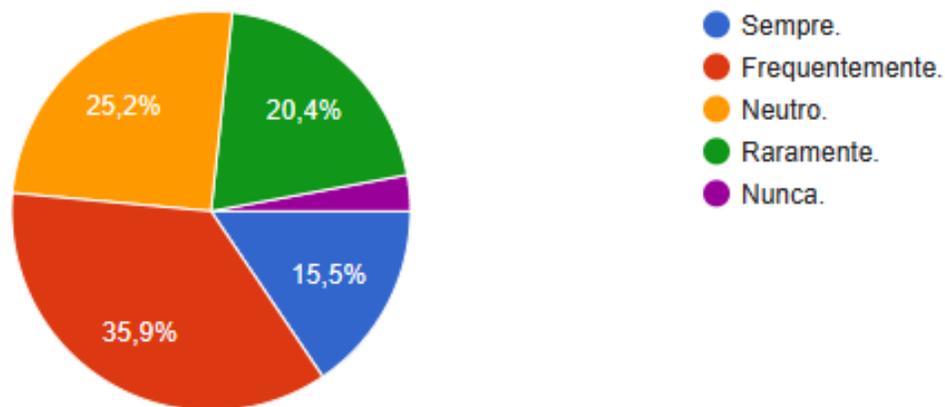
A falta de controle financeiro em grande parte da população tributa a questões culturais, pois desde a infância os indivíduos se mostram habituados a não poupar e crescem com o ideário de possuir dinheiro para que se possa gastá-lo. Para contribuir

com este cenário de desarranjos, observa-se que questões relacionadas com educação financeira e empreendedorismo pouco são tratadas nas escolas e universidades (ROSA, 2021).

O dinheiro mostra-se arraigado ao modelo atual de sociedade. Praticamente estrutura as relações dos homens e serve até mesmo como um marcador de sucesso, competência e simboliza o esforço demandado durante o trabalho. O dinheiro tem sido correlacionado ao bem-estar, mesmo que diversos estudos da área da Psicologia atestem tal afirmação. Mesmo havendo questionamento acerca da relação do dinheiro com o bem-estar, pode-se afirmar que a sua utilização é fundamental para que o sujeito tenha acesso a serviços de saúde, educação, lazer e segurança de qualidade. Propicia da mesma forma, uma alimentação de melhor qualidade e maior acesso à cultura de um modo geral (ROSA, 2021).

Em relação a frequência em que os pesquisados poupam, a pesquisa apontou (Figura 11) que, 15,5% dos pesquisados afirmaram que sempre conseguem poupar, 35,9% poupam frequentemente, 25,2% se apresentaram neutros, 20,4% raramente poupam e 2,9% afirmaram que nunca poupam.

Figura 11 - Frequência com que os respondentes conseguem economizar.

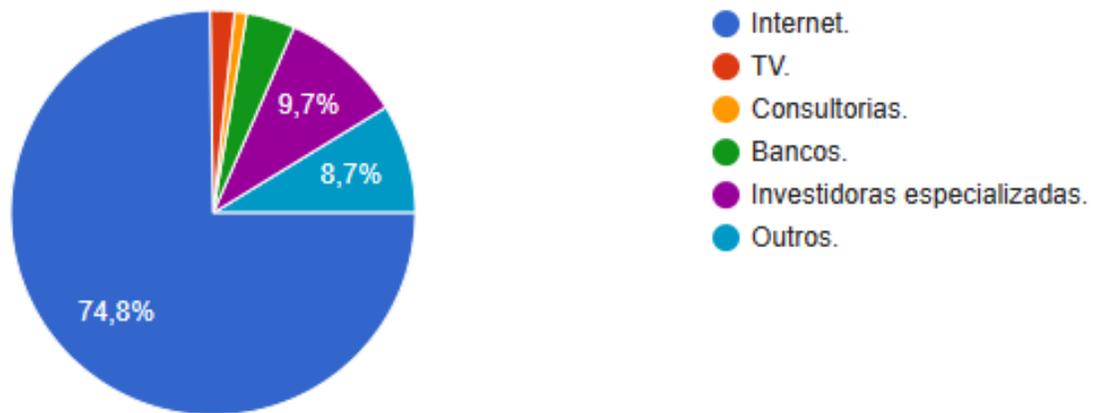


Fonte: Construção do autor.

Questionados sobre as principais fontes que buscam informações para se atualizar sobre finanças, a pesquisa apontou (Figura 12) que, 74,8% usam a internet como

principal fonte de informações, 1,9% pela televisão, 1% consultorias, 3,9% pelos bancos, 9,7% através de investidoras especializadas e 8,7% afirmaram que buscam outros meios de informação e atualização.

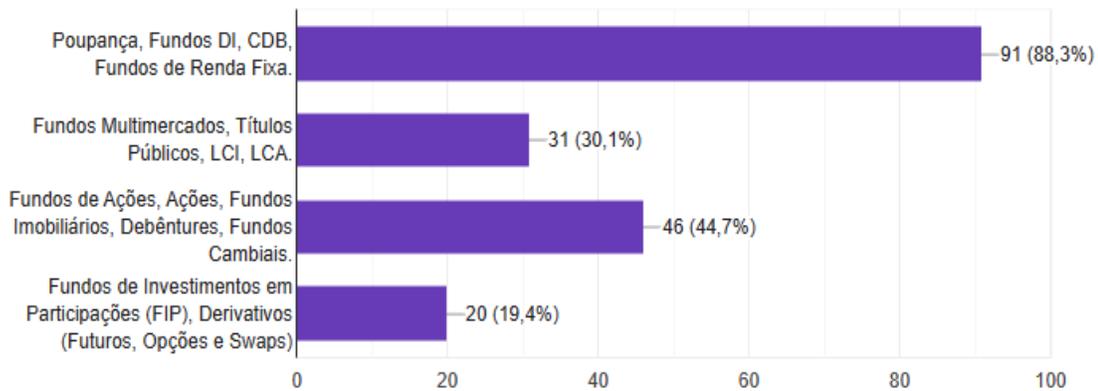
Figura 12 - Meios pelos quais os respondentes buscam por atualizações sobre finanças.



Fonte: Construção do autor.

Questionados sobre os produtos financeiros que os respondentes têm maior familiaridade, a pesquisa apontou (Figura 13), que 88,3% dos respondentes têm maior familiaridade com poupança, fundos DI, CDP e fundos de renda fixa, 44,7% conhecem fundos de ações, ações, fundos imobiliários, debêntures e fundos cambiais, 30,1% conhecem fundos multimercados, títulos públicos, LCI e LCA e 19,4% dos respondentes tem conhecimento sobre fundos de investimentos em participações e derivativos.

Figura 13 - Produtos financeiros pelos quais os respondentes possuem maior familiaridade



Fonte: Construção do autor.

Em relação aos investimentos que realizou frequentemente nos últimos 24 meses, a pesquisa apontou (Figura 14) que, 24,3% dos pesquisados afirmaram que nunca investiram, 41,7% investiram apenas em produtos de fundos de renda fixa, 22,3% investiram em produtos ou fundos de renda fixa e/ou multimercados e/ou de renda variável e /ou com derivativos com finalidade de hedge e 11,7% afirmaram que investiram em produtos de renda fixa e/ou de multimercado e/ou de renda variável e/ou com derivativos com finalidade de especulação ou alavancagem.

Figura 14 - Investimentos realizados pelos respondentes nos últimos 24 meses referentes ao período da pesquisa.



Fonte: Construção do autor.

Questionados sobre a classificação da relação da formação acadêmica e da experiência profissional em relação aos seus conhecimentos sobre o mercado financeiro, a pesquisa apontou (Figura 15) que, 61,2% afirmaram que não tem formação acadêmica financeira, mas desejam operar no mercado de capitais e financeiro, 23,3% afirmaram que apesar de não ter a formação acadêmica na área financeira possui experiência no mercado de capitais e financeiro, 9,7% afirmaram que tem formação na área financeira e conhece as regras do mercado financeiro e 5,8% afirmaram que tem formação acadêmica e experiência profissional na área financeira, por isto conhece profundamente o mercado financeiro, como operações de derivativos e estruturadas.

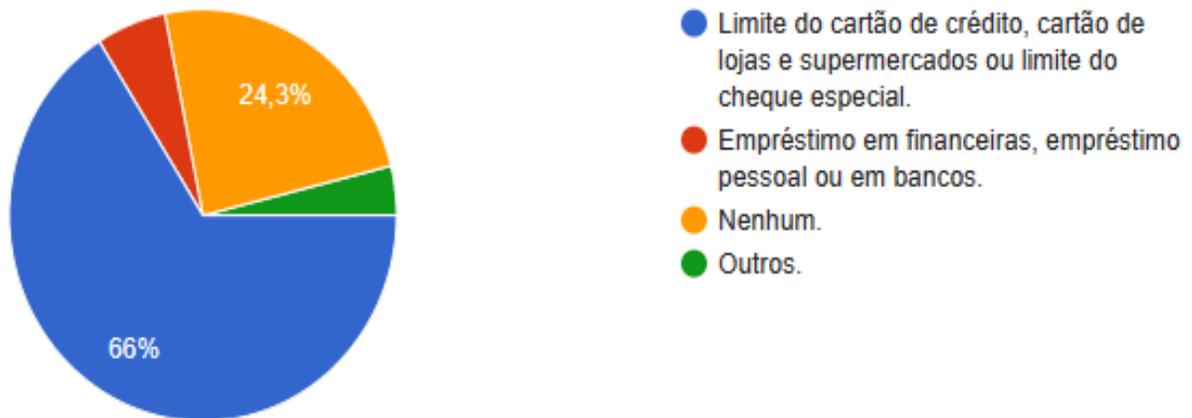
Figura 15 - Classificação da relação entre a formação acadêmica e a experiência profissional dos respondentes em relação aos seus conhecimentos sobre o mercado financeiro.



Fonte: Construção do autor.

Questionados sobre as principais formas de acesso ao crédito que utilizam, a pesquisa apontou (Figura 16), que 66% usam o limite do cartão de crédito, cartão de lojas e supermercados ou limite do cheque especial, 5,8% utilizam de empréstimo em financeiras, empréstimo pessoal ou em bancos, 24,3% afirmaram que não usam nenhum acesso a crédito e 3,9% afirmam que usam outros.

Figura 16 - Principais formas de acesso a crédito utilizadas pelos respondentes.



Fonte: Construção do autor.

Em relação ao tempo em que duraria a reserva financeira, a pesquisa apontou (Figura 17) que, 22,3% dos respondentes afirmaram que duraria de 1 a 3 meses, 22,3% afirmaram que duraria de 3 a 6 meses, 33% afirmaram que duraria acima de 6 meses e 22,3% afirmaram que não possuem reservas de emergência.

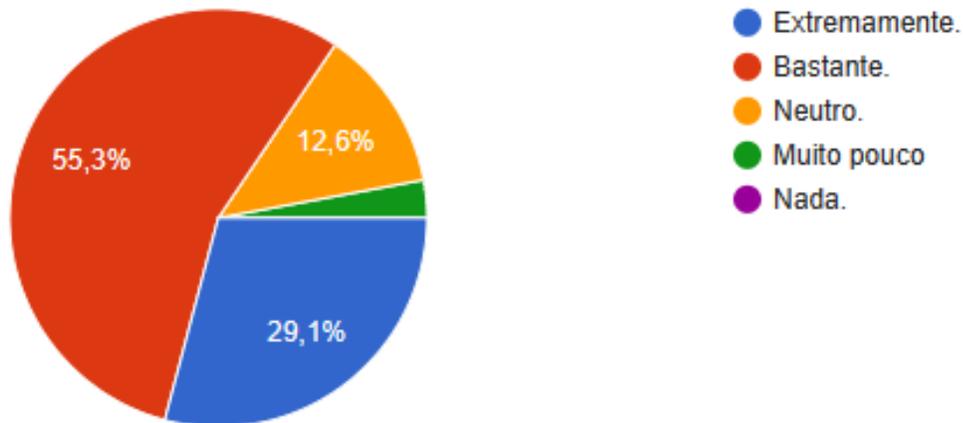
Figura 17 - Resultados correspondentes ao tempo de duração da reserva financeira dos respondentes.



Fonte: Construção do autor.

Em relação a preocupação com o dinheiro, a pesquisa apontou (Figura 18) que, 29,1% dos respondentes estão extremamente preocupados, 55,3% estão bastante preocupados, 12,6% se apresentaram neutros e 2,9% estão muito pouco preocupados.

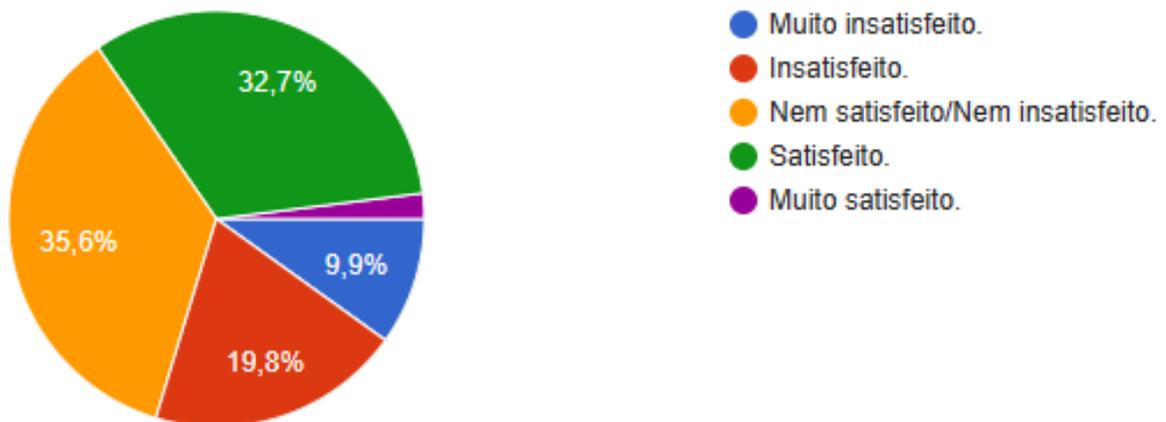
Figura 18 - Resultados acerca da preocupação dos respondentes com o dinheiro.



Fonte: Construção do autor.

Por fim, questionou-se o quanto os pesquisados estão satisfeitos em relação a sua situação financeira, onde a pesquisa apontou (Figura 19) que, 9,9% estão muito insatisfeitos, 19,8% estão insatisfeitos, 35,6% se apresentaram neutros, 32,7% estão satisfeitos e 2% estão muito satisfeitos.

Figura 19 - Nível de satisfação dos respondentes em relação a sua situação financeira.



Fonte: Construção do autor.

Fazendo a **correção** entre as variáveis pesquisados, observou-se algumas situações de relação entre elas, onde, conforme os resultados da pesquisa, a idade tem relação direta com o meio de pesquisa utilizado para investimentos, ou seja, os respondentes mais jovens, tendem a usar mais a internet para pesquisar sobre o assunto.

Outra relação encontrada foi entre o gênero dos pesquisados e o tipo de investimento, onde, segundo os dados da pesquisa, os homens tendem a investir mais em alternativas de maior risco, como renda variável, já as mulheres, buscam investimentos mais seguros, como CDI e poupança.

Quanto ao estado civil e a frequência que os respondentes poupam, também se observou relação, pois segundo a pesquisa, respondentes casados tem tendência de poupar e investir mais frequentemente do que pessoas separadas.

Observou-se também a relação entre renda e reservas de emergência, onde, conforme mais alta a renda, mais tempo de reserva de emergência os respondentes conseguem ter, ou seja, ganhando melhores salários, é possível economizar mais para reservas ou investimentos, promovendo a qualidade de vida financeira das pessoas. Fato observado também na relação entre renda e satisfação com a vida financeira dos respondentes, sendo que, quanto maior a renda, maior a satisfação em relação as finanças pessoais.

Outra relação encontrada foi quanto as dificuldades financeiras durante momentos de crise e reservas, onde, conforme os resultados da pesquisa, os que tinham reservas financeiras, não tiveram dificuldades para passar por momentos de crise com a causada pelo Covid-19, por exemplo.

Por fim, analisou-se a relação entre os gastos e as reservas, onde, os que gastam menos do que ganham, tem reservas financeiras para emergências por mais tempo, ou seja, quanto mais conseguir economizar, maior são as chances de ter dinheiro guardado para emergências ou para futuros investimentos.

Em uma abordagem mais clássica de perfil de investidor, Sarti, De Oliveira e Bessa (2020), apresenta que há dois tipos: os investidores defensivos, que são aqueles que compram fundos de investimentos consolidados no mercado, para que sua exposição ao risco seja baixa; e os investidores empreendedores, que são aqueles que se expõem a maiores riscos buscando retorno maiores que os investidores defensivos. Cada

investidor apresenta um perfil com estratégias, tolerância a risco, objetivos, permanência no investimento, dentre outras variáveis. Esses são fatores-chaves para geração de rentabilidade no mercado financeiro. Na literatura científica moderna atual, tem-se a delimitação de três grandes grupos de investidores, com objetivos e aceitação de riscos distintos uns dos outros. Os grupos de investidores podem ser definidos como: conservadores, moderados e agressivos.

Para Cardozo et al. (2019), o perfil conservador é caracterizado pela busca por segurança, possui baixa tolerância ao risco, e assim, visa preservar seu patrimônio em investimentos sólidos (renda fixa) e em investimentos que permitam sacar seus recursos em um período curto de tempo. O perfil moderado prioriza por segurança, mas está aberto a assumir alguns riscos em busca de um retorno maior a médio prazo. Por não terem a necessidade de obterem liquidez diária, permite investir parte de seu patrimônio em renda variável e outra parte em renda fixa. E o perfil arrojado trata-se de um perfil mais agressivo que está disposto a correr mais riscos. Normalmente, se divide em dois perfis, o arrojado que está sempre em busca de novas alternativas atrativas de retorno financeiro, porém ainda opta por manter uma parte do seu patrimônio em investimentos com rentabilidade de médio e curto prazo, e o agressivo que possui alta tolerância a riscos e está disposto a enfrentar as oscilações do mercado de risco, pelo fato de possuírem domínio e conhecimento no mercado de capitais, ou seja, buscam pela máxima rentabilidade.

Avaliar o nível de tolerância ao risco é um processo complexo, visto que o conceito de tolerância ao risco é bastante amplo, podendo ser considerado ambíguo e até inconclusivo. Os modelos desenvolvidos nas últimas décadas podem ser classificados em cinco metodologias: escolha de dilemas, teoria da utilidade, medidas objetivas, julgamentos heurísticos e medidas subjetivas. Neste contexto, torna-se relevante mencionar a diferenciação entre neutralidade, propensão e aversão ao risco. Dado um mesmo valor esperado, se o investidor preferir uma renda certa a uma incerteza, a qualquer nível, ele é avesso ao risco. Nessa mesma situação, se ele for indiferente entre uma renda certa e uma incerta, é neutro ao risco. Finalmente, se o investidor prefere correr o risco a obter uma renda certa (para um mesmo valor esperado) ele é amante do risco (ZANOTELLI, 2021).

Conforme observado, os investidores tem perfis diferenciados, onde alguns são conservadores, os quais tem preferência em investimentos como poupança e rendas fixas, os moderados, que tem partes dos seus investimentos em opções mais seguras e outra parte em opções de maior risco como bolsa de valores e os agressivos, que buscam alto risco de investimentos para terem grandes retornos financeiros.

CONCLUSÃO

Este estudo deve como objetivo geral identificar e compreender o comportamento financeiro dos cidadãos, no que reside às decisões financeiras do dia a dia, sobretudo nos hábitos de consumo, vinculadas a aspectos da tomada de decisão no panorama do primeiro e do segundo ano da pandemia do Covid-19 no Brasil. Para tanto, foi aplicado um questionário a 103 pessoas, onde os resultados foram analisados e interpretados buscando responder ao objetivo de estudo.

Observou-se no estudo que os mercados financeiros desempenham um papel vital em facilitar o bom funcionamento das economias capitalistas, alocando recursos e criando liquidez para empresas e empresários. O mercado de ações é apenas um tipo de mercado financeiro. Os mercados financeiros são formados pela compra e venda de vários tipos de instrumentos financeiros, incluindo ações, títulos, moedas e derivativos.

Quanto aos resultados relacionados ao objetivo de estudo, observou-se que desde o início da pandemia no Brasil, o mercado surpreendeu devido ao aumento significativo do número de investidores pessoas físicas na Bolsa de Valores. Embora no início a Bolsa tenha perdido valor, com o passar dos meses conseguiu recuperar e provar a relevância da renda variável ao investidor, mesmo diante riscos. O investimento em renda variável mostrou-se lucrativo.

Acredita-se que a construção deste trabalho possibilitou que fossem conhecidos aspectos relevantes sobre o planejamento financeiro, etapa essencial para os novos investidores, devido a capacidade que esta ferramenta proporciona. Trata-se de começar o investimento pela mudança de postura, onde o que realmente faz a diferença é a maneira como o indivíduo lida com os recursos, o que demonstra a forma como ele percebe o dinheiro, as crenças que possui sobre riqueza e pobreza.

Por muito tempo o ato de guardar recursos foi associado a avareza, mas hoje é de conhecimento que o capital e os investimentos movimentam a economia de um país, e os recursos acabam fazendo parte de um ciclo de desenvolvimento, porque ao adquirir um produto ou serviço o indivíduo junta determinada quantia para contribuir com o outro, por meio do ato da compra.

Conclui-se que a forma como o indivíduo interpreta uma vida financeira organizada determina o seu futuro, o alcance dos seus sonhos e objetivos, e neste âmbito, a educação financeira é essencial, porque em geral as pessoas aprendem a lidar com o dinheiro e realizar investimentos, na prática, quando deveriam começar a ter contato com os mesmos ainda na fase escolar.

Este é momento ideal para apresentar ferramentas como fluxo de caixa, contas a pagar e receber, orçamentos, tendo em vista que assim as pessoas já ingressam no mercado de trabalho mais preparadas para gerir as suas finanças, evitam o endividamento, porque adquirem uma noção sobre juros, e começam a organizar as suas finanças para investir antes de ingressar na fase de aposentadoria.

Por fim, conclui-se que os objetivos deste estudo foram atingidos, porém, entendendo que o assunto não se esgota neste estudo, sugere-se que pesquisas futuras sejam realizadas, onde o pesquisador poderá aplicar uma pesquisa a um grupo de pessoas, onde, a partir dos resultados, poderá comparar aos aqui apresentados, podendo assim, chegar a novas conclusões.

REFERÊNCIAS

- AQUINO, E. M. L. et al. Medidas de Distanciamento social no controle da pandemia de Covid-19: potenciais impactos e desafios no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, p. 2423–2446, 2020. Disponível em: 10.1590/1413-81232020256.1.10502020. Acesso em: 2 mar. 2023.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução: Carlos A. M. 1. Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, 199 p.
- CARDOZO, Tuane et al. **Análise do Perfil de Investidores Brasileiros**. In: IX CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, Ponta Grossa-PR. 2019.
- CERBASI, G. **Investimentos inteligentes**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2013. 256 p.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 162 p.
- CONTE, M. A. et al. Consumismo, uso de drogas e criminalidade: riscos e responsabilidades. **Psicologia Ciência e Profissão**, v. 27, p. 94–105, 2007. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/pcp/v27n1/v27n1a08.pdf>. Acesso em: 2 mar. 2023.
- COSTA, M. V. (org.). **A educação na cultura da mídia e do consumo**. 1. Ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009. 224 p.
- DELGADO, N.G.; DI ASSIS, C.; ROCHA, A. L. G. A melancolia no teletrabalho em tempos de coronavírus. **Rev. Trib. Reg. Trab. 3ª Reg.**, v. 66, n.103, p. 171–191, 2020.
- DE OLIVEIRA, D. P. **Educação para o consumo no cotidiano escolar: um estudo de representações sociais**. 2015. 235 p. Dissertação (Mestrado em Educação) – Pós-graduação em Educação, Universidade Federal de Pernambuco, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/16012>. Acesso em: 2 mar. 2023.
- DOMINGOS, R. **Terapia Financeira. Realize os seus sonhos com educação financeira**. 1 Ed. São Paulo: DSOP, 2012. 132 p.
- DOMINGOS, R. **Sabedoria Financeira**. 1 Ed. Rio de Janeiro: Vida Melhor, 2014. 184 p.
- FRANKENBERG, Louis. Seu futuro financeiro. 8. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- GIAMBIAGI, F.; ALÉM, A. C. **Finanças públicas – teoria e prática no Brasil**. 5 Ed. São Paulo: Atlas, 2015. 576 p.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7 Ed. São Paulo: Atlas, 2022. 208 p.

HERÉDIA, Thaís. 2021. **76% dos brasileiros não administraram bem finanças pessoais durante a pandemia**. Disponível em: www.cnnbrasil.com.br/business/76-dos-brasileiros-nao-administraram-bem-financas-pessoais-durante-a-pandemia/. Acesso em 15 mai. 2023.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect Theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, v. 47, n. 2, p. 263-292, 1979.

KIYOSAQUI, R. T. **O poder da educação financeira**. 1 Ed. São Paulo: Alta Books. São Paulo, 2017. 240 p.

MACEDO JUNIOR, J. S. **A árvore do dinheiro – Guia para cultivar sua independência financeira**. 8 Ed. Florianópolis: Insular, 2013. 236 p.

NETO, A. M. et al. **Educação financeira**. 1 Ed. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2014. 90 p.

ROJO, 20 mai. 2014. Entrevista concedida a Julia Wiltgen. Disponível em: Acesso em: 01 de dez. 2022.

ROCHA. Escola: indústria cultural ou espaço do prazer cultural. Dissertação de Mestrado, UFPE, 2013.

ROCHA, E. Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 2, n. 3, p. 123-138, 2008. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/29/29>. Acesso em: 1 mar. 2023.

ROSA, Samanda Silva. **A importância da educação financeira para aumento de eficiência no planejamento e controle de finanças pessoais**. Administração de Empresas em Revista, v. 3, n. 25, p. 51-74, 2021.

SANTOS, M. F. S.; DE ALMEIDA, L. M. **Diálogos com a teoria das representações sociais**. 1 Ed. Alagoas: EDUFAL, 2005. 200 p.

SARTI, Adriano Adriano Bonela; DE OLIVEIRA, Igor Meireles; BESSA, Lucas Marin Bessa Lucas Marin. **Relação entre os perfis de investidores, produtos financeiros e riscos no mercado financeiro brasileiro**. *Revista Ifes Ciência*, v. 6, n. 4, p. 177-190, 2020.

SOJA, E. W. **Geografias pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica**. 1 Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. 324 p.

ZANOTELLI, Márcia Virginia de Almeida. **Uma análise do perfil conservador do investidor brasileiro pessoa física**. 2021. 63f. Dissertação (Mestrado em Economia de Empresas) - Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade - FEAAC, Programa de Economia Profissional - PEP, Universidade Federal do Ceará - UFC, Fortaleza (CE), 2021.

WANG. A. PAN.E.F. WAN.R. **Geografias pós-modernas:** a reafirmação do espaço na teoria social crítica: Zahar.2020.

APÊNDICE A

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está convidado a participar da pesquisa “**PLANEJAMENTO FINANCEIRO: importância do planejamento e educação financeira e seus impactos durante a pandemia**”, coordenada pelo/a professor/a **Guilherme Brandelli** (CORREIO ELETRÔNICO DO/A ORIENTADOR/A), com a participação de **João Vitor Dutra Hammes**, (jdutrahammes@gmail.com, 55 996291001) da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. O objetivo principal do projeto de pesquisa é **analisar a importância da educação financeira e do controle de gastos pessoais durante a pandemia**.

A participação consiste em responder esse questionário com aproximadamente 10 minutos de duração, na qual serão coletadas informações a respeito da importância do planejamento financeiro pessoal e controle de gastos em períodos de crise como o a causado pela pandemia. Os riscos de participação na pesquisa são indiretos, ou seja, cansaço e desconforto em responder as questões. Você poderá parar a entrevista a qualquer momento, bem como não responder a qualquer uma das perguntas. Você também poderá retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem prejuízo algum. Os benefícios de participação na pesquisa são indiretos, onde você poderá refletir sobre as questões e sua situação financeira durante e após a pandemia.

Se autorizado por você, a entrevista será arquivada digitalmente e depois transcrita. O arquivamento e a transcrição ficarão armazenadas em um notebook pessoal, com acesso exclusivo à equipe de pesquisa, mediante login com senha, por cinco anos. Após esse período os dados serão apagados. Seu nome não constará em nenhum arquivo, visando a garantia de manutenção de seu sigilo e privacidade, exceto quando houver sua manifestação explícita em sentido contrário, mesmo após o término da pesquisa. Ainda que essas precauções sejam tomadas, alertamos para o risco de eventual vazamento de dados ou corrompimento dos arquivos.

Não haverá qualquer pagamento por sua participação na pesquisa e tampouco estão previstas despesas para a sua participação, que acontecerá em seu local de trabalho em momento de sua escolha a ser combinado com os pesquisadores. Ainda, você terá direito a indenização por eventual dano causado por sua participação. Ao assinar esse Termo, você está ciente do acima exposto e concorda com a sua participação na pesquisa. Uma via desse Termo assinado por si e pelo pesquisador lhe será entregue antes da participação na pesquisa. OU, EM CASO DE PESQUISA ONLINE: Baixe e salve uma cópia desse Termo para consultas futuras.

Ao assinalar a opção “aceito participar”, a seguir, eu atesto minha anuência com esta pesquisa, declarando que compreendi seus objetivos, a forma como ela será realizada e os benefícios envolvidos, conforme descrição aqui efetuada.

Li e concordo:

- SIM (Aceito participar da pesquisa)
- NÃO (Não aceito participar da pesquisa)

PARA CADA UMA DAS PERGUNTAS ABAIXO MARCAR **APENAS UMA RESPOSTA**:

Fase 1: Perfil dos pesquisados

1. Indique a sua faixa etária

Abaixo de 20 anos.
De 20 e 25 anos.
De 25 a 35 anos.
De 35 a 45 anos.
De 45 a 55 anos.
Acima de 55 anos.

2. Gênero:

Feminino.
Masculino.
Outro

3. Estado Civil:

Solteiro.
Casado/União Estável.
Separado/Divorciado.
Viúvo.
Outro.

4. Nível de Escolaridade:

1º Grau Completo.
2º Grau Completo.
Ensino superior incompleto.
Ensino superior completo.
Mestrado incompleto
Mestrado completo
Doutorado incompleto
Doutorado completo
Pós-Doutorado

5. Qual a sua renda mensal?

Até R\$ 3.000,00.
Entre R\$ 3.000,00 e R\$ 5.000,00.
Entre R\$ 5.000,00 e R\$ 10.000,00.
Entre R\$ 10.000,00 e R\$ 30.000,00.
Mais de R\$ 30.000,00.

FASE II – FINANÇAS PESSOAIS DURANTE A PANDEMIA

6. Durante a pandemia causada pelo Covi-19, você teve dificuldades em relação as suas finanças?

Sim, pois não consegui pagar minhas contas em dia

Sim, tive que diminuir minhas despesas para manter as contas em dia

Não tive dificuldades, pois tinha reservas para momentos de emergência

7. Durante a pandemia, você diminuiu o consumo e compras de produtos e serviços?

Sim, diminuí muito o consumo e compras

Sim, mas diminuí um pouco o consumo e compras

Sim, mas mantive o meu consumo e compras normalmente

Não, e acabei gastando mais do que antes da pandemia

Não tive dificuldades

8. Quais das situações a seguir geraram mais problemas para você durante a pandemia?

Perdi o meu emprego

A empresa diminuiu salários

Já estava desempregado(a) e não consegui novo emprego

Não tinha reservas financeiras para emergência

Não tive dificuldades

9. Com relação aos seus gastos. Você diria que:

Gasto mais do que ganho

Gasto igual ao que ganho

Gasto menos do que ganho

10. Você possui reserva para situações imprevistas?

Tem poupança

Gasta tudo e não poupa.

Não poupo, mas gostaria de poupar se o dinheiro fosse suficiente.

Outra forma de reserva.

11. Com que frequência você consegue poupar?

Sempre

Frequentemente

Neutro

Raramente

Nunca

12. Como vocês costumam se atualizar sobre finanças?

Internet
 TV
 Consultorias
 Bancos
 Investidoras especializadas
 Outros.

13. Quais dos produtos listados abaixo você tem familiaridade? (Esta questão permite múltiplas respostas).

Poupança, Fundos DI, CDB, Fundos de Renda Fixa.
 Fundos Multimercados, Títulos Públicos, LCI, LCA.
 Fundos de Ações, Ações, Fundos Imobiliários, Debêntures, Fundos Cambiais, Clubes de Investimento.
 Fundos de Investimentos em Participações (FIP), Derivativos (Futuros, Opções e Swaps).

14. Quais investimentos você realizou frequentemente nos últimos 24 meses?

Nunca investi.
 Investi apenas em produtos ou fundos de renda fixa.
 Investi em produtos ou fundos de renda fixa e/ ou de multimercado e/ou de renda variável e/ou com derivativos com finalidade de hedge.
 Investi em produtos de renda fixa e/ou de multimercado e/ou de renda variável e/ou com derivativos com finalidade de especulação ou alavancagem.

15. Como você classificaria a relação de sua formação acadêmica e da sua experiência profissional em relação aos seus conhecimentos sobre o mercado financeiro?

Não tenho formação acadêmica na área financeira, mas desejo operar no mercado de capitais e financeiro.
 Apesar de não ter a formação acadêmica na área financeira possuo experiência no mercado de capitais e financeiro.
 Tenho formação na área financeira e conheço as regras do mercado financeiro.
 Tenho formação acadêmica e experiência profissional na área financeira, por isto conheço profundamente o mercado financeiro, como operações de derivativos e estruturadas

15. Em relação ao acesso ao crédito, de qual você faz uso?

Limite do cartão de crédito, cartão de lojas e supermercados ou limite do cheque especial

Empréstimo em financeiras, empréstimo pessoal ou em bancos
Nenhum
Outros.

16. Se possuem reserva de emergência, atualmente, duraria quantos meses?

De 1 a 3 meses
De 3 a 6 meses
Acima de 6 meses
Não possuímos reserva de emergência

17. O quanto você se preocupa com dinheiro?

Extremamente
Bastante
Neutro
Muito pouco
Nada

18. Quão satisfeito(a) você está com sua situação financeira?

Muito insatisfeito
Insatisfeito
Nem satisfeito/Nem insatisfeito
Satisfeito
Muito satisfeito