

A INFLUÊNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO NA TOMADA DE DECISÕES DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DE CURSO DE GESTÃO

Suellen Scabello Pissigate

Prof. Fabricio V. Ribeiro

RESUMO

Em um mundo com tantos produtos financeiros diferentes, as pessoas precisam manter-se preparadas para saber lidar com circunstância cada vez mais complexas quando querem comprar bens e serviços. Visto isso, a pesquisa teve como finalidade compreender como o planejamento financeiro influencia na tomada de decisões dos estudantes universitários de curso de gestão.

Para a realização desta pesquisa foi utilizado o método de pesquisa bibliográfica, de caráter exploratório e descritivo, onde foi feita uma pesquisa de campo com estudantes de nível superior de uma faculdade localizada em Vitória - ES para coletar dados e analisá-los, para compreender o problema de pesquisa. A coleta de dados foi aplicada através de um questionário formado por questões de múltiplas escolhas e aplicado de forma online, onde os alunos responderam cerca de 19 perguntas.

Constatou-se que o principal objetivo foi alcançado ao verificar que realmente o planejamento financeiro impacta no comportamento dos alunos entrevistados, mesmo com o hábito de tentar controlar os gastos, certificou-se a falta de entendimento para melhor administrar sua renda. Foi observado gastos acima do que ganham, esquecendo a necessidade de guardar parte da renda para possíveis emergências.

Palavras-chave: Educação financeira. Planejamento. Decisões financeiras.

ABSTRACT

In a world with so many different financial products, people need to keep themselves prepared to know how to deal with increasingly complex circumstances when they want to buy goods and services. In view of this, the purpose of this research was to understand how financial planning influences the decision making of management course college students.

To carry out this research, the bibliographical research method was used, of exploratory and descriptive character, where a field research was carried out with college students of a college located in Vitória - ES to collect data and analyze them, in order to understand the research problem. The data collection was applied through a questionnaire formed by multiple choice questions and applied online, where the students answered about 19 questions.

It was found that the main objective was reached by verifying that financial planning really impacts the behavior of the interviewed students, even with the habit of trying to control expenses, it was certified the lack of understanding to better manage their income. It was observed that they spend more than they earn, forgetting the need to save part of their income for possible emergencies.

Keywords: Financial education. Planning. Financial decisions.

1.INTRODUÇÃO

Ao longo da vida, os indivíduos precisam estar preparados para realizar diferentes escolhas financeiras. Algumas são simples, enquanto outras são mais complexas. Para efetuar o devido pagamento, investimento ou tomada de crédito, as pessoas necessitam de informação e de algum conhecimento financeiro. Esse conhecimento é conhecido como educação financeira (CAMPBELL, 2006; LUSARDI, 2007). Com isso, este artigo tem como tema “o impacto da educação financeira no processo de tomada de decisões”.

Embora o assunto finanças e endividamento estejam muito presente nos debates da sociedade, percebe-se que a maioria da população ainda não possui compreensão suficiente acerca do assunto e atrela grande parte de seu salário em dívidas e compras em grandes parcelas.

Para Lizote, Simas e Lana (2012), pessoas sem alfabetização financeira têm mais probabilidade de sacrificar uma parcela significativa de sua renda, deixar de cumprir todos os compromissos financeiros acordados, chegando a se endividar.

Com base no exposto acima, a presente pesquisa verificou como o planejamento financeiro influencia na decisão de compra de estudantes universitários da área de gestão?

Diante da situação exposta, e sabendo o quão importante é o planejamento financeiro, essa pesquisa teve como o objetivo geral verificar a influência do planejamento financeiro na tomada de decisões dos estudantes universitários do curso de gestão, com os objetivos específicos de descrever e caracterizar o planejamento financeiro, evidenciar etapas do planejamento financeiro e avaliar como a educação financeira colabora nas ações de compras de estudantes universitários.

Pessoas com altos níveis de alfabetização financeira são mais propensas a orçar, economizar e planejar seu futuro financeiramente, afirmam Perry e Morris (2005) apud Duarte (2012).

Para o desenvolvimento deste artigo foi utilizado a técnica de pesquisa bibliográfica, de caráter exploratório e descritivo, onde foi feito uma pesquisa de campo com estudantes de nível superior para coletar dados e analisá-los para compreender o problema de pesquisa. A coleta de dados foi aplicada através de um questionário formado por questões objetivas e aplicado de forma online, onde os alunos responderam questões claras e objetivas.

Assim, constatou-se de maneira empírica que os entrevistados não estão preparados para administrar de maneira conveniente o seu futuro financeiro, visto que faltam conhecimentos sobre a educação financeira.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Para Jacob et al. (2000, p.8), o termo finanças refere-se a uma ampla gama de atribuições relacionadas ao capital em nossas vidas diárias, desde a verificação de cheques à administração de cartões de crédito, desde a preparação de orçamentos mensais até a contratação de empréstimos.

Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, 2005, p. 5, a educação financeira pode ser entendida como: a atuação pelo qual os indivíduos desenvolvem maior conhecimento dos conceitos e produtos financeiros por meio de informações, pesquisas e conselhos, para poder torná-los mais conscientes das oportunidades e riscos financeiros, e desenvolver os valores e habilidades necessários para tomar decisões informadas para melhorar seu bem-estar financeiro.

A alfabetização em finanças pode, portanto, ser entendida como a capacidade de compreender e usar os recursos financeiros (MASSARRO, 2013).

Mankiw (2001, p.543) diz que para o sucesso econômico a longo prazo de qualquer país, o investimento na educação é tão importante como o investimento em capital físico. A educação em finanças pode, portanto, ser compreendida como o conhecimento resultante da aquisição de formação, experiência e competências específicas.

2.2. PRINCÍPIOS DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA

A OCDE 2005 ressalta que a educação financeira pode contribuir com todos, independentemente do nível de renda. Para aqueles que estão se inserindo no mercado de trabalho, pode ser uma ferramenta básica de planejamento e economia para que suas despesas e dívidas sejam controladas.

Para que realmente funcione esse planejamento, os jovens deverão conhecer pelo menos os princípios da educação financeira. Alguns destes princípios foram agrupados por Savoia, Saito e Petroni (2006, p.5), de acordo com eles a educação econômica deve ser promovida de forma justa e imparcial, ou seja, o desenvolvimento das habilidades econômicas dos indivíduos deve ser baseado em informações e orientações relevantes, sem interesses especiais. Ainda, realçam que a educação financeira deve ser um processo contínuo que acompanha o desenvolvimento do mercado e o aumento da complexidade das informações que o caracterizam.

Os programas devem ter como objetivo desenvolver a literacia financeira, devendo ser adaptados a grupos específicos e concebidos o mais individualmente possível. (SAVOIA, SAITO e PETRONI, 2006, p. 5).

Peretti (2007, p. 33-34) explica alguns pontos-chave que ele chamou de princípios básicos da educação financeira. É preciso entender quem você quer ser e estabelecer disciplina: eliminar desperdícios, evitar os supérfluos.

2.3. PLANEJAMENTO FINANCEIRO

O planejamento pessoal está relacionado aos objetivos de vida de cada pessoa, se iniciando com um plano estratégico pessoal, onde cada pessoa define seus objetivos para um, cinco, dez anos e será assim por toda vida CHEROBIM.; ESPEJO, (2010). Segundo Gitman e Madura (2003), a organização financeira de longo prazo identifica as ações financeiras planejadas e o impacto esperado dessas medidas em um período de dois a dez anos, enquanto o planejamento financeiro de curto prazo identifica as ações financeiras e o impacto dessas ações, abrangendo um período de até dois anos.

A missão do planejamento financeiro e seus métodos e ferramentas é enfrentar essa situação e transformá-la em uma vida estável e bem-sucedida. O planejamento financeiro é o meio para atingir as metas e objetivos desejados e é a melhor forma de

obter resultados. Apesar dos muitos benefícios que vêm com um bom planejamento, por falta de conhecimento ou acomodação, os indivíduos e famílias têm medo de começar a executá-lo (DOS SANTOS et al., 2017).

Segundo Oliveira (1999), o planejamento corresponde ao processo de desenvolvimento de forma a atingir uma situação com eficiência e com esforço e alocação de recursos adequados. Para os autores Miranda e Libonati (2002), o planejamento é uma atividade que prevê mudanças por meio da alocação de uma estrutura de recursos e ações para atingir as expectativas esperadas.

Gitman (1997) diz que o Planejamento Financeiro é um aspecto importante da manutenção e operação da unidade econômica, pois existem cenários para coordenar, controlar, supervisionar e ações para atingir metas. O planejamento financeiro deve estabelecer como as metas financeiras podem ser alcançadas. Assim, um plano financeiro é uma declaração do que fazer no futuro.

Para poder realizar o planejamento financeiro pessoal, primeiro é necessário um mapeamento das metas, identificando-as em curto, médio e longo prazo. O próximo passo é diagnosticar sua situação financeira atual, analisando sua capacidade de pagamento, definir seus limites máximos de gastos, evitar gastos desnecessários, reconhecer e focar nas metas já traçadas salienta BRAIDO, 92014).

Leal e Nascimento (2011) concordam que o entendimento sobre finanças está tão relacionado para as empresas como para a vida pessoal. A gestão financeira permite que as pessoas tomem decisões sobre gastar, investir ou poupar. Foi estabelecido que o conhecimento vai muito além do que entra ou o que sai como recurso, requer conhecimentos financeiros pessoais e de levantamentos para o destino deles.

Criar fluxo de caixa é um passo importante para um bom planejamento financeiro pessoal. É praticamente impossível planejar sem saber o que está acontecendo ou para onde estão indo os recursos pessoais. Faria (2008) diz que o principal objetivo do fluxo de caixa é aprender a administrar seu dinheiro para que as pessoas que o utilizam possam viver em suas reais circunstâncias financeiras.

De acordo com Faria (2008, p. 27) existem três etapas para elaborar o fluxo de caixa pessoal:

- a) Primeira etapa: Identificar a renda líquida pessoal, essa renda pode ser composta por salário mensal, comissões etc.
- b) Segundo Passo: Determinar despesas fixas como energia, telefone, transporte, água e outros.
- c) Terceiro passo: após o recolhimento das receitas e despesas pessoais, a pessoa deve assegurar-se de que suas despesas estejam em equilíbrio com sua renda.

A desorganização financeira leva os jovens a aceitar riscos e perdas não planejadas. Uma pessoa que não controla seus gastos e compra impulsivamente, poderá ficar inadimplente e encontrará dificuldades ao utilizar a renda disponível em atividades relevantes como investimento, poupança, e aquisição de bens que proporcionem uma melhor qualidade de vida (DA SILVA BARBOSA et al, 2017).

Para ter sucesso na vida financeira, profissional ou pessoal é necessário um planejamento adequado conciliando com suas necessidades. Krüger (2014) acredita que desenvolver esse planejamento muitas vezes não é tarefa fácil, já que todos têm limitações e tendem a ficar na sua zona de conforto.

2.4 POUPANÇA

Segundo Halfeld (2004, p. 21), “as pessoas poupam com dois objetivos principais: consumir mais, em breve; resistir ao declínio que a natureza impõe à produtividade de uma pessoa após uma certa idade. Podemos dizer que poupar é deixar de aproveitar no presente para atender uma necessidade do futuro, porque é quase impossível ter tudo ao mesmo tempo, diante de oportunidades que às vezes temos que desistir ou escolher como operamos financeiramente.

Para Keynes, a poupança não significa substituir o consumo atual pelo consumo futuro; assim, não se trata de substituir a demanda de consumo atual pela demanda de consumo futura, mas uma diminuição líquida da demanda.

Deve-se notar que existe uma brilhante conexão entre poupança e crescimento econômico, o que foi encontrado em vários estudos empíricos Schmidt-Hebbel et Ali (1996) e Reis (1996). No entanto, há sérias dificuldades em estabelecer relações causais precisas entre eles.

Segundo a teoria econômica ortodoxa, o "preço" (taxa de juros) corresponde à demanda e oferta de recursos investíveis. O desejo de agregar poder de compra e o desejo de investir dependem da taxa de juros - um diretamente (positivamente) e o outro inversamente (negativamente).

Assim, o nível de poupança inicialmente parece depender do nível de renda. De fato, para Keynes, de acordo com o que ele chamou de "lei psicológica fundamental", quanto maior a renda, maior o valor economizado. As pessoas com baixa renda gastam com relativa maior frequência, enquanto as pessoas com alta renda economizam.

2.5. HÁBITOS DE CONSUMO

Segundo Schiffman e Kanuk (2009), os hábitos de consumo das pessoas fazem parte de uma área de pesquisa mais ampla representada pela sociedade. Eles apontam que, apesar das diferenças sociais, há aspectos do comportamento do consumidor que são semelhantes.

Segundo Sousa e Torralvo (2010), gerir as suas devidas finanças é uma forma dos indivíduos satisfazerem as suas necessidades de despesa. No mesmo estudo, os autores citaram um aumento no número de cartões de crédito para atender o perfil consumidor da população.

Veblen (1988) afirma que o consumo pode ser a forma como as pessoas ganham status social.

Há hábitos simples que podem ajudá-lo a controlar seus desejos de gastar. Como sugere Teixeira (2005, p. 85) são eles: “nunca comprar no mesmo dia que viu a mercadoria, comparar preços em pelo menos três estabelecimentos antes de finalizar a compra, estimar quantas horas de trabalho são necessárias para pagar pelo item e sobretudo planejar antes de comprar”.

O Instituto de Estudos Financeiros (IEF, 2010), em sua matéria “Planejamento Financeiro Pessoal”, observou que “os dissabores das compras feitas por impulso costumam ser bem mais fortes e duradouros que as satisfações por elas proporcionadas.” E sugere medidas para controlar os impulsos: evitar o uso de cartão de crédito, não frequentar certos lugares ou até mesmo levar seus filhos às compras.

2.6. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Uma das características dessa sociedade é o consumismo, que, por sua definição básica, é o ato de comprar bens inúteis, supérfluos e desnecessários (GONÇALVES; SCHMIDT, 2015).

Segundo Kotler (2000, p. 182), o campo do comportamento do usuário analisa como consumidores escolhem, compram, usam e descartam seus itens, ideias ou experiências para atender aos seus desejos e necessidades.

A conduta dos indivíduos é amplamente explicada por atitudes em relação a um objeto, uma situação, um evento ou uma ideia. Portanto, para Ajzen (1991), as atitudes gerais têm impacto no comportamento de um indivíduo, influenciando uma série de fatores que estão mais intimamente relacionados à atitude em questão. Dessa forma, a análise dessas atitudes pode auxiliar na previsão do comportamento.

Para Barbosa (2004), existem dois tipos de consumo que podem caracterizar uma sociedade de consumo: o consumo de massas e para as massas, que se caracteriza pelo consumismo com alta taxa de descarte de produtos e pelo sentimento constante de insaciabilidade; e o uso de signos, enfatizando a importância dos símbolos e signos na relação entre cultura e consumo.

Assim, comportamentos individuais realizados em um determinado contexto tendem a ser influenciados não apenas por atitudes gerais, mas também por uma série de fatores complementares (AJZEN; FISHBEN, 2005).

Cobra (1992) ressalta fatores que influenciam as atitudes do consumidor na tomada de decisão de compra são: sociais, culturais, psicológicos e pessoais. Já para os autores Boone e Kurtz (2003), as pessoas costumam comprar bens e serviços que lhes permitem projetar imagens favoráveis aos outros. Para esses autores há três categorias principais de fatores que afetam as relações de consumo: influências culturais, sociais e familiares.

2.6.1. FATORES CULTURAIS

Boone e Kurtz (2003), falam que a influência da cultura pode ser entendida como valores, crenças, gostos e preferências. Segundo Kotler e Keller (2006), esses fatores têm um impacto mais amplo e profundo nos consumidores. Os fatores culturais podem ser divididos em três áreas: cultura, subcultura e classe social.

Cultura: Cada grupo ou sociedade tem um tipo e cultura diferente, e através desta cultura adquire valores, percepções, desejos e comportamentos.

Subcultura: São grupos de pessoas que dividem os mesmos sistemas de valores baseados em situações comuns e experiências de vida. Este fator inclui nacionalidade, religião, raça e região geográfica.

Classe social: A classe social é determinada por uma combinação de ocupação, educação, renda, riqueza e outras variáveis.

2.6.2. FATORES SOCIAIS

Embora a igualdade seja valorizada em algumas culturas, os usuários sempre pertencem a diferentes classes. O termo "classe social" pertence a uma hierarquia de status nacional em que indivíduos e grupos são agrupados com base em sua riqueza, talento e poder (CHURCHILL & PETER, 2005).

Boone e Kutz (2003) definem as influências sociais como outro determinante do comportamento do consumidor, a experiência de grupo primária das crianças é a de sua pertinência a família, e elas procuram esse grupo para satisfazer suas necessidades. À medida que crescem, juntam-se a outros grupos, como vizinhança, escola, amigos etc., de onde obtêm status e papéis.

2.6.3. FATORES PESSOAIS

Segundo Kotler (2003) os cinco elementos que formam os fatores pessoais são a faixa etária e estágio da vida, ocupação, situação econômica, estilo de vida e personalidade. As características especiais das pessoas, ou seja. os momentos e experiências pelas quais um indivíduo passa acabam por influenciar seus hábitos e decisões de consumo.

2.6.4 FATORES PSICOLÓGICOS

Kotler (2003), observou quatro importantes princípios psicológicos que levam as escolhas do consumidor, sendo eles: motivação, percepção, aprendizado e crenças e atitudes.

2.7. DECISÃO DE COMPRA

A tomada de decisão do consumidor é um processo complexo que envolve uma infinidade de fatores que influenciam cada decisão de compra. Os consumidores formam suas atitudes em relação a produtos e serviços a partir de uma variedade de fontes, incluindo mídias sociais (TV, Internet, redes sociais), familiares e amigos, por meio de suas próprias experiências (NAYEEM; CASIDY, 2015).

Os indivíduos passam por sete etapas na tomada de decisão de compra. Estes são Identificação de Necessidades, Recuperação de Informações, Avaliação Alternativa Pré-Compra, Compra, Consumo, Avaliação Pós-Consumo e Descarte. Blackwell, Miniard e Engel (2005, p. 73). Esse modelo foi chamado de PDC (Purchase Decision Process) devido ao trabalho do prof. Miniard.

Schiffman e Kanuk (2000, p. 399) propôs um outro modelo que utiliza uma abordagem semelhante. Este modelo tem três componentes principais: processo, input e output.

De acordo com Etzel, Walker e Stanton (2001), os métodos que os usuários utilizam para escolher seus produtos são motivos que diferem dependendo da situação de compra. Existem duas fontes principais de informação:

- O ambiente de negócios: inclui todos os indivíduos e organizações, incluindo varejistas, anunciantes e outros;
- Ambiente social: inclui familiares e amigos que fornecem informações sobre o produto.

Por fim, Kotler também observou fatores que dominam o comportamento de compra. São eles: fatores relacionados a cultura, fatores pessoais e fatores que mexem com o psicológico do indivíduo (KOTLER, 2001, p. 183 a 196).

2.8. ENDIVIDAMENTO

Sousa e Torralvo (2008) dizem que um indivíduo sem literacia financeira ou interesse pelo assunto pode ter dificuldade em gerir os seus próprios recursos.

A realidade econômica vivida pela sociedade moderna fez com que a dívida nacional aumentasse significativamente. Partindo desse pressuposto, a má gestão financeira é uma das principais causas desse endividamento. De fato, os indivíduos não acompanham para onde estão indo suas finanças e deixam de planejar seus orçamentos, levando ao endividamento. (SANTOS, SILVA, 2014).

Vieira, Bataglia e Sereia (2011), evidenciam que a educação financeira desenvolve competências que permitem às pessoas tomar boas decisões e desenvolver uma boa gestão das suas finanças pessoais, competências que contribuem para uma maior coesão pessoal e social e permitem promover a concorrência.

Claudino, Nunes e Silva (2009) também apontam que o endividamento pode vir acompanhado de uma inadimplência, e os indivíduos insolventes muitas vezes são obrigadas a ter mais de um financiamento, resultando em endividamento múltiplo, devido à variedade de formas e fontes de crédito.

Sousa e Torralvo (2008) explicam que a falta de conhecimentos financeiros contribui para decisões que leva o indivíduo a maiores gastos de capital. Os diferentes tipos de crédito e a forma atual de obtê-los deveria ser aquele que contribua para a boa situação financeira e não parar gerar receitas financeiras negativas, para isso o indivíduo precisa ser educado financeiramente e realizar um planejamento financeiro adequado à sua renda específica.

2.9. CENÁRIO FINANCEIRO DOS JOVENS NO BRASIL

Segundo dados coletados em 2021 pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), 46% dos brasileiros insolvente entre 25 e 29 anos. A situação também é complicada para os jovens. Do total de brasileiros, 19% dessas pessoas com idade de 18 a 24 anos possuem dívidas. Juntos, esses dois grupos somam mais de 12 milhões de jovens inadimplentes, o que é considerado um número muito alto para a faixa etária.

Outro levantamento do SPC Brasil aponta que 75% das pessoas com idade entre 18 e 30 anos não controlam seus gastos. São 8,6 milhões de jovens insolventes no país.

Uma pesquisa realizada em janeiro de 2022 pela Acordo Certo, fintech do Grupo Boa Vista focada em renegociação de dívidas, constatou que 88% dos jovens estão endividados, sendo 57% não estão conseguindo suprir todas as necessidades básicas com a renda mensal.

Dos 62,8 milhões de inadimplentes em maio, cerca de 16 milhões pertencem à faixa etária. Segundo projeções do IBGE, esse número representa quase metade (47%) da população de 20 a 29 anos em 2019.

Um levantamento de dados feito pela Serasa Experian em relação a abril de 2022, mostra que cerca de meio milhão de pessoas possuem cadastro. De acordo ainda com esse levantamento, a maior porcentagem das dívidas se dá com o segmento de bancos e cartões, seguidos com as contas essenciais como água, luz e gás. Na sequência estão os setores de varejo e financeiras, serviços, telefonia e seguradoras.

Os dados apontam também que a faixa etária dos jovens com idade de 18 e 25 anos foi a que mais aumentou em inadimplência, comparando com o ano 2021 e 2022. A diferença foi de 7,73 milhões inadimplentes para 8,56 milhões de negativados. Enquanto em 2021 eram 10,6 milhões de inadimplentes, no quinto mês deste ano o aumento foi de 8,3%, alcançando 11,49 milhões de pessoas.

2.10. BENEFÍCIOS DO CONHECIMENTO EM FINANÇAS

Gitman (2007) explana sobre os benefícios do conhecimento em finanças, sendo assim possível tomar melhores decisões financeiras pessoais ou nos processos organizacionais. O aprimoramento dessas habilidades ajuda os indivíduos a se integrarem melhor à sociedade, participarem mais ativamente das atividades financeiras e aumentarem seu bem-estar (SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007, p. 2).

De acordo com Rodrigues e Carvalho (2017) O planejamento financeiro permite às pessoas controlarem todas as variáveis que envolvem suas finanças e a de sua família, visando sempre o aumento de capital e a melhor utilização de seus ganhos.

Lucci et al. (2006) enfatizam que uma população educada financeiramente e que conheçam todas as variáveis e nuances do mercado tem mais chances de ter sucesso na tomada de decisões em relação ao mercado financeiro.

Segundo o Banco Central do Brasil (BCB) A educação financeira traz alguns benefícios fundamentais para a vida social, como: Equilibrar as finanças pessoais, preparar-se para imprevistos econômicos e aposentadoria, qualificar-se para o uso adequado do sistema financeiro, reduzir a probabilidade de as pessoas caírem em fraudes e pavimentar o caminho para que os sonhos se tornem realidade.

Teixeira (2015) aponta que educação financeira não é aprender a economizar, cortar gastos desnecessários ou aderir a novos hábitos, é muito mais. É buscar formas de manter um estilo de vida economicamente saudável no presente e futuro, tendo a segurança material necessária e garantias para possíveis contingências futuras e ainda tendo uma vida socialmente estável em seu cotidiano sem retrocesso ou submissão a situações cotidianas inferiores.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

Um método é um conjunto de movimentação sistemáticas e racionais que permitem atingir o propósito da pesquisa com maior segurança e autonomia, definir o caminho a ser seguido e auxiliar o pesquisador na tomada de decisões (MARCONI; LAKATOS, 2002).

O desenvolvimento deste estudo contou com o auxílio da técnica de pesquisa bibliográfica, de caráter exploratório e descritivo, utilizando artigos indexados e publicados. Para Malhotra (2001) a pesquisa descritiva é definitiva, tendo como principal objetivo descrever de algo. Hair et al. (2010) acrescentam que esse tipo de estudo envolve a coleta de dados para responder às questões do formulário de pesquisa.

Essa pesquisa teve como finalidade compreender como o planejamento financeiro influencia na decisão de compra de um determinado público. Foi feita uma pesquisa de campo com estudantes de nível superior para coletar dados e analisá-los para compreender o problema de pesquisa.

O público-alvo escolhido foram os estudantes universitários de instituições de ensino superior do município Vitória. A coleta de dados foi aplicada através de um questionário formado por questões objetivas e aplicado de forma online, onde os alunos responderam questões claras.

Foi realizado um estudo de campo para o levantamento de dados. Quanto a análise dos dados obtidos utilizou-se as informações geradas através do Google Forms ao final do período de aplicação do questionário. A plataforma disponibiliza gráficos e

tabelas com as respostas obtidas, que posteriormente foram ponderadas e equiparadas com os objetivos e problema de pesquisa.

A população foi de 54 alunos matriculados no curso de administração da referida faculdade.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para verificar as condições financeiras de alguns alunos de uma universidade, foi elaborado um questionário com 19 perguntas objetivas, baseado nos princípios dos autores estudados, perguntas sobre conhecimento financeiro que os alunos possuem, de acordo com a prática que foi adquirida.

Dos 57 alunos entrevistados, 52,6% eram do sexo feminino, enquanto 47,4% são do sexo masculino. Ao que se refere à idade dos entrevistados, observou no gráfico 2, que a maioria deles possuem idade entre 18 e 24 anos, o que corresponde em 56,1% do total de respondentes. Quanto ao período cursado, 42,1% cursavam o 8º período de um curso de gestão, como mostra o gráfico 3.

Gráfico 1

Sexo:

1 - Sexo:

57 respostas

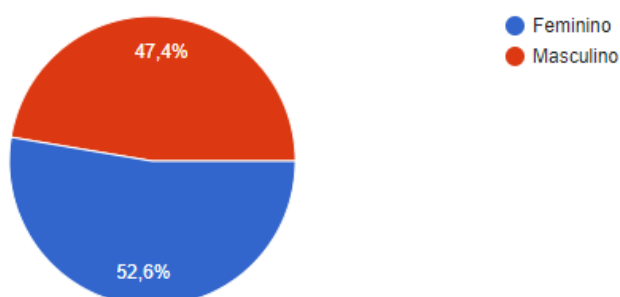


Gráfico 2

Faixa etária:

2 - Faixa etária:

57 respostas

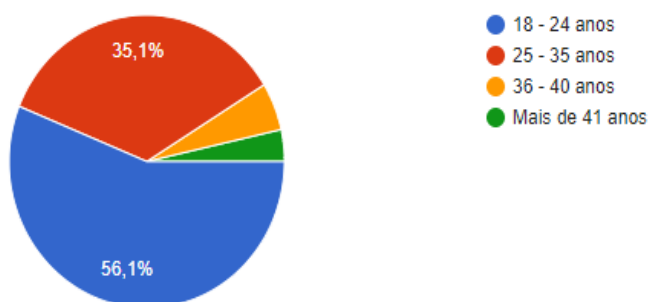
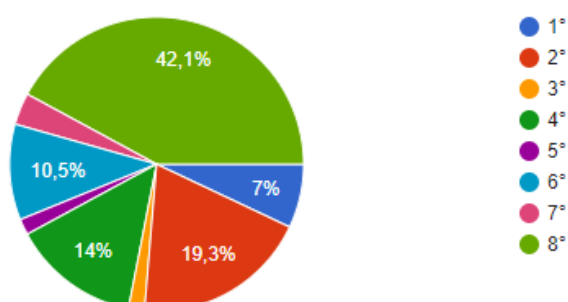


Gráfico 3

Qual período você está?

3 - Qual período você está?

57 respostas



A verificação da renda média da população estudada apontou que 75,4% dos respondentes, conforme gráfico 4, possuem até 2 salários mínimos, considerado como referência o Salário Mínimo vigente de R\$ 1.212,00 (mil duzentos e doze reais) mensais.

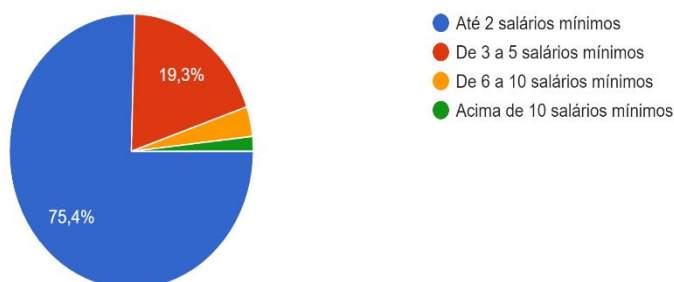
Esses dados socioeconômicos permitem concluir que o grupo estudado tenta fazer o planejamento financeiro e busca o controle financeiro. Isso também pode ser confirmado pelos dados do gráfico 10, uma vez que mais da metade dos entrevistados possuem preocupação com seu futuro financeiro, sendo 35,1% dos respondentes se preocupam, porém não fazem nada a respeito, 42,1% já planejam seu futuro financeiro e 17,5% têm um planejamento e ainda não o colocou em prática.

Gráfico 4

Faixa salarial?

4 - Faixa salarial?

57 respostas



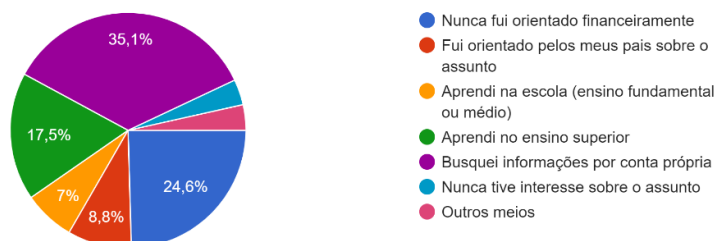
Em seguida, os respondentes tiveram que responder de qual forma aprenderam sobre educação financeira. Atentando a Figura 5, 8,8% dos alunos receberam aconselhamento financeiro de seus pais, seguidos de 35,1% buscando informações por conta própria e 17,5% que só aprenderam no ensino superior. Apenas 7% dos entrevistados tiveram educação financeira como conteúdo na escola (ensino médio ou fundamental).

Gráfico 5

Já foi orientado sobre educação financeira?

5 - Já foi orientado sobre educação financeira?

57 respostas



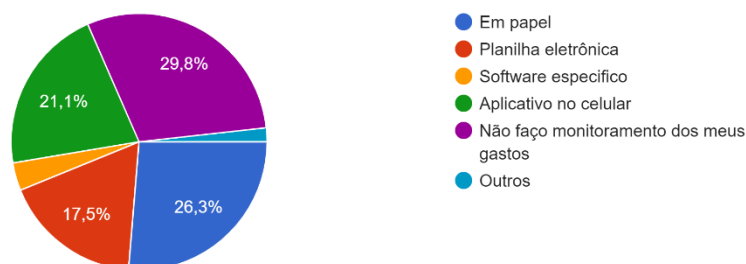
Cherobim e Espejo (2010) acreditam que todas as dívidas, sejam poucas ou muitas, vencidas ou não pagas, devem ser registradas separadamente na em planilhas orçamentárias individuais. Assim, no gráfico 6, foi perguntado aos alunos sobre como administram suas finanças e controlam suas despesas.

Gráfico 6

Qual sua forma de monitorar seus gastos pessoais?

6 - Qual sua forma de monitorar seus gastos pessoais?

57 respostas



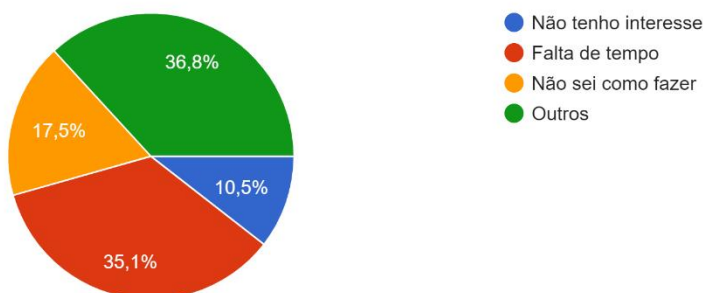
Os 29,8% dos respondentes que não realizaram o monitoramento de seus gastos foram questionados sobre o motivo de não os monitorar. O Gráfico 7 ilustra a resposta a esta questão, em que 35,1% dos respondentes revelaram não monitorar seus gastos, pois não possuem tempo, 17,5% não sabem como fazer e 10,5% não têm interesse. Os demais não realizam por outros motivos (36,8%).

Gráfico 7

Motivos para não realiza o monitoramento dos gastos?

7 - Motivos para não realizar o monitoramento dos gastos?

57 respostas



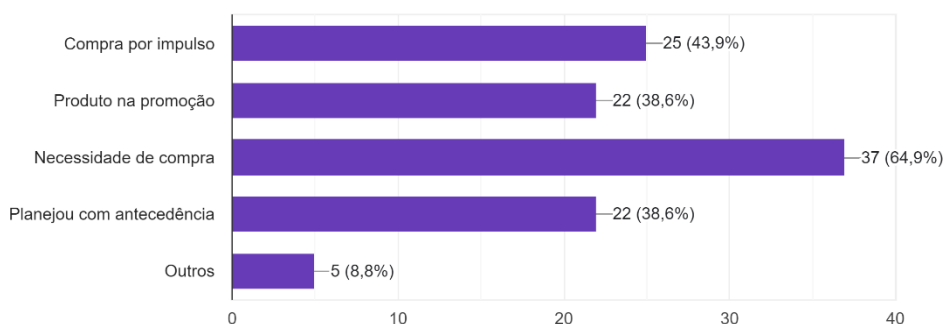
Para examinar o comportamento de consumo dos alunos, foi perguntado a eles o que os leva a fazer compras regularmente. Os dados da tabela 1 demonstram que a maioria dos entrevistados (64,9%) compram por necessidade, seguido por 43,9% que compram por impulso, 38,6% compram o produto na promoção, 22 alunos entrevistados planejam a compra com antecedência (36,6%), e apenas 8,8% não especificaram o motivo.

Tabela 1

Motivo para a realização de compras?

8 - Motivo para a realização de compras?

57 respostas



Os alunos têm um perfil de consumo consciente, com a maioria dos entrevistados comprando por necessidade ou planejando comprar antecipadamente.

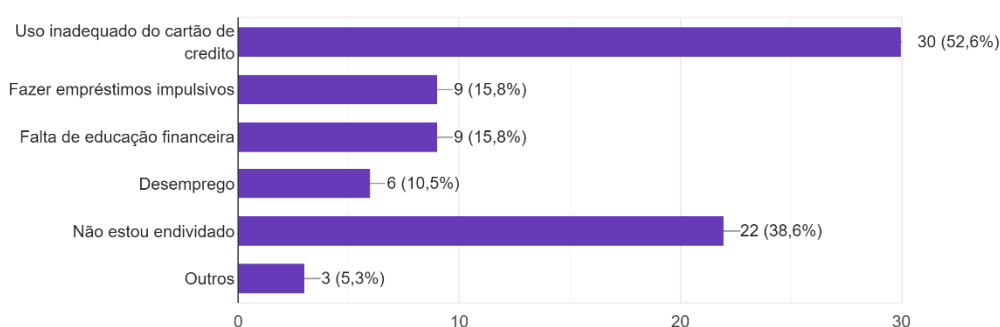
Também se buscou por questões relacionadas ao endividamento dos alunos respondentes. Conforme a tabela 2 apenas 38,6% dos entrevistados não estão endividados, visto que ao serem questionados quais fatores que o levaram ao endividamento, mais da metade (52,6%) levaram em consideração o uso inadequado do cartão de crédito, seguido de 15,8% empréstimos por impulsividade, 9 alunos (15,8%) acham que a falta de conhecimento financeiros ocasionaram no endividamento, 10,5% o desemprego e outros (5,3%).

Tabela 2

Fatores do endividamento?

14 - Fatores do endividamento?

57 respostas



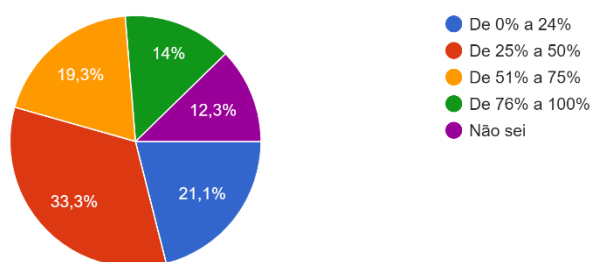
Questionou-se também o percentual da renda mensal dos alunos comprometido com prestações e obrigações mensais. Observou-se no gráfico 9 que a maioria alunos pesquisados têm entre 25 e 50% de sua renda mensal comprometida.

Gráfico 9

Renda comprometida com prestações/obrigações?

9 - Renda comprometida com prestações/obrigações?

57 respostas



Seguindo o questionário, foi perguntado por quantos meses os alunos conseguiriam manter o padrão atual de vida, em caso de perda total da fonte de renda. Conforme observa-se no gráfico 11, 33,3% dos alunos conseguiriam manter o padrão de vida de um a três meses; 14% de quatro a seis meses; 7% de sete a nove meses; 5,3% de 10 a 12 meses; e 7% manteriam o padrão de vida por mais de 12 meses. Outros 33,3% dos estudantes pesquisados disseram que não manteriam seu padrão de vida por nenhum mês se perdessem completamente sua renda.

Gráfico 10

Possui preocupação com o futuro financeiro?

10 - Possui preocupação com o futuro financeiro?

57 respostas

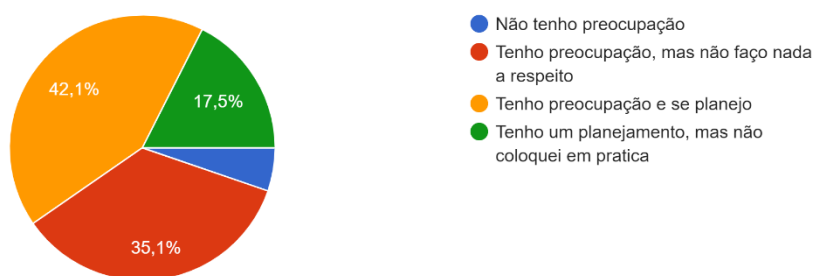
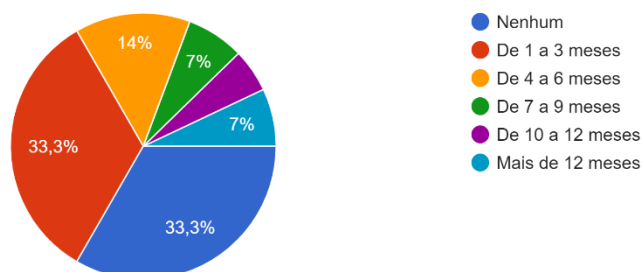


Gráfico 11

Tempo que você se manteria com o padrão de vida atual após a perda total de suas fontes de rendimento?

11 - Tempo que você se manteria com o padrão de vida atual após a perda total de suas fontes de rendimento?

57 respostas



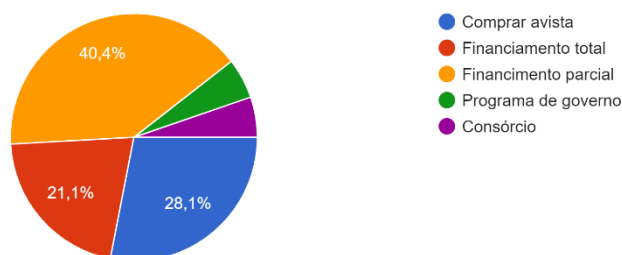
Outra questão perguntada foi sobre o imóvel próprio ou outro bem de grande valor. Os resultados ilustrados no Gráfico 12 demonstraram que 28,1% dos respondentes pretendem comprar seu bem à vista, dos quais 40,4% pretendem adquirir por meio de financiamento parcial e 21,1% financiamento total. Observa-se, ainda, que 5,3% dos respondentes pretendem adquirir seu bem através de programas do Governo, e 5,3% pretendem adquirir através de consórcio.

Gráfico 12

Como você deseja adquirir ou adquiriu eu imóvel ou outro bem de grande valor?

12 - Como você deseja adquirir ou adquiriu seu imóvel ou outro bem de grande valor?

57 respostas



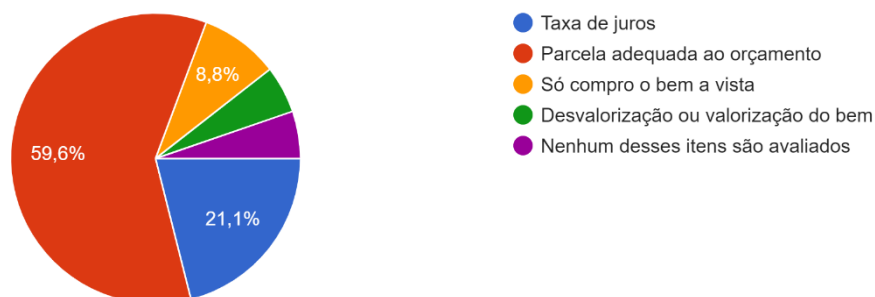
No Gráfico 13 observa-se que 21,1% dos entrevistados verificam a taxa de juros antes de investir seu dinheiro; 59,6% dos entrevistados indicaram que analisaram se a porção estava adequada ao orçamento; 5,3% dos alunos observam a desvalorização ou valorização do bem; 5,3% dos entrevistados afirmaram não avaliar nenhum desses itens; e 8,8% só comprariam à vista.

Gráfico 13

Itens avaliados por você para decisões de compra de grande porte:

13 - Itens avaliados por você para decisões de compra de grande porte

57 respostas



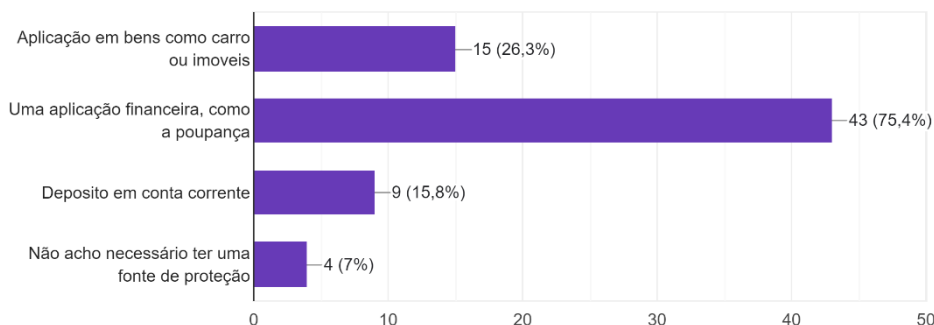
Questionados os alunos participantes quais seriam os principais investimentos considerados como fonte de proteção em caso de desemprego, a maioria (75,4%) respondeu a tradicional caderneta de poupança, seguido por 26,3% a aplicação em bens, conforme apresenta a tabela abaixo.

Tabela 3

Quais investimentos você considera como fonte de proteção em caso de desemprego?

15 - Quais investimentos você considera como fonte de proteção em caso de desemprego?

57 respostas



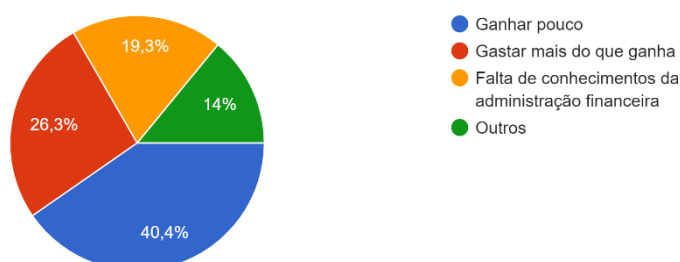
Ao questionar os entrevistados sobre suas dificuldades financeiras a maioria respondeu que passam dificuldades por ganhar menos do que deveria (40,4%), seguido de gastar mais do que ganha (26,3%), ou seja, faltam conhecimentos financeiros para esses alunos respondentes para que possam gerir melhor seu dinheiro.

Gráfico 16

Você acredita que suas dificuldades financeiras se dão pelo fato de:

16 - Você acredita que suas dificuldades financeiras se dão pelo fato de:

57 respostas



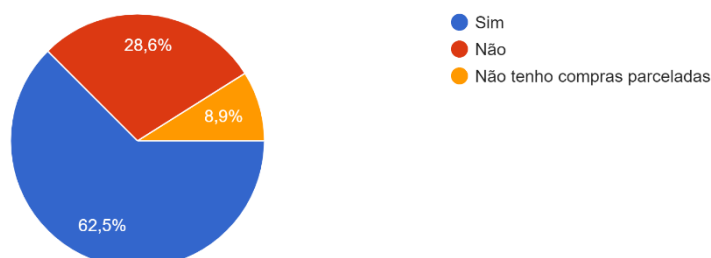
Quanto a renda comprometida mais que a metade dos entrevistados (62,5%) sabe a porcentagem do seu salário comprometido com parcelas e compras já feitas. Apenas 8,9% dos alunos não possuem compras parceladas, e 28,6% não fazem ideia de quantos por cento essas parcelas afetam a sua renda.

Gráfico 17

Você sabe quantos % da sua renda está comprometida com compras passadas e parceladas?

17 - Você sabe quantos % da sua renda está comprometida com compras passadas e parceladas?

56 respostas



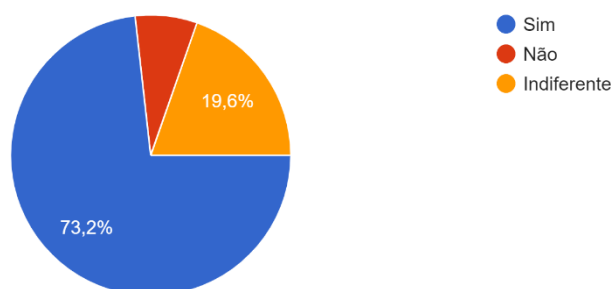
Quando perguntado se um controle financeiro ajudaria em seus hábitos de compras, 73,2% dos alunos acreditam que mudariam sim, outros 19,6% acham indiferente fazer ou não o controle financeiro e apenas 7,1% acham que não mudaria em nada.

Gráfico 18

Você acredita que se fizesse controle financeiro, seus hábitos de consumo mudariam?

18 - Você acredita que se fizesse controle financeiro, seus hábitos de consumo mudariam?

56 respostas



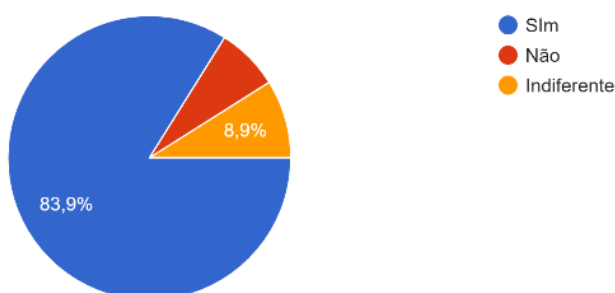
Como mostra o gráfico 19, 89,3% dos respondentes acham que o controle financeiro faria com que eles gastassem menos e poupariam mais. apenas 7,1% dos alunos pensam ao contrário, seguido de 8,9% que acham que um bom controle financeiro não mudaria seus hábitos de consumo.

Gráfico 19

Você acredita que se fizesse controle financeiro você gastaria menos e conseguiria poupar mais?

19 - Você acredita que se fizesse controle financeiro você gastaria menos e conseguiria poupar mais?

56 respostas



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo teve como finalidade identificar como o planejamento financeiro influência na tomada de decisões de estudantes universitários da área de gestão de uma faculdade localizada em Vitória, após realizar a pesquisa, verificou-se que os alunos possuem uma certa preocupação com seu futuro financeiro e não sabem como se organizarem diante disso.

O planejamento financeiro pessoal pode ser o passo primordial para uma vida financeira tranquila, pois o sucesso exige consciência da importância desse planejamento e a disciplina para atingir os objetivos. As pessoas geralmente pensam que deveriam ganhar mais independentemente de sua renda, mas nunca perguntam

se deveriam gastar melhor seu dinheiro. Uma boa administração dos recursos pessoais e o planejamento financeiro pessoal podem gerar riqueza e contribuir para a vida desses indivíduos.

Os alunos que se consideram endividados apresentam, em média, níveis mais baixos de alfabetização financeira do que os alunos que não se consideram endividados, ou seja, o planejamento financeiro influencia sim na decisão de compra dos respondentes.

A pesquisa mostrou que o endividamento desses alunos se dá pelo mal uso do cartão de crédito e se fizessem controle financeiro seus hábitos de consumo mudariam e conseguiriam poupar mais.

Este estudo constata que o objetivo definido foi plenamente alcançado. Como limitação do estudo, sobressai os resultados apresentados que se aplicam apenas aos alunos dos cursos de gestão da instituição de ensino superior analisada.

6. REFERÊNCIAS

BLACKWELL, R.D.; MINIARD, P.W.; ENGEL, J.F. Comportamento do Consumidor. Rio de Janeiro: Pioneira Thomson Learning, 2005.
BOONE, L. B; KURTZ, D. L. Marketing Contemporâneo. 8. Ed. São Paulo: Editora. 2003.

BRAIDO, G.M. Planejamento financeiro pessoal dos alunos de gestão financeira: estudo em uma instituição ensino superior do Rio Grande do Sul. Estudo Debate, v.21, n.1, p.37-58, 2014.

CAMPBELL, J. Y. Household Finance. The Journal of Finance, v. 61, n. 4, p. 1553-1604. 2006.

CHEROBIM, A. P. M. S.; ESPEJO, M. M. dos S. B. (Org.) Finanças Pessoais: Conhecer para enriquecer. São Paulo: Atlas, 2010.

CHURCHILL, G. A. Jr; PETER, P. J. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva. 2005.

COBRA, M. Marketing básico: uma perspectiva brasileira. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE, H. F. O. A literacia financeira entre alunos de mestrado. 2012. Dissertação (Mestrado) - Mestrado em Gestão, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2012.

FARIA, L.H.C. Planejamento financeiro pessoal. Brasília: FATECS, 2008.

GITMAN, L. J; MADURA, J. Administração financeira. Uma abordagem gerencial. São Paulo: Pearson, 2003.

HAIR, J. F. Jr. et al. Fundamentos de pesquisa de marketing. Porto Alegre: Bookman, 2010.

HALFELD, Mauro. Investimentos: como administrar seu dinheiro. São Paulo: Fundamento Educacional, 2006.

KEYNES, J. M. A teoria geral do emprego, do juro e da moeda. São Paulo: Abril Cultural, 1983, 333 p. (Série Os Economistas). Tradução de The General Theory of Employment, Interest and Money por Mário R. da Cruz.

KOTLER, P. Marketing de A Z. conceitos que todo profissional precisa saber. 2. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

LEAL, C.P.; NASCIMENTO, J.A.R. Planejamento financeiro pessoal. Rev. Ciênc. Gerenciais, v.15, n. 22, p.163-183, 2011.

LIZOTE, S. A.; SIMAS, J. de; LANAS, J. Finanças Pessoais: um Estudo Envolvendo os Alunos de Ciências Contábeis de uma Instituição de Ensino Superior de Santa Catarina. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Anais do IX SEGeT 2012. Resende, 2012.

LUSARDI, A. et al. Financial Literacy and Stock Market Participation. Working Paper 13565. National Bureau of Economic Research, 2007.

MALHOTRA, N. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. Técnicas de Pesquisa: Planejamento e execução de pesquisas, Amostras e técnicas de pesquisa, Elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2002.

MATTAR, F.N. Pesquisa de marketing: Execução, análise. São Paulo: Atlas, 2006.

MIRANDA, Luiz Carlos; LIBONATI, Jeronymo José. Planejamento operacional. In: SCHMIDT, Paulo (Org.). Controladoria: agregando valor para a empresa. Porto Alegre: Bookman, 2002. p. 53-78.

OLIVEIRA, Romualdo Portela de, (1999). A educação na nova Constituição: mudar para permanecer. Revista da Faculdade de Educação, 15(1), p. 16-27. São Paulo: FEUSP.

ORGANISATON FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. Improving Financial Literacy – Analysis of inssues and policies. Paris, 2005.

PERETTI, L. Educação financeira: gestão empresarial: Um guia para ajudar resolver seus problemas. 1 ed. Dois Vizinhos, PR. Impressul, 2007.

REIS, E. J. et alii. Evidências macroeconômicas: os determinantes da poupança no Brasil, 1975/1995. Trabalho preparado para o Proyecto Red de Centros de Investigación, determinantes del Ahorro Interno en América Latina, Banco Interamericano de Desenvolvimento, jun. 1996.

Saito AT, Savóia JRF, Petroni LM. A educação financeira no Brasil sob a ótica da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (OCDE). Administração no contexto internacional. 2006.

SCHIFFMAN, L.G.; KANUK, L.L. Comportamento do Consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2000

SCHMIDT-HEBBEL, K., SERVÉN, L., SOLIMANO, A. Savings and invest: paradigms, puzzles, policies. The World Bank Research Observer, 1996.

SOUSA, A.F; TORRALVO, C.F. Aprenda a Administrar o Próprio Dinheiro: coloque em prática o planejamento financeiro pessoal e viva com mais liberdade. São Paulo: Saraiva, 2008.

SOUSA, A.F.; TORRALVO, C. F. A gestão dos próprios recursos e a importância do planejamento financeiro pessoal. VII Semead, 2010.

TEIXEIRA, J. Um estudo diagnóstico sobre a percepção da relação entre educação financeira e matemática financeira. Tese (Doutorado em Educação Matemática). São Paulo: PUCSP, 2015.