

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO

ANA PAULA MIOTTO

ANTECEDENTES E CONSEQUÊNCIAS DA GESTÃO DAS FINANÇAS
DOMÉSTICAS: UMA INVESTIGAÇÃO COM CONSUMIDORAS DA CLASSE C

SÃO PAULO

2013

ANA PAULA MIOTTO

ANTECEDENTES E CONSEQUÊNCIAS DA GESTÃO DAS FINANÇAS
DOMÉSTICAS: UMA INVESTIGAÇÃO COM CONSUMIDORAS DA CLASSE C

Tese apresentada à Escola de
Administração de Empresas de São Paulo
da Fundação Getúlio Vargas, como
requisito para obtenção do título de
Doutor em Administração de Empresas

Campo de conhecimento: Administração
Mercadológica

Orientador: Prof. Dr. Juracy Parente

SÃO PAULO

2013

Miotto, Ana Paula S. C.

Antecedentes e consequências da gestão das finanças domésticas: uma investigação com consumidoras da classe C. / Ana Paula S. C. Miotto. - 2013. 163 f.

Orientador: Juracy Parente.

Tese (doutorado) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo.

1. Economia doméstica. 2. Classe média - Finanças - Brasil. 3. Consumidoras. 4. Orçamento. 5. Inadimplência (Finanças). 6. Poupança. 7. Processo decisório. I. Parente, Juracy. II. Tese (doutorado) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo. III. Título.

CDU 336-05

ANA PAULA MIOTTO

ANTECEDENTES E CONSEQUÊNCIAS DA GESTÃO DAS FINANÇAS
DOMÉSTICAS: UMA INVESTIGAÇÃO COM CONSUMIDORAS DA CLASSE C

Tese apresentada à Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, como requisito para obtenção do título de Doutor em Administração de Empresas

Campo de conhecimento: Administração Mercadológica

Orientador: Prof. Dr. Juracy Parente

Data de aprovação: _____

Banca examinadora:

Prof. Dr. Juracy Parente (Orientador)
Fundação Getulio Vargas

Profa. Dra. Tânia Veludo
Fundação Getulio Vargas

Prof. Dr. Felipe Zambaldi
Fundação Getulio Vargas

Prof. Dr. Valter Afonso Vieira

Prof. Dr. Marcelo Moll Brandão
Universidade Nove de Julho

Para Jacinto, Luisa e Fernanda.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, professor Juracy Parente por seu apoio, suas contribuições imprescindíveis e sua generosidade em dividir seu conhecimento.

Aos membros da banca, professora Tânia Veludo, professores Valter Vieira, Felipe Zambaldi e Marcelo Moll pela disponibilidade e contribuições preciosas.

Aos meus amigos, em especial, Carla, Priscila, Patrícia, Guilherme e Marcelo, companheiros dessa jornada acadêmica, pelo apoio, contribuições e bate-papos interessantes.

Aos professores e à equipe da FGV-EAESP que acompanharam a minha trajetória dentro da escola, em especial a professora Eliane Brito, professor Delane Botelho e professor Edgard Barki pelas ideias e sugestões.

À Serasa Experian pelo suporte financeiro durante a etapa qualitativa do estudo. “Este trabalho foi realizado com o apoio da Serasa Experian (www.serasa.com.br), por meio do Programa de Incentivo a Pesquisa Aplicada Serasa Experian”.

E, em especial à minha família pelo apoio e principalmente minhas filhas e meu marido por compreenderem minha ausência em vários momentos nesses últimos anos.

“Considero mais valente aquele que vence seus desejos do que aquele que conquista seus inimigos, porque a mais difícil vitória é sobre si mesmo”.

Aristóteles.

RESUMO

Praticamente todas as despesas dos consumidores saem do mesmo conjunto de recursos limitados: a renda individual ou familiar. Decisões sobre o que comprar, como pagar e quanto poupar fazem parte do cotidiano das famílias, independentemente da renda. No entanto, em um contexto de maior restrição de recursos muitas dessas decisões são cruciais. Combinar todos os desejos e obrigações em um orçamento limitado não é tarefa fácil.

A gestão das finanças domésticas é considerada uma tarefa importante e que pode ter consequências positivas para os consumidores, como a possibilidade de fazer reservas de recursos para o futuro, ou negativas, como o endividamento e a inadimplência. Essa tese argumenta que os consumidores gerenciam seus orçamentos de forma distinta. Além disso, possuem características pessoais que impactam essa forma de gestão.

Por meio de dois estudos complementares – o primeiro exploratório de caráter qualitativo e um segundo quantitativo, procurou-se: entender as formas pelas quais as unidades familiares de classe C realizam a gestão de suas finanças domésticas; testar relações entre características pessoais e formas de lidar com as finanças e investigar como a ocorrência de inadimplência ou poupança é influenciada por características pessoais e pela forma como os consumidores realizam essa gestão.

Identificaram-se dois componentes distintos na gestão das finanças domésticas: o orçamento mental e o gerenciamento das receitas e despesas. Resultados da pesquisa qualitativa apontam para um esforço maior das consumidoras em controlar os gastos pós-consumo, com pouca preocupação com o planejamento orçamentário.

O uso do cartão de crédito para financiar as compras é outra característica do grupo investigado. O parcelamento do pagamento é visto, muitas vezes, como a única forma de aquisição. Ao mesmo tempo em que o cartão tem o papel de facilitar o controle (todas as despesas em uma única conta), a possibilidade de parcelamento e de pagamento mínimo e, a dificuldade de entender a cobrança de juros, são aspectos que trazem complexidade ao processo de gestão das finanças e que poderiam levar os consumidores ao descontrole do orçamento, ao endividamento e

à inadimplência. Resultados do estudo quantitativo, no entanto, apontam para uma relação positiva entre a preferência por crédito e o gerenciamento, sugerindo que indivíduos com essa característica, imprimam um maior esforço no gerenciamento.

O autocontrole tem uma relação positiva com o gerenciamento das despesas, assim como a propensão a planejar. O gerenciamento das despesas, por sua vez, tem uma relação negativa com a ocorrência de inadimplência.

Testes realizados apontam para o papel mediador do gerenciamento das receitas e despesas na relação entre as três características pessoais investigadas e a ocorrência de inadimplência. O papel mediador do gerenciamento entre a propensão a planejar e a poupança também é apontada pelos testes. É possível considerar que a influência das características pessoais na ocorrência de inadimplência ou poupança, se realiza por meio do gerenciamento das receitas e despesas. Estimular um melhor gerenciamento pode ter um impacto positivo tanto na redução da ocorrência de inadimplência como no aumento da poupança.

Eventos críticos, principalmente desemprego e doença na família, têm influência direta na ocorrência de inadimplência. Atuar sobre esses eventos é difícil, já que, na maioria dos casos, são situações inesperadas. No entanto, incentivando a poupança, as reservas para essas situações de emergência estariam asseguradas, minimizando o efeito negativo de um evento crítico. Contribuições à teoria, à prática e para políticas públicas são oferecidas e discutidas.

Palavras-chave: tomada de decisão financeira, orçamento mental, inadimplência, poupança.

ABSTRACT

All consumer expenditures compete for the same set of limited resources: individual or household income. Decisions about what to buy, how to pay and how much to save are part of families daily activities, regardless of their income. However, in a context of increased resource constraints many of these decisions are crucial.

Combining desires and obligations on a limited budget is no easy task. The household finance management is considered an important task and can have positive consequences for consumers, such as the possibility to save resources for the future, or negative, such as default. This thesis argues that consumers manage their budgets differently. Also, they have personal characteristics that impact this management.

Through two complementary studies - the first exploratory and qualitative and the second quantitative the thesis aims to understand the way C class households perform the management of their finances, testing relations between personal characteristics and forms of dealing with finance. And investigate how the occurrence of default or savings is influenced by personal characteristics and the way consumers conduct such management.

Two distinct components in the household finance management were identified: the mental budget and income and expenses management. Results of qualitative research point to a larger consumer's effort in controlling post-consumer spending, with little concern for budget planning.

Credit card financing is another feature investigated. The installment payment option is often seen as the only form of acquisition. While the credit card use facilitates the control (all expenses in one account), the possibility of minimum payment, and the difficulty to understand the interest rates, are aspects that bring complexity to the process and could lead consumers to uncontrolled budget and default. Results of the quantitative study, however, indicate a positive relationship between the preference for credit and financial management.

Self-control has a positive relation with the management of expenses, as well as the propensity to plan. The management of expenditure, in turn, has a negative relation with the occurrence of default.

It was found that revenues and expenses management play a role as a mediator between personal characteristics and default and between the propensity to plan and savings. Encouraging better financial management can have a positive impact on reducing default as increasing savings.

Critical events, mainly unemployment and sickness in the family, have a direct influence on the occurrence of default. Acting on these events is difficult because, in most cases, they are unexpected situations. However, encouraging savings for such emergencies should minimize the negative impact of a critical event. Contributions to the theory, practice and public policy are offered and discussed.

Key words: financial decision making, mental budget, default, savings.

LISTA DE FIGURAS

Figura1 – Arcabouço conceitual simplificado	37
Figura 2 – Modelo conceitual	69
Figura 3 – Modelo final de mensuração para características pessoais	111
Figura 4 – Modelo final de mensuração para gestão das finanças domésticas	113
Figura 5 – Modelo regressão – VD – Inadimplência.....	121
Figura 6 – Modelo com moderação – VI – GR; VD - Inadimplência	122
Figura 7 – Modelo parcial de regressão – VD Poupança	125
Figura 8 – Modelo com mediação – VD Poupança	126
Figura 9 – Modelo com mediação – VI – AC;VD Inadimplência	128
Figura 10 – Modelo com mediação – VI – PC; VD – Inadimplência	129
Figura 11 – Modelo com mediação – VI – PP;VD – Inadimplência	129
Figura 12 – Modelo conceitual proposto	139

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Distribuição por faixa etária dos entrevistados	106
Gráfico 2 – Nível de educação formal	106

LISTA DE QUADROS

Quadro1 – Fontes de pesquisa do referencial teórico.....	35
Quadro 2 – Modelos de poupança.....	66
Quadro 3 – Resumo das hipóteses do estudo (continua)	70
Quadro 3 – Resumo das hipóteses do estudo (conclusão).....	71
Quadro 4 – Objetivos e métodos (continua).....	73
Quadro 4 – Objetivos e métodos (conclusão)	74
Quadro 5 – Escala para Orçamento mental.....	81
Quadro 6 – Escala para Gerenciamento das receitas e despesas.....	82
Quadro 7 – Escala para autocontrole.....	83
Quadro 8 – Escala para visão de curto prazo	83
Quadro 9 – Escala para preferência por crédito.....	84
Quadro 10 – Escala para propensão a planejar	85
Quadro 11 – Variáveis sociodemográficas.....	85
Quadro 12 – Perfil das entrevistadas na etapa qualitativa	88
Quadro 13 – Roteiro entrevista em profundidade.....	155

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Renda familiar no Brasil	30
Tabela 2 – Classes econômicas: Limites de renda domiciliar todas as fontes	31
Tabela 3 – Estatísticas descritivas das variáveis pessoais	108
Tabela 4 – Estatísticas descritivas das variáveis comportamentais	109
Tabela 5 – Índices de ajuste para o modelo de mensuração para características pessoais	112
Tabela 6 – Índices de ajuste para o modelo de mensuração para gestão das finanças domésticas	114
Tabela 7 – Resultado da regressão linear com VD orçamento mental	115
Tabela 8 – Resultado das regressões variável dependente gerenciamento das receitas e despesas	117
Tabela 9 – Resultados da análise de regressão, VD – Inadimplência	118
Tabela 10 – Resultados da análise de regressão, VD – Poupança	119
Tabela 11 – Resultados da análise de regressão, VD – Inadimplência	120
Tabela 12 – Resultados da análise de regressão, VD – Inadimplência	122
Tabela 13 – Resultados da análise de regressão com moderação	123
Tabela 14 – Resultados da análise de regressão VD – Poupança	124
Tabela 15 – Resultados da análise de regressão VD – Poupança	125
Tabela 16 – Teste de Sobel – VI Propensão a Planejar; VD Poupança	126
Tabela 17 – Teste de Sobel – VI Autocontrole; VD Inadimplência	128
Tabela 18 – Teste de Sobel – VI Preferência por crédito; VD Inadimplência	129
Tabela 19 – Teste de Sobel – VD Propensão a Planejar; VD Inadimplência	129
Tabela 20 – Resumo das hipóteses (continua)	131
Tabela 20 – Resumo das hipóteses (conclusão)	132
Tabela 21 – Posição final da pesquisa de campo – Etapa quantitativa	162
Tabela 22 – Matriz de correlações características pessoais	163

Tabela 23 – Matriz de correlações – Gestão das finanças domésticas.....	164
-------------------------------------------------------------------------	-----

SUMÁRIO

1. Introdução	20
2. Contexto do estudo	28
2.1 Consumidores de CLASSE C	28
2.2 Situação financeira das famílias brasileiras	32
3. Referencial Teórico e Arcabouço Conceitual	35
3.1 Gestão das finanças domésticas	37
3.1.1 Orçamento mental	39
3.1.2 Gerenciamento das receitas e despesas.....	44
3.2 Características pessoais e variáveis sociodemográficas	48
3.2.1 Autocontrole	48
3.2.2 Visão de curto prazo.....	51
3.2.3 Preferência por crédito	53
3.2.4 Propensão a planejar.....	56
3.2.5 Idade e Estágio no ciclo de vida	57
3.2.6 Nível de educação formal	58
3.2.7 Ocorrência de eventos críticos	60
3.3 Consequências da Gestão das Finanças Domésticas	61
3.3.1 Inadimplência.....	61
3.3.2 Poupança	65
3.4 Modelo conceitual	69
4. Metodologia.....	72
4.1 Estudo 1- Metodologia da etapa qualitativa	74
4.1.1 Amostra	75
4.1.2 Coleta de dados.....	76
4.1.3 Análise dos dados	77

4.2	Estudo 2 – Metodologia da etapa quantitativa	78
4.2.1	Amostra	79
4.2.2	Método de coleta de dados	79
4.2.3	Variáveis e construtos: definição e medidas.....	81
4.2.3.1	Gestão das finanças	81
4.2.3.2	Características pessoais	82
4.2.3.3	Variáveis sociodemográficas.....	85
4.2.3.4	Consequências	86
5.	Resultados – Etapa Qualitativa	87
5.1	Gestão das finanças.....	88
5.2	Antecedentes da gestão de finanças	93
5.3	Consequências da Gestão das finanças domésticas	100
6.	Resultados – Etapa Quantitativa	103
6.1	Análise descritiva dos dados	103
6.1.1	Adimplência e inadimplência	104
6.1.2	Poupança	105
6.1.3	Variáveis sociodemográficas	106
6.1.4	Eventos críticos	107
6.1.5	Características pessoais.....	107
6.1.6	Variáveis comportamentais – Gestão das finanças	109
6.2	Análise fatorial confirmatória	110
6.2.1	CFA Características Pessoais	110
6.2.2	CFA Gestão das finanças.....	113
6.3	Teste das relações entre as variáveis	114
6.3.1	Modelo 1	115
6.3.2	Modelo 2.....	116
6.3.3	Modelo 3.....	118

6.3.4	Modelo 4.....	119
6.3.5	Modelo 5.....	120
6.3.6	Modelo 6.....	123
6.3.7	Testes de mediação	127
6.4	Resumo dos resultados	130
7.	Considerações Finais.....	133
7.1	Discussão geral dos resultados	133
7.2	Contribuições teóricas.....	137
7.3	Contribuições gerenciais.....	140
7.4	Contribuições para políticas públicas.....	141
7.5	Limitações e sugestões para estudos futuros	143
	Referências	145
	Apêndice A – roteiro entrevista em profundidade da etapa qualitativa.....	155
	Apêndice B – questionário etapa quantitativa	156
	Apêndice C – posição final do campo	162
	Apêndice D – matriz de correlações características pessoais.....	163
	Apêndice E – matriz de correlações gestão das finanças domésticas	164

1. INTRODUÇÃO

Praticamente todas as despesas dos consumidores saem do mesmo conjunto de recursos limitados: a renda individual ou familiar. Gastos de diferentes categorias podem concorrer entre si na conquista de uma fatia do orçamento doméstico (DU, KAMAKURA, 2008). Da mesma forma que é importante entender como as pessoas escolhem entre marcas que concorrem em determinada categoria, é fundamental a compreensão sobre como os consumidores determinam e gerenciam os recursos do seu orçamento. Esse entendimento pode dar pistas de como é feita a escolha entre as categorias.

A investigação sobre o comportamento dos consumidores em relação à forma com que administram suas finanças domésticas e fazem suas escolhas permite um maior entendimento sobre esse importante fenômeno, que reflete a maneira como os consumidores alocam seus recursos, rastreiam suas despesas e controlam seus orçamentos. Saber gerenciar esses recursos é fundamental para assegurar a capacidade de honrar com todos seus compromissos. Esse conhecimento pode ajudar a identificar os fatores que impactam a forma como os consumidores fazem esse gerenciamento, que pode ou não levar a situações de endividamento, de inadimplência ou permitir a poupança de recursos. Do ponto de vista das empresas, o entendimento dos processos de gestão e de seus antecedentes pode ajudar as empresas a tomarem melhores decisões no momento da concessão de crédito aos consumidores, e, assim, a minimizar as ocorrências de inadimplência, que podem comprometer o fluxo de caixa previsto e impactar seu resultado. Políticas públicas que estimulem o processo de gestão das finanças com o objetivo de ajudar os consumidores a poupar mais e a evitar situações de inadimplência podem ser desenvolvidas a partir de um entendimento mais aprofundado desse processo.

Temas referentes à gestão das finanças domésticas têm sido normalmente estudados em países mais ricos, principalmente nos Estados Unidos e Europa e, portanto, com consumidores com um maior nível de renda, que já têm suas necessidades básicas atendidas, seus orçamentos mais confortáveis e menos restritos. Apesar de se tratarem de fenômenos observados na população em geral, a

investigação empírica neste trabalho será realizada com consumidores de classe C. Acredita-se que esse segmento poderá manifestar processos peculiares devido a um conjunto de fatores ligados à sua restrição de renda, tais como: maior parte da renda comprometida com aspectos essenciais de sobrevivência, ausência de reservas financeiras para imprevistos, oscilações no nível de receita devido ao trabalho informal, menor nível educacional para planejamento detalhado das despesas, e menor propensão e habilidades em pensar e planejar em futuros horizontes de tempo. Bertrand, Mullainathan e Shafir (2004) argumentam que em se tratando do comportamento econômico, os consumidores de menor renda podem exibir as mesmas fraquezas e vieses que aqueles de patamares mais altos de receita, a diferença está no fato de que entre os mais pobres, devido às menores margens de erro, os mesmos comportamentos podem se manifestar de forma mais pronunciada e podem levar a resultados piores. Apesar de estar sendo considerada a “nova classe média” brasileira, a renda da classe C, em média, é bem mais baixa se comparada com a classe média de países desenvolvidos e, portanto com características de severa restrição de renda, diferentes das condições encontradas pelos consumidores dos países desenvolvidos, onde a maioria dos estudos sobre a gestão das finanças domésticas foi realizado.

O entendimento de como as famílias gerenciam suas finanças tem sido investigado por uma área de conhecimento emergente denominada “tomada de decisão financeira do consumidor” (*consumer financial decision making research*). Esta área engloba principalmente estudos sobre padrões de gastos e alocação de recursos, empréstimos e pagamentos (ou a falta de pagamento), poupança e a compra de produtos financeiros complexos (LYNCH, 2011; DU; KAMAKURA, 2008; KIRCHLER; HOELZL; KAMLEITNER, 2006; SOMAN; CHEEMA, 2011; ANTONIDES; GROOT; RAAIJ, 2011; AMAR et al. 2011). Lynch (2011) defende que trabalhos orientados para questões da tomada de decisão financeira dos consumidores são de interesse de acadêmicos, práticos e da sociedade como um todo, podendo inclusive orientar políticas públicas. Apenas recentemente, o entendimento de como são tomadas as decisões financeiras domésticas tem sido foco de estudos. Questões como quanto gastar, quanto poupar, como investir, e como financiar esse conjunto de atividades por meio da combinação de renda e crédito são aspectos que vêm despertando interesse da academia (HATHAWAY; KHATIWADA, 2008).

A gestão das finanças domésticas envolve o gerenciamento e o rastreamento dos gastos e receitas, atividades diferentes que são influenciadas por características distintas dos consumidores (ANTONIDES; GROOT; RAAIJ, 2011). Neste estudo consideramos que o gerenciamento das receitas e despesas em conjunto com o uso do orçamento mental forma um construto que representa a gestão das finanças domésticas. O orçamento mental pode ser considerado uma atividade associada ao planejamento e controle do orçamento familiar, e consiste na divisão psicológica dos recursos e dos gastos em categorias (HEATH; SOLL, 1996; THALER; SUSTEIN, 2009). O resultado dessa gestão das finanças domésticas pode apresentar um saldo positivo e proporcionar ao consumidor a chance de poupar ou, no caso de um saldo negativo, levar o consumidor a ficar inadimplente. Entretanto, essas duas alternativas não são mutuamente exclusivas, pois podem ocorrer situações em que o consumidor consegue poupar, mesmo ficando inadimplente.

Apesar de serem atividades intimamente relacionadas, a gestão das finanças domésticas não tem sido relacionada com a prática do orçamento mental. Pouco foi investigado sobre que quais as diferentes formas de contabilidade mental adotadas pelos consumidores, em quais situações são adotadas, e como elas estão relacionadas com diferentes segmentos de clientes. (ANTONIDES; GROOT; RAAIJ, 2011). Além disso, o fenômeno do orçamento mental tem sido pesquisado principalmente em laboratório, em contextos de menor restrição de renda e não relacionam a gestão das finanças domésticas com o descontrole orçamentário. Este estudo pretende pesquisar algumas dessas situações, carentes de investigação.

Por meio da revisão da literatura e com base em pesquisas preliminares, que a autora realizou sobre o gerenciamento do orçamento familiar, via entrevistas em profundidade com consumidores de baixa renda, foi possível identificar uma ampla gama de antecedentes que influencia a forma como os consumidores gerenciam suas finanças domésticas, que, por sua vez, irá determinar situações de inadimplência, e/ou de poupança. Neste estudo a atenção está voltada para a influência de antecedentes tais como: traços de personalidade, como autocontrole; características pessoais, como a visão de curto prazo, a preferência por crédito, e a propensão a planejar; além de características demográficas, como idade, nível educacional, e estágio no ciclo de vida.

No contexto de consumo, autocontrole pode ser definido como o esforço do indivíduo em evitar ou resistir a se comportar de maneira inconsistente com seus objetivos (HOCH; LOEWENSTEIN, 1991). Considerando o autocontrole como um traço de personalidade, indivíduos que apresentem altos índices de autocontrole têm mais condições de evitar situações onde não possam arcar com suas dívidas diminuindo o risco de ficarem inadimplentes. Além disso, o autocontrole é considerado um fator importante na explicação do comportamento de poupança (WÄRNERDYD, 1989).

Quanto à visão de curto prazo, com base na teoria de interpretação temporal (*temporal construal theory*), pode-se considerar que a distância temporal de um evento afeta as decisões de um indivíduo em relação a este evento (LEISER; AZAR; HADAR, 2008; FUGITA; HAN, 2009; FUGITA et al., 2006; TROPE; LIBERMAN, 2000; LIBERMAN; TROPE, 1998). A visão de mais curto prazo e a necessidade de gratificação imediata dos consumidores de menor renda apontada por Mattoso (2005) parece influenciar a escolha do momento para suas compras (antecipar ou postergar o consumo). Indivíduos com uma visão de curto prazo tendem a subestimar a “dor do pagamento” futuro quando comparado à satisfação gerada pela compra de um bem (PRELEC; LOEWENSTEIN, 1998). Na falta do recurso, espera-se que esses indivíduos se envolvam em financiamentos (cartão de crédito ou parcelamento) para realizar suas compras. Assim, aqueles com uma visão de curto prazo podem apresentar mais dificuldade de prever as consequências negativas que financiamentos de longo prazo podem ter em sua situação financeira.

A atitude para a dívida pode ser entendida como a pré-disposição do consumidor para financiar suas compras. Um dos componentes desse construto é a preferência por crédito, relacionada com as escolhas intertemporais das pessoas entre consumir agora (por meio do uso de crédito) ou deixar para depois (pagando à vista). O entendimento dessa característica é importante uma vez que o parcelamento, seja no pagamento pelo cartão de crédito, carnês ou cheque pré-datado, é muito utilizado pelos consumidores brasileiros como uma forma de antecipar a compra de bens e serviços. A grande oferta de bens, mesmo os de pequeno valor, que podem ser parcelados e o aumento da oferta de crédito são fatores que podem muitas vezes levar o consumidor a uma situação de inadimplência, sobretudo aqueles com maior restrição orçamentária e que, na maioria das vezes, não têm reservas para qualquer

imprevisto. O aumento da quantidade de contas parceladas poderá também impactar no grau de dificuldade do gerenciamento das finanças e assim acentuar a probabilidade de ocorrência de situações de inadimplência.

Existe uma série de estudos dedicados a entender as consequências das escolhas pelo uso do crédito, principalmente na comparação entre o pagamento com cartão de crédito e em dinheiro (THOMAS; DESAI; SEENIVASAN, 2011; RAGHUBIR; SRIVASTAVA, 2008; KAMLEITNER; KIRCHLER, 2007; PRELEC; LOEWESTEIN, 1998; FEINBERG, 1986; HIRSCHMAN, 1979). Além disso, outros pesquisadores têm dedicado atenção a características pessoais que podem influenciar essa decisão (PONCHIO, 2006; RANYARD et al. 2006). Faltam, entretanto, estudos que relacionem a opção pelo pagamento a crédito, o gerenciamento das finanças domésticas e a ocorrência de inadimplência. Questões que são investigadas nesse estudo.

Uma vez que o planejamento faz parte da gestão das finanças, o grau de propensão a planejar dos consumidores afeta a forma como eles fazem essa gestão. Programar o orçamento tem efeitos profundos no comportamento do consumidor e nas escolhas intertemporais (LYNCH et al., 2010). Assim, conhecer a propensão a planejar dos consumidores ajuda no entendimento de como são geridas suas contas e despesas em um orçamento familiar.

Kirchler, Hoelzl e Kamleitner (2008) argumentam que o endividamento das famílias vem crescendo, mas as conexões entre o uso do crédito e o endividamento não são muito discutidas. Enquanto há uma vasta literatura sobre decisões de compra no ambiente doméstico, pouco se estuda sobre a decisão de financiamento dessas compras. No Brasil, essa realidade é a mesma. Embora os motivos possam ser diferentes, o endividamento das famílias brasileiras também cresce e, da mesma forma, os estudos nessa área são raros.

Entre as consequências da gestão financeira, este estudo se dedica a investigar a ocorrência de inadimplência e poupança. Além da área de marketing, o estudo sobre o endividamento é de interesse também da economia, uma vez que o endividamento dos consumidores podem acarretar problemas à manutenção do crescimento da economia. No Brasil, parte desse crescimento se dá pelo aumento de emprego e renda e parte pelo aumento do acesso ao crédito. O financiamento do consumo por

meio da concessão de crédito promove um círculo virtuoso. Aumento da demanda implica ampliar a produção que gera empregos incrementando a renda com disponibilidade para poupança e, novamente para o consumo (BARBOSA-FILHO, 2004; SERASA EXPERIAN, 2010).

No entanto, o aumento da oferta de crédito associado ao seu baixo conhecimento em finanças e aos altos juros (apesar do esforço para redução, os juros ainda são altos) formam uma equação que acaba estimulando situações de inadimplência de parte dos consumidores. A inadimplência dos brasileiros em 2012 chegou a 7,9% segundo informações do Banco Central (2013). No acumulado do ano (janeiro a novembro de 2012 frente ao mesmo período de 2011) o índice Serasa Experian de Inadimplência do Consumidor cresceu 15,1%. Um aumento inferior ao observado em períodos anteriores, apontando para a diminuição do crescimento do índice no futuro. Ainda que do ponto de vista da economia a situação esteja controlada, para as famílias que passam por esses problemas não é tão tranquilo. O endividamento elevado e o comprometimento da renda com pagamento de dívidas dificulta uma queda mais acentuada dos índices de inadimplência (SERASA EXPERIAN, 2012).

Nos últimos anos, boa parte dos estudos sobre endividamento vem refletindo a grande preocupação com o aumento da inadimplência no setor imobiliário americano e com o aumento da dívida nos cartões de crédito. A maioria desses estudos aborda aspectos macroeconômicos, desenvolvem modelos para previsão de situações de inadimplência e, apontam algumas estratégias usadas pelos consumidores na decisão do que deixar de pagar para continuar conseguindo crédito para suas despesas essenciais (CHATTERJEE et al., 2007; MAYER; PENCE, SHERLUND, 2008; DUNN; KIM, 1999; ANDERSON et al., 2011). Considerando que inadimplência e poupança são situações intimamente relacionadas, o estudo do comportamento de poupar torna-se também extremamente importante, pois não só ajuda a ampliar o entendimento sobre a gestão das finanças domésticas, mas também na área de economia, pela importância que os níveis de poupança exercem no crescimento e desempenho econômico das nações (WÄRNERYD, 1989).

Do ponto de vista do indivíduo, os estudos preditivos de inadimplência consideram principalmente a relação entre renda e dívida. Dunn e Kim (1999) apresentam outras três variáveis para melhorar o poder explicativo dos modelos: a razão entre o total

de pagamento mínimo dos cartões e a renda familiar; o percentual do total do limite usado pelo consumidor; e o número de cartões de crédito nos quais o consumidor atingiu o limite. Faltam estudos que considerem características pessoais e de comportamento na previsão de situações de inadimplência dos consumidores, aspectos que são abordados neste estudo.

Do ponto de vista teórico, este estudo contribui ao reunir vários fragmentos teóricos em um arcabouço único com o propósito de explicar os antecedentes que influenciam o processo de gestão das finanças e as consequências desse processo. Conhecimentos em gestão de finanças, orçamento mental, autocontrole, *temporal construal*, preferência pelo uso do crédito e a tendência a planejar no longo prazo são combinados e integrados em um arcabouço conceitual com o objetivo de entender os processos de gestão das finanças domésticas de indivíduos de classe C na cidade de São Paulo. O objetivo geral do estudo consiste em:

Investigar os antecedentes e as consequências da gestão das finanças domésticas entre os consumidores de Classe C.

Os seguintes objetivos específicos nortearam essa investigação:

1. Descrever os processos de gestão das finanças domésticas pelos consumidores em cada um dos seus componentes (orçamento mental e gerenciamento das receitas e despesas);
2. Investigar e ou testar a influência de antecedentes como características pessoais (autocontrole, visão de curto prazo, preferência por crédito e propensão a planejar) e variáveis sociodemográficas (idade, nível de educação formal e estágio no ciclo de vida) em cada um dos componentes da gestão das finanças domésticas;
3. Investigar se a ocorrência de eventos críticos (separação conjugal, doença na família, desemprego, nascimento de filho ou aumento no número de moradores na casa – pais ou parentes) influencia a gestão das finanças domésticas e os indicadores de inadimplência e poupança;
4. Investigar como cada um dos componentes da gestão das finanças domésticas influencia as reações dos consumidores em relação à inadimplência e poupança;

5. Investigar como os componentes da gestão das finanças domésticas servem como variáveis mediadoras que ajudam a explicar a relação entre as características pessoais e sociodemográficas e a ocorrência de inadimplência e poupança;
6. Oferecer um modelo que integre os construtos que compõem a gestão de finanças domésticas com seus antecedentes (características pessoais e sociodemográficas) e suas consequências (inadimplência e poupança);
7. Identificar possíveis peculiaridades na gestão das finanças domésticas de consumidores da classe C.

2. CONTEXTO DO ESTUDO

Para ressaltar possíveis peculiaridades na gestão das finanças domésticas na classe C e ajudar o entendimento dos resultados, este capítulo apresentará o contexto onde o estudo está inserido, apresentando dados atualizados sobre a Classe C, o endividamento das famílias, taxas de poupança além da caracterização da população foco deste estudo.

2.1 Consumidores de CLASSE C

Consumidores com menores níveis de renda experimentam maior restrição nas suas opções de compras. Espera-se um esforço maior por parte deles para fazer as escolhas de consumo em um orçamento familiar, pois elas envolvem despesas essenciais. Espera-se que o processo de gestão das finanças domésticas ganhe importância entre esses consumidores se comparado a outros, com menos restrição de renda.

Existe uma combinação de fatores que agrega algumas peculiaridades às decisões e ao processo da gestão das finanças domésticas desses consumidores. Além de terem uma renda mais baixa, a origem dessa renda é mais incerta. Muitos desses indivíduos não são assalariados, são trabalhadores da economia informal que enfrentam uma irregularidade no recebimento de suas receitas. Essa incerteza no recebimento e a falta de reservas fazem com que a receita e também os gastos flutuem. Mesmo os compromissos com pagamentos referentes a produtos e serviços essenciais nem sempre podem ser cumpridos.

O mercado de baixa renda tem despertado enorme interesse da comunidade acadêmica, bem como do mundo empresarial. Parece que entender os

consumidores com menor poder aquisitivo é um imperativo para as empresas que querem ter sucesso no futuro no mercado de serviços e bens de consumo de massa. A inclusão de milhões de brasileiros, chineses, indianos e populações de outros países em desenvolvimento no mercado têm despertado a atenção de pesquisadores que buscam entender as principais diferenças entre esses novos consumidores e os de maior renda de países desenvolvidos, cujo comportamento já tem sido enormemente estudado.

Estudos acadêmicos que analisam mais detalhadamente as diferenças culturais, sociais e de comportamento de compra dos consumidores da baixa renda ainda são escassos. Barki (2010) apresenta uma revisão de algumas peculiaridades dos indivíduos de baixa renda, relevantes para o entendimento do mercado Brasileiro. Essas características podem influenciar a forma como eles lidam com seus orçamentos e suas limitações de consumo. Por exemplo, os consumidores de baixa renda demonstram grande preocupação em manter sua dignidade e não serem tratados como pessoas desonestas, assim o pagamento das dívidas e a preservação do “nome limpo” são aspectos bastante valorizados.

Em sua pesquisa com moradores da favela da Rocinha, no Rio de Janeiro, Mattoso (2005) identifica outras duas características, com destaque para uma busca imediata por gratificação. Um resultado interessante da sua pesquisa é que as pessoas entrevistadas diziam que era impossível haver sobras, ou guardar para uma eventualidade, mas todas estavam de alguma forma pagando um carnê ou uma prestação. Parecia haver um pensamento mais fortemente voltado para o presente, como se não fosse possível pensar no futuro. Essa busca por gratificação imediata e suas consequências nas decisões de consumo com base no crédito, por exemplo, têm forte impacto na forma como essas pessoas gerenciam suas finanças domésticas.

A investigação do comportamento dos indivíduos de menor renda revela uma característica peculiar e comum que é a restrição orçamentária, justamente esta que os define como pobres. Para um indivíduo nessa situação, administrar bem seu dinheiro passa a ser um processo diário e central nas suas escolhas. Processo provavelmente mais envolvente do que para outros grupos pertencentes a classes socioeconômicas de maior poder aquisitivo (COLLINS et al., 2009), que não correm

o permanente risco da possibilidade do esgotamento dos recursos no curtíssimo prazo.

Dados da Pesquisa de orçamentos familiares do IBGE – POF 2008/2009¹ apontam para um grande contingente de famílias no Brasil com renda de até R\$ 4.150,00 representando 84% do total. A tabela 1 apresenta os resultados por faixa de renda das famílias brasileiras.

Tabela 1 - Renda familiar no Brasil

Faixas de rendimento total	No. Famílias	%	% Acum.	Renda total	%	% Acum.
Até R\$ 830*	12.503.385	22%	22%	6.755.828.983	4%	4%
Mais de R\$ 830 a R\$1 245	10.069.184	17%	39%	10.313.563.096	7%	11%
Mais de R\$1 245 a R\$2490	16.972.311	29%	68%	29.656.058.457	19%	31%
Mais de R\$2 490 a R\$4 150	8.890.463	15%	84%	27.536.164.336	18%	49%
Mais de R\$4 150 a R\$6 225	4.181.485	7%	91%	20.253.817.080	13%	62%
Mais de R\$6 225 a R\$10 375	2.994.837	5%	96%	22.487.182.840	15%	77%
Mais de 10 375	2.204.938	4%	100%	35.727.602.636	23%	100%
Total	57.816.603			152.730.217.427		

Fonte: Adaptado de IBGE. Pesquisa de orçamentos familiares 2008-2009

Nota: * inclui sem rendimentos.

A lógica que orienta o pensamento do consumidor de baixa renda é distinta, bem como seus valores, vocabulário e repertório, sem falar nas diferenças de formação cultural, educacional e econômica (AGUIAR; TORRES; MEIRELLES, 2008). Apesar do reconhecimento de que valores, motivações, processo de informação e decisão de compra de produtos variam de uma classe a outra, pouca pesquisa tem sido feita para entender os consumidores pobres. Muitas vezes criam-se estereótipos que carecem de comprovação empírica para descrever essa população. As diferenças culturais e de educação afetam fortemente a gestão das finanças, uma vez que indivíduos menos escolarizados podem apresentar uma dificuldade maior em controlar o orçamento justamente pelo menor conhecimento em finanças e mesmo em matemática.

Se o desafio é grande, o potencial de mercado tem a mesma dimensão. O crescimento da renda dessas famílias acima da média nacional e a consequente

¹ IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - Pesquisa de orçamentos familiares 2008/2009 em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2008_2009/default.shtm . Acesso em 30/10/2010.

diminuição da desigualdade também explica o aumento de atenção dada por empresas e pesquisadores para este segmento.

No Brasil, não existe consenso na definição das classes sociais com base nos extratos de renda. A própria diferença entre as regiões brasileiras em relação a desenvolvimento e renda acabam dificultando uma classificação única. Uma das classificações existentes e adotada nesse estudo é a apresentada por Neri (2011). A família é considerada a unidade relevante para as decisões de consumo e poupança (NERI, 2011), assim, neste estudo, utiliza-se a renda familiar e não a renda individual dos entrevistados.

Tabela 2 – Classes econômicas: Limites de renda domiciliar todas as fontes

	Inferior	Superior
Classe E	Zero	R\$751,00
Classe D	R\$751,00	R\$1.200,00
Classe C	R\$ 1.200,00	R\$ 5.174,00
Classe AB	R\$ 5.174	

Fonte: NERI (2011, p.82).

Para Neri (2011), a Classe C engloba os brasileiros com renda entre R\$1200,00 e R\$5174,00 por mês e tem hoje cerca de 100,5 milhões de pessoas. A classe C, tem despertado atenção de todos os setores da economia no Brasil e a imprensa tem dedicado um grande espaço para essa fatia da população. Neri (2011) apresenta um retrato da classe média brasileira como estrato econômico e não como classe social. O autor ressalta o crescimento dessa parcela da população e demonstra que, do ponto de vista estatístico, a Classe C é a classe média brasileira, uma vez que sua renda é a renda média da sociedade (NERI, 2011).

A diminuição da desigualdade experimentada no Brasil nos últimos anos é reflexo do maior crescimento da renda entre os mais pobres: “(...) o bolso dos brasileiros, em especial dos pobres, cresce mais que o PIB” (NERI, 2011, p.23). Entre 2001 e 2009, a renda do estrato mais rico da população cresceu 12,8% e a dos mais pobres cresceu 69,08% (NERI, 2011, p.25). Assim tem-se um grande número de pessoas ascendendo nas classes econômicas com mais acesso ao consumo e ao crédito,

aumentando a necessidade de uma melhor gestão dos recursos por parte das famílias.

2.2 Situação financeira das famílias brasileiras

A economia brasileira vive nesses últimos anos um momento positivo, com crescimento do emprego e renda e conseqüente aumento de consumo (taxa de desocupação 6% em 2011, a menor nos últimos nove anos; aumento de 4,8% no consumo das famílias em 2011, 8º aumento anual e 4,8% de crescimento da massa salarial) (IBGE, 2012). Por outro lado, tem-se um aumento da inflação, que atingiu em 2011 6,5% (maior índice dos últimos seis anos) e aumento da inadimplência.

A situação sugere cautela por parte dos lojistas e consumidores (MARTELLO, 2011). Numa visão mais pessimista, alguns analistas veem com preocupação o aumento do endividamento dos consumidores brasileiros. Segundo pesquisa do Instituto Ipsos para a revista Exame, uma boa parte dos brasileiros não fazem as contas ao assumir um financiamento. Apesar de o problema estar disseminado em todas as classes sociais, as menos favorecidas demonstram um conhecimento ainda menor do que a média da população. Enquanto 46% dos consumidores de classe AB declaram não saber quanto pagam de juros em um financiamento, esse percentual sobe para 71% na classe C e para 87% nas classes DE (BRONZATTO, 2011).

Essa pode ser uma explicação porque o aumento das taxas de juros no Brasil surte um efeito pequeno na contenção da inflação. Como os consumidores não percebem os juros, também não se dão conta de sua variação. O problema é que esse acréscimo nas taxas de juros aumenta a dívida e os problemas para seu pagamento. Apesar da redução de juros ao consumidor, desencadeada pela redução dos juros nos bancos públicos, eles ainda são altos. Os juros médios para cheque especial,

por exemplo, saíram de 185,91% ao ano em janeiro de 2012 para 141,95% ao ano em dezembro de 2012².

O crédito no Brasil cresceu fortemente nos últimos anos. A relação crédito/PIB atingiu 53,5% em 2012. O índice de inadimplência das pessoas físicas ficou em 7,9% no mesmo ano, segundo relatório do Banco Central (2013). As linhas de crédito que mais crescem, excluindo o crédito imobiliário, são as mais caras: cheque especial e cartão de crédito rotativo (BRONZATTO, 2011). O endividamento ainda elevado dos consumidores e o comprometimento de renda também alto acaba sustentando índices mais altos de inadimplência (SERASA EXPERIAN, 2012).

Segundo pesquisa divulgada pela Boa Vista Serviços, administradora do Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC), as compras com cartão de crédito foram responsáveis pela inadimplência de 29% dos consumidores em setembro. Seguindo das compras com carnê (24%), cheque (17%), empréstimo pessoal (13%), cheque especial (8%) e o cartão de loja (8%). Para os entrevistados, o desemprego é a maior causa da inadimplência (33% dos casos), enquanto o descontrole financeiro representou 23% (BOA VISTA, 2012).

Dados da pesquisa "Retratos da sociedade brasileira: inclusão financeira" (CNI Ibope, 2012), produzida em parceria entre a Confederação Nacional da Indústria (CNI) e o Ibope, apontam para o endividamento de 37% dos entrevistados que afirmam ter algum tipo de dívida em forma de parcelamento de compra, empréstimo ou financiamento. A proporção de endividados cresce com o aumento da renda familiar (53% dos que têm renda maior que 10 salários mínimos, contra 26% dos que têm renda de até um salário mínimo). Embora menos endividados, a população de baixa renda declara ter mais dificuldade para pagar suas dívidas se comparados com indivíduos com maiores ganhos (CNI IBOPE, 2012).

A falta de conhecimento em planejamento financeiro pode ter origem nas décadas de inflação alta, onde fazia pouco sentido projetar o orçamento para os meses seguintes, acentuando a visão mais de curto prazo do consumidor (BRONZATTO, 2011). Essa combinação de fatores dificulta a gestão das finanças por parte dos consumidores. Dados da pesquisa do Instituto Rosenfield para a BM&FBovespa

² Banco Central do Brasil, Taxa de Operações de Crédito, Em: <http://www.bcb.gov.br/?TXCREDMES>. Acesso em: 25/01/2013.

corroboram a informação acima ao revelar uma organização financeira e um conhecimento matemático mediano dos brasileiros, cuja principal fonte de informação para as decisões financeiras são parentes, amigos e conhecidos. Mais da metade dos entrevistados (53,4%) declara não sobrar dinheiro no fim do mês. O grau de planejamento dos entrevistados é médio para 46,9%, mas apenas 37,7% dos entrevistados declara possuir uma planilha de controle de gastos (WILTGEN, 2012).

Pesquisa CNI Ibope (2012) mostra que apenas 31% da população brasileira faz alguma reserva de dinheiro e esse percentual aumenta na medida em que a renda é maior, deixando um percentual ainda menor de famílias com alguma reserva entre os extratos mais pobres. O principal tipo de reserva é a caderneta de poupança, com 68% dos que possuem alguma reserva. O entendimento de como essas famílias gerenciam suas finanças pode dar pistas de como podem melhorar essa gestão, diminuindo o endividamento e aumentando as taxas de poupança.

3. REFERENCIAL TEÓRICO E ARCABOUÇO CONCEITUAL

De acordo com os objetivos do estudo, esta revisão aborda os tópicos mais relevantes para a investigação do processo de gestão das finanças domésticas, seus antecedentes e suas consequências, especialmente a ocorrência da inadimplência e poupança.

O quadro 1 apresenta as fontes, os locais de busca e as palavras-chave utilizadas na revisão da literatura. Foram pesquisadas as teses e dissertações disponíveis no banco de teses e dissertações da Capes, artigos acadêmicos publicados nas principais revistas internacionais e nacionais, além dos anais dos principais congressos.

Fontes	Local de busca	Palavras chave
Teses e dissertações	Banco de teses e dissertações da Capes	Comportamento do consumidor Comportamento Baixa renda Economia comportamental Finanças comportamentais Tomada de decisão financeira
Literatura internacional	EBSCO, Proquest, Google Acadêmico	Contabilidade mental Orçamento mental Gestão das finanças domésticas Orçamento familiar
Literatura nacional	RAE, RAUSP, RAC, anais de congressos (EMA e ENANPAD)	Crédito Prestações Autocontrole <i>Temporal Construal</i> Propensão a planejar Ciclo de vida do consumidor Endividamento Inadimplência Poupança

Quadro1 – Fontes de pesquisa do referencial teórico

Fonte: Elaboração própria.

O comportamento do consumidor é um tema que desperta muito interesse dos práticos e acadêmicos de marketing devido sua importância na definição das estratégias mercadológicas das empresas. A base conceitual sobre a qual a disciplina se desenvolveu envolve áreas como psicologia, sociologia, psicologia

social, antropologia e economia. Com enfoques e interesses distintos, muitas dessas disciplinas são combinadas para proporcionar um entendimento mais completo do comportamento dos consumidores.

No Brasil há um crescimento expressivo da produção acadêmica na interface entre psicologia e economia com ênfase nas finanças comportamentais (FERREIRA, 2007). Halfeld e Torres (2001) apresentam uma revisão das pesquisas pioneiras no campo de estudos tanto internacionais como no Brasil e apresentam a polêmica que envolve as finanças comportamentais. Os autores ponderam que uma visão mais moderada pode incorporar os estudos sobre a irracionalidade do investidor aos modelos atuais proporcionando um aperfeiçoamento do modelo moderno de finanças (HALFELD; TORRES, 2001).

Kimura, Basso e Krauter (2006) apresentam os aspectos não racionais da tomada de decisão em finanças que constituem importantes paradoxos na área e replicam o estudo de Kahneman e Tversky (1979). Os resultados demonstram que independentemente da evolução do mercado e das diferenças culturais e de nacionalidade dos indivíduos, os vieses na tomada de decisão se mantêm, sugerindo que a abordagem das finanças comportamentais pode constituir uma alternativa à teoria moderna de finanças para explicar o comportamento dos agentes econômicos (KIMURA; BASSO; KRAUTER, 2006).

Ferreira (2007) sugere que estudos na área de psicologia econômica no Brasil devem estar voltados para questões apresentadas na realidade brasileira e que estes trabalhos têm potencial para fazer contribuições a políticas econômicas com base no conhecimento psicológico que envolve as decisões econômicas dos indivíduos. Assim, uma psicologia econômica brasileira poderia contribuir para o avanço do país “em direção de melhores condições de vida e trabalho, com vistas a uma gestão mais transparente das decisões sobre questões socioeconômicas e psicológicas, tanto no âmbito público como no individual” (FERREIRA, 2007, p.124).

Neste estudo, fragmentos teóricos desenvolvidos principalmente na psicologia, na economia e no marketing são reunidos em um modelo que busca descrever os processos de gestão das finanças domésticas. A figura 1 representa um modelo simplificado do arcabouço conceitual proposto nesse trabalho que reflete o fenômeno que esse estudo procura investigar, envolve diversos aspectos do

comportamento do consumidor, especificamente a forma como ele faz a gestão das suas finanças domésticas. Características pessoais e sociodemográficas são tratadas como antecedentes desse comportamento, o qual determina resultados como inadimplência e poupança. Cada um desses blocos será desdobrado em diferentes construtos e hipóteses serão desenvolvidas estabelecendo relações entre eles.

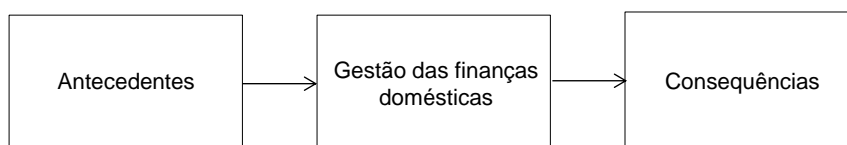


Figura1 – Arcabouço conceitual simplificado
Fonte: Elaboração própria.

Este capítulo está estruturado em três partes. Primeiramente são apresentados os conceitos relativos à gestão das finanças domésticas envolvendo: orçamento mental e gerenciamento das receitas e despesas. Em seguida são revistas as variáveis pessoais e sociodemográficas, antecedentes que podem influenciar a gestão das finanças. Na terceira e última parte são expostos os conceitos relacionados à inadimplência e poupança.

3.1 Gestão das finanças domésticas

Administrar o dinheiro é um dos principais fatores na determinação da capacitação financeira de um indivíduo e o resultado dessa administração aparece com o pagamento e rastreamento das suas despesas (ATKINSON et al., 2006).

Essa administração requer uma reavaliação cotidiana dos recursos e necessidades e faz parte de uma área de estudo emergente denominada tomada de decisão financeira (*Consumer Financial Decision-Making Research*). Lynch (2011)

argumenta que essa área de estudo ainda não tem seus limites bem definidos e, embora seja possível considerar que qualquer compra é uma decisão financeira, o autor argumenta que decisões financeiras são aquelas que têm potencial de alterar sua situação financeira devido a uma única despesa ou o efeito acumulado de repetições de padrões de comportamento derivados de características pessoais, habilidades e hábitos. A escolha de produtos financeiros (por exemplo, seguros, empréstimos, investimentos, etc.) com o objetivo de melhorar a situação financeira dos consumidores também pode ser considerada uma tomada de decisão financeira e faz parte desse campo de estudo (LYNCH et al. 2010; SOLL, KEENEY; LARRICK, 2011; SPILLER 2011; THALER; BENARTZI, 2004).

Para consumidores em um contexto de restrição de renda, como os da Classe C, até mesmo uma decisão corriqueira pode ter forte impacto nas finanças da família. Assim, nesse contexto é possível encontrar um número maior de decisões que podem ser consideradas financeiras.

A equação financeira dos consumidores envolve basicamente a geração de recursos e sua alocação considerando prioridades no longo prazo e custos de oportunidade. Normalmente os consumidores focam apenas em uma pequena parte da sua situação financeira deixando de enxergar o todo e a interdependência das suas decisões (LYNCH, 2011). Essas decisões sobre alocação de recursos são influenciadas por uma série de traços de personalidade, habilidades individuais, fatores situacionais e motivações sociais (LYNCH, 2011). Para Kirchler, Hoelzl, Kamleitner (2008) as decisões financeiras domésticas envolvem principalmente dois aspectos (1) o que comprar; (2) como financiar esta compra.

Estudos nessa área normalmente têm como objetivo ajudar os consumidores a tomar melhores decisões financeiras por meio da educação, divulgação de informações, além da identificação de padrões de escolha e focam principalmente: i. padrões de gastos e alocação de recursos, ii empréstimos e pagamentos (ou o não pagamento que leva à inadimplência); iii. poupança e, iv. a compra de produtos financeiros complexos. Além disso, esses estudos identificam alguns conceitos que são especialmente importantes na tomada de decisão financeira: raciocínio não linear devido aos juros compostos; o trade-off de consumo entre recompensas menores antes ou maiores depois; o papel dos agentes financeiros que influenciam

os consumidores em suas decisões e podem ter interesses próprios ou uma genuína intensão de ajudar; o papel da emoção frente ao raciocínio puramente cognitivo e; a forma como são apresentadas as questões financeiras (*framing*) (LYNCH, 2011).

Antonides, Groot e Raaij (2011) contribuem para o entendimento da gestão das finanças domésticas ao aplicar uma escala de orçamento mental em uma amostra ampla de consumidores, indicando o funcionamento desse processo para categorias de consumo e o efeito dessa prática no gerenciamento das receitas e despesas e no conhecimento geral dos gastos. Neste estudo consideramos que o gerenciamento das receitas e despesas em conjunto com a prática do orçamento mental representam a gestão das finanças domésticas. Para esses autores existe um terceiro componente que representa o rastreamento das contas bancárias e das despesas. Esta é uma atividade distinta do gerenciamento e é influenciado por características também distintas dos consumidores. Neste estudo, não iremos considerar o rastreamento das contas bancárias como um dos componentes da gestão das finanças, uma vez que parte desses consumidores sequer possui conta em banco.

3.1.1 Orçamento mental

Os termos orçamento mental e contabilidade mental têm sido usados frequentemente como sinônimos, pois são construtos associados que revelam o mesmo fenômeno. Enquanto Thaler (1985) destaca os mecanismos, nem sempre racionais que explicam o comportamento do consumidor em seu modelo de contabilidade mental, o orçamento mental de Heath e Soll (1996) apresenta como os indivíduos operacionalizam essa contabilidade.

A contabilidade mental é um método cognitivo amplamente utilizado no rastreamento de gastos e no controle do consumo (THALER, 1985; PRELEC; LOWENSTEIN, 1998; MOON; KEASEY; DUXBURY, 1999; CHEEMA; SOMAN, 2006; CHEEMA;

SOMAN, 2008, KRISHNAMURTHY; PROKOPEC, 2010). A tendência de categorizar receitas e despesas é disseminada e pode ter um impacto profundo nos padrões de gastos e também em outros usos do dinheiro pelos consumidores. Entre as questões abordadas pela contabilidade mental encontram-se: sentimentos subjetivos de riqueza, resposta a promoções de vendas, problemas de autocontrole e avaliações pós-compra (HEATH; O'CURRY, 1994).

Um trabalho seminal sobre contabilidade mental desenvolvido por Thaler (1980), com base na "*prospect theory*" (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979), fornece uma alternativa para a explicação de comportamentos que contrariam a teoria econômica. O autor apresenta uma discussão onde ressalta que o comportamento das pessoas em determinadas situações acaba por subestimar o peso dos custos de oportunidade, considerar custos ainda que sejam irrecuperáveis (*sunk costs*), além de incorrer em situações de arrependimento, pré-comprometimento e autocontrole.

Buscando desenvolver uma teoria mais rica do comportamento do consumidor, Thaler (1985) questiona principalmente os aspectos da racionalidade, fungibilidade e utilidade da teoria econômica. Para o autor os indivíduos não conseguem tomar decisões com base em análises totalmente racionais e são influenciados por uma série de fatores como preconizado na *prospect theory*.

Entre os aspectos questionados pela *prospect theory* e utilizados por Thaler (1985) no desenvolvimento da contabilidade mental, está o princípio da fungibilidade, baseado na teoria econômica, que considera que o dinheiro não aceita etiqueta, ou seja, o dinheiro é sempre igual, independentemente da sua origem ou do destino que será dado a ele. No entanto, observando o comportamento do consumidor nota-se, em muitos casos, que ele contraria o princípio da fungibilidade, ou seja, ele faz essa distinção e isso pode influenciar fortemente suas escolhas (THALER, 1985). Um exemplo desse comportamento é apresentado por Thaler e Sustein (2009) quando descrevem o comportamento de apostadores em um cassino. É comum frequentadores de cassinos separarem o dinheiro que trazem para jogar, do dinheiro que eles ganham durante o jogo. Esse dinheiro pago pelo cassino ao apostador, conhecido como "dinheiro da casa" é separado daquele que ele já possuía, indicando a presença de duas contas mentais (muitas vezes o dinheiro é separado fisicamente em dois bolsos, por exemplo). Experimentos revelam indícios de que as

peças estão mais propensas a apostar o “dinheiro da casa” do que o dinheiro que haviam trazido inicialmente ao cassino (THALER; JOHNSON, 1990).

Thaler (1985) apresenta também o conceito de utilidade transacional e argumenta que a função utilidade é uma combinação da utilidade de aquisição (depende do valor do bem) e da utilidade transacional (depende dos méritos percebidos na transação). Assim, a utilidade passa a incorporar, além do valor objetivo do bem que se está adquirindo, um componente mais subjetivo, não monetário e que depende de um valor de referência (THALER, 1985).

Com base nessas premissas surge o conceito de contabilidade mental, uma tentativa de descrever o processo por meio do qual os indivíduos codificam, categorizam e avaliam suas transações econômicas (THALER, 1980; THALER, 1985). Do ponto de vista do consumo familiar, a “contabilidade mental é o sistema (às vezes implícito) que as famílias usam para avaliar, regular e processar seu orçamento doméstico” (THALER; SUSTEIN, 2009, p. 53). Para Heath e Soll (1996) o orçamento mental é a separação psicológica dos recursos em categorias, tanto no que diz respeito ao destino dos gastos ou poupança quanto à origem do dinheiro como pagamento de salário, herança ou presente violando o princípio da fungibilidade: “o que faz a contabilidade interessante é se nós pudermos usá-la para fazer melhores previsões sobre o comportamento” (THALER, 1993, p.17), previsões que diferem daquelas originadas na teoria econômica convencional ou da psicologia (WEBLEY, 1995).

Existe uma extensa pesquisa em contabilidade mental. Inicialmente duas questões fundamentais dirigiam essas pesquisas: primeiro como as pessoas agrupam e nomeiam seus recursos e, segundo, como esse agrupamento afeta sua satisfação (THALER, 1985). A maior parte da pesquisa nessa área foi direcionada para a segunda questão (THALER, 1993; LINVILLE; FISHER, 1991). A questão de como os grupos de despesas são nomeados não foi tratada de forma sistemática na literatura, mas resultados demonstram que o modo como esta nomeação acontece afeta o modo como os recursos são utilizados (SHEFRIN; THALER, 1988; HENDERSON; PETERSON, 1992).

Heath e Soll (1996) propõem o modelo orçamento mental com foco na primeira questão – como os recursos são agrupados e nomeados. Por este modelo, os

consumidores fixam orçamentos (*budgets*) para várias despesas, como compras para casa, roupas ou comida. As despesas, por sua vez vão sendo alocadas a essas contas correspondentes abatendo o seu saldo. Para esses autores, esse tipo de orçamento e a alocação de despesas nas contas têm grande impacto nas decisões de compra em cada uma das categorias (HEATH; SOLL, 1996).

Os indivíduos frequentemente impõem limites de gastos aos seus vários tipos de contas mentais, mas, nem sempre a contabilidade mental funciona nesse tipo de controle (HEATH; SOLL, 1996). Considerando a contabilidade mental uma analogia dos processos formais de contabilidade, e como as empresas apresentam procedimentos distintos, pode-se esperar uma diversidade de sistemas de contabilidade mental entre os consumidores (WEBLEY, 1995).

Em seu estudo, Cheema e Soman (2006) demonstram que indivíduos motivados podem alterar suas contas mentais quando existe ambiguidade na definição de como uma conta deve ser classificada (por exemplo, no caso de uma despesa com restaurante, esta pode ser classificada como entretenimento ou simplesmente comida). Essa flexibilidade em classificar as despesas que possuem alguma ambiguidade, pode servir como justificativa para tomada decisão contrária à expectativa (HENDERSON; PETERSON, 1992, CHEEMA; SOMAN, 2006).

Cheema e Soman (2008) demonstram que dividindo os recursos (por exemplo, comida, dinheiro) em porções menores, a quantidade consumida e a taxa (ou velocidade) de consumo deste recurso também são reduzidas. Segundo os autores, isto ocorre porque a divisão aumenta as oportunidades de controlar o consumo, atraindo a atenção dos indivíduos para tomadas de decisão mais frequentes.

Komarova, Haws e Cheema (2010) investigam como outras condições, além da ambiguidade da despesa, podem influenciar a aderência dos consumidores às suas contas mentais. Especificamente, os autores investigam o impacto das emoções positivas no processo de contabilidade mental e encontram dois mecanismos atuando na decisão de consumo em função da carga cognitiva envolvida na tarefa. Esses autores concluem que em situações em que a carga cognitiva é baixa os consumidores consideram que gastar mais pode ser encarado como uma ameaça, uma manifestação do mecanismo de regulação (*affective regulation*). Por outro lado,

quando a carga cognitiva é alta, os consumidores tendem a gastar mais em resposta ao mecanismo de avaliação (*affective evaluation*).

Examinando a relação entre orçamento mental e autocontrole, Krishnamurthy e Prokopec (2010) demonstram, em um contexto não monetário, que se os aspectos do comportamento a serem evitados são salientados e quando o contexto de decisão favorece o monitoramento, o orçamento mental funciona como ferramenta de autocontrole.

A revisão da literatura sobre orçamento mental ressalta o papel que essa prática exerce de acentuar o autocontrole o que pode influenciar as decisões de compras futuras, e ressalta que a prática do orçamento mental pode ainda facilitar a avaliação da gratificação imediata frente à expectativa da “dor do pagamento” futuro. Se considerarmos que temos além do cartão de crédito a modalidade de parcelamento do pagamento, pode-se esperar que a prática do orçamento mental ajude o indivíduo a melhorar sua expectativa quanto à “dor do pagamento” futura, decorrente da compra a prazo, fazendo com que ele utilize menos essa modalidade de pagamento. Se por um lado a utilização do cartão de crédito facilita o controle, por concentrar as despesas em uma única conta mental, o parcelamento pode trazer mais complexidade ao processo de controle. A dúvida em relação à quantidade de prestações pagas, ou que ainda falta pagar (comum em financiamentos mais longos) pode complicar o processo de controle e dificultar a utilização do orçamento mental.

Stilley (2008) argumenta que considerando as tendências de endividamento é importante entender quando as práticas de orçamento mental contribuem para acentuar o problema ou quando as contas mentais são um método efetivo de autocontrole como sugerido por Thaler (1985) e Thaler e Shefrin (1981), ajudando o consumidor a evitar esse endividamento.

Em seu estudo sobre a gestão das finanças domésticas, Antonides, Groot e Raaij (2011) concluem que possivelmente exista menos necessidade de praticar o orçamento mental como instrumento de controle das despesas domésticas quando há dinheiro suficiente para o pagamento das contas. De acordo com esses autores, pessoas com menos recursos, com níveis mais baixos de educação e com uma visão mais de curto prazo acabam utilizando mais o orçamento mental como um atalho para um orçamento propriamente dito (ANTONIDES; GROOT; RAAIJ, 2011).

Os estudos anteriores sobre orçamento mental reconhecem que sua prática influencia a decisão de compra dos consumidores, aumentando a consciência dos indivíduos em relação à sua situação financeira uma vez que deixa essa informação mais saliente na cabeça dos consumidores, contribuindo assim para um maior controle nos gastos e, conseqüentemente, menor possibilidade de situação de inadimplência. Considerando o orçamento mental como parte da gestão das finanças é possível propor as seguintes hipóteses:

H1 A prática do orçamento mental tem relação negativa com a ocorrência de situações de inadimplência.

H1a A prática do orçamento mental tem relação positiva com a poupança.

3.1.2 Gerenciamento das receitas e despesas

Como forma de controlar as finanças no ambiente doméstico, os consumidores procuram gerenciar suas receitas e despesas. Esse gerenciamento pode resultar em um saldo negativo fazendo com que o consumidor tenha dificuldade em arcar com todos seus compromissos ou pode apresentar um saldo positivo que possibilite a ele fazer alguma reserva de recursos para o futuro.

Fazendo-se uma analogia entre a forma como as empresas gerenciam suas finanças e como os indivíduos o fazem no ambiente doméstico, surge o conceito de orçamento familiar. A elaboração do orçamento familiar é parte importante do processo de gerenciamento.

Estudos relacionados ao orçamento familiar têm origem no início do século XX, devido aos esforços da Bureau of Labor Statistics em mapear o padrão de consumo das famílias norte-americanas (JOHNSON; ROGERS; TAN, 2001). Estes estudos são mais aprofundados e frequentes na área de microeconomia do que na área de marketing, em que poucos são os avanços neste tema. Em economia a principal

questão tem sido os *trade-offs* que os consumidores fazem ao escolher entre o consumo imediato e o consumo no futuro (DU; KAMAKURA, 2008).

Mesmo considerando sua importância, constatam-se poucos estudos empíricos de marketing relacionados ao orçamento familiar (DU; KAMAKURA, 2008). No Brasil a exceção são os trabalhos de Silva (2004) e Silva, Parente e Kato (2009). De maneira geral, estudos na área de marketing trazem poucas discussões sobre as razões da composição dos orçamentos familiares, a maneira como as famílias organizam e como controlam seus orçamentos. No entanto, seria importante para a área de marketing entender os *trade-offs* que as famílias fazem ao alocar seus recursos entre as diferentes categorias de consumo em um orçamento permitindo prever como essas alocações mudam em resposta a alterações no preço e renda e como essas diferenças nas preferências entre os consumidores levam a diferentes padrões de consumo (DU; KAMAKURA, 2008).

Ernst Engel publicou ainda em 1847 um artigo que tratava da relação entre renda e os gastos familiares. Essa relação passou a ser conhecida como a já clássica “Lei de Engel”, que atesta que à medida que a renda cresce: a) o gasto com alimentação relativo à renda total decresce, b) as proporções de gastos com vestuário e habitação mantêm-se aproximadamente constantes e c) a proporção do gasto em educação, recreação e outros serviços também crescem (KIRSTEN, 1985).

Ao tratar de orçamentos familiares, a renda é considerada um fator importante de influência nos gastos do domicílio. Para Matsuyama (2002) as diferenças de renda domiciliar constituem o fator determinante da expansão ou não da variedade de compra de bens de uma família. Enquanto o desejo (ou necessidade) de consumo de bens e serviços é amplo ou ilimitado, os recursos para adquiri-los têm limite. Para Redmond (2001) os recursos, compostos pela renda familiar, suas poupanças e dívidas definem os limites para o consumo.

Em um orçamento, os recursos econômicos são oriundos da renda individual ou familiar. Renda é definida como o dinheiro proveniente tanto de salários e remunerações quanto de recebimentos de juros e assistência social (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2005). Assim, a escolha de um produto ou serviço é fortemente influenciada pela situação econômica do consumidor e depende de sua renda disponível (nível e estabilidade), suas economias e bens, suas dívidas e

compromissos, sua capacidade de endividamento e sua atitude quanto a gastar ou poupar.

A limitação de recursos econômicos perante o caráter ilimitado das necessidades (e desejos) força as famílias a distribuírem sua receita entre determinados consumos e em quantidades restritas (PINTO; FREDES; MARINHO, 1983). Essas decisões de alocação da renda constituem o orçamento familiar. A alocação de despesas e receitas em contas na constituição de um orçamento, seja ele formal ou apenas mental, tem forte impacto nas decisões de compra dos consumidores (THALER, 1985, HEATH; SOLL, 1996).

Como as oportunidades de consumo mudam constantemente, é improvável que um orçamento pré-definido aloque a quantia exata de recursos para as oportunidades que surjam de fato posteriormente. No entanto, para que um orçamento funcione como mecanismo de controle, ele deve ser ao menos um pouco inflexível, evitando que o consumidor redistribua recursos de forma errônea e comprometa toda sua situação financeira. Essa inflexibilidade pode prejudicar a maximização da satisfação de curto prazo que pode não ocorrer frente às oportunidades de consumo (HEATH; SOLL, 1996).

O nível de renda é um limite importante que influencia a composição do orçamento. Famílias mais pobres investem seus recursos na satisfação das necessidades mais básicas: comer e, em menor escala, morar e vestir. À medida que aumentam os recursos disponíveis, o consumo de alimentos cresce em quantidade e qualidade, até chegar-se a um limite máximo, a partir do qual se estabiliza, fazendo com que famílias de maior poder aquisitivo gastem em alimentos um percentual cada vez menor de sua renda (PINTO; FREDES; MARINHO, 1983). Da mesma forma, enquanto as famílias de menor renda comprometem grande parte da sua receita com as despesas de moradia, as de maior poder aquisitivo, especialmente as proprietárias de imóveis, têm despesas em percentuais relativamente constantes de seus recursos (PINTO; FREDES; MARINHO, 1983). No caso de gastos em roupas, automóveis e artigos de luxo, estes aumentam consideravelmente com a renda, até um limite superior bastante alto. Finalmente, a poupança aumenta dramaticamente com a renda, e nunca declina (SHETH; MITTAL; NEWMAN, 2001).

Para Silva (2004) o nível de renda influencia a forma como as famílias consomem, uma vez que cada categoria de despesa torna-se mais ou menos relevante na composição do orçamento conforme a progressão da renda familiar. As despesas em alimentação, habitação, transporte, saúde e vestuário são consideradas as mais básicas de uma família e representam os recursos financeiros não discricionários, presentes em todos os orçamentos familiares, principalmente nas famílias de renda inferior. Em contrapartida, as principais categorias de despesa discricionária são as relacionadas à aquisição de móveis e eletrodomésticos, educação, lazer e recreação e aquisição de veículos. Desta forma, a discricionariedade aumenta com o próprio progresso da renda familiar.

Considerando orçamento familiar como sendo o planejamento financeiro das famílias, é possível identificar dois componentes: o planejamento e o controle de gastos frente a uma determinada receita. De acordo com o modelo de tomada de decisão apresentado por Blackwell, Miniard e Engel (2005) o consumidor percorre sete etapas durante o processo de tomada de decisão. Dentre essas etapas, fazem parte do planejamento da compra as etapas anteriores ao consumo: busca de informações e avaliação das alternativas. Do ponto de vista dos orçamentos, o planejamento também leva em conta as alternativas para o pagamento do produto ou serviço (à vista ou a prazo) e decisões sobre o momento para a aquisição (imediato ou postergado). Já o controle pós-consumo está mais voltado para o rastreamento das despesas e a comparação com o que foi planejado e com a receita disponível.

Para a composição do orçamento, o indivíduo ou a família procura equilibrar suas receitas com suas despesas, gastos com consumo, poupança, etc. Alterações nos níveis de renda, nos preços dos produtos e serviços ou nas necessidades da família podem gerar um desequilíbrio no orçamento, sendo necessária a readequação à nova realidade.

Assim, indivíduos com melhor gerenciamento das suas receitas e despesas têm mais condição de evitar situações onde não possam arcar com todas as dívidas diminuindo o risco de ficarem inadimplentes. O pensamento recorrente nas despesas, dívidas e contas acentua o controle, uma vez que o indivíduo tem mais

oportunidades de refletir sobre suas decisões de compra. Com base nessa reflexão, é possível formular as seguintes hipóteses:

H2 O gerenciamento das receitas e despesas tem relação negativa com a ocorrência de situações de inadimplência.

H2a O gerenciamento das receitas e despesas tem relação positiva com a poupança.

3.2 Características pessoais e variáveis sociodemográficas

Nesta seção são apresentados dois grupos de antecedentes que influenciam os componentes da Gestão das Finanças Domésticas: 1) características dos consumidores, que têm papel importante na sua tomada de decisão financeira impactando a gestão das finanças domésticas dessas famílias – autocontrole, visão de curto prazo, preferência por crédito e propensão a planejar; 2) variáveis sociodemográficas – idade, estágio no ciclo de vida, nível educacional e a ocorrência de eventos críticos – que têm potencial de influenciar a tomada de decisão financeira dos consumidores. Esses dois grupos de variáveis podem ajudar a explicar a forma como os consumidores gerenciam suas finanças domésticas, e conseqüentemente a ocorrência de inadimplência e/ou poupança.

3.2.1 Autocontrole

Para Tangney, Baumeister e Boone (2004), autocontrole é considerado a capacidade de substituir ou alterar suas respostas internas, além de interromper

tendências de comportamento indesejadas (como impulsos) evitando se comportar segundo esses impulsos. De forma geral, autocontrole deve estar relacionado a quebrar hábitos, resistir à tentação e manter a autodisciplina. O autocontrole pode ser entendido ainda como a capacidade de mudança e adaptação do indivíduo de forma a produzir um melhor ajuste dele no mundo (ROTHBAUM; WEISZ; SNYDER, 1982). Sob essa perspectiva, o autocontrole deve proporcionar uma série de resultados positivos para os indivíduos. Tangney, Baumeister e Boone (2004) investigam uma série de consequências do autocontrole, entre elas:

- Realização e desempenho de tarefas;
- Controle de impulsos;
- Problemas psicológicos (efeito da falta de autocontrole): investiga a relação entre autocontrole e sintomas psicológicos como ansiedade, depressão, comportamentos obsessivo-compulsivos e queixas somáticas;
- Relacionamentos interpessoais: contribuição do autocontrole para interações harmoniosas. Altos índices de autocontrole parecem ter correlação com relacionamentos de qualidade, aumento de empatia, disposição para perdoar e por outro lado, diminuem sentimentos como raiva e padrões de agressividade;
- Emoções morais: culpa (relação positiva com autocontrole) e vergonha (relação negativa com autocontrole);
- Características relacionadas à personalidade – conscientização (se comportar de forma consciente, relacionado positivamente com autocontrole) e perfeccionismo (tendência a aderir a altas e irreais expectativas, pode ter relação negativa com autocontrole).

O autocontrole é uma característica altamente adaptável que confere ao indivíduo uma série de benefícios. Pessoas com altos níveis de autocontrole têm melhor relacionamento interpessoal, famílias mais fortes e coesas, menos sintomas de problemas psicológicos, menos problemas emocionais, maior autoaceitação e autoestima (TANGNEY; BAUMEISTER; BOONE, 2004). Romal e Kaplan (2005) evidenciam que pessoas com altos níveis de autocontrole administram melhor seu dinheiro, poupando mais e gastando menos. Além disso, parece haver uma relação entre autocontrole e a visão de curto/ longo prazo. Indivíduos com baixos níveis de

autocontrole aparentam possuir uma visão de mais curto prazo estando mais suscetíveis ao apelo da gratificação imediata. Enquanto os com maiores níveis de autocontrole parecem focar suas decisões no mais longo prazo (BAUMEISTER, 2002).

No contexto de consumo, autocontrole pode ser definido como o esforço do consumidor em evitar ou resistir a se comportar de maneira inconsistente com seus objetivos (HOCH; LOEWENSTEIN, 1991). Observando o comportamento dos consumidores é possível identificar que “existem diferenças individuais de autocontrole que formam um aspecto aparentemente estável da personalidade” (BAUMEISTER, 2002, p.674).

Para, Krishnamurthy e Prokopec (2010) a contabilidade mental funciona como ferramenta de autocontrole quando os aspectos do comportamento a ser evitado são salientados e quando o contexto de decisão favorece o monitoramento. Além dessa relação com o orçamento mental, o autocontrole parece também influenciar a forma como os indivíduos gerenciam suas receitas e despesas, incrementando esse gerenciamento.

Com base nestas reflexões é possível formular as seguintes hipóteses:

H3 O autocontrole tem relação positiva com a prática do orçamento mental.

H3a O autocontrole tem relação positiva com o gerenciamento das receitas e despesas.

Considerando o autocontrole como um traço de personalidade, indivíduos que apresentem altos índices de autocontrole têm mais condições de evitar situações onde não possam arcar com suas dívidas diminuindo o risco de ficar inadimplente o que sugere a formulação da seguinte hipótese:

H3b O autocontrole tem relação negativa com a ocorrência de inadimplência.

O autocontrole é considerado um fator importante na explicação do comportamento de poupança, assume-se que indivíduos com baixos níveis de autocontrole têm preferência pelo presente em detrimento de escolhas para o futuro, o que afeta sua disposição a poupar (WÄRNERYD, 1989). Por outro lado, é possível considerar que

consumidores com altos índices de autocontrole tem mais condição para fazer reservas dentro do seu orçamento, assim:

H3c O autocontrole tem relação positiva com a poupança.

3.2.2 Visão de curto prazo

De acordo com a teoria do nível de interpretação (ou *construal level theory*) objetos, eventos ou indivíduos podem ser percebidos tanto próximos como distantes, um evento pode ocorrer em breve ou no futuro. Da mesma forma um evento pode ser mais provável e, portanto próximo ou mais improvável ou distante. E ainda, um evento pode ser experimentado a partir da perspectiva dos próprios indivíduos e, assim, ser próximo, ou a partir da perspectiva de um observador e, por isso, distante (TROPE; LIBERMAN, 2000).

A premissa fundamental desta teoria é que os objetos, indivíduos ou eventos distantes são classificados e representados como abstratos, não observáveis, intangíveis e com conceitos amplos. Em contraste, os objetos, indivíduos ou eventos próximos são representados como concretos, específicos, com características observáveis (TROPE; LIBERMAN, 2000).

A teoria do nível de interpretação tem implicações no autocontrole dos indivíduos. Fujita et al. (2006) demonstram que uma interpretação abstrata parece aumentar a capacidade dos indivíduos de exibir autocontrole, resistindo às tentações e inibindo inclinações inadequadas. Assim que os indivíduos passam a considerar o “por quê” ao invés do “como”, eles procuram se envolver em atividades que proporcionem recompensas maiores no futuro no lugar de prêmios menores no presente. Assim, uma interpretação abstrata evocada após a reflexão do por que o indivíduo irá adotar determinado comportamento, provoca uma busca por objetivos futuros ao invés de necessidades mais imediatas. Fujita e Han (2009) ampliam esse entendimento ao demonstrar que além de facilitar o autocontrole, uma interpretação

mais abstrata (alto nível de interpretação) facilita a associação das tentações a efeitos negativos, fazendo com que essas interpretações abstratas influenciem o autocontrole sem a necessidade de uma deliberação consciente.

De maneira análoga à teoria do nível de interpretação, a teoria de interpretação temporal (*temporal construal theory*), afirma que situações em futuros distantes são decifradas usando características mais abstratas e centrais (nível alto). Enquanto que situações em um futuro próximo são interpretadas usando aspectos mais concretos e específicos (nível baixo). A distância temporal de um evento afeta as decisões de um indivíduo em relação a este evento (LIBERMAN; TROPE, 1998).

É possível considerar que indivíduos com uma visão mais de curto prazo e com limitações na sua capacidade de abstração tendam a enxergar mais suas necessidades imediatas, o que pode ser uma explicação para a característica (necessidade de gratificação imediata) observada por Mattoso (2005) entre a população de baixa renda.

Nestas condições, pode-se supor que consumidores frente à possibilidade de aquisição de um bem “imediatamente”, mesmo que em condições economicamente desfavoráveis, provavelmente farão a escolha pela compra a prazo ao invés da poupança para a compra à vista, por um preço melhor, no futuro. Isso pode acontecer tanto pela dificuldade de postergar a satisfação com a aquisição (dificuldade de prever a satisfação com um evento distante) quanto pela impossibilidade de enxergar o valor total pago na condição a prazo (um evento negativo no futuro). Indivíduos com uma visão de curto prazo tendem a subestimar a “dor do pagamento” futuro quando comparado à satisfação da gratificação imediata gerada pela compra de um bem. Na falta do recurso, espera-se que esses indivíduos se envolvam em financiamentos (cartão ou parcelamento) para realizar suas compras, o que pode dificultar a gestão das finanças.

H4 A visão de curto prazo tem relação negativa com a prática do orçamento mental.

H4a Uma visão de curto prazo tem relação negativa com o gerenciamento das receitas e despesas.

H4b A visão de curto prazo tem uma relação negativa com autocontrole

3.2.3 Preferência por crédito

Alguns estudos baseados na economia comportamental e na contabilidade mental investigam os efeitos do crédito e das formas de pagamento nas escolhas dos consumidores (PRELEC; LOWESTEIN, 1998; SOMAN; LAM, 2002; SOMAN; CHEEMA, 2002).

Para Prelec e Lowenstein (1998), no momento em que os indivíduos fazem compras experimentam o que denominam de “*pain of paying*”. Esse sentimento negativo pode diminuir a satisfação decorrente do consumo. Eles propõem um modelo de dupla entrada para a contabilidade mental que contempla a satisfação do consumo e a “dor” do pagamento correspondente a esse consumo. Essa “dor” derivada do pagamento tem um importante papel na autorregulação do consumo, mas pode diminuir a satisfação do consumidor. Segundo os autores, os pagamentos com cartão de crédito ou outro tipo de financiamento podem enfraquecer a relação entre o pagamento e o consumo, minimizando a influência negativa que o primeiro possa gerar na satisfação decorrente deste gasto.

Para Kirchler, Hoelzl e Kamleitner (2008) a tomada de decisão pelo uso do crédito no âmbito doméstico sofre uma influência social que pode alterar a contabilidade mental individual, mudando a utilidade do bem a ser adquirido e pode influenciar ainda o nível de ligação entre o bem e o uso do crédito.

Raghubir e Srivastava (2008) complementam esse entendimento ao investigar o efeito da forma do meio de pagamento e o quanto ela é mais próxima de um cartão de crédito ou de dinheiro. Eles argumentam que os meios de pagamento diferem na transparência ou na identificação mais viva do fluxo de saída do dinheiro. Sob essa perspectiva, o pagamento à vista em dinheiro é a forma de pagamento mais transparente, assim quanto mais transparente a forma de pagamento, maior “dor do pagamento”, fazendo com que formas menos transparentes como cartão de crédito ou cartão presente, facilitem o gasto.

É comum aos estudos referentes à forma de pagamento, revisados nesta pesquisa, que o uso do cartão de crédito leva os indivíduos a consumir mais. A questão é entender quando esse consumo maior os levará a ficar inadimplentes.

Além do cartão de crédito, existem outras formas de pagamento bastante difundidas no Brasil, como o parcelamento do pagamento (no próprio cartão ou em carnês) e a possibilidade de pagamento mínimo da fatura do cartão e refinanciamento do restante da dívida. Considerando essas modalidades como integrantes do sistema de gestão das finanças, é interessante entender seu impacto no comportamento de compra dos consumidores. Outra questão é se o tipo de gestão realizada pelos consumidores pode levar a um endividamento maior do que o desejado gerando inadimplência e todos seus efeitos negativos.

Pode-se esperar que quanto maior o número de dívidas que um indivíduo possua, maior a complexidade do gerenciamento de suas finanças. O uso do cartão de crédito, se por um lado facilita o controle das despesas (uma vez que estão todas em uma única conta), de outro, o parcelamento do pagamento, a possibilidade de pagamento mínimo da fatura e a complexidade do cálculo dos juros, são fatores que acabam tornando essa forma de pagamento bastante complexa.

Estudos sobre os efeitos da forma de pagamento no comportamento de compra sugerem que os consumidores tendem a gastar mais usando cartão de crédito se comparado com o pagamento em dinheiro (PRELEC; LOWESTEIN, 1998; KIRCHLER; HOELZL; KAMLEITNER, 2008; RAGHUBIR; SRIVASTAVA, 2008; FEINBERG, 1986; HIRSCHMAN, 1979).

Moura (2005) e Ponchio (2006) investigam a atitude para dívida entre consumidores brasileiros de baixa renda, em um contexto muito próximo desse estudo. Com base na escala desenvolvida por Lea, Webley e Walker (1995), a escala utilizada por Moura (2005) apresenta três dimensões: (i) Impacto sobre a moral – herança, valores e crenças da sociedade que têm influência sobre a atitude do indivíduo em relação ao endividamento; (ii) Dimensão Temporal – representa a escolha de indivíduos entre valor e tempo (adiar ou consumir planos de consumo) e; (iii) Controle - a capacidade de gerenciar os próprios recursos financeiros, para manter o orçamento familiar sob controle além da percepção de que tais aspectos dependem do seu próprio comportamento.

Neste estudo, a escala proposta por Moura (2005) e utilizada no trabalho de Ponchio (2006) é utilizada parcialmente. Das três dimensões da escala, a mais importante para este estudo é a dimensão temporal, ou seja, a preferência dos consumidores entre consumir agora ou postergar o gasto. O impacto sobre a moral não faz parte do escopo desse estudo e a dimensão controle está inserida no construto visão geral das contas e despesas. Assim, foram considerados apenas os três indicadores da dimensão temporal com o intuito de medir a preferência do indivíduo em utilizar o crédito como forma de pagamento para antecipar suas compras.

É possível supor que a preferência pelo uso do crédito leve os indivíduos a consumir mais, esse consumo maior pode levar a aumentar a complexidade do processo de gestão das finanças e pode levar também a um maior endividamento e no extremo, a situações de inadimplência:

H5 A preferência pelo uso do crédito tem efeito negativo sobre o orçamento mental.

H5a A preferência pelo uso do crédito tem efeito negativo sobre o gerenciamento das receitas e despesas.

H5b A preferência pelo uso do crédito tem efeito positivo sobre a ocorrência de inadimplência.

3.2.4 Propensão a planejar

O planejamento tem efeitos importantes no comportamento do consumidor e nas escolhas que são feitas ao longo do tempo (LYNCH et al., 2010). Planejamento e a falta de planejamento estão presentes em várias teorias do comportamento do consumidor. Katona (1974) considera os fatores psicológicos associados à forma como os indivíduos planejam e se adaptam às condições econômicas para explicar temas fundamentais da pesquisa do comportamento do consumidor em relação aos gastos de consumo, poupança e acúmulo de riqueza. Modelos de comportamento importantes na literatura representam a maioria dos comportamentos como planejados (AJZEN, 1991).

A propensão ao planejamento e seus efeitos podem variar com a situação e também de pessoa para pessoa. Considerando situações que envolvem curto e longo prazos, tanto para decisões de tempo como de dinheiro, Lynch et al. (2010) considera a propensão para se programar como reflexo de diferenças individuais em (a) frequência de formação de metas, (b) frequência e profundidade na formação de submetas, (c) uso de lembretes que ajudem a enxergar o quadro geral e as restrições e, (d) preferência pessoal para planejar.

Trabalhos de escolha intertemporal apresentam diferenças na forma de pensar dos indivíduos quando se comparam eventos que acontecem no dia seguinte, em algumas semanas ou meses no futuro (LAIBSON, 1997; SOMAN 1998; TROPE, LIBERMAN, 2003; ZAUBERMAN, 2003). É possível supor que consumidores que tendem a planejar suas finanças no longo prazo têm melhores condições de fazer a gestão das finanças domésticas, uma vez que eles antecipam gastos e despesas em seu orçamento, aumentando sua condição de previsão.

Dessa forma é possível propor que a propensão a planejar tem relação positiva com o gerenciamento das finanças e com a prática do orçamento mental, o que leva a formulação das seguintes hipóteses:

H6 Existe uma relação positiva entre a propensão a planejar e a prática do orçamento mental.

H6a Existe uma relação positiva entre a propensão a planejar e o gerenciamento das receitas e despesas.

H6b Existe uma relação negativa entre a propensão a planejar e a ocorrência de inadimplência.

H6c Existe uma relação positiva entre a propensão a planejar e a poupança.

3.2.5 Idade e Estágio no ciclo de vida

Para Shefrin e Thaler (1988), os indivíduos apresentam comportamentos e motivações distintas ao longo do ciclo de vida. Pela teoria do ciclo de vida de Modigliani (1966), os indivíduos planejam seus gastos e poupança no longo prazo com a intenção de manter seu estilo de vida estável durante toda a vida.

Os consumidores passam por diferentes etapas no seu ciclo de vida que influenciam fortemente seu padrão de consumo, um reflexo das necessidades e oportunidades de consumo encontradas ao longo da vida. Entre essas mudanças, a maternidade tem alto impacto no orçamento das famílias e grande influência no comportamento de compra dos consumidores.

Entre as mulheres, as mães se revelam mais preocupadas com o futuro, investindo mais em previdência privada e pública. Além disso, localidades que apresentam mais mães entre as mulheres têm melhores indicadores sociais, desde que o número de filhos por mãe seja pequeno. Assim, a diminuição do número de filhos em cada domicílio parece favorecer os indicadores sociais, embora um número menor de mães acabe piorando esses indicadores (NERI, 2011). Dessa forma, é possível propor que a maternidade, sobretudo na fase onde os filhos ainda são dependentes financeiramente, tem uma influência positiva sobre a gestão das finanças domésticas.

H7 Existe uma relação positiva entre o estágio no ciclo de vida, representado neste estudo pela maternidade e a prática do orçamento mental.

H7a Existe uma relação positiva entre o estágio no ciclo de vida e o gerenciamento das receitas e despesas.

Além da questão da maternidade, pode-se considerar que a fase da aposentadoria tem potencial para influenciar a gestão das finanças. De acordo com Modigliani (1988), os indivíduos procuram manter seu padrão de vida estável, assim a queda da renda esperada na terceira idade faria com que os indivíduos acumulassem recursos previamente, garantindo um padrão de consumo estável nesta fase da vida. Neri (2011) questiona se essa teoria sobreviveria ao “conhecido curto-prazismo tupiniquim”, uma referência a uma visão de mais curto prazo que o autor atribui aos brasileiros (NERI, 2011, p.213).

Neri (2011) salienta que no período inicial da vida profissional, o desejo de consumo é normalmente maior que a renda induzindo uma demanda por empréstimos nessa fase do ciclo de vida e confirmando a teoria de Modigliani (1966) que aponta o crescimento da intenção de utilizar o dinheiro da poupança com a idade.

H8 A idade tem relação positiva com a poupança.

3.2.6 Nível de educação formal

A relação entre renda e educação é conhecida: à medida que a renda aumenta, crescem também os anos de escolaridade. Em conformidade com essa afirmação, Neri (2011) argumenta que a evolução maior da renda entre as mulheres pode ser reflexo do crescente adiamento da idade de casamento e maternidade, além da maior escolarização das mulheres, que hoje já supera a dos homens (NERI, 2011).

Segundo Antonides, Groot e Raaij (2011), indivíduos menos escolarizados praticam mais o orçamento mental como uma simplificação para o seu processo de gestão das finanças domésticas. Este resultado foi obtido em um estudo com consumidores alemães, com níveis de educação e renda bem mais altos do que são encontrados, em média, para os indivíduos da classe C no Brasil. Isto vale também para os que possuem nível superior, na maioria dos casos em escolas de qualidade questionável. É possível propor, neste caso, que a relação entre o nível de escolaridade e a prática do orçamento mental tenha um sentido contrário ao encontrado por Antonides, Groot e Raaij (2011). Além disso, o gerenciamento das receitas e despesas exige habilidades que podem ser desenvolvidas com a escolaridade, dessa forma pode-se supor que:

H9 O nível de educação formal tem relação positiva com a prática de orçamento mental.

H9a O nível de educação formal tem relação positiva com o gerenciamento das receitas e despesas

O raciocínio não linear necessário para o entendimento dos juros compostos é fundamental para tomada de decisão em relação a empréstimos e também poupança (MCKENZIE; LIERSCH, 2011). É possível supor que esse entendimento melhore com o aumento da escolaridade. Da mesma forma, a capacidade de abstração necessária para pensar no futuro também deve melhorar com escolaridade. Assim, é possível propor que:

H9b O nível de educação formal tem relação positiva com a poupança.

3.2.7 Ocorrência de eventos críticos

A ocorrência de determinados eventos tem potencial para alterar a forma como os indivíduos lidam com suas finanças domésticas. Segundo Mattoso (2005, p.173), os problemas financeiros enfrentados pelos indivíduos de menor renda tem origem em “eventos inesperados como desemprego, redução ou suspensão de renda, gravidez, separação matrimonial, doença e emergências em geral”. Getter (2003) conclui que problemas de inadimplência decorrem principalmente de eventos inesperados, especialmente quando os consumidores não têm reservas.

Entre os consumidores com problemas de inadimplência participantes da pesquisa Perfil dos inadimplentes da Boa Vista Serviços (2012), 33% revelam que o motivo da inadimplência é o desemprego.

A separação conjugal também tem potencial para alterar o orçamento doméstico, uma vez que a renda familiar total será alterada e um novo arranjo orçamentário é necessário.

O nascimento dos filhos é outro evento que impacta a gestão das finanças, como discutido na seção do estágio no ciclo de vida da família. A natureza desse evento é diferente dos dois anteriores por ser mais previsível e passível de adaptação por um período de tempo maior. A gestação pode servir como período para ajuste das contas e despesas em um novo orçamento, no entanto, em uma situação de maior restrição de renda essa adaptação nem sempre é possível. Além disso, o nascimento do filho implica muitas vezes na redução da receita da mulher, sobretudo para aquelas que trabalham na informalidade ou por conta própria e não têm direito ao seguro maternidade.

A falta de reservas para emergências, comum em orçamentos mais restritos, acaba fazendo com que uma doença ou mesmo o aumento de pessoas residindo na casa, por exemplo, sejam situações que acabem impactando o orçamento e a forma como as famílias administram suas finanças domésticas. Assim, é possível propor que:

H10 A ocorrência de eventos críticos tem impacto positivo sobre o gerenciamento das receitas e despesas.

H10a A ocorrência de eventos críticos tem relação positiva com a ocorrência de situações de inadimplência.

3.3 Consequências da Gestão das Finanças Domésticas

Esta seção apresenta duas consequências da gestão das finanças domésticas. A inadimplência pode ser entendida como uma consequência negativa do processo de gestão dos orçamentos, ou resultado de uma espécie de descontrole das finanças. A poupança, por sua vez, indica que o consumidor conseguiu gerenciar bem as suas contas domésticas, sinalizando assim um resultado positivo sobre a situação financeira das famílias.

3.3.1 Inadimplência

Inadimplência é “a falta de cumprimento de um contrato ou de qualquer de suas condições” ³. Assim, a “inadimplência ocorre depois que o consumidor se compromete com o pagamento de algum valor em uma data, contudo, não consegue realizar dentro do prazo” (Domingos, 2012). Uma das possíveis explicações sobre esse comportamento é a dificuldade em exercer autocontrole. Segundo Webley e Nyhus (1998, p.6), o “comportamento é resultado da intensidade vivida de tentações, e da habilidade do autocontrole em situações onde há conflito entre o curto prazo (gastar agora) e os objetivos de longo prazo (orçamento doméstico sólido)”. Dessa

³ Significado do verbete inadimplência no dicionário Aurélio.

forma o consumidor ao se deparar com uma oportunidade de consumo (promoção ou facilidade de pagamento), tende a superestimar o quanto essa oportunidade “vale a pena”, subestimando o impacto dessa decisão sobre seus planejamentos de longo prazo (por ex. poupança).

O endividamento ocorre quando os gastos superam a renda (LYNCH, 2011). Essa afirmação é óbvia, mas é importante analisar as situações que podem ser derivadas dela. Ao assumir dívidas que estão dentro de um limite definido pela sua renda, os indivíduos têm condição de adquirir bens e serviços sem problemas para o pagamento de seus compromissos. No entanto, à medida que o valor da dívida cresce, sem o aumento da renda, os consumidores acabam enfrentando problemas para pagá-las.

A pesquisa sobre endividamento, dentro da economia comportamental ganhou destaque com o trabalho de Katona (1974) e tem se expandido rapidamente (DAVIES, LEA, 1995). Segundo Katona (1974), o indivíduo pode gastar mais do que ganha basicamente por três motivos: (i) a renda é baixa, não sendo suficiente para cobrir as despesas, mesmo as essenciais; (ii) a renda é alta, mas é combinada com um forte desejo de gastar e; (iii) falta de desejo de poupar (independentemente da renda). Esse estudo é importante por trazer, além dos aspectos econômicos adversos, fatores psicológicos à discussão sobre endividamento. Especialmente a maior tolerância ao endividamento apresentada por alguns indivíduos.

Considerando que o endividamento não pode ser explicado apenas por fatores econômicos, vários autores passaram a incorporar variáveis distintas na tentativa de encontrar uma explicação. Em sua pesquisa com consumidores de baixa renda, Ponchio (2006) conclui que indivíduos mais materialistas são mais propensos a contratar crédito para o consumo e têm atitudes mais positivas em relação ao endividamento. Agarwal, Souphala e Liu (2011) investigam a relação entre o capital social e o risco de inadimplência ou falência pessoal. Controlando o risco individual, os gastos, a renda, o patrimônio e as condições macroeconômicas, os autores concluem que à medida que aumenta o capital social, menores os riscos de inadimplência ou falência ou falência pessoal.

Ultimamente, parte dos estudos sobre endividamento reflete a preocupação crescente com o aumento da inadimplência no setor imobiliário americano e com o

crescimento da dívida nos cartões de crédito. A maioria desses estudos aborda aspectos macroeconômicos, desenvolvem modelos para previsão de situações de inadimplência e apontam algumas estratégias usadas pelos consumidores na decisão do que deixar de pagar para continuar conseguindo crédito para suas despesas essenciais (CHATTERJEE et al., 2007; MAYER; PENCE, SHERLUND, 2008; DUNN; KIM, 1999; ANDERSON et al., 2011).

Do ponto de vista das finanças individuais, estudos preditivos de inadimplência consideram principalmente a relação entre renda e dívida. Dunn e Kim (1999) apresentam outras três variáveis para melhorar o poder explicativo dos modelos:

- a. A razão entre o total de pagamento mínimo dos cartões e a renda familiar;
- b. O percentual do total do limite usado pelo consumidor;
- c. O número de cartões de crédito nos quais o consumidor atingiu o limite.

Com base na economia comportamental, Amar et al. (2011) discute como os consumidores decidem sobre o pagamento das suas dívidas. Os autores argumentam que as pessoas têm aversão à dívida (AMAR et al., 2011), uma vez que tendem a quebrar tarefas complicadas em partes mais gerenciáveis e porque as perdas são mais dolorosas quando segregadas (*Prospect Theory*), os consumidores tendem a pagar as dívidas menores primeiro com o intuito de reduzir a quantidade de dívidas, independentemente das taxas de juros.

Embora a aversão à dívida possa levar o consumidor a tomar decisões não otimizadas em relação ao pagamento delas, ao colocar o consumidor frente à escolha entre pagar uma dívida e fazer uma nova compra, a aversão à dívida pode levar o consumidor a desistir da compra em favor do pagamento da dívida, evitando o aumento da mesma (AMAR et al., 2011).

Ainda sob o ponto de vista da economia comportamental, Fonseca e Muramatsu (2008) analisam o comportamento da série de consumo privado e de poupança privada no Brasil entre 1981 e 2007 e apontam anomalias no comportamento dos indivíduos que não podem ser explicadas pela teoria econômica neoclássica: aumento da poupança em períodos de hiperinflação no final da década de 1980; queda nas taxas de poupança em 1990; e o consumo crescente acompanhado por

forte endividamento e inadimplência a partir do ano 2000 em meio a um cenário de possibilidades de planejamento do orçamento.

Com base na economia comportamental, Fonseca e Muramatsu (2008) apresentam explicações a estas anomalias. Especificamente a partir de 1994, com a estabilização da moeda brasileira, até os dias de hoje nota-se uma expansão do consumo que não é acompanhada por um aumento da poupança privada o que seria esperado levando-se em conta as possibilidades maiores de planejamento decorrentes da estabilidade econômica. Ao invés disso, essa expansão do consumo é seguida de aumentos nos índices de endividamento e inadimplência, em parte impulsionada pelo grande aumento no uso de cartões de crédito que acompanhou essa expansão de consumo.

Além disso, a estabilidade de preços e o crescimento da renda dos indivíduos a partir do plano Real contribuem para um clima de otimismo, que dispensa precaução. Esse sentimento positivo é exacerbado pela utilização de atalhos mentais na previsão de eventos futuros, principalmente negativos, e por dificuldades cognitivas na previsão do impacto dos juros, levando os consumidores a subestimar a probabilidade de incorrer em situações negativas como a inadimplência. Características comportamentais (inconsistência, imediatismo e falta de autocontrole) seriam as causas para o julgamento equivocado e por levar os consumidores a superestimar a necessidade do crédito em detrimento de ações mais cautelosas (FONSECA; MURAMATSU, 2008).

As autoras concluem que a motivação racional, a partir da estabilização econômica de 1994, apontava para a possibilidade de planejamento do orçamento, em que as altas taxas de juros reais e a inflação controlada induziriam a uma suavização do consumo. No entanto, a motivação emocional apontava para uma valorização do consumo imediato decorrente da memória do choque institucional de 1990, com o confisco das poupanças instituído pelo plano Collor, e também da inconsistência temporal intensificada pelas facilidades de acesso ao crédito. Hoje se observa o crescimento dos níveis de endividamento e de inadimplência ao invés de comportamentos de estabilização do consumo indicando que as motivações emocionais superam as motivações racionais na determinação da escolha dos consumidores (FONSECA; MURAMATSU, 2008).

A contínua expansão das ferramentas de crédito “deve necessariamente ser acompanhada, por igual expansão dos instrumentos de comprometimento e da divulgação dos mesmos, do contrário há possibilidade de deterioração das finanças familiares, como alguns países já vêm testemunhando” (FONSECA; MURAMATSU, 2008, p.81).

3.3.2 Poupança

Poupar é evitar o consumo por um determinado período em favor de possibilidades de consumo no futuro. Do ponto de vista psicológico está relacionado à forma como as pessoas lidam com incertezas e como fazem provisões para esse período no futuro a fim de garantir algum recurso para consumo (WÄRNERYD, 1989).

A poupança pode ser entendida ainda como uma atividade complementar ao consumo e função de dois conjuntos de fatores: a habilidade para poupar e a disposição para poupar. A habilidade é determinada em função da renda enquanto a disposição tem medidas subjetivas que consideram o nível de otimismo ou pessimismo da população (KATONA, 1974). O autor define três tipos de poupança: contratual (p. ex. pagamento de financiamentos ou seguros), discricionária (decisão deliberada de poupar, resultante da sobra de dinheiro após a satisfação das necessidades básicas) e, residual (não planejada, reflete a poupança da sobra do orçamento).

Lindqvist (1981) amplia a classificação proposta por Katona (1974) e apresenta uma hierarquia entre quatro motivos ou necessidades de poupança:

- a. Gerenciamento do caixa – é a mais básica necessidade de poupança e representa a forma como os indivíduos organizam suas receitas e despesas, onde a categoria poupança residual apresentada por Katona (1974) se encontra.

- b. Reserva para emergências – em pesquisas, a reserva para emergências é frequentemente apontada como a razão principal para a poupança.
- c. Meios financeiros para alcançar metas desejadas – assim que os indivíduos se vêem frente a um bem desejado que não possa ser adquirido imediatamente, uma das opções é poupar para esse objetivo.
- d. Gestão da riqueza ou patrimônio – nessa categoria os indivíduos têm recursos suficientes para investir seu dinheiro.

Wärneryd (1989) apresenta diferentes modelos de poupança desenvolvidos ao longo dos anos por economistas e psicólogos interessados no entendimento do comportamento de poupança dos consumidores. O quadro 2 apresenta esses modelos e suas variáveis intervenientes entre renda e poupança:

Modelo	
1. Primeiras teorias econômicas	Renda atual → Personalidade, frugalidade → Poupança individual e total.
2. Hipótese da renda absoluta	Renda atual → Poupança individual e total
3. Hipótese da renda relativa	Renda atual → Comparação com a maior renda anterior → Poupança individual e total
4. Hipótese do ciclo de vida	Renda atual → Comparação da renda atual com o estágio no ciclo de vida → Poupança individual e total
5. A renda no estágio do ciclo de vida e as mudanças sociodemográficas	Renda atual → Comparação da renda no estágio do ciclo de vida para diferentes grupos sociodemográficos → Acúmulo e fluxo de poupança total
6. Índice do sentimento do consumidor	Renda atual → Nível de otimismo/pessimismo → fluxo de poupança total
7. Pesquisa de levantamento: atitudes e motivos para poupar	Renda atual → atitudes e motivos de poupança → Acúmulo e fluxo de poupança individual
8. Modelo hierárquico de grupos de poupadores	Renda atual → Grupos de poupadores com base na hierarquia de necessidades → Acúmulo e fluxo de poupança individual

Quadro 2 – Modelos de poupança
Fonte: Adaptado de Wärneryd (1989, p.535).

Desde as primeiras teorias econômicas sobre poupança, variáveis psicológicas são incluídas e retiradas dos modelos que relacionam renda e poupança. Estudos mais recentes em economia comportamental incorporam essas características em seus

estudos na tentativa de enriquecer o entendimento sobre o comportamento dos consumidores em relação à poupança.

Em um estudo relacionando determinantes psicológicos sociais e econômicos, Lunt e Livingstone (1991) concluem que os indivíduos que poupam, em comparação com os não poupadores, possuem maior renda, maior nível de educação, são mais otimistas, acreditam estar no controle de suas finanças, além de fazer um maior monitoramento dessas finanças, sendo menos flexíveis no seu gerenciamento.

Com o objetivo de criar uma hierarquia dos motivos para poupar, Canova, Rattazzi e Webley (2005) identificaram 50 metas que foram classificadas hierarquicamente. Na base da hierarquia estão as motivações mais concretas enquanto nos níveis mais altos estão metas de natureza psicológica como autogratificação e autoestima. Este estudo demonstra ainda que a estrutura de motivos para poupar não depende inteiramente de variáveis sociodemográficas.

Cheema e Soman (2008) investigam os efeitos da reserva de dinheiro (earmarking) e da divisão em quantidades menores (partitioning) sobre a poupança de famílias de baixa renda. Resultados obtidos dessa investigação entre famílias fora do sistema bancário em uma área rural da Índia apontam para um aumento da quantia poupada quando há a reserva de dinheiro para poupança e quando os valores são divididos em quantidades menores (SOMAN; CHEEMA, 2011). O que explica o efeito da reserva é a culpa sentida pelo indivíduo ao usar o dinheiro reservado para poupança para outra finalidade, flexibilizando seu orçamento mental. Já o efeito da divisão em quantidades menores pode ser explicado pelo aumento da habilidade dos consumidores em exercer autocontrole quando ele é forçado a pensar mais vezes, dando mais atenção às suas decisões de consumo (CHEEMA; SOMAN, 2008; SOMAN; CHEEMA, 2011). Esses resultados sugerem a relação positiva entre o orçamento mental e a poupança proposta na hipótese H1.

Em sua pesquisa sobre poupança, Mackenzie e Liersh (2011) apontam que mesmo conseguindo explicar o funcionamento dos juros compostos, as pessoas têm dificuldade de entender o efeito cumulativo dos juros fazendo com que elas retardem o início da poupança para aposentadoria subestimando o custo dessa espera em começar a poupar. Esse viés pode levar o consumidor a se preocupar menos com a aposentadoria considerando que mais tarde ele poderá se ocupar disso. Os autores

também concluem que ao deixar mais claro para as pessoas o efeito do crescimento exponencial no acúmulo dos recursos ao longo do tempo, as pessoas poupam mais.

Herchfield et al. (2011) demonstram que as pessoas deixam de poupar para aposentadoria porque têm dificuldade de se conectar com seu futuro, perdem a capacidade de se ver no futuro e prever suas necessidades. Ao ser apresentado à sua imagem projetada no futuro (seu avatar mais envelhecido) o indivíduo poupa mais para a aposentadoria.

Uma estratégia comum para aumentar as taxas de poupança é encorajar os consumidores a definir uma série de metas e razões para poupar, Soman e Zhao (2011) investigam a influencia da quantidade de metas no comportamento de poupança dos consumidores baseado na teoria de intenção de implementação. Os autores concluem que em determinadas situações uma única meta de poupança é mais eficiente em alterar o comportamento dos consumidores para que poupem mais. A definição de mais de uma meta para poupança pode gerar a necessidade de analisar metas que competem entre si aumentando a complexidade do processo e levando os consumidores a adiar as ações relativas à poupança. Enquanto que a definição de uma única meta evoca uma intenção de implementação mais forte levando o consumidor a mudar seu comportamento em relação a poupar.

Essa vantagem da meta única em relação a múltiplos objetivos é atenuada quando é fácil poupar (p. ex. há recursos excedentes), ou quando as múltiplas metas são possíveis de serem integradas ao invés de competirem entre si (SOMAN; ZHAO, 2011).

Este estudo pretende contribuir para o entendimento do comportamento de poupança dos consumidores ao incluir novas variáveis comportamentais e características pessoais que possam explicar o comportamento de poupança em uma determinada faixa de renda, a classe média brasileira.

3.4 Modelo conceitual

Com base na revisão da literatura e em estudos exploratórios anteriores realizados pela autora por meio de entrevistas em profundidade pode-se construir o modelo conceitual da pesquisa. A figura 2 representa o modelo proposto neste estudo. Este arcabouço teórico reúne teorias do comportamento do consumidor e da economia comportamental com o objetivo de identificar os fatores que antecedem a gestão das finanças e as consequências desse processo, especificamente na ocorrência de situações de inadimplência e poupança.

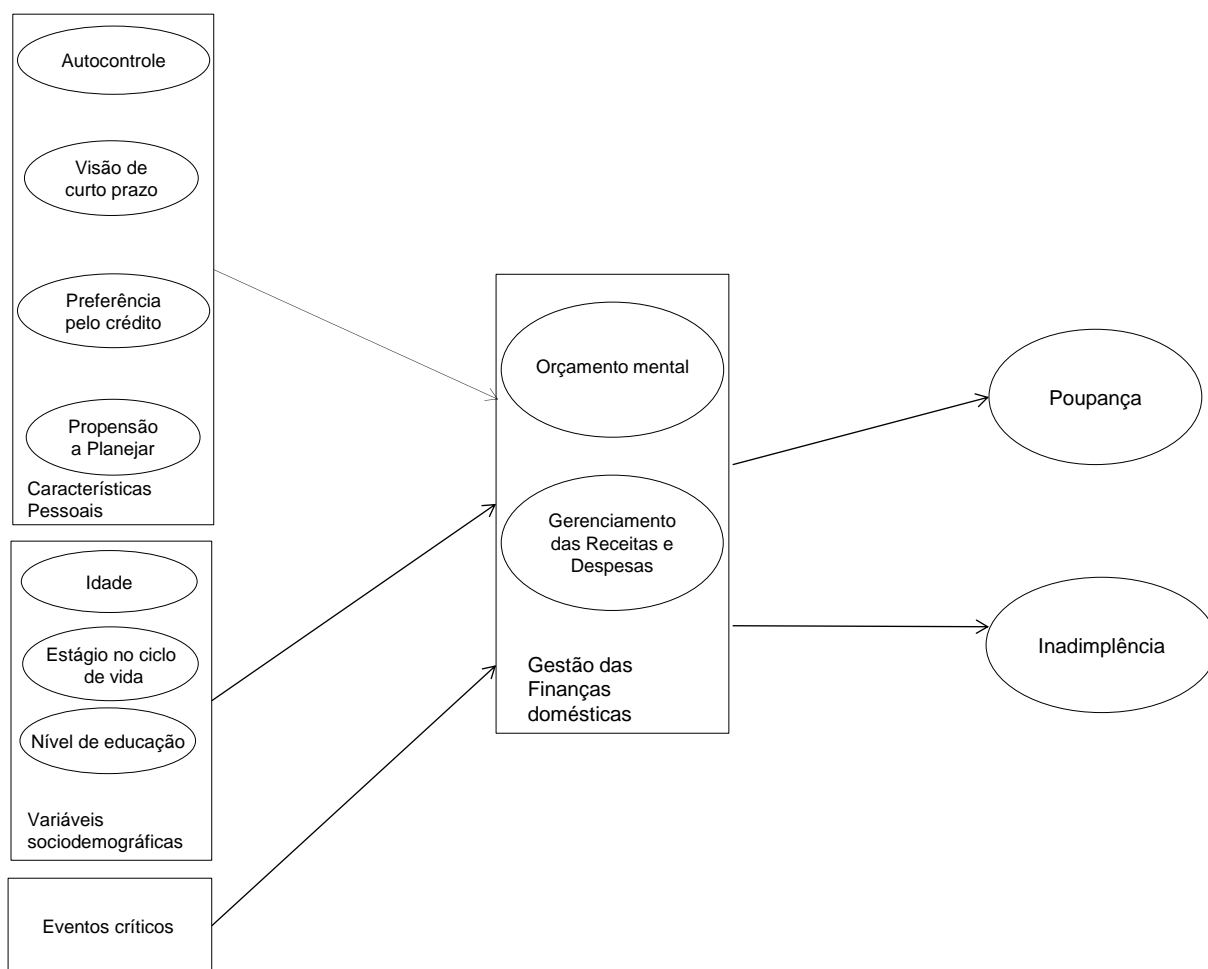


Figura 2 – Modelo conceitual
Fonte: Elaboração própria.

O primeiro bloco de construtos do modelo conceitual proposto envolve teorias do comportamento do consumidor que conferem características aos indivíduos que afetam sua tomada de decisão. O autocontrole considerado como traço de personalidade pode oferecer explicações para a tomada de decisão financeira. Aspectos da teoria de interpretação temporal são investigados com o objetivo de entender como indivíduos com uma visão mais focada no curto prazo tomam suas decisões de compra e de pagamento dessas compras. A preferência pelo crédito é parte do construto atitude para dívida e investigada no âmbito da economia comportamental, contribui para o entendimento da tomada de decisão financeira. Finalmente a propensão ao planejamento complementa o conjunto de características pessoais com potencial para influenciar o comportamento financeiro desses consumidores.

Ainda como antecedentes, são apresentadas variáveis sociodemográficas que podem também influenciar o gerenciamento das finanças domésticas: idade do consumidor, o estágio no ciclo de vida da família e, seu nível educacional formal. A ocorrência de eventos considerados críticos completa o conjunto de antecedentes ao processo de gestão das finanças.

A gestão das finanças domésticas apresenta duas dimensões a serem investigadas: a prática do orçamento mental e o gerenciamento das receitas e despesas.

Como consequências desse processo são investigadas a inadimplência e a poupança. O quadro 3 apresenta um resumo das hipóteses desenvolvidas ao longo desse capítulo a serem testadas na etapa quantitativa do estudo:

Hipótese
H1 A prática do orçamento mental tem relação negativa com a ocorrência de situações de inadimplência.
H1a A prática do orçamento mental tem relação positiva com a poupança.
H2 O gerenciamento das receitas e despesas tem relação negativa com a ocorrência de situações de inadimplência.
H2a O gerenciamento receitas e despesas tem relação positiva com a poupança.
H3 O autocontrole têm relação positiva com a prática do orçamento mental.
H3a O autocontrole tem relação positiva com o gerenciamento das receitas e despesas.
H3b O autocontrole tem relação negativa com a ocorrência de inadimplência.

Quadro 3 – Resumo das hipóteses do estudo (continua)

Hipótese
H3c O autocontrole tem relação positiva com a poupança.
H4 A visão de curto prazo tem relação negativa com a prática do orçamento mental.
H4a Uma visão de curto prazo tem impacto negativo no gerenciamento das receitas e despesas.
H4b A visão de curto prazo tem uma relação negativa com autocontrole.
H5 A preferência pelo uso do crédito tem efeito negativo com a prática do orçamento mental.
H5a A preferência pelo uso do crédito tem efeito negativo sobre gerenciamento das receitas e despesas.
H5b A preferência pelo uso do crédito tem efeito positivo sobre a ocorrência de situações de inadimplência.
H6 Existe uma relação positiva entre a propensão a planejar e a prática do orçamento mental.
H6a Existe uma relação positiva entre a propensão a planejar e o gerenciamento das receitas e despesas.
H6b Existe uma relação negativa entre a propensão a planejar e a ocorrência de inadimplência.
H6c Existe uma relação positiva entre a propensão a planejar e a poupança.
H7 Existe uma relação positiva entre o estágio no ciclo de vida, representado neste estudo pela maternidade e a prática do orçamento mental.
H7a Existe uma relação positiva entre o estágio no ciclo de vida e o gerenciamento das receitas e despesas.
H8 A idade tem relação positiva com a poupança.
H9 O nível de educação formal tem relação negativa com a prática de orçamento mental.
H9a O nível de educação formal tem relação positiva com o gerenciamento das receitas e despesas.
H9b O nível de educação formal tem relação positiva com a poupança.
H10 A ocorrência de eventos críticos tem impacto positivo sobre o gerenciamento das receitas e despesas.
H10a A ocorrência de eventos críticos tem relação positiva com a ocorrência de situações de inadimplência.

Quadro 3 – Resumo das hipóteses do estudo (conclusão)

Fonte: Elaboração própria.

4. METODOLOGIA

O objetivo da tese é entender como os consumidores lidam com suas finanças domésticas, quais características influenciam essa gestão e quais as consequências desse processo. Para atingir esse objetivo, foi desenvolvida uma pesquisa relacional. Para Rosenthal e Rosnow (2008) a pesquisa relacional tem como foco descrever como e o que muda quando outro conjunto de eventos se altera, ou seja, o que acontece quando duas ou mais variáveis ou condições são medidas e relacionadas entre si.

Webley, (1995) defende que do ponto de vista metodológico, estudos das finanças pessoais devem utilizar todos os métodos possíveis a fim de obter insights de diferentes tipos de pesquisas. Para este autor, os estudos nessa área deveriam ter três características: (1) focar no comportamento atual de dos indivíduos ou domicílios; (2) considerar os grupos sociais dos indivíduos investigados; (3) utilização de métodos variados de pesquisa para maximizar insights genuínos a cerca deste comportamento. Com base nessas premissas, este estudo é constituído de uma pesquisa empírica desenvolvida por meio de duas etapas complementares: uma primeira qualitativa e uma etapa quantitativa subsequente. Para Creswell (2007) métodos mistos, que envolvem técnicas qualitativas e quantitativas, permitem uma análise mais abrangente de um problema de pesquisa, podem ser usados para analisar diferentes questões ou unidades de análise.

O Estudo 1, de caráter qualitativo e exploratório, investiga por meio de entrevistas em profundidade o comportamento dos consumidores em relação à gestão de suas finanças domésticas em um grupo de mulheres com renda familiar entre R\$ 1200,00 e R\$ 5000,00. O Estudo 2 constitui uma investigação em uma amostra ampla de consumidores com a mesma faixa de renda familiar com o objetivo de avaliar as relações entre o gerenciamento das finanças domésticas e a ocorrência de situações de inadimplência.

Nos dois estudos optou-se pela investigação apenas no público feminino. Estudos em finanças domésticas atestam que as mulheres são normalmente as responsáveis

pelo controle das finanças, mesmo quando as decisões de compra são majoritariamente tomadas pelos homens. Além disso, em um relacionamento familiar, as mulheres frequentemente ficam responsáveis pelo controle dos pagamentos (KIRCHLER; HOELZL; KAMLEITNER, 2008).

Os dois estudos são complementares e juntos pretendem responder aos objetivos da pesquisa. O estudo qualitativo proporcionou um maior entendimento do fenômeno e proporcionou a estruturação inicial do modelo que está sendo proposto na tese. Por meio do estudo qualitativo foi possível identificar construtos posteriormente incorporados na modelagem quantitativa, tais como: a influência de eventos críticos como antecedentes não só da gestão das finanças como também da ocorrência de situações de inadimplência, o impacto de traços de personalidade como autocontrole, e a influência de fatores demográficos como a maternidade na gestão das finanças domésticas.

O quadro 4 apresenta os objetivos e um resumo da metodologia desses estudos.

Objetivo	Estudo	Metodologia
1. Descrever os processos de gestão das finanças domésticas pelos consumidores em cada um dos seus componentes (orçamento mental e gerenciamento das receitas e despesas);	Estudo 1 Estudo 2	Estudo 1 Tipo de estudo – qualitativo exploratório Método de coleta de dados – entrevistas em profundidade
2 Investigar e ou testar a influência de antecedentes como características pessoais (autocontrole, visão de curto prazo, preferência por crédito e propensão a planejar) e variáveis sociodemográficas (idade, nível de educação formal e estágio no ciclo de vida) em cada um dos componentes da gestão das finanças domésticas;	Estudo 1 Estudo 2	Universo e Amostra – consumidoras com renda entre R\$1.200,00 e R\$5.174,00 moradoras da cidade de São Paulo. Amostra por conveniência
3. Investigar se a ocorrência de eventos críticos (separação conjugal, doença na família, desemprego, nascimento de filho ou aumento no número de moradores na casa – pais ou parentes) influencia a gestão das finanças domésticas e os indicadores de inadimplência e poupança;	Estudo 1 Estudo 2	Estudo 2 Tipo de estudo – quantitativo explanatório
4. Investigar como cada um dos componentes da gestão das finanças domésticas influencia as reações dos consumidores em relação à inadimplência e poupança;	Estudo 2	Método de coleta de dados - levantamento com entrevista por telefone. Universo e Amostra – Clientes de uma loja de departamentos: Mulheres entre 30 e 60 anos Moradoras da cidade de São Paulo Renda familiar entre R\$1.200,00 e R\$5.174,00

Quadro 4 – Objetivos e métodos (continua)

Objetivo	Estudo	Metodologia
5. Investigar como os componentes da gestão das finanças domésticas servem como variáveis mediadoras que ajudam a explicar a relação entre as características pessoais e sociodemográficas e a ocorrência de inadimplência e poupança;	Estudo 2	
6. Oferecer um modelo que integre os construtos que compõe a gestão de finanças domésticas com seus antecedentes (características pessoais e sociodemográficas) e suas consequências (inadimplência e poupança).	Estudo 2	
7. Identificar possíveis peculiaridades na gestão das finanças domésticas de consumidores da classe C.		

Quadro 4 – Objetivos e métodos (conclusão)

Fonte: Elaboração própria.

4.1 Estudo 1- Metodologia da etapa qualitativa

Esta etapa constitui uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo que teve como unidade de análise consumidores da classe C. Este estudo trata de uma questão ainda pouco investigada, além do levantamento de hipóteses sobre os fatores influenciadores da gestão das finanças domésticas e suas consequências, justificando a utilização de uma pesquisa exploratória. Para Collis e Hussey (2005), uma pesquisa exploratória é necessária quando existem poucas evidências a respeito de um determinado tópico a ser investigado.

A escolha da metodologia qualitativa para esta pesquisa é baseada na sua importância no desenvolvimento de uma compreensão inicial sobre um fenômeno (MALHOTRA, 2006; SILVERMAN, 2010). Além disso, considerando os objetivos deste trabalho, uma pesquisa qualitativa é útil para analisar “dados não mensuráveis, como sentimentos, sensações, percepções, pensamentos, intenções, comportamentos passados, entendimentos de razões, significados e motivações de um determinado grupo de indivíduos em relação a um problema específico” (AAKER; KUMAR; DAY, 1995, p.206).

A flexibilidade na obtenção de dados e no relacionamento com os consumidores durante as entrevistas, possibilitada pela pesquisa qualitativa, será muito útil para o estudo e fundamental para identificação de informações que não poderiam ser obtidas por meio de outro método de coleta de dados.

4.1.1 Amostra

A amostra foi constituída buscando uma maior heterogeneidade de características como regularidade da renda (renda fixa vs. variável, recebimento mensal ou diário, etc.), estágio no ciclo de vida e características pessoais das entrevistadas. As condições principais para inclusão de um determinado indivíduo na amostra foram: pertencer à classe C e ser um dos responsáveis pelas decisões de compra no seu domicílio. A escolha por esse segmento de renda pode ser entendida tanto pela importância econômica dessa fatia da população (mais de 50% da população brasileira encontra-se nessa faixa de renda familiar) quanto pelo fato de indivíduos de menor renda estarem mais suscetíveis a enfrentar problemas decorrentes da forma como gerem suas finanças.

Além disso, a investigação em um segmento com maior restrição de renda pode ampliar o conhecimento nas áreas de estudo envolvidas nessa investigação e que foram desenvolvidas, na maioria dos casos, em países desenvolvidos, investigando consumidores em situação financeira mais confortável.

Neste estudo, um consumidor era definido como pertencente à classe C quando possuía renda mensal familiar entre R\$ 1.200,00 e R\$ 5.174,00 (NERI, 2011). A pesquisa foi realizada em uma amostra constituída por mulheres com renda familiar entre R\$1.200,00 e R\$4.000,00 todas pertencentes à classe C segundo critério adotado.

Para definição do número de entrevistados foi seguido o princípio de saturação teórica (GODOI; MATTOS, 2006). Por este princípio, no momento em que as

respostas às indagações começaram a se repetir e uma nova entrevista não ofereceu informações adicionais, a fase de entrevistas pôde ser encerrada.

O teor da entrevista acabou dificultando o aceite por parte das entrevistadas. Muitas vezes a negativa foi justificada pela dificuldade que a pessoa tinha em expor sua situação financeira. A busca das entrevistadas ocorreu por indicação e por intermédio de redes de relacionamento da pesquisadora e das próprias entrevistadas. No total foram entrevistadas 22 mulheres entre 21 e 65 anos, donas de casa, babás, cabeleireiras, diaristas, domésticas, manicures, secretárias e vendedoras.

4.1.2 Coleta de dados

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas em profundidade com questões abertas em um questionário semiestruturado com o objetivo de obter informações mais completas e detalhadas a respeito das motivações e crenças dos entrevistados (BERG, 2004; MALHOTRA, 2006).

Segundo as classificações apresentadas por Godoi e Mattos (2006) o tipo de entrevista utilizada neste trabalho é a baseada em roteiro. Quanto ao foco, as entrevistas podem ser consideradas uma combinação da entrevista em profundidade e focalizada. Na primeira o objeto de investigação está constituído pela vida do entrevistado – ideias, experiências, valores e estrutura simbólica. Na segunda, ao contrário, existe um tema ou foco de interesse que orienta a conversação e pretende responder questões concretas. Parece existir uma complementaridade entre os dois tipos, aliando necessidades de centralizar e ao mesmo tempo aprofundar as investigações (GODOI; MATTOS, 2006).

O instrumento de coleta de dados apresentado no Apêndice A foi construído a partir da leitura de pesquisas recentes sobre comportamento de compra na baixa renda (FUSTAINO, 2009), nas premissas sobre gestão das finanças e sobre a elaboração

de orçamentos familiares. Como a grande maioria dos trabalhos em contabilidade mental utiliza uma abordagem experimental, não foram encontrados muitos trabalhos com questionários para tomar como base. Durante a fase de coleta de dados o roteiro de entrevista foi modificado em alguns pontos com base na experiência das suas primeiras utilizações com o objetivo de tornar o roteiro mais adequado para responder as questões da pesquisa como sugerido por King (1994).

4.1.3 Análise dos dados

A análise dos dados foi realizada com base na técnica de *templates*. Por esta técnica apresentada por King (1994) e Crabtree e Miller (1999), em uma primeira etapa, os dados são organizados por meio da transcrição das entrevistas, e sua subsequente leitura para identificação de repetições e pontos comuns. Na etapa posterior, inicia-se um processo de geração de categorias, em que os dados são reduzidos para representar os principais aspectos relativos ao objetivo do estudo. A maior parte dessas categorias foi estabelecida a partir da fala dos próprios entrevistados. Na etapa seguinte foram produzidos os *templates*, códigos relacionados às categorias estabelecidas, para identificar pontos em que os entrevistados mencionam grupos particulares de assuntos. Desta forma, a análise e a interpretação dos dados foram realizadas utilizando-se as categorias e os códigos definidos. Com o material agrupado em *templates*, foi possível comparar as entrevistas com a fundamentação teórica. O método de *templates* mostrou-se oportuno, pois força o pesquisador a utilizar a informação de forma estruturada, produzindo, portanto, um estudo claro e organizado, como é a proposta de King (1994) e Crabtree e Miller (1999).

As principais categorias ou códigos que emergiram na análise dos dados foram: gestão das finanças (administração dos orçamentos pelos consumidores); autocontrole (traço de personalidade encontrado em parte das entrevistadas), visão de curto prazo (menor preocupação com o futuro), preferência pelo crédito (escolha entre consumir agora utilizando o crédito ou juntar os recursos e só então consumir),

propensão a planejar (tendência do consumidor em planejar suas despesas ou seu orçamento), estágio no ciclo de vida (antes ou após o nascimento dos filhos) e, como consequências da gestão das finanças domésticas: inadimplência e poupança. Seguindo a orientação da técnica de *templates*, esses códigos direcionaram a análise dos dados e auxiliaram a elaboração da seção de resultados.

4.2 Estudo 2 – Metodologia da etapa quantitativa

O estudo 2 desenvolvido dentro do paradigma positivista foi realizado por meio de uma metodologia de corte transversal. O processo de pesquisa, de caráter quantitativo teve como unidade de análise consumidoras moradoras da cidade de São Paulo clientes de uma grande loja de artigos de confecção. De acordo com o objetivo da pesquisa, este estudo é do tipo analítico e prevê o exame das relações entre variáveis a partir de uma lógica dedutiva, em que uma estrutura conceitual é testada empiricamente (COLLIS; HUSSEY, 2005).

Neste estudo, as variáveis independentes que refletem características pessoais dos entrevistados (autocontrole, visão de curto prazo, preferência pelo crédito e propensão a planejar) foram acessadas por meio de escalas já desenvolvidas, testadas e validadas. Com exceção da escala para preferência pelo crédito, as demais escalas foram desenvolvidas em inglês. As questões foram traduzidas, validadas por um grupo com três especialistas em pesquisas do comportamento do consumidor e pré testadas com dez consumidoras com o mesmo perfil da amostra. Questões que apresentaram dificuldade de interpretação pelos entrevistados foram alteradas antes do início da coleta de dados. Os dois construtos latentes que refletem o comportamento dos consumidores em relação à gestão das suas finanças (orçamento mental e gerenciamento das receitas e despesas), também passaram pelo mesmo processo antes de serem incluídos no questionário.

4.2.1 Amostra

A partir do banco de dados de uma grande loja de artigos de confecção, foi extraída uma amostra com cerca de três mil nomes de clientes que possuem o cartão de crédito próprio da loja. Essas consumidoras foram selecionadas segundo os seguintes critérios:

- a. Idade: Mulheres entre 30 e 60 anos;
- b. Local de residência: Cidade de São Paulo;
- c. Renda familiar entre R\$1.200,00 e R\$ 5.174,00 (representantes da Classe C, segundo critério apresentado por Neri (2011)).

Essas consumidoras foram divididas em dois grupos A e B. Esses dois grupos eram distintos na condição inadimplente sim ou não. Para a empresa, o consumidor é considerado inadimplente quando estão com 90 dias ou mais de atraso no pagamento da fatura do cartão. O nome das clientes pertencente ao grupo de inadimplentes já havia sido enviado para os órgãos de restrição de crédito.

Inicialmente a empresa forneceu os nomes e telefones das consumidoras sem indicar em qual situação cada uma delas estava enquadrada. Após a coleta dos dados, os nomes das entrevistadas foram enviados para a empresa que gerou uma codificação e informou a condição de cada uma das entrevistadas, agora sem a informação do nome de cada uma, assegurando o sigilo na informação sobre a situação financeira dessas consumidoras.

4.2.2 Método de coleta de dados

Este estudo segue a metodologia de corte transversal, em que as informações são obtidas simultaneamente, em um único momento e em um curto período de tempo (COLLIS; HUSSEY, 2005). A coleta de dados ocorreu entre os dias 14 de outubro e 26 de novembro de 2012. As principais características desse tipo de pesquisa são: i.

a coleta de dados é feita a partir de perguntas em um questionário estruturado; ii. é baseada em métodos quantitativos utilizados para definir, descrever ou estudar relações entre variáveis e; iii. é realizada em uma amostra da população que se pretende investigar (CRESWELL, 2007).

A coleta de dados desta etapa do estudo foi realizada por meio de levantamento com entrevista por telefone. Para as entrevistas foi elaborado um questionário estruturado contendo os indicadores das variáveis latentes (características pessoais e de comportamento já citadas no item anterior), variáveis sociodemográficas (idade, estágio no ciclo de vida, nível educacional e ocorrência de eventos críticos) e questões sobre o comportamento de poupança desses consumidores, e questões sobre a gestão das finanças domésticas, especificamente sobre orçamento mental e sobre o gerenciamento de receitas e despesas. O desenvolvimento do questionário foi baseado na revisão da literatura, com a identificação de indicadores já validados dos construtos. Para a mensuração desses construtos, usou-se uma escala do tipo Likert, com 5 pontos. Alguns cuidados foram tomados na elaboração do questionário: as questões dos indicadores foram intercaladas para evitar que os respondentes reconhecessem um padrão de resposta; algumas perguntas estavam invertidas para impedir que o respondente considerasse que a maior nota era sempre relacionada à melhor avaliação (ARANHA; ZAMBALDI, 2008; PEDHAZUR; SCHMELKIN, 1991).

A condição para participação da pesquisa era que a entrevistada fosse responsável pelas finanças da casa, este filtro foi colocado já no início do questionário. Após a questão filtro, a seção inicial era composta por questões sobre hábitos de compra para aquecimento e também para ocultar o tema central da pesquisa. A segunda seção do questionário continha os indicadores dos construtos investigados. A terceira e última parte do questionário era composta pelas questões referentes às variáveis sociodemográficas. O questionário completo é apresentado no apêndice B.

Devido à quantidade de entrevistas e por se tratar de um tema de abordagem mais delicada, optou-se pela contratação de uma empresa de pesquisa para a realização do campo. A empresa contratada ficou responsável pela programação dos questionários e contratação das entrevistadoras, a supervisão do trabalho de coleta

foi feita em conjunto pela empresa de pesquisa e a autora do estudo. Das três mil consumidoras do banco de dados, foram obtidos 194 questionários completos.

4.2.3 Variáveis e construtos: definição e medidas

Nesta seção serão apresentadas as definições e medidas utilizadas para as variáveis e construtos utilizados no estudo.

4.2.3.1 Gestão das finanças

As variáveis de comportamento investigadas foram acessadas por meio da adaptação das escalas utilizadas por Antonides, Groot e Raaij (2011).

a. Orçamento mental

A escala para medir o orçamento mental foi construída para captar a ideia da separação dos gastos em categorias, economizar antes de gastar, economizar em um período após gastar no período anterior. Nesta escala o orçamento mental está relacionado apenas com a destinação do dinheiro e não com a origem da receita familiar (ANTONIDES; GROOT; RAAIJ, 2011).

Os itens traduzidos e adaptados são apresentados no quadro 5.

Item	Questões
1	Eu costumo reservar dinheiro (do orçamento) para despesas, como alimentação, vestuário, transporte, etc.
2	Eu nunca gasto mais do que uma quantia fixa em alimentação, vestuário, transporte, etc.
3	Se eu gasto mais em uma coisa, eu economizo em outros gastos.
4	Se num mês eu gasto mais do que o normal em uma coisa, eu gasto menos em outras coisas.

Quadro 5 – Escala para Orçamento mental
Fonte: Adaptado de Antonides, Groot e Raaij (2011).

b. Gerenciamento das receitas e despesas

Antonides, Groot e Raaij (2011) construíram uma medida de atitude para o gerenciamento das finanças com base no questionário para avaliação da capacitação em finanças elaborado por Atkinson et al. (2006). Nesta escala são acessados aspectos da organização das finanças, a tentação de comprar sem ter dinheiro para isso, o pagamento em dia das contas e a preferência por comprar a crédito.

Item	Questões
1	Eu gerencio minhas contas de uma forma muito organizada.
2	Eu sou muito impulsiva e sou tentada a comprar coisas mesmo quando, na verdade, eu não tenho o dinheiro para isso (R).
3	Eu nunca pago minhas contas com atraso.
4	Antes de chegar a conta do cartão de crédito eu já sei quanto vou pagar

Quadro 6 – Escala para Gerenciamento das receitas e despesas

Fonte: Adaptado de Antonides, Groot e Raaij (2011).

Nota: (R) indica perguntas reversas

4.2.3.2 Características pessoais

a. Autocontrole

A escala utilizada para acessar o construto autocontrole foi adaptada da escala compacta apresentada por Tangney, Baumeister e Boone (2004). Na construção da escala, os autores consideraram principalmente os aspectos de autocontrole relacionados ao controle sobre os pensamentos, controle emocional, controle de impulsos, normas de desempenho e quebra de hábitos. Os 36 itens gerados por meio de análises teóricas e empíricas foram testados e a escala foi aprovada em termos de validade e confiabilidade. Além disso, os autores apresentaram uma escala reduzida com 13 itens, com resultados muito próximos aos da escala completa e que também apresentaram resultados satisfatórios. Os autores testaram ainda a relação entre os itens da escala de autocontrole e respostas socialmente

desejáveis. A escala de autocontrole apresentou resultados mais robustos atestando que o resultado se dá muito mais pelo nível de autocontrole em si do que pelas respostas socialmente desejadas, mais uma propriedade para favorecer o uso da escala. As questões traduzidas como utilizadas no questionário estão apresentadas no quadro 7:

Item	Questão
1	Eu sou bom em resistir à tentação.
2	Eu tenho dificuldade em quebrar hábitos ruins. (R)
3	Eu sou preguiçoso. (R)
4	Eu digo coisas que não deveria. (R)
5	Eu faço certas coisas que são ruins para mim, se elas são divertidas. (R)
6	Recuso-me a fazer coisas que são ruins para mim.
7	Eu gostaria de ter mais autodisciplina. (R)
8	Prazer e diversão às vezes me impedem de fazer meu trabalho.(R)
9	Eu tenho dificuldade de concentração. (R)
10	Eu sou capaz de trabalhar efetivamente para objetivos de longo prazo.
11	Às vezes eu não consigo parar de fazer alguma coisa, mesmo sabendo que é errado. (R)
12	Eu muitas vezes ajo sem pensar em todas as alternativas. (R)

Quadro 7 – Escala para autocontrole

Fonte: Adaptado de Tangney, Baumesiter e Boone (2004).

Nota: (R) indica perguntas reversas

b. Visão de curto prazo

Para acessar o construto visão de curto prazo foi adaptada a escala utilizada por Antonides, Groot e Raaij (2011), uma medida para orientação no tempo, adaptada de Stratman et al. (1994) e Petrocelli (2003) com o objetivo de capturar a preferência por focar no curto prazo, negligenciando o futuro e dando maior importância para o presente.

Item	Questões
1	Eu foco apenas no curto prazo
2	Não me preocupo com o futuro
3	Eu vivo mais para o dia de hoje do que para o dia de amanhã.
4	Minha conveniência é muito importante quando vou tomar decisões

Quadro 8 – Escala para visão de curto prazo

Fonte: Elaboração própria

c. Preferência pelo crédito

Para acessar a preferência dos consumidores pelo uso do crédito (cartão de crédito ou financiamento) utilizou-se parcialmente a escala utilizada por Moura (2005) e Ponchio (2006). As três questões utilizadas neste estudo constituem o aspecto de preferência no tempo dos consumidores, ou seja, a preferência dos consumidores entre consumir agora ou postergar o consumo. As questões utilizadas são apresentadas a seguir.

Item	Questões
1	É melhor primeiro juntar dinheiro e só depois gastar. (R) (P)
2	Prefiro comprar parcelado do que esperar ter dinheiro para comprar à vista. (P)
3	Prefiro pagar parcelado mesmo que no total seja mais caro. (P)

Quadro 9 – Escala para preferência por crédito

Fonte: Baseado em MOURA (2005)

Nota: (R) indica perguntas reversas

d. Propensão a planejar

Lynch et al. (2010) desenvolveram uma escala para medir a propensão dos consumidores em planejar. A escala relativa aos aspectos monetários – Propensão a planejar dinheiro – longo prazo foi adaptada para este estudo.

Item	Questões
1	Eu defino metas financeiras para os próximos meses.
2	Eu decido antes como eu vou usar o meu dinheiro para os próximos meses.
3	Eu avalio cuidadosamente o que eu preciso fazer para manter meu orçamento nos próximos meses.
4	Consulto o meu orçamento para ver quanto dinheiro eu tenho que deixar para os próximos meses.
5	Eu gosto de olhar o meu orçamento para os próximos meses para ter uma ideia melhor dos meus gastos no futuro.
6	Planejar minhas finanças para os próximos meses me faz sentir bem.

Quadro 10 – Escala para propensão a planejar

Fonte: Baseado em LYNCH et al. (2010)

4.2.3.3 Variáveis sociodemográficas

Algumas variáveis sociodemográficas parecem influenciar a forma como as pessoas gerenciam suas finanças domésticas. Essas medidas foram obtidas diretamente.

Variável	Definição	Valores que pode assumir
Idade	A idade completa em anos.	Contínuo entre 30 e 60 anos
Nível de educação formal	O nível de educação da respondente segundo os critérios: 1. Fundamental 1 (primário) completo 2. Fundamental 2 (ginásio) completo 3. Ensino médio (colegial) completo 4. Ensino superior completo	Anos completos de escolaridade
Estágio no ciclo de vida da família - Maternidade	Se a entrevistada tem filhos menores de idade	Sim ou não
Ocorrência de eventos críticos nos últimos 6 meses	a) separação b) doença na família c) desemprego d) nascimento de filho e) aumento do número de moradores na casa (pais ou parentes)	Número de eventos críticos que ocorreram nos últimos 6 meses.

Quadro 11 – Variáveis sociodemográficas

Fonte: Elaboração própria.

4.2.3.4 Consequências

a. Inadimplência

A variável Inadimplência é uma medida de comportamento obtida por meio da inclusão do indivíduo no grupo dos inadimplentes. Neste caso, a empresa que forneceu o banco de dados, considera inadimplente o consumidor que está com 90 dias de atraso no pagamento da fatura do cartão da loja e já está com seu nome divulgado nas listas de restrição de crédito.

b. Poupança

Para a investigação da existência ou não de alguma reserva de dinheiro foram desenvolvidas três medidas:

- a. Se a entrevistada tem ou não poupança;
- b. Qual a frequência de depósito;
- c. Qual a finalidade dos depósitos (ou da intenção de depósito).

Neste estudo, a existência ou não de reservas foi usada prioritariamente nas análises (questão1), no entanto, o levantamento das outras duas questões pode ajudar na interpretação dos resultados e ajuda a compor o entendimento do comportamento de poupança das entrevistadas.

5. RESULTADOS – ETAPA QUALITATIVA

Este capítulo apresenta o resultado da análise dos dados obtidos na pesquisa de campo da etapa qualitativa do estudo. São feitas considerações a cerca do comportamento das entrevistadas em relação à gestão de suas finanças domésticas, além de uma relação entre os achados da pesquisa e a teoria. Também são apontadas as características das entrevistadas que podem influenciar a forma como são gerenciadas as finanças e suas consequências.

Os resultados apontam para uma diversidade de comportamentos dos consumidores em relação ao controle das suas despesas, sugerindo que esses diferentes níveis de controle orçamentário influenciam o comportamento de compras das famílias investigadas com impacto na sua capacidade de pagamento e de poupança.

Esta pesquisa possibilitou ainda o entendimento da forma como as consumidoras avaliam, regulam e processam seus orçamentos domésticos, além de revelar algumas estratégias utilizadas por elas para favorecer seu autocontrole e, como consequência, evitar situações de risco de inadimplência e sobre-endividamento. Os relatos das entrevistadas são muito ricos nas descrições de como elas e suas famílias controlam seus orçamentos para conseguir cumprir com seus compromissos financeiros todos os meses, ou mesmo no dia-a-dia.

Entre as entrevistadas encontram-se donas de casa, babás, cabeleireiras, diaristas, domésticas, manicures, secretárias, estudantes e vendedoras com idades variando entre 22 e 65 anos. São mulheres solteiras, casadas, separadas e viúvas que compõem um grupo que pertence basicamente à Classe C, mas que é bastante heterogêneo em outros aspectos, como regularidade da renda (renda fixa vs. variável, recebimento mensal ou diário, etc.), estágio no ciclo de vida e características pessoais. O quadro 12 descreve o perfil das entrevistadas:

Identificação	Ocupação	Estado civil	Idade	Renda Mensal Familiar Declarada
Consumidora A	Diarista	Casada	40	R\$ 3.000,00
Consumidora B	Secretária	Separada	35	R\$ 1.300,00
Consumidora C	Manicure	Solteira	29	R\$ 3.000,00
Consumidora D	Manicure	Solteira	21	R\$ 800,00
Consumidora E	Manicure	Casada	53	R\$ 4.000,00
Consumidora F	Babá	Casada	44	R\$ 3.500,00
Consumidora G	Dona de casa	Casada	57	não sabe informar
Consumidora H	Doméstica	Casada	37	R\$ 1.800,00
Consumidora I	Estudante	Casada	26	R\$ 2.200,00
Consumidora J	Dona de casa	Casada	27	R\$ 2.500,00
Consumidora K	Vendedora	Casada	42	R\$ 2.000,00
Consumidora L	Vendedora	Casada	37	R\$ 2.500,00
Consumidora M	Manicure	Casada	29	R\$ 2.500,00
Consumidora N	Cabeleireira	Casada	52	R\$ 3.200,00
Consumidora O	Manicure	Viúva	65	R\$ 2.000,00
Consumidora P	Manicure	Solteira	35	R\$ 1.800,00
Consumidora Q	Cabeleireira	Viúva	54	R\$ 2.000,00
Consumidora R	Manicure	Separada	50	R\$ 1.400,00
Consumidora S	Manicure	Separada	47	R\$ 2.500,00
Consumidora T	Doméstica	Viúva	46	R\$ 3.000,00
Consumidora U	Manicure	Separada	39	R\$ 1.100,00
Consumidora V	Cabeleireira	Casada	57	R\$ 2.500,00

Quadro 12 – Perfil das entrevistadas na etapa qualitativa

Fonte: Elaboração própria.

Da análise dos dados surgiram oito categorias ou códigos principais: contas mentais, cartão de crédito, controle orçamentário, parcelamento, pagamentos e dívidas, tipo de remuneração, ciclo de vida e poupança, futuro e aposentadoria. Com o objetivo de facilitar o entendimento, esses códigos foram reorganizados e são apresentados com base no modelo conceitual exibido no capítulo 3. Desta forma, este capítulo foi dividido em três partes. Inicialmente são apresentados os aspectos referentes aos processos de gestão das finanças domésticas. A segunda parte está dedicada à apresentação das variáveis que influenciam essa gestão. Em seguida são analisadas as principais consequências da gestão das finanças, inadimplência e poupança.

5.1 Gestão das finanças

Em relação à gestão das finanças, um aspecto que se destacou foi o processo de controle das finanças domésticas. Existe uma grande proporção de entrevistadas

que declara fazer, de alguma forma, este controle de despesas da família. Aparentemente existem níveis de controle diferentes, algumas anotam sistematicamente em caderninhos suas compras (incluindo as compras a crédito) e contas de consumo doméstico. Assim, no início de cada mês já sabem o valor exato de suas dívidas. Essas mulheres apresentam um domínio maior das finanças domésticas e, aparentemente, enfrentam poucos problemas como endividamento e inadimplência.

(sobre o controle das despesas) “Se eu vou em Santo Amaro e vou gastando 10, 20. Quando eu chego em casa eu anoto e vou somando para ver se... eu posso gastar até o meu salário, quando eu chego lá eu paro (...) pra mim o mais importante é não ficar devendo, nem que eu pague todo o meu salário nas dívidas, mas o mais importante é não ficar devendo para o outro mês” (Consumidora A, 40 anos).

“Tenho em casa um caderninho, eu acrescento lá, tanto de aluguel, tanto da menina que cuida da minha filha, tanto de água, de luz e de telefone e o restante que sobra eu tenho que me virar (...)” (Consumidora B, 35 anos).

Outras mulheres demonstram um conhecimento bastante preciso das suas despesas, embora não tenham o hábito de fazer qualquer anotação. O que permite que elas ou o marido tenham esse controle “de cabeça” é a disciplina com que gastam o dinheiro e a pouca variação das despesas de um mês para outro.

“A gente tem uma conta conjunta, a gente quase não usa o cartão, mesmo a comida, a gente paga com dinheiro (...) a gente gasta sempre o mesmo tanto (...) ele controla de cabeça, não anota, mas ele controla bem” (Consumidora E, 53 anos).

“Um controle assim anotado, direitinho eu não tenho. Quando eu preciso comprar alguma coisa que eu vou aí somar tudo para ver se vai entrar no orçamento (...) quando não dá para comprar no mês a gente costuma esperar para o próximo, a gente já vai reservando o dinheiro para comprar no mês que vem” (Consumidora I, 26 anos).

Existe ainda outro grupo que tem pouca noção de quanto gasta por mês, mas acaba utilizando o limite do cartão de crédito como indicador de quando parar as compras. Algumas mulheres desse grupo revelam a dificuldade em fazer um controle mais preciso das despesas, mesmo reconhecendo que se o fizessem teriam menos problemas para honrar suas dívidas.

(sobre o controle das despesas) “tenho que ter, né? Na verdade eu não tenho, eu sou assim, na hora, mas eu nunca anoto. Eu guardo os canhotos do cartão e as contas, mas só faço o controle de vez em quando (...) se eu conseguisse fazer um controle melhor acho que não teria tanto problema para pagar tudo” (Consumidora R, 50 anos).

(sobre o controle das despesas) “não faço nenhum controle, deveria fazer, né? Esse mês mesmo eu passei do limite do cartão, não tenho para quem recorrer e não sei como vou fazer, estou pensando em emprestar no banco, porque senão vai virar uma bola de neve” (Consumidora U, 39 anos).

Algumas relatam que vão gastando e depois, quando atingem o limite, precisam parar, mesmo que o recebimento do próximo salário ainda esteja distante. Os recursos (mesmo que representado pelo limite do cartão de crédito) muitas vezes acabam antes do final do mês.

“(...) tem mês que você ultrapassa, né? Esse mês mesmo eu já ultrapassei, não posso comprar mais nada no cartão de crédito, mas assim não foi com coisa fútil, eu tive que comprar um monte de coisa pra casa” (Consumidora Maria, 29 anos).

“Eu vou gastando (no cartão) e vou vendo na máquina (caixa eletrônico) para não ultrapassar, peço para a minha gerente ver como é que está, eu não posso gastar todo o meu limite, senão não consigo pagar no outro mês, mas às vezes o dinheiro acaba antes do mês acabar” (Consumidora Q, 54 anos).

Considerando a prática do orçamento mental pelas consumidoras, os dados apontam para a existência de grandes contas mentais utilizadas pela maioria para a gestão do orçamento. Essa divisão das despesas em categorias reflete a prática do orçamento mental como preconizado pela contabilidade mental (HEATH; SOLL, 1996). Essas contas são normalmente apontadas como prioridades e indicam uma aplicação do processo de contabilidade mental:

- a. Contas básicas: Luz, água, telefone (no caso de terem telefone fixo);
- b. Alimentação – mesmo quando as compras de alimentos são feitas com cartão de crédito, também denominada de conta do mercado;

- c. Cartão de crédito – acaba agrupando várias contas mentais: vestuário, lazer, remédios, etc.

Uma conta mental identificada na maioria das entrevistas é referente às despesas de água e luz. Fortemente associadas, essas duas despesas têm grande influência na contabilidade mental dessas consumidoras. Pagar as contas de água e luz aparece como prioridade para muitas delas, apesar de, na maioria dos casos, não representarem uma parcela significativa dos gastos. Aparentemente elas temem as consequências da falta de pagamento, que neste caso são imediatas. Nesse ponto, pode-se verificar o sentido da Utilidade Transacional apresentada por Thaler (1985). A utilidade da despesa com luz e água não é representada apenas pelo valor monetário das contas. A este valor é adicionado uma utilidade transacional que representa o risco de ficar sem o serviço, ter seu nome sujo, etc.

“Se fosse o caso de eu ter que escolher (o que deveria pagar), seriam as básicas: água e luz, essas são as minhas prioridades” (Consumidora I, 26 anos).

De acordo com Heath e Soll (1996), as pessoas impõem limites às suas contas mentais, o que pôde ser verificado entre as entrevistadas. Às “contas básicas” são atribuídos os valores históricos de gastos como limitadores. Para “alimentação”, o limite parece ser menos rígido, mas segue também o histórico e a maioria declara gastar praticamente o mesmo valor todos os meses. Já para a conta “cartão de crédito” existem diferenças na forma como as consumidoras impõem seus limites. Algumas utilizam o limite oferecido pelo banco para controlar as despesas, enquanto outro grupo impõe um limite menor do que o do banco, mais adequado à sua capacidade de pagamento. Para um número pequeno de entrevistadas aparecem contas importantes como aluguel, prestação do apartamento ou prestação do carro, compondo sua contabilidade mental.

(sobre o cartão) “o meu tem um limite curto, eu nunca pedi para aumentar, uma vez eles quiseram aumentar, mas eu falei: não, está ótimo como está, porque eu acho que com um limite maior eu vou gastar mais (...) eu nunca passo do limite do banco” (Consumidora F, 44 anos).

O cartão de crédito parece funcionar como um grande simplificador na contabilidade mental dessas mulheres agrupando várias “contas mentais”: vestuário, lazer, remédios, móveis, eletrodomésticos, etc. Quando elas relacionam as principais despesas que têm por mês, a maioria das entrevistadas cita o cartão como uma das

mais pesadas. A fatura do cartão é apresentada entre as prioridades de pagamento para a maioria delas, seja pelos juros altos que são cobrados, seja pela necessidade de usar o cartão novamente no próximo mês.

“Eu não exagero muito no cartão de crédito, mas como eu estou construindo muita coisa eu compro no cartão e tem mês que eu exagero, mesmo assim eu procuro pagar, eu fico sem nada, mas pago o cartão, é minha prioridade porque os juros são muito altos, então é melhor ficar sem pagar outra coisa do que o cartão” (Consumidora S, 47 anos).

Algumas características do consumidor de baixa renda no Brasil parecem influenciar os processos de elaboração e controle dos orçamentos. Em relação à remuneração encontram-se trabalhadoras que recebem salários fixos, variáveis, mensais e remuneração diária. A diferença na forma de remuneração das entrevistadas e seus cônjuges parece influenciar fortemente a forma de controle dos orçamentos pelas famílias. Quando a renda é fixa ou tem pouca variação, o controle é facilitado e há possibilidade de planejamento de despesas e compras. Por outro lado, a renda variável dificulta o planejamento, principalmente no que diz respeito às compras, uma vez que as despesas referentes às contas mensais precisam ser cobertas “de qualquer maneira” e a renda variável acaba limitando o consumo de alguma forma.

(a renda variável) “atrapalha porque eu nunca sei quanto eu vou ganhar e acabo gastando a mais” (Consumidora Q, 54 anos).

“o fato de a renda variar atrapalha porque a gente não pode fazer dívida, porque um mês você pode pagar e no outro não. Eu procuro não exagerar e só comprar o que preciso” (Consumidora S, 47 anos).

O recebimento diário ou mensal também imprime diferenças no controle orçamentário. As entrevistadas que possuem a remuneração diária revelam a necessidade de um controle mais rígido das finanças para que elas consigam cumprir com os seus compromissos. Normalmente precisam ter disciplina para guardar o dinheiro durante alguns dias para pagar as contas, o cartão de crédito, fazer compras de supermercado, etc.

(receber por dia) “é mais fácil do que receber por mês. Eu tenho dinheiro de segunda a sexta e se eu passo no mercado posso aproveitar as ofertas. Antes eu pagava com cheque, assim para quarenta e cinco dias, quando o cheque caía as compras já tinham acabado” (Consumidora K, 42 anos).

(quando recebe por dia) “tem que ter mais cuidado para poder juntar o dinheiro para pagar as contas maiores, em janeiro e julho o movimento cai muito por aqui, então dois meses antes eu guardo todas as moedas de R\$1,00 em um cofrinho e quando chega o mês do movimento fraco tenho uns R\$600 e aí consigo pagar as contas” (Consumidora L, 37 anos).

A diferença entre ser empregado ou trabalhar por conta própria também acarreta formas diversas de lidar com o orçamento e tem influência direta na forma como as decisões de compra são tomadas. A instabilidade na receita acaba inibindo a compra de bens de maior valor com pagamento parcelado.

“(…) hoje eu consigo guardar dinheiro para comprar, porque a gente teve que se adaptar quando ele (o marido) começou a trabalhar por conta, porque como é uma coisa instável, mesmo que não costume variar, pode ser que um dia varie, pode ser que um mês caia. Então a gente não pode ficar gastando assim sem saber o certo (...) quando ele tinha salário fixo, a gente podia falar vai ter tanto. Vamos separar tanto para o mercado, tanto para água, tanto para luz e tal e vai dar para gente fazer a prestação porque é certeza que ele vai receber, então a gente meio que fazia sem medo. Agora, mesmo sendo sempre a mesma média pode ser que um mês seja diferente então a gente não faz, a gente tenta não ficar acumulando muita dívida pro futuro” (Consumidora I, 26 anos).

5.2 Antecedentes da gestão de finanças

Autocontrole

O autocontrole, característica pessoal ou traço de personalidade, parece também influenciar o comportamento dessas consumidoras em relação ao controle que fazem nas suas finanças em concordância com os achados de Rothbaum, Weiz, Snider (1982) e Tangney, Baumeister, Boone (2004). Aparentemente, o autocontrole está presente em uma parcela menor das entrevistadas, esta característica parece acentuar a capacidade de controle, dá a elas uma perspectiva de mais longo prazo

como demonstrado por Fugita et al. (2006), e perpassa as fases da vida formando um aspecto mais estável da personalidade dessas consumidoras como indicado no estudo de Baumeister (2002).

“Eu sempre fui controlada, desde quando eu era mais nova (...) não sou muito de comprar, só compro quando eu preciso” (Consumidora E, 52 anos).

“Eu sempre fui assim, antes de casar já tinha juntado dinheiro para comprar a minha casinha” (Consumidora L, 37 anos).

Visão de curto prazo

Independente da idade das entrevistadas poucas revelam preocupação com a aposentadoria, mesmo as que conseguem poupar, não o fazem com essa finalidade. Parece haver disseminada entre elas uma visão mais de curto prazo, sem preocupação com o futuro o que dificulta o planejamento desta fase da vida.

“Eu faço assim, se eu gosto e eu posso, eu compro, porque eu penso muito assim eu não sei o dia de amanhã, se eu vou estar viva, se eu vou estar com saúde para poder ter essa coisa que eu quero, prefiro resolver já” (Consumidora Q, 54 anos).

Essa necessidade de gratificação imediata que aparece entre as entrevistadas, corrobora os achados do trabalho da Mattoso (2005). Essa autora apresenta uma situação onde os indivíduos não pensam no futuro e vivem com foco muito mais no dia a dia.

“É difícil guardar o dinheiro para comprar depois, quantos anos você vai ter que esperar para comprar quarto (guarda roupa e uma cama)? Por exemplo, se o seu já está quebrado você tem que comprar imediato, é urgente” (Consumidora S, 47 anos).

Neri (2011) também ressalta o aspecto de foco maior no curto prazo, o autor denomina de “curto prazismo tupiniquim” a tendência do brasileiro em geral de atribuir mais importância ao presente e a dificuldade de se ocupar de situações que ocorrerão apenas no longo prazo (aposentadoria, pagamento das prestações a perder de vista, etc.).

Um foco maior no curto prazo pode ser associado à teoria de interpretação temporal. Por esta teoria, situações em futuros distantes necessitam de características mais abstratas para serem entendidas (LIBERMAN; TROPE, 1998). A etapa quantitativa da pesquisa investiga os aspectos relacionados à visão de curto prazo e sua influência na forma como os consumidores lidam com suas finanças domésticas.

Preferência por crédito – cartão de crédito e parcelamento

A compra a prazo é comum à maioria das entrevistadas e muitas vezes aparece como a única forma para obtenção de um produto de maior valor, mas o número de prestações, na maioria das vezes, tende a ser o menor possível. Interessante observar que a maioria das entrevistadas prefere reduzir o número de parcelas, mesmo quando não existe alteração do valor total desembolsado na compra de um bem. Esse procedimento contraria a lógica econômica que preconiza que se o valor a prazo é igual ao valor à vista, o consumidor deveria preferir o maior número de parcelas possível. Mas não é isso que acontece com essas consumidoras. Essa busca pela redução do número de parcelas tem basicamente dois objetivos: algumas mulheres demonstram o desejo de pagar logo pelo produto para restaurar o mais rápido possível o limite e assim poder comprar mais, enquanto outras revelam uma dificuldade maior em controlar parcelamentos muito extensos.

“Compro no máximo em duas, três vezes, só se for muito alto o valor para eu dividir em mais vezes” (Consumidora M, 22 anos).

“Por exemplo, se eu fiz uma compra de R\$100, eu parcelo em duas vezes, o máximo que eu parcelo é 3 vezes, porque parcelar é só jogar a dívida para frente e eu não quero isso, não adianta, depois tem que pagar de qualquer jeito” (Consumidora J, 27 anos).

“Quando eu divido em muitas vezes é mais difícil de controlar, aí eu acho que já acabou, compro e quando vem a fatura não tenho como pagar (consumidora R, 50 anos).”

“Quero pagar logo e aí posso comprar outra vez” (Consumidora M, 22 anos).

O cartão de crédito está amplamente disseminado entre as entrevistadas e aparece como o grande financiador das compras dessas famílias. Muitas revelam que compram basicamente tudo com o cartão, postergando o pagamento para a chegada da próxima fatura. Os relatos das entrevistadas confirmam os achados de Prelec e Lowenstein (1998) em relação à diminuição do aspecto negativo decorrente do momento do pagamento de uma compra quando se utiliza o cartão de crédito. O adiamento do pagamento para o próximo mês parece aumentar a satisfação das consumidoras com a compra e muitas apontam o cartão como o meio de pagamento melhor e mais fácil de ser utilizado.

“Ultimamente eu compro tudo (no cartão), até compra de mercado. Nunca uso dinheiro, compro tudo no cartão, só que tudo controlado. Compro e pago, compro e pago. É bem mais fácil de usar e não precisa ficar tirando dinheiro para pagar as coisas” (Consumidora A, 40 anos).

Uma pequena parcela, no entanto, evita o uso do cartão por medo do endividamento. A relação com o cartão de crédito e com o sistema bancário como um todo é ainda de desconfiança para a maioria das entrevistadas. Ao mesmo tempo em que reconhecem as vantagens do uso do cartão, muitas revelam certo receio em utilizá-lo.

“Eu pago a vista, ou quando é alguma coisa muito cara eu peço pra alguém passar no cartão de crédito, eu não tenho um porque eu não entendo muito de crédito, mas se eu quiser liberar eles (o banco) liberam, mas eu não quis ainda” (Consumidora D, 21 anos).

Muitas revelam ainda que em compras de valor mais alto, como móveis e eletrodomésticos, só voltam a comprar parcelado quando acabam de pagar as parcelas da compra anterior. Essa estratégia é usada tanto pelas consumidoras que compram com carnê, quanto as que compram no cartão apesar de que muitas revelam que quando utilizam o cartão de crédito elas são menos rígidas e podem acabar comprando outros bens antes do término do pagamento das parcelas da compra anterior. Como o cartão aparece como uma categoria de gastos no orçamento mental dessas consumidoras, a flexibilização dessa conta é facilitada. Uma vez que o cartão engloba vários tipos de despesas, fica mais fácil justificar o aumento de despesas em determinada categoria (por exemplo, eletrodomésticos)

mesmo quando ainda restam prestações de uma compra anterior em uma mesma categoria.

“Só penso em comprar outra coisa (um bem de maior valor) quando estiver faltando assim uma parcela (da compra anterior), aí eu arrisco, mas não compro duas coisas assim não” (Consumidora A, 40 anos).

Na compra parcelada, o cartão de crédito parece ter a preferência. Poucas demonstram interesse em fazer carnês ou outro tipo de parcelamento e o motivo principal parece ser a praticidade do uso do cartão, não precisar comprovar renda a cada compra e não depender de ninguém que possa dar referências.

“Depois que eu passei a ter o cartão eu parei com o carnê. O cartão é melhor porque não tem juros, na verdade deve ter lá os juros deles, mas quando você faz um carnê eles cobram e metade do valor que você paga com o parcelamento é juros. No cartão passa sem juros e é bem mais fácil de aprovar” (Consumidora S, 47 anos).

A compra parcelada é a forma encontrada para possibilitar a obtenção de um bem e não é vista como uma vantagem econômica, mesmo quando não são cobrados juros ou quando não há diferença entre o preço à vista e o total parcelado. Como relatado anteriormente, essas consumidoras não parcelam em um número máximo de parcelas, muito pelo contrário, elas procuram parcelar no menor número possível. Esse parcelamento tem impacto na contabilidade mental e no controle do orçamento doméstico. O uso do cartão de crédito para essas compras acaba simplificando a contabilidade uma vez que as parcelas e compras são todas unificadas em uma grande conta mental denominada cartão. Essa simplificação pode ter consequências na flexibilização das contas mentais como visto anteriormente.

A cobrança de juros é vista pela grande maioria como uma situação a ser evitada, mas poucas apresentam uma disposição a esperar para comprar e revelam uma dificuldade grande de poupar para comprar um produto à vista sem incidência de juros ou ainda com um desconto decorrente da condição de pagamento:

“Eu não costumo perguntar se tem desconto à vista, na verdade mesmo que seja mais em conta se for à vista, mas o dinheiro já foi e eu vou ter que passar no cartão mesmo, então não adianta perguntar” (Consumidora B, 35 anos).

O compartilhamento do cartão com uma irmã ou amiga aparece muitas vezes entre as entrevistadas. Em alguns casos a estratégia é simplesmente baratear o custo do cartão dividindo a anuidade. Em outras situações a utilização do cartão de outra pessoa pode colaborar para o autocontrole na hora das compras. Apesar da oferta grande de cartões de crédito, as consumidoras que têm mais de um cartão revelam cautela na sua utilização.

“Tenho um cartão de crédito, a minha irmã é a titular e o meu é adicional, ela conseguiu o cartão primeiro e já tinha um limite aprovado e a gente paga menos anuidade também” (Consumidora A, 40 anos).

“Eu não tenho um cartão meu, eu uso o de uma amiga minha, porque o meu cartão eu já estourei, uma época usava o da minha mãe e estourei também, então agora eu uso o cartão da minha amiga (...) eu recebo o vale e já está certo para pagar o cartão dela, porque se eu comprar num cartão meu eu acabo gastando demais, então eu compro no cartão dela e eu sei que vou pagar direitinho. Se é meu, eu falo é meu mesmo depois eu pago, mas como o cartão é da minha amiga, eu tenho esse compromisso com ela” (Consumidora P, 35 anos).

“Eu tenho dois cartões, mas tenho que controlar, porque senão não dá para cobrir os dois, ou um ou outro” (consumidora R, 50 anos).

Propensão a planejar

Um aspecto surpreendente emergiu da pesquisa: embora muitas consumidoras revelem que controlam suas despesas, poucas demonstram alguma preocupação com seu planejamento. Parece haver uma dedicação maior ao controle das despesas do que um planejamento prévio. A contabilidade acontece na maioria das vezes no pós-consumo, revelando uma dificuldade em prever os gastos antes da sua ocorrência. Como decorrência dessa dificuldade de planejamento uma grande parte das entrevistadas revela ser impossível guardar o dinheiro para comprar um bem à vista mesmo considerando o desconto que conseguiriam nesta situação:

“Eu não faço o planejamento para comprar alguma coisa, faço mais o controle depois que eu já comprei para saber a hora de parar de gastar” (Consumidora J, 27 anos).

A etapa quantitativa da pesquisa explora esse aspecto do planejamento ao introduzir o conceito propensão a planejar apresentado por Lynch et al. (2010). Essa dificuldade em planejar o orçamento doméstico pode ter consequências importantes nas finanças dessas consumidoras ao longo do tempo (LYNCH et al., 2010).

Estágio no ciclo de vida

As diferentes fases da vida em que se encontram as entrevistadas também têm peso sobre a forma como elas fazem o controle de suas despesas. A maternidade aparece muitas vezes como um momento de inflexão na forma de lidar com o dinheiro, conforme Neri (2011) a maternidade torna as mulheres mais previdentes em relação às suas finanças. Algumas revelam ter um comportamento antes da maternidade totalmente diferente do que têm hoje, se antes eram menos preocupadas, gastavam de forma mais irresponsável e imprimiam um menor controle, hoje apresentam uma postura bem diferente:

(sobre o controle das despesas) “esse controle eu venho tendo desde que a minha filha nasceu, porque antes eu não era controlada, meus parentes, minhas primas sempre falavam que eu não tinha controle de nada, mas depois da minha filha eu consegui ter esse controle, para o bem dela, né? Quando eu trabalhava de babá, gastava meu dinheiro todo, também eu não morava com ninguém, não dependia de ninguém, então gastava tudo (...) comprava o que eu queria. Então, desde seis anos pra cá eu consigo ter esse controle e graças a Deus dá pra me virar” (Consumidora B, 35 anos).

Para as que têm filhos o futuro aparece na preocupação em poder proporcionar educação e uma vida melhor para eles, mas não inclui a preocupação com o bem estar delas próprias, como se elas pudessem trabalhar indefinidamente, sem pensar na sua própria aposentadoria.

Ao descrever os momentos em que imprimiam um menor controle orçamentário ou gastavam com menos responsabilidade, algumas entrevistadas revelam ter passado por problemas financeiros decorrentes dessa falta de controle.

5.3 Consequências da Gestão das finanças domésticas

Inadimplência

Algumas entrevistadas revelam ter passado por momentos de inadimplência porque contraíram dívidas além da sua capacidade de pagamento. A experiência negativa dessas situações parece deixar as consumidoras mais atentas aos riscos de voltar a essa situação.

“Eu até tive (cartão) da C&A, mas meu nome foi pra Serasa porque eu não consegui pagar, aí eu estou até tentando ver se daqui algum tempo eu consigo limpar meu nome, porque não é legal ter o nome sujo. Então eu não tenho mais esses cartões, tenho só o cartão de crédito mesmo (...) foi assim, logo quando eu financiei o apartamento. Eu trabalhava em outro salão e o movimento começou a cair porque trocou de dono, e aí a minha preferência era ter dinheiro pra pagar o financiamento, pra mim era o mais importante e ainda é hoje, foi justamente por isso, eu comecei a ganhar menos e não consegui pagar e agora eu estou esperando para conseguir ir lá e pagar” (Consumidora C, 29 anos).

Esses momentos onde aconteceram situações de inadimplência muitas vezes são justificados pela ocorrência de eventos onde a consumidora não tinha controle, como desemprego, separação conjugal, etc.

(quando ficou inadimplente e teve que fazer um acordo) estava numa fase meio difícil, né? Foi no início da separação, meio tumultuadas as coisas, então complicou um pouco para pagar uma dívida ou outra (Consumidora R, 50 anos).

Em alguns casos, a experiência vivida por uma pessoa próxima (pais, tios, irmãos) parece ser suficiente para alertar as consumidoras quanto aos riscos do endividamento e conseqüente inadimplência, mesmo que elas ainda não tenham vivenciado essa situação.

“Quando eu ainda era solteira, eu morava com a minha tia e via a dificuldade dela para pagar as contas, eu via que não era culpa dela, mas pensava em nunca deixar isso acontecer comigo” (consumidora L, 37 anos).

Poupança

Estudos com consumidores de menor renda apontam a dificuldade desses consumidores em fazer alguma reserva de dinheiro, seja para aposentadoria, para a compra de algum bem de maior valor ou para situações de emergência (MATTOSO, 2005). Essa dificuldade de poupar pôde ser confirmada por este estudo. A poupança aparece entre os entrevistados como uma situação desejável, mas difícil de ser conseguida. Entre as entrevistadas, poucas pouparam e a principal justificativa é a falta de recursos excedentes - a renda é pequena para tantas necessidades. Para Katona (1974) a poupança é uma atividade complementar ao consumo, ou seja, o montante gasto no consumo somado à quantia reservada para poupança resulta na renda. No caso dessas consumidoras a renda, muitas vezes, não é suficiente para suprir as necessidades de consumo e poupar passa a ser muito difícil:

“Não tem como guardar, só ele trabalhando (o marido) não sobra nada. Quem sabe quando os meninos (um filho de 26 anos e uma filha de 20 anos) estiverem trabalhando sobra uma coisinha.” (Consumidora G, 57 anos).

Um objetivo maior parece incentivar a poupança, como a compra do carro, de uma casa ou ainda para o futuro dos filhos. Na hierarquia de motivos para poupança apresentada por Lindqvist (1981) este tipo de poupança acontece depois da reserva de recursos para emergências. Mesmo presente em algumas declarações, ter uma poupança é raro para essas famílias e depende do controle que conseguiram imprimir no mês anterior.

“Porque é assim, por que a gente economiza? Pra comprar a casa, ter um carrinho, as coisas que são mais importantes (...) consigo guardar um pouquinho, porque como meus pais moraram comigo eu morro de medo que aconteça alguma coisa com eles e eu não tenha o dinheiro pra poder cuidar e eu ter que trabalhar e não ter quem cuide, entendeu?” (Consumidora E, 53 anos).

“Quando eu não transbordo nas compras (gastar o limite todo do cartão) a gente consegue guardar R\$200 ou R\$300 no máximo, mas é porque a gente tem um objetivo. Essa poupança é para comprar um carro ou uma casa maior” (Consumidora J, 27 anos).

Como a maioria não tem uma reserva, uma grande parte deste grupo de entrevistadas revela que buscariam ajuda na família e apenas uma minoria recorreria aos bancos:

“No caso de uma emergência eu pediria para a família, acho que é o mais natural, minha mãe poderia me ajudar ou as minhas primas” (Consumidora J, 27 anos).

“Quando meu filho ficou desempregado ele ficou devendo umas coisas e ficaram só os juros, mas só que não resolveu, porque ele estava desempregado, né? Quando ele viu já estava devendo R\$2 mil, aí o velho (marido) pegou o dinheiro das férias, foi lá e pagou tudo, aqui um ajuda o outro” (Consumidora G, 57 anos).

Os resultados obtidos nessa fase da pesquisa ajudaram na identificação dos fatores que podem auxiliar no entendimento de como se dá a gestão das finanças domésticas. A importância do estágio no ciclo de vida foi um dos aspectos que surgiram da análise da etapa qualitativa e que não apresentava na literatura uma relação direta com a gestão das finanças. Outra característica que também emergiu do resultado desta etapa é a ocorrência de eventos críticos, embora pesquisas de mercado já apontassem para a importância desses eventos na explicação de situações de inadimplência.

A diversidade de formas de controle, a tendência menor ao planejamento das despesas se comparada ao controle pós-consumo, as estratégias utilizadas pelas entrevistadas para promover o autocontrole, a visão essencialmente focada no curto prazo e a disseminação do uso do cartão de crédito são aspectos que provocaram questionamentos que estimularam a realização da etapa quantitativa onde as relações entre as características pessoais, a forma como os indivíduos gerenciam suas finanças e as consequências dessa gestão são testadas. Os resultados obtidos no estudo qualitativo são importantes fontes para elaboração do questionário e para interpretação dos resultados da próxima etapa.

6. RESULTADOS – ETAPA QUANTITATIVA

Neste capítulo são apresentados os resultados obtidos na etapa quantitativa do estudo, a análise dos dados e o teste das proposições apresentadas no capítulo 3.

Inicialmente foram realizadas análises estatísticas descritivas das variáveis e foi avaliada a adequação dos dados para as análises seguintes. As escalas foram testadas por meio da análise fatorial confirmatória (CFA), em que foram testadas as validades convergente e divergente dos construtos, além da confiabilidade das medidas. As análises foram realizadas com os softwares SPSS 17 e Amos 16. Em seguida são analisadas as relações entre as variáveis por meio de regressões lineares e regressões logísticas binárias.

O capítulo está dividido em quatro seções. Na primeira parte são apresentadas as análises descritivas das variáveis. A segunda seção mostra as análises fatoriais confirmatórias realizadas para os construtos latentes que representam as características pessoais e os componentes de gestão de finanças. Em seguida são apresentadas as análises de regressão para testar a relação entre as variáveis e finalmente, na quarta e última etapa é elaborado um resumo dos resultados obtidos no estudo.

6.1 Análise descritiva dos dados

A análise descritiva das variáveis possibilita a caracterização da amostra estudada e permite a avaliação da adequação dos dados para as análises que serão realizadas para testar as relações entre as variáveis.

Das três mil consumidoras constantes nos dois grupos do banco de dados, foram contatadas 2057 (793 da listagem A e 1264 da listagem B), desses contatos foram

obtidas 194 respostas. O relatório final da pesquisa de campo é apresentado no apêndice C. Os maiores obstáculos para a realização da pesquisa foram problemas com o número do telefone e a recusa em responder, possivelmente em decorrência do teor delicado da pesquisa.

Entre as respondentes 28 declaram renda familiar acima de R\$5.174,00, portanto, fora da faixa de renda correspondente à classe C, e uma consumidora tinha menos de 30 anos. Essas respostas foram eliminadas restando 165 respostas consideradas para a análise. A seguir são apresentados os resultados descritivos da análise das variáveis para caracterização da amostra estudada.

6.1.1 Adimplência e inadimplência

A situação adimplente ou inadimplente de cada entrevistada foi determinada a partir da presença em um dos grupos do banco de dados.

A distribuição de adimplentes e inadimplentes na amostra é de 58,8% de adimplentes e 41,2% de inadimplentes. A ideia era conseguir o mesmo número de respondentes em cada uma das condições, mas houve uma dificuldade maior em obter respostas de um dos grupos que posteriormente foi identificado como o grupo das inadimplentes.

É importante ressaltar que essa proporção não é a encontrada entre os clientes da loja, mas sim atende à especificação que foi feita para o corte na base de dados do varejista. Segundo informações do varejista, a taxa de inadimplentes entre os clientes que possuem o cartão da loja historicamente se mantêm abaixo dos níveis de inadimplência oficiais, que em 2012 chegou a 7,9% (BANCO CENTRAL, 2013).

6.1.2 Poupança

Para identificar o comportamento de poupança das entrevistadas, foram investigadas: a existência de algum tipo de reserva de recursos; a frequência de depósitos (para as que possuem a reserva) e; o motivo principal para poupança (esta questão foi respondida mesmo para as que não possuem reserva, no sentido de entender por que elas poupariam, caso viessem a poupar).

A maioria (66,1%) das entrevistadas não possui nenhum tipo de reserva de dinheiro. Este resultado confirma os achados da etapa qualitativa, em que poucas consumidoras revelaram possuir algum tipo de reserva de recursos. Dos 33,9% de entrevistadas que possuem algum tipo de poupança, 37,5% afirmam fazer depósitos mensais, enquanto que 39,3% dizem não ter uma frequência certa para os depósitos. É interessante observar que um terço das consumidoras que fazem depósitos mensais na poupança pertence ao grupo das inadimplentes. Essa situação, poupar mesmo quando está devendo, não é tão incomum como se pode imaginar e é uma das anomalias no comportamento dos consumidores já identificados em pesquisas anteriores da economia comportamental.

Perguntadas sobre qual a finalidade da poupança ou intenção de poupança entre todas as entrevistadas, a intenção de reservar dinheiro para situações de emergência aparece como a principal finalidade para a maioria das consumidoras (72,1% das entrevistadas). Guardar dinheiro para comprar alguma coisa de valor aparece em 17,6% das respostas, enquanto 10,3% declaram que a finalidade da reserva de dinheiro é a aposentadoria. Este resultado confirma os achados da pesquisa qualitativa, refletindo a menor preocupação com a aposentadoria e uma maior preocupação com situações de emergência sugerindo uma sensação de maior vulnerabilidade desses consumidores em relação à suas finanças.

6.1.3 Variáveis sociodemográficas

A idade dos 165 respondentes varia entre 30 e 60 anos com 63% das mulheres com até 45 anos.

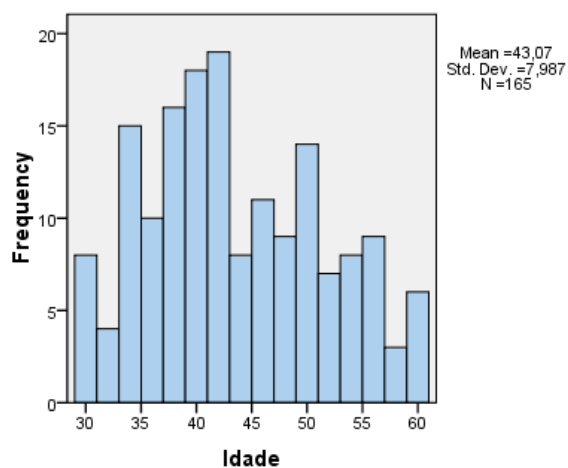


Gráfico 1 – Distribuição por faixa etária dos entrevistados
Fonte: Elaboração própria.

Ao observar a distribuição na amostra dos níveis de educação formal, nota-se uma predominância de consumidoras com o ensino médio completo:

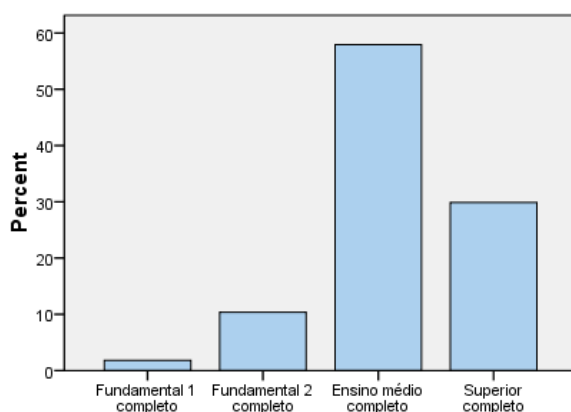


Gráfico 2 – Nível de educação formal
Fonte: Elaboração própria.

A maternidade foi o diferencial considerado para a determinação do estágio no ciclo de vida da entrevistada, 76,4% das entrevistadas têm filho. Considerando que o impacto maior nas finanças domésticas acontece quando os filhos são menores de idade e dependem financeiramente das mães, o indicador do estágio no ciclo de vida foi a existência de filhos menores de 18 anos. Das entrevistadas, 57% estão nessa condição.

6.1.4 Eventos críticos

Os eventos críticos que ocorreram nas vidas das entrevistadas foram somados, assim o valor dessa variável significa a quantidade de eventos que ocorreram nos últimos seis meses.

A maioria das entrevistadas relata não ter passado por nenhuma situação crítica nesse período (63,4%), no entanto, ao comparar os grupos de adimplentes e inadimplentes é possível encontrar uma diferença no percentual de consumidoras que tiveram pelo menos um evento crítico. Enquanto 53% das integrantes do grupo de inadimplentes relata a ocorrência de pelo menos um evento crítico, esse percentual cai para 25% entre as consumidoras adimplentes.

Os dois eventos críticos que aparecem com maior frequência são: desemprego, com 31 citações, e doença na família, com 28 casos. Essas duas situações respondem por 78% das mencionadas pelas consumidoras.

6.1.5 Características pessoais

As estatísticas descritivas dos construtos referentes às características pessoais são apresentadas na tabela 4. O construto AC (autocontrole) possui 12 indicadores, CP (visão de curto prazo) possui 4 indicadores, PC (preferência por crédito) possui 3 indicadores e PP (propensão a planejar), 6 indicadores.

Tabela 3 – Estatísticas descritivas das variáveis pessoais

Indicador	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose
ACa	165	1	5	3,12	1,58	0,02	-1,63
ACb	165	1	5	3,99	1,41	-1,19	-0,06
ACc	165	1	5	4,65	0,85	-2,85	7,88
ACd	165	1	5	3,79	1,25	-0,98	-0,10
ACe	165	1	5	4,41	1,06	-2,00	3,23
ACf	165	1	5	3,81	1,55	-0,78	-1,13
ACg	165	1	5	3,38	1,57	-0,46	-1,39
ACh	165	1	5	4,52	1,10	-2,45	4,92
ACi	165	1	5	4,38	0,99	-1,58	1,43
ACj	165	1	5	4,12	1,28	-1,25	0,18
ACk	165	1	5	4,30	1,11	-1,69	1,94
ACl	165	1	5	4,28	1,16	-1,60	1,48
CPa	165	1	5	1,85	1,31	1,39	0,57
CPb	165	1	5	1,98	1,60	1,19	-0,42
CPc	165	1	5	2,25	1,52	0,86	-0,86
CPd	165	1	5	3,72	1,46	-0,70	-1,08
PCa	165	1	5	2,64	1,50	0,45	-1,27
PCb	165	1	5	2,91	1,63	0,05	-1,66
PCc	165	1	5	2,29	1,51	0,78	-0,95
PPa	165	1	5	3,79	1,37	-0,92	-0,48
PPb	165	1	5	3,88	1,31	-1,07	-0,05
PPc	165	1	5	4,04	1,20	-1,24	0,53
PPd	165	1	5	3,79	1,38	-0,99	-0,39
PPe	165	1	5	4,07	1,30	-1,33	0,51
PPf	165	1	5	4,47	0,97	-2,10	3,85

Fonte: Elaboração própria.

A matriz de correlação desses indicadores é apresentada no apêndice D. A opção pelo uso apenas de questionários completos excluiu a ocorrência de *missing values*. Em seguida foram avaliados os aspectos de normalidade univariada dos dados. Para a análise fatorial confirmatória a avaliação da normalidade dos indicadores é importante. No entanto, não há um consenso sobre o grau aceitável de desvio de normalidade univariada. Empiricamente, considera-se que pode haver problemas quando os valores de assimetria e curtose se aproximam de 3 e 10 respectivamente,

sendo esses considerados valores limites (KLINE, 2005). Neste estudo, a assimetria atingiu um máximo de 2,85 e a curtose 7,88 indicando desvios de normalidade aceitáveis.

6.1.6 Variáveis comportamentais – Gestão das finanças

As estatísticas descritivas dos indicadores das variáveis relativas à gestão das finanças são apresentadas na tabela x. Os construtos OM (orçamento mental) e GR (gerenciamento de receitas e despesas) possuem 4 indicadores cada um.

Tabela 4 – Estatísticas descritivas das variáveis comportamentais

Indicador	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose
OMa	165	1	5	3,79	1,47	-0,88	-0,77
OMb	165	1	5	3,36	1,44	-0,40	-1,24
OMc	165	1	5	4,13	1,22	-1,43	0,93
OMd	165	1	5	4,24	1,10	-1,58	1,72
GRa	165	1	5	3,91	1,24	-0,92	-0,36
GRb	165	1	5	3,86	1,41	-0,99	-0,45
GRc	165	1	5	3,98	1,22	-0,98	-0,18
GRd	165	1	5	4,30	1,12	-1,51	1,19

Fonte: Elaboração própria.

De acordo com os critérios apresentados acima, os desvios de normalidade das variáveis comportamentais também estão dentro da normalidade. A matriz de correlação dos indicadores dos construtos de gestão de finanças é apresentada no apêndice E.

6.2 Análise fatorial confirmatória

O modelo de mensuração dos construtos latentes foi avaliado por meio de uma análise fatorial confirmatória (CFA). Esta análise permite a identificação da validade convergente do modelo de medida, ou seja, se os indicadores correlacionados estão medindo o mesmo construto (ARANHA; ZAMBALDI, 2008). A importância desta etapa consiste em analisar se os itens indicadores utilizados podem ser agrupados em torno da sua média.

6.2.1 CFA Características Pessoais

Os construtos relacionados às características pessoais foram analisados separadamente dos construtos relativos à gestão de finanças. Durante o processo, alguns indicadores foram descartados por não apresentarem resultados satisfatórios observados pela análise dos índices de modificação (*modification index*).

Foi adotado o modelo de estimação de máxima verossimilhança. Para determinar o ajuste do modelo, foram considerados vários índices de ajustes com o objetivo de permitir uma melhor comparação entre modelos (HAIR et al., 2005). Para ajuste geral do modelo, considerou-se a razão do teste chi-quadrado (χ^2) por grau de liberdade (CMIN/DF), o índice de Tucker Lewis (TLI), o índice de ajuste comparativo (CFI) e a raiz do erro quadrático médio de aproximação (RMSEA).

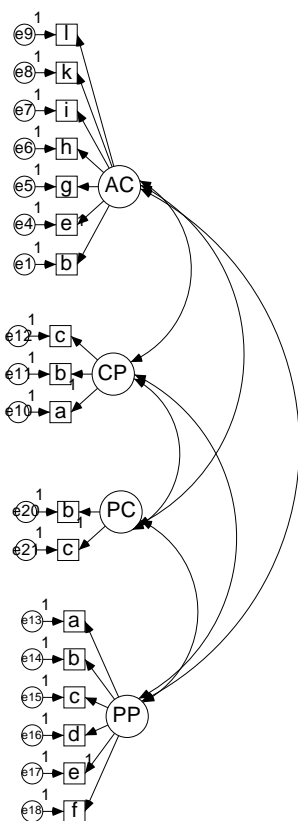


Figura 3 – Modelo final de mensuração para características pessoais
Fonte: Elaboração própria.

De acordo com Hair et al. (2005), uma razão CMIN/DF menor que 2 fornece um ajuste aceitável do modelo hipotético, desde que seja empregado em amostras entre 100 e 200 dados, em função da sensibilidade do teste do chi-quadrado para amostras maiores. No caso deste estudo podemos considerar esse parâmetro, uma vez que temos 165 observações. Para o indicador TLI um valor recomendado é de 0,90 ou mais. O índice CFI pode assumir valores entre 0 e 1 e valores próximos ou superiores a 0,90 também podem indicar um bom ajuste do modelo (HAIR et al., 2005). A medida de discrepância por grau de liberdade (RMSEA) representa a qualidade do ajuste que poderia ser esperado da população independente do tamanho da amostra (HAIR et al., 2005). Valores de RMSEA variando entre 0,05 a 0,08 são considerados adequados, embora existam estudos que sugerem que RMSEA é mais adequado para comparar modelos para amostras maiores (HAIR et al., 2005).

Como resultado da CFA para as características pessoais, alguns indicadores foram descartados. Para o construto autocontrole o modelo final de mensuração ficou com

sete indicadores. Para visão de curto prazo e preferência pelo crédito, foi eliminado um indicador em cada construto, restando, portanto, três e dois indicadores respectivamente. A tabela 5 apresenta os parâmetros para o modelo final de mensuração.

Tabela 5 – Índices de ajuste para o modelo de mensuração para características pessoais

Índices	Modelo de Medição	Valores de Referência
χ^2 / df (qui-quadrado / graus de liberdade)	154,9/129= 1,20	< 2
p-valor	0,06	>0,05
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	0,04	<0,08
Comparative Fit Index (CFI)	0,96	>0,9
Tucker Lewis Index (TLI)	0,96	>0,90
Normed Fit Index (NFI)	0,81	

Fonte: Elaboração própria.

Os índices de ajuste estão dentro dos parâmetros e o modelo de mensuração é considerado adequado.

A validade divergente também foi investigada por meio da CFA, com os construtos combinados dois a dois. Os resultados apontam para a existência de quatro construtos diferentes ($p < 0,01$ e $p < 0,05$) como o esperado.

Os índices de confiabilidade composta apresentam valores adequados para os construtos Autocontrole (0,683), Preferência por Crédito (0,733) e Propensão a Planejar (0,867). No entanto, o construto Visão de Curto Prazo apresenta um índice abaixo do aceitável (0,394).

A investigação mais aprofundada dos indicadores da Visão de Curto Prazo aponta para outros parâmetros também abaixo do limite aceitável, como a variância extraída (0,207) sugerindo problemas na medição dessa variável. Esses problemas podem ter origem na escolha da escala, na tradução ou ainda na interpretação por parte das entrevistadas. Optou-se, portanto, por retirar o construto visão de curto prazo das análises seguintes. Desta forma, os testes das hipóteses H4, H4a e H4b não puderam ser realizados.

6.2.2 CFA Gestão das finanças

O mesmo procedimento utilizado na seção anterior para analisar a validade convergente e divergente dos indicadores dos construtos referentes às características pessoais foi seguido para a análise fatorial confirmatória dos construtos referentes à gestão das finanças domésticas. O modelo inicial de mensuração é apresentado na figura 4:

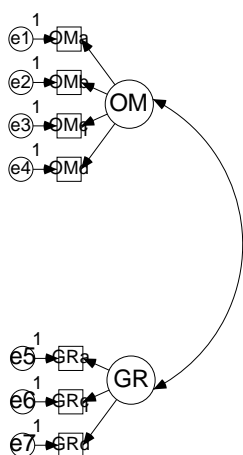


Figura 4 – Modelo final de mensuração para gestão das finanças domésticas
Fonte: Elaboração própria.

Como resultado da CFA para as variáveis de gestão, um dos indicadores do gerenciamento foi descartado (questão 2, quadro 6), restando três indicadores. Para o construto orçamento mental, os quatro indicadores permaneceram no modelo. A tabela 6 apresenta os parâmetros para o modelo final de mensuração.

Os índices de ajuste estão dentro dos parâmetros e o modelo de mensuração é considerado adequado. A investigação da validade divergente também foi realizada por meio da CFA. O resultado aponta para a existência de dois construtos diferentes ($p < 0,01$). Os índices de confiabilidade composta apresentam valores adequados para os dois construtos: orçamento mental (0,730) e gerenciamento (0,696). Com

base nesses resultados, os dois construtos foram considerados para o teste das hipóteses do estudo.

Tabela 6 – Índices de ajuste para o modelo de mensuração para gestão das finanças domésticas

Índices	Modelo de Medição	Valores de Referência
χ^2 / df (qui-quadrado / graus de liberdade)	23,55/13= 1,81	< 2
p-valor	0,035	>0,05
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	0,07	<0,08
Comparative Fit Index (CFI)	0,96	>0,9
Tucker Lewis Index (TLI)	0,94	>0,90
Normed Fit Index (NFI)	0,92	

Fonte: Elaboração própria.

6.3 Teste das relações entre as variáveis

O modelo conceitual do estudo pode sugerir o uso de equações estruturais para análise do modelo completo, no entanto, como as variáveis dependentes (inadimplência e poupança) são binárias optou-se pela realização de uma série de regressões com o intuito de avaliar as relações entre as variáveis. A realização das regressões por parcimônia mostrou-se adequada e os resultados dessas análises são apresentados a seguir.

6.3.1 Modelo 1

- Variável dependente: Orçamento mental
- Variáveis Independentes: Características pessoais – Autocontrole (AC), Visão de Curto Prazo (CP), Preferência por Crédito (PC) e Propensão a Planejar (PP) e variáveis sociodemográficas – Idade, Estágio no Ciclo de Vida, Nível Educacional e Ocorrência de Eventos Críticos.

Com o objetivo de testar as relações entre as variáveis independentes e o orçamento mental, foi realizada uma análise de regressão linear para testar o comportamento das variáveis em conjunto.

Tabela 7 – Resultado da regressão linear com VD orçamento mental

	Não Padronizado		Padronizado	t	Sig.	Colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			Tolerância	VIF
(Constante)	0,857	0,602		1,425	0,156		
Autocontrole	-0,029	0,084	-0,021	-0,341	0,733	0,848	1,179
Preferência por crédito	0,046	0,042	0,065	1,098	0,274	0,939	1,065
Propensão a planejar	0,674	0,06	0,691	11,163	0	*	0,858
Idade	0	0,008	-0,004	-0,065	0,948	0,819	1,221
Ciclo de vida	0,048	0,121	0,025	0,398	0,691	0,821	1,217
Nível educacional	0,026	0,023	0,066	1,135	0,258	0,96	1,041
Evento crítico	0,056	0,118	0,028	0,472	0,638	0,921	1,086
Estatísticas Modelo 1	R2 ajustado	F	21,091				
	0,462	Valor-p=	0,000				

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Nota: *p<0,01, **p<0,05, *** p<0,10

Os resultados da análise de regressão para o orçamento mental apontam para a influência da variável Propensão a Planejar. Esse resultado confirma a hipótese H6 que propõe uma relação positiva entre a propensão a planejar e a prática de orçamento mental. Assim, indivíduos com uma tendência maior a planejar praticam mais o orçamento mental. A elaboração do orçamento mental passa por uma espécie de planejamento, uma vez que os consumidores precisam definir limites de gastos para as diversas categorias.

A hipótese H9 que previa que o nível de educação teria uma relação positiva com a prática do orçamento mental não foi confirmada, uma vez que a variável não apresentou um coeficiente significativo na regressão. As hipóteses H3 e H5,

referentes à influência do autocontrole e da preferência pelo crédito sobre a prática do orçamento mental respectivamente, também não são confirmadas. Esperava-se uma relação positiva do autocontrole e uma relação negativa para os indivíduos que têm uma preferência maior pelo uso do crédito, uma vez que o primeiro deveria facilitar o orçamento mental e o segundo fator deveria tornar o processo mais complexo.

O modelo completo foi utilizado para testar as hipóteses do estudo. Uma segunda análise de regressão linear foi realizada com as mesmas variáveis utilizando o método de seleção de variáveis *stepwise*. O resultado dessa análise apresenta um poder de explicação de 47,1% (R2 ajustado para o modelo, F 147,258 sig 0,000). A variável propensão é a única do modelo final e seu coeficiente padronizado β *prad.* = 0,672 (t 12,135 e p 0,000).

6.3.2 Modelo 2

- Variável dependente: Gerenciamento das receitas e despesas.
- Variáveis Independentes: Características pessoais – Autocontrole (AC), Visão de Curto Prazo (CP), Preferência por Crédito (PC) e Propensão a Planejar (PP) e variáveis sociodemográficas – Idade, Estágio no Ciclo de Vida, Nível Educacional e Ocorrência de Eventos Críticos.

No caso do Gerenciamento das receitas e despesas, os resultados apontam para três variáveis que influenciam esse processo: Autocontrole, Preferência por crédito e Propensão a planejar. A hipótese H3a é confirmada e a relação entre Autocontrole e Gerenciamento é positiva e significativa. Da mesma forma, a Propensão a planejar apresenta uma relação positiva e significativa, assim, indivíduos com mais autocontrole e com maior tendência a planejar fazem um melhor gerenciamento das suas receitas e despesas, confirmando a hipótese H6a.

Tabela 8 – Resultado das regressões variável dependente gerenciamento das receitas e despesas

	Não Padronizado		Padronizado Beta	t	Sig.	Colinearidade	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constante)	-0,502	0,589		-0,851	0,396		
Autocontrole	0,301	0,082	0,224	3,651	0	*	0,848 1,179
Preferência por crédito	0,12	0,041	0,17	2,911	0,004	*	0,939 1,065
Propensão a planejar	0,592	0,059	0,611	10,028	0	*	0,858 1,166
Idade	0,011	0,007	0,096	1,544	0,125		0,819 1,221
Ciclo de vida	0,015	0,119	0,008	0,126	0,9		0,821 1,217
Nível educacional	0,012	0,022	0,03	0,526	0,6		0,96 1,041
Evento crítico	-0,04	0,115	-0,02	-0,346	0,73		0,921 1,086
Estatísticas Modelo2	R2 ajustado	F					
	0,477	22,045	Valor-p=0,000				

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Nota: *p<0,01, **p<0,05, *** p<0,10

Existe ainda relação positiva com a Preferência pelo uso do crédito e o Gerenciamento de receitas e despesas, contrariando a hipótese H5a, que previa uma relação negativa entre essas duas variáveis. Pode-se especular nesse caso que, embora o uso do crédito possa trazer mais complexidade ao processo de gerenciamento das finanças, os indivíduos que preferem usar o crédito para pagar suas compras necessitem fazer uma gestão mais apurada das suas receitas e despesas, melhorando o gerenciamento das finanças domésticas.

As hipóteses, H7a, H9a e H10, referentes às relações entre estágio no Ciclo de vida, Nível educacional e ocorrência de Eventos críticos, respectivamente, e o Gerenciamento das receitas e despesas não apresentaram coeficientes significantes.

O modelo de regressão encontrado pelo método de seleção de variáveis *stepwise* apresenta um poder de explicação de 48,0% (R² ajustado) e ajustes adequados (F=51,549 e valor-p=0,000). Três variáveis apresentam coeficientes significantes: Autocontrole, Preferência por crédito e Propensão a planejar. Os parâmetros encontrados são: coeficientes padronizados β pad.= 0,318 (t=3,990 e valor-p=0,000) para Autocontrole; β pad.= 0,127 (t=3,134 e valor-p=0,002) para a Preferência por crédito e Para propensão a planejar, β pad.= 0,588 (t=10,232 e valor-p=0,000).

6.3.3 Modelo 3

- Variável dependente: Inadimplência.
- Variáveis independentes: Gestão das finanças domésticas – Orçamento mental e Gerenciamento das receitas e despesas.

A relação entre as variáveis de gestão das finanças e inadimplência foram testadas por meio de uma análise de regressão logística binária onde a variável dependente era representada pela presença do indivíduo no grupo de inadimplentes. Os resultados são apresentados na Tabela 9:

Tabela 9 – Resultados da análise de regressão, VD – Inadimplência

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Constante	0,564	0,771	0,535	1	0,465	1,757
Orçamento Mental – Ommedia	0,282	0,215	1,718	1	0,19	1,325
Gerenciamento das receitas e despesas – GRmedia	-0,498	0,215	5,358	1	0,021	** 0,607

Parâmetros modelo: $\chi^2=5,682$ valor-p=0,058 e 60% de acerto na classificação

Fonte: Elaboração própria.

Nota: $D_i\text{Cook}<1$; Resíduos padronizados $>2=0\%$ ⁴

*p<0,01, **p<0,05, *** p<0,10

A hipótese H2 é confirmada e a relação entre o gerenciamento das receitas e despesas e a ocorrência de situações de inadimplência é negativa e significativa. Assim, na medida em que fazem um gerenciamento melhor, os indivíduos diminuem o risco de ficarem inadimplentes. A hipótese H1, que propõe uma relação negativa entre a prática do orçamento mental e a inadimplência, não pode ser confirmada.

⁴ Investigação de casos influentes (FIELD, 2011, p.293).

O modelo apresenta um percentual de acerto de classificação de 60,0%. Ao comparar a matriz de classificação com e sem o modelo nota-se um incremento de 22% no acerto de classificação dos indivíduos inadimplentes.

6.3.4 Modelo 4

- Variável dependente: Poupança.
- Variáveis independentes: Gestão das finanças domésticas – Orçamento mental e Gerenciamento das receitas e despesas.

As relações entre as variáveis de gestão das finanças e a poupança também foram testadas por meio de uma análise de regressão logística binária, os resultados e parâmetros são apresentados na tabela 10:

Tabela 10 – Resultados da análise de regressão, VD – Poupança

	B	S.E.	Wald	df	Sig.		Exp(B)
Constant	-3,283	0,997	10,844	1	0,001	*	0,038
Orçamento Mental – OMmedia	0,105	0,222	0,221	1	0,638		1,11
Gerenciamento das receitas e despesas – GFmedia	0,531	0,237	5,013	1	0,025	**	1,7

Parâmetros modelo: $\chi^2=9,353$ valor-p=0,009 e 66% de acerto na classificação

Fonte: Elaboração própria.

Nota: $D_i\text{Cook}<1$; Resíduos padronizados $>2=1,2\%$

*p<0,01, **p<0,05, *** p<0,10

Os resultados confirmam a hipótese H2a que afirma a relação positiva entre o gerenciamento das receitas e despesas e a poupança. Fazer um bom gerenciamento parece favorecer a poupança, principalmente a poupança residual apresentada por Katona (1974) e apontada por Lindqvist (1981) como resultante do gerenciamento do caixa. O modelo de regressão apresenta 66,1% de acerto na classificação dos indivíduos entre poupadores e não poupadores.

A hipótese H1a que relaciona a prática do orçamento mental com poupança, não apresentou resultado significativo.

A seguir serão testadas as relações diretas entre as características pessoais e as variáveis sociodemográficas e a ocorrência de inadimplência e poupança. A intenção dessas análises é investigar se alguma dessas variáveis tem relação direta com as consequências da gestão das finanças.

6.3.5 Modelo 5

- Variável dependente: Inadimplência.
- Variáveis Independentes: Características pessoais – Autocontrole (AC), Visão de Curto Prazo (CP), Preferência por Crédito (PC) e Propensão a Planejar (PP) e variáveis sociodemográficas – Idade, Estágio no Ciclo de Vida, Nível Educacional e Ocorrência de Eventos Críticos.

A relação entre as características pessoais e as variáveis sociodemográficas e a ocorrência de situações de inadimplência foram testadas por meio de uma análise de regressão logística binária. Os resultados são apresentados na tabela 11.

Tabela 11 – Resultados da análise de regressão, VD – Inadimplência

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Constante	0,624	2,011	0,096	1	0,756	1,867
Autocontrole	-0,01	0,27	0,001	1	0,97	0,99
Preferência por crédito	-0,089	0,128	0,478	1	0,489	0,915
Propensão a planejar	-0,242	0,187	1,675	1	0,196	0,785
Idade	-0,01	0,023	0,198	1	0,657	0,99
Estágio no ciclo de vida	-0,266	0,367	0,524	1	0,469	0,766
Nível de educação	0,03	0,069	0,187	1	0,665	1,03
Evento crítico	0,909	0,272	11,175	1	0,001	* 2,481

Parâmetros modelo: $\chi^2=16,332$ valor-p=0,022 e 66,7% de acerto na classificação

Fonte: Elaboração própria.

Nota: $D_i\text{Cook}<1$; Resíduos padronizados $>2=0,6\%$; *p<0,01, **p<0,05, *** p<0,10

Os resultados apontam para uma única relação direta entre as características pessoais e as variáveis sociodemográficas com inadimplência. A variável Evento crítico tem relação direta, positiva e significativa com a ocorrência de situações de inadimplência, confirmando a hipótese H10a que prevê a associação. As hipóteses H3b, H5b e H6b que preveem as relações entre autocontrole (relação negativa), preferência por crédito (relação positiva) e propensão a planejar (relação negativa) e a ocorrência de inadimplência, respectivamente não puderam ser confirmadas.

Os parâmetros do modelo indicam um percentual de acerto de 66,7% na classificação entre adimplentes e inadimplentes.

Os resultados apontam para uma relação direta entre a ocorrência de eventos críticos e inadimplência. Esse resultado é coerente com os de pesquisas com inadimplentes que relatam como o principal motivo para a falta de pagamento principalmente a perda do emprego (BOA VISTA, 2012). Um dos eventos críticos mais citados pelas consumidoras entrevistadas (18,8% das entrevistadas relatam terem perdido o emprego nos seis meses anteriores à pesquisa). A ocorrência de doença na família (citada por 17% das entrevistadas) é outro evento crítico importante para essas consumidoras. A falta de reservas para emergências parece um importante fator na ocorrência de casos de inadimplência.

A ocorrência de inadimplência parece sofrer influência principalmente de dois fatores: o Gerenciamento das receitas e despesas e a ocorrência de Eventos críticos. É possível propor um modelo parcial para testar essas relações:

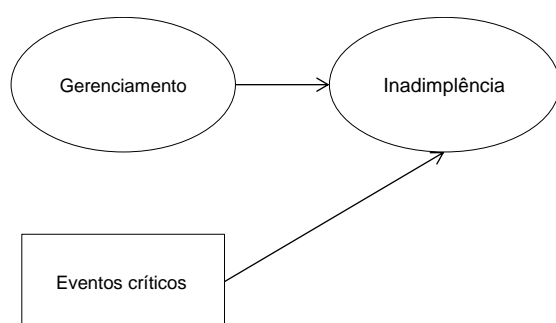


Figura 5 – Modelo regressão – VD – Inadimplência
Fonte: Elaboração própria.

Os resultados apontam para relações significantes entre as variáveis Gerenciamento e Eventos críticos e a ocorrência de inadimplência. Os resultados são apresentados na tabela 12:

Tabela 12 – Resultados da análise de regressão, VD – Inadimplência

	B	S.E.	Wald	df	Sig.		Exp(B)
Constante	0,721	0,73	0,976	1	0,323		2,057
Gerenciamento	-0,373	0,177	4,431	1	0,035	**	0,688
Evento crítico	0,911	0,259	12,392	1	0	*	2,487

Parâmetros modelo: $\chi^2=17,885$ valor- $p=0,000$ e 67,3% de acerto na classificação

Fonte: Elaboração própria.

Nota: $D_i\text{Cook}<1$; Resíduos padronizados $>2=0,6\%$

* $p<0,01$, ** $p<0,05$, *** $p<0,10$

Um modelo alternativo é a moderação da variável evento crítico na relação entre o gerenciamento e a ocorrência de inadimplência. Um moderador é uma variável qualitativa ou quantitativa que afeta a direção e/ou a força da relação entre uma variável independente e uma variável dependente (BARON; KENNY,1986). Os modelos que utilizam variáveis moderadoras têm por objetivo examinar se a relação entre a variável dependente e independente é, por exemplo, reduzida, trazida a zero ou até mesmo tem seu sinal invertido, dada a utilização de uma terceira variável, a moderadora (VIEIRA, 2009).

Para testar o modelo de moderação apresentado na figura 6 é necessário criar uma variável, resultado do produto entre gerenciamento e evento crítico e usá-la na regressão juntamente com as variáveis originais.

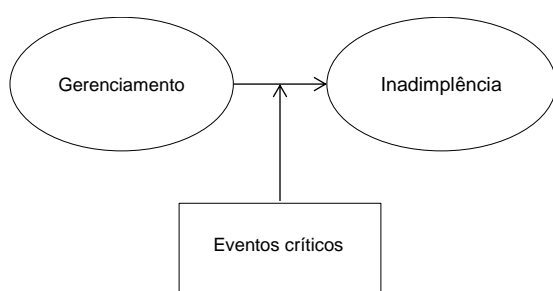


Figura 6 – Modelo com moderação – VI – GR; VD - Inadimplência

Fonte: Elaboração própria.

O modelo com a moderação apresentado na figura 6 teve um resultado interessante, nenhuma das três variáveis independentes (gerenciamento, evento crítico e a interação entre as duas) apresentou resultados significantes (os resultados são

expostos na tabela 13). O percentual de acerto na classificação entre adimplentes e inadimplentes teve um pequeno aumento, no entanto o resultado sugere que não existe uma moderação da variável evento crítico entre o gerenciamento e a ocorrência de inadimplência. Assim, é possível considerar que o gerenciamento e os eventos críticos são independentes e ambas influenciam a ocorrência de inadimplência.

Tabela 13 – Resultados da análise de regressão com moderação

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Constant	0,238	0,859	0,077	1	0,782	1,268
Gerenciamento	-0,255	0,208	1,497	1	0,221	0,775
Evento crítico	2,484	1,526	2,649	1	0,104	11,989
Gerenciamento X Evento Crítico	-0,374	0,353	1,117	1	0,291	0,688

Parâmetros modelo: $\chi^2=19,093$ valor- $p=0,000$ e 68,5% de acerto na classificação

Fonte:

Elaboração própria.

Nota: $D_i\text{Cook}<1$; Resíduos padronizados $>2=1,2\%$

6.3.6 Modelo 6

- Variável dependente: Poupança
- Variáveis Independentes: Características pessoais – Autocontrole (AC), Visão de Curto Prazo (CP), Preferência por Crédito (PC) e Propensão a Planejar (PP) e variáveis sociodemográficas – Idade, Estágio no Ciclo de Vida, Nível Educacional e Ocorrência de Eventos Críticos.

A relação entre as características pessoais e as variáveis sociodemográficas e a poupança foram testadas por meio de uma análise de regressão logística binária. Os resultados são apresentados na tabela 14.

Duas variáveis apresentam relações diretas e significantes com a Poupança: a Propensão a planejar e o Nível educacional. A relação positiva entre Propensão a planejar e Poupança confirma a hipótese H6c e é facilmente explicada, uma vez que poupar exige planejamento na maioria dos casos.

Tabela 14 – Resultados da análise de regressão VD – Poupança

	B	S.E.	Wald	df	Sig.		Exp(B)
Constant	-5,499	1,983	7,692	1	0,006	*	0,004
Autocontrole	0,097	0,27	0,128	1	0,72		1,101
Preferência por crédito	0,028	0,131	0,046	1	0,83		1,029
Propensão a planejar	0,424	0,213	3,939	1	0,047	**	1,527
Idade	0,018	0,024	0,559	1	0,455		1,018
Estágio no ciclo de vida	0,056	0,374	0,022	1	0,881		1,057
Nível de educação	0,143	0,072	3,961	1	0,047	**	1,153
Evento crítico	0,277	0,257	1,164	1	0,281		1,319

Parâmetros modelo: $\chi^2=12,432$ valor-p=0,087 e 67,3% de acerto na classificação

Fonte: Elaboração própria.

Nota: $D_i\text{Cook} < 1$; Resíduos padronizados $> 2 = 2,4\%$

*p<0,01, **p<0,05, *** p<0,10

A hipótese H3c, que previa a relação direta entre Autocontrole e Poupança não pode ser confirmada, pois não apresenta um coeficiente significativo.

A hipótese H9b foi confirmada: há uma relação positiva entre o Nível educacional e a Poupança. Indivíduos mais escolarizados têm um entendimento melhor sobre o funcionamento dos juros compostos e uma visão melhor sobre o acúmulo ao longo do tempo o que leva esses consumidores a poupar mais.

Análogo ao raciocínio utilizado no caso da inadimplência é possível desenhar um modelo parcial para testar as relações entre Gerenciamento, Propensão a planejar, Nível de educação e poupança. Este modelo é apresentado na figura 7.

Os resultados obtidos pelo modelo são apresentados na tabela 16 e apontam para a influência da variável Gerenciamento e do Nível de educação na ocorrência de Poupança. A variável Propensão a planejar que anteriormente apresentava um coeficiente significativo, neste modelo tem um coeficiente não significativo. É possível sugerir um modelo alternativo em que a variável gerenciamento funcione como mediadora da relação entre a Propensão a planejar e a Poupança.

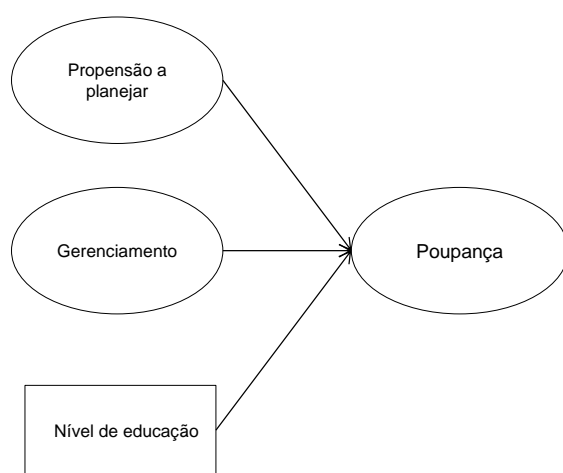


Figura 7 – Modelo parcial de regressão – VD Poupança
Fonte: Elaboração própria.

Tabela 15 – Resultados da análise de regressão VD – Poupança

	B	S.E.	Wald	df	Sig.		Exp(B)
Constant	-4,826	1,262	14,632	1	0	*	0,008
Gerenciamento	0,417	0,244	2,708	1	0,1	***	1,518
Propensão a planejar	0,216	0,213	3,939	1	0,376		1,242
Nível de educação	0,129	0,071	3,316	1	0,069	***	1,153

Parâmetros modelo: $\chi^2=13,664$ valor- $p=0,003$ e 67,9% de acerto na classificação

Fonte: Elaboração própria.

Nota: $D_i\text{Cook}<1$; Resíduos padronizados $>2=2,4\%$

* $p<0,01$, ** $p<0,05$, *** $p<0,10$

O modelo proposto na figura 8 considera a mediação da variável gerenciamento, na relação entre a propensão a planejar e a poupança.

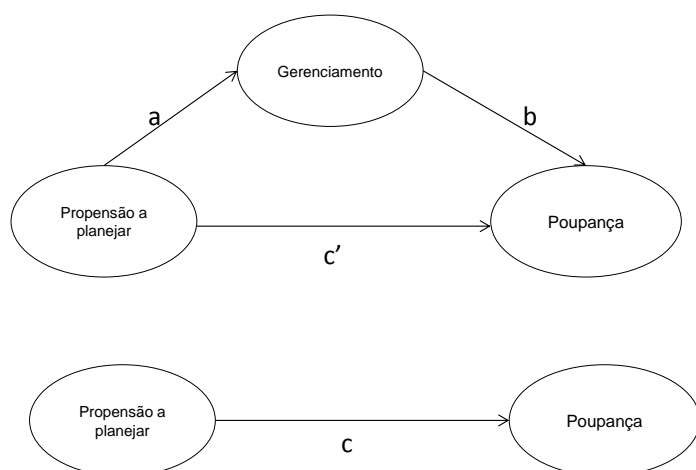


Figura 8 – Modelo com mediação – VD Poupança
 Fonte: Elaboração própria.

Para o teste de mediação é necessário o cálculo de duas regressões indicadas na figura 8 pelas letras a, b. Uma variável é dita mediadora quando responde pela relação entre a variável independente e a dependente. Mediadores explicam como e porque os efeitos ocorrem (BARON; KENNY, 1986). A inserção de uma variável mediadora no modelo da relação entre duas variáveis, neutraliza ou reduz a força do impacto da variável independente sobre a dependente (VIEIRA, 2009).

Os resultados dos coeficientes e dos erros são utilizados para a realização do teste de Sobel (BARON; KENNY, 1986). Neste estudo foi utilizada uma calculadora para o teste de Sobel, disponível em <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>. Os resultados são apresentados na tabela 16.

Tabela 16 – Teste de Sobel – VI Propensão a Planejar; VD Poupança

Análise dos caminhos				Parâmetros do modelo			
Regressão	Coefficientes	Erro padrão	p-valor	R ² /R ² Cox Snell	R ² Nagelkerke	χ^2	p-valor
a	0,626*	0,058	0,000	0,413			
b	0,584*	0,208	0,005	0,054	0,075	9,131	0,004
c	0,500**	0,199	0,012	0,043	0,059	7,221	0,007
c'	NS						
	Estadística do teste	Erro padrão	p-valor				
Teste Sobel	2,717*	0,135	0,007				

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Nota: *p<0,01, **p<0,05, *** p<0,10

O teste apresenta um valor significativo demonstrando o papel mediador da variável gerenciamento entre a propensão a planejar e a poupança. Neste caso, quanto maior a propensão a planejar do consumidor, melhor seu gerenciamento das receitas e despesas e maior sua capacidade de poupança. Em outras palavras, o efeito da Propensão a planejar na ocorrência de Poupança passa pelo Gerenciamento das receitas e despesas.

De forma análoga, é possível testar o papel mediador do Gerenciamento entre o Nível educacional e a Poupança. Neste caso, a regressão linear entre o Nível de educação e o Gerenciamento não apresenta um coeficiente significativo. Assim, não faz sentido avaliar o modelo de mediação (o caminho “a” já não é significativo).

A relação direta entre o Nível educacional e a Poupança deve ser decorrente da maior capacidade dos consumidores mais escolarizados em entender os benefícios da poupança e da forma de acúmulo dos valores ao longo do tempo.

6.3.7 Testes de mediação

As variáveis Autocontrole, Preferência por crédito e Propensão a planejar apresentam coeficientes significantes quando a variável dependente é o Gerenciamento das receitas e despesas. Os testes realizados nessa seção têm por objetivo entender se a variável Gerenciamento atua como mediadora entre essas características pessoais e a ocorrência de inadimplência. De maneira análoga à realizada na seção anterior para testar o papel mediador do Gerenciamento das receitas e despesas na relação entre a Propensão a planejar e a Poupança, os testes serão realizados individualmente.

a. Autocontrole

Os resultados dos coeficientes e dos erros obtidos das análises de regressão apontadas na figura 9 pelas letras “a” e “b” são utilizados para a realização do teste de Sobel (BARON; KENNY, 1986). Neste estudo foi utilizada uma calculadora para o teste de Sobel, disponível em <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>. Os resultados são apresentados na tabela 17.

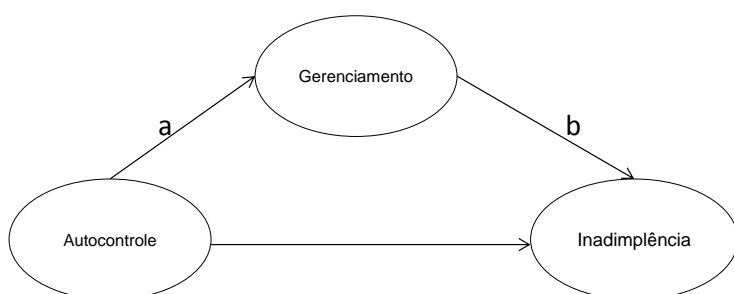


Figura 9 – Modelo com mediação – VI – AC;VD Inadimplência
Fonte: Elaboração própria.

Tabela 17 – Teste de Sobel – VI Autocontrole; VD Inadimplência

Regressão	Coeficientes	Erro padrão	p-valor
a	0,301*	0,082	0,000
b	-0,498**	0,215	0,021
	Estadística do teste	Erro padrão	p-valor
Teste Sobel	-1,956**	0,077	0,050

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Nota: *p<0,01, **p<0,05, *** p<0,10

b. Preferência pelo crédito

De forma análoga ao que foi realizado para a variável Autocontrole foi realizado o teste de mediação pelo Gerenciamento na relação entre a preferência por crédito e a ocorrência de Inadimplência. O modelo testado é exibido na figura 10 e os resultados são apresentados na tabela 18.

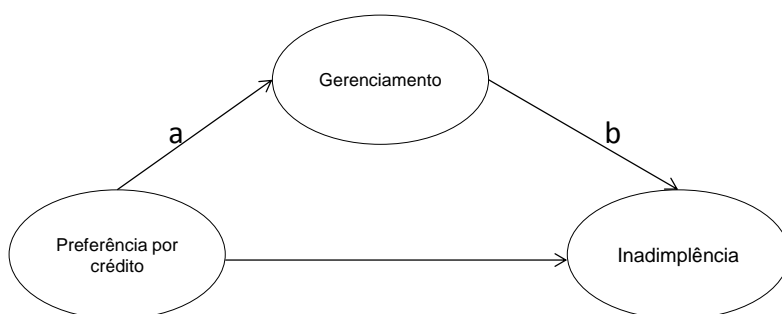


Figura 10 – Modelo com mediação – VI – PC; VD – Inadimplência
 Fonte: Elaboração própria.

Tabela 18 – Teste de Sobel – VI Preferência por crédito; VD Inadimplência

Regressão	Coeficientes	Erro padrão	p-valor
a	0,120*	0,041	0,004
b	-0,498**	0,215	0,021
Estatística do teste		Erro padrão	p-valor
Teste Sobel	-1,816***	0,032	0,069

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Nota: *p<0,01, **p<0,05, *** p<0,10

c. Propensão a planejar

O modelo de mediação apresentado na figura 11 também foi testado e os resultados são apresentados na tabela 19.

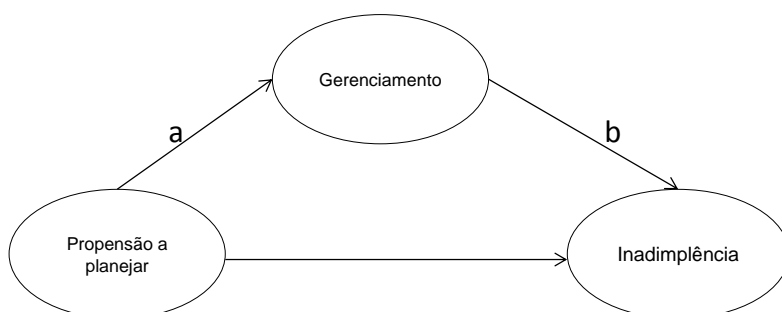


Figura 11 – Modelo com mediação – VI – PP;VD – Inadimplência
 Fonte: Elaboração própria.

Tabela 19 – Teste de Sobel – VD Propensão a Planejar; VD Inadimplência

Regressão	Coefficientes	Erro padrão	p-valor
a	0,674*	0,060	0,000
b	-0,498**	0,215	0,021
	Estatística do teste	Erro padrão	p-valor
Teste Sobel	-2,269**	0,148	0,023

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Nota: * $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,10$

No caso das três características pessoais investigadas o resultado do teste de Sobel foi significativo, indicando o papel mediador da variável Gerenciamento das receitas e despesas na relação entre essas características e a ocorrência de Inadimplência.

Pode-se considerar que a relação entre as características dos consumidores e a ocorrência de situações de inadimplência passa pelo gerenciamento das receitas e despesas, sugerindo que o modelo proposto no estudo reflete as relações entre as variáveis investigadas.

Esse resultado tem implicações relevantes no combate à inadimplência. Pode-se considerar que o estímulo aos consumidores no sentido de melhorar o gerenciamento das suas receitas e despesas pode diminuir a ocorrência de situações de inadimplência.

6.4 Resumo dos resultados

Esta seção apresenta um resumo dos resultados da etapa quantitativa do estudo. São apresentadas as hipóteses e os resultados obtidos nos testes das relações entre as variáveis.

Resultados da análise fatorial confirmatória apontaram a existência de problemas na escala de mensuração da variável Visão de curto prazo. Como o número de indicadores da escala utilizada para esta medida não era muito grande, foi difícil

diminuir o impacto desses aspectos e foi necessário retirar a medida das análises subsequentes.

As análises de regressão linear tendo como variáveis dependentes os dois componentes da Gestão das finanças domésticas (Orçamento mental e Gerenciamento de contas e receitas) apontaram diferentes variáveis com influência em cada um dos fatores. A análise de regressão logística entre as duas variáveis de gestão tendo como variáveis dependentes a inadimplência e a poupança indicaram resultados também diferentes. Esse resultado sugere que os dois construtos – orçamento mental e gerenciamento de receitas e despesas – embora correlacionados, são influenciados por diferentes características pessoais e influenciam também de forma distinta as variáveis consequentes da gestão das finanças domésticas.

A tabela 20 apresenta um resumo das hipóteses propostas neste estudo e os resultados obtidos.

Tabela 20 – Resumo das hipóteses (continua)

Hipótese	Aceita ou rejeita?	Estatísticas
H1 A prática do orçamento mental tem relação negativa com a ocorrência de situações de inadimplência.	(NS)	
H1a A prática do orçamento mental tem relação positiva com a poupança.	(NS)	
H2 O gerenciamento das receitas e despesas tem relação negativa com a ocorrência de situações de inadimplência.	Aceita	B=-0,498 Valor-p=0,021
H2a O gerenciamento receitas e despesas tem relação positiva com a poupança.	Aceita	B=0,531 Valor-p=0,025
H3 O autocontrole têm relação positiva com a prática do orçamento mental.	(NS)	
H3a O autocontrole tem relação positiva com o gerenciamento das receitas e despesas.	Aceita	$\beta_{pad.}=0,224$ Valor-p=0,000
H3b O autocontrole tem relação negativa com a ocorrência de inadimplência.	(NS)	
H3c O autocontrole tem relação positiva com a poupança.	(NS)	
H5 A preferência pelo uso do crédito tem efeito negativo com a prática do orçamento mental.	(NS)	
H5a A preferência pelo uso do crédito tem efeito negativo sobre gerenciamento das receitas e despesas.	Rejeita	$\beta_{pad.}=0,170$ Valor-p=0,004
H5b A preferência pelo uso do crédito tem efeito positivo sobre a ocorrência de situações de inadimplência.	(NS)	
H6 Existe uma relação positiva entre a propensão a planejar e a prática do orçamento mental.	Aceita	$\beta_{pad.}=0,691$ Valor-p=0,000
H6a Existe uma relação positiva entre a propensão a planejar e o gerenciamento das receitas e despesas.	Aceita	$\beta_{pad.}=0,611$ Valor-p=0,000

Tabela 20 – Resumo das hipóteses (conclusão)

Hipótese	Aceita ou rejeita?	Estatísticas
H6b Existe uma relação negativa entre a propensão a planejar e a ocorrência de inadimplência.	(NS)	
H6c Existe uma relação positiva entre a propensão a planejar e a poupança.	Aceita	B=0,424 Valor-p=0,047
H7 Existe uma relação positiva entre o estágio no ciclo de vida, representado neste estudo pela maternidade e a prática do orçamento mental.	(NS)	
H7a Existe uma relação positiva entre o estágio no ciclo de vida e o gerenciamento das receitas e despesas.	(NS)	
H8 A idade tem relação positiva com a poupança.	(NS)	
H9 O nível de educação formal tem relação negativa com a prática de orçamento mental.	(NS)	
H9a O nível de educação formal tem relação positiva com o gerenciamento das receitas e despesas.	(NS)	
H9b O nível de educação formal tem relação positiva com a poupança.	Aceita	B=0,143 Valor-p=0,047
H10 A ocorrência de eventos críticos tem impacto positivo sobre o gerenciamento das receitas e despesas.	(NS)	
H10a A ocorrência de eventos críticos tem relação positiva com a ocorrência de situações de inadimplência.	Aceita	B=0,909 Valor-p=0,001

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Nota: *p<0,01, **p<0,05, *** p<0,10

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo apresenta a discussão geral sobre os resultados obtidos na tese. O capítulo está dividido em cinco seções. Na primeira parte são discutidos os resultados e a sua relação com os objetivos e hipóteses propostas pelo estudo. Em seguida são apresentadas as contribuições teóricas. A terceira parte do capítulo apresenta as contribuições gerenciais e, na quarta seção, as contribuições para políticas públicas. Na quinta e última parte são expostas as limitações do estudo e são feitas sugestões para pesquisas futuras.

7.1 Discussão geral dos resultados

Esta tese investigou os antecedentes e as consequências da gestão das finanças domésticas por meio de dois estudos empíricos complementares. Os resultados demonstram a diversidade de comportamento dos consumidores em relação à gestão de suas finanças domésticas e sugerem que consumidores que imprimem menor esforço na gestão das finanças podem incorrer em situações de inadimplência.

O estudo qualitativo proporcionou um profundo entendimento sobre como os consumidores gerenciam suas finanças domésticas em um contexto de severa restrição de renda. Causou muita surpresa a constatação de que esses consumidores realizam quase ou nenhum planejamento antecipado de seu orçamento, porém costumam anotar e controlar os gastos realizados. De certa forma essa tendência ficou também demonstrada na modelagem da etapa quantitativa, em que o construto Gerenciamento das receitas e despesas – mais relacionado com aspectos de controle – mostrou associações mais fortes com seus antecedentes e

consequências do que o do orçamento mental, mais associado com o processo de planejamento.

Esse maior entendimento do fenômeno investigado forneceu subsídios para a estruturação inicial do modelo que foi testado na etapa quantitativa. Por meio do estudo qualitativo foi possível ainda identificar construtos posteriormente incorporados ao modelo – a influência de eventos críticos como antecedentes não só da gestão das finanças como também da ocorrência de situações de inadimplência, o impacto de traços de personalidade como autocontrole, e a influência de fatores demográficos, como a maternidade na gestão das finanças domésticas. A utilização de uma metodologia mista se mostrou bastante eficiente na investigação desse fenômeno, conforme defende Webley (1995) para os estudos sobre finanças pessoais.

O gerenciamento das receitas e despesas, que reflete principalmente a organização dos consumidores ao lidar com as finanças domésticas, tem impacto negativo na ocorrência de inadimplência e positivo na questão da poupança. Parece que gerenciar as receitas e despesas pode ajudar os consumidores a evitar problemas de inadimplência e ainda conseguir fazer reservas para o futuro.

As características pessoais investigadas impactam de forma distinta os dois componentes da gestão das finanças domésticas. O orçamento mental parece sofrer a influência apenas da propensão a planejar. A relação positiva entre essa característica e o orçamento mental reforça o aspecto de planejamento desse componente da gestão das finanças.

O gerenciamento das receitas e despesas, por outro lado, parece sofrer influência do autocontrole, da preferência por crédito e também da propensão a planejar. A relação positiva encontrada entre o autocontrole e o gerenciamento era esperada e confirma o resultado da pesquisa qualitativa. Já na etapa qualitativa era possível identificar que algumas consumidoras possuíam uma característica mais ligada à sua personalidade que lhes conferia um maior autocontrole refletindo uma capacidade maior de resistir às tentações de consumo. Essas consumidoras também apresentavam um maior controle da sua situação financeira, sugerindo essa relação positiva entre as duas variáveis.

Na etapa quantitativa essa relação foi testada por meio de uma análise de regressão linear e apresentou coeficiente positivo e significativa. Estudos anteriores já haviam encontrado uma relação entre os níveis de autocontrole e diversos resultados positivos, entre eles o controle de impulsos (TANGNEY; BAUMEISTER; BOONE, 2004) e mais especificamente relacionado à questão financeira, melhor administração do dinheiro, maior poupança e menores gastos (ROMAL; KAPLAN, 2005; BAUMEISTER, 2002; HOCH; LOEWNSTEIN, 1991). No entanto, esses estudos não investigaram a relação do autocontrole com o aspecto prático do gerenciamento das receitas e despesas e, tão pouco, investigaram a mediação desse construto na relação entre autocontrole e a ocorrência de situações de inadimplência e poupança.

A relação entre a preferência por crédito e o gerenciamento encontrada na etapa quantitativa contrariou o que havia sido previsto. Esperava-se uma relação negativa entre as duas variáveis, no entanto a relação encontrada foi positiva. Estudos sobre a influência da forma de pagamento atestam que o uso do crédito, especialmente do cartão de crédito, podem levar os indivíduos a consumir mais (PRELEC; LOWESTEIN, 1998; KIRCHLER, HOELZL, KAMLEITNER, 2008; RAGHUBIR, SRIVASTAVA, 2008; FEINBERG, 1986; HIRSCHMAN, 1979). Além disso, espera-se que o uso do parcelamento dos pagamentos possa trazer complexidade ao processo de gestão. A combinação entre um maior consumo e a complexidade da gestão poderia levar os consumidores a gerenciar menos suas contas. No entanto, a relação positiva e significativa encontrada entre essas duas variáveis aponta para uma situação em que a preferência por crédito leva a um aumento do nível de gerenciamento das receitas e despesas.

Este estudo não investigou relações de causa e efeito entre as variáveis. Por se tratar de um estudo de corte transversal, não foi possível testar relações de causalidade. No entanto, diante do resultado encontrado, pode-se especular que um indivíduo que tenha uma preferência maior para usar o crédito para fazer suas compras, procure fazer um melhor gerenciamento das suas finanças, possivelmente para evitar problemas como endividamento e inadimplência, e, conseqüentemente o cancelamento do cartão.

A propensão a planejar também apresentou uma relação positiva e significativa com o gerenciamento das receitas e despesas. Assim, consumidores com níveis mais altos nessa variável gerenciam melhor suas finanças, além de praticarem mais o orçamento mental. Pensando na gestão das finanças como a combinação entre o orçamento mental e o gerenciamento das receitas e despesas, tem-se que, entre as características pessoais, a que mais influencia a gestão das finanças é a propensão a planejar. Seu impacto é forte nos seus dois componentes. Apesar de não aparecer como uma prática muito comum entre as entrevistadas no estudo qualitativo, o planejamento, ou a propensão a planejar em relação ao dinheiro, tem forte impacto na forma como as consumidoras gerenciam seu orçamento familiar.

As variáveis sociodemográficas não apresentaram relação significativa com os componentes da gestão das finanças domésticas. Análises diretas entre essas variáveis e a ocorrência de inadimplência e poupança, apontam para o impacto positivo do nível educacional na reserva de recursos. Esse resultado também foi encontrado por Lunt e Livingstone (1991). Mackenzie e Liersh (2011) demonstram a dificuldade das pessoas em entender o efeito cumulativo da poupança ao longo dos anos, o que faz com que elas subestimem o valor da poupança no futuro. A influência positiva entre o nível educacional e a poupança pode ser explicada pelo melhor entendimento do funcionamento (juros compostos) e dos benefícios (a forma exponencial do acúmulo dos recursos) da poupança entre os indivíduos mais escolarizados.

Apesar de não apresentar uma influência direta com a ocorrência de inadimplência, ao analisar a relação direta com a poupança, a propensão a planejar aparece como uma variável de impacto direto. Com o objetivo de procurar entender como se dá essa relação, foi realizado um teste de mediação. O resultado confirma o papel do gerenciamento das receitas e despesas como mediador entre a propensão a planejar e a poupança.

Outros testes de mediação foram realizados para investigar o papel de mediador do gerenciamento das receitas e despesas na relação entre as características pessoais (autocontrole, preferência por crédito e propensão a planejar) e a ocorrência de inadimplência. Os resultados apontam para a mediação do gerenciamento nessas

relações. Assim, a influência das três características pessoais passa necessariamente pelo gerenciamento das receitas e despesas.

A ocorrência de situações inesperadas ou de impacto nas finanças, denominadas neste estudo de eventos críticos (ocorrência de um ou mais eventos como desemprego, separação conjugal, nascimento de filho, etc.) não parece afetar a gestão das finanças (não há relações com coeficientes significantes). No entanto, existe uma relação direta dessa variável na ocorrência de situações de inadimplência, mas não na capacidade de poupar desses consumidores. O evento crítico é a única variável que apresenta impacto direto na ocorrência de inadimplência e testes de moderação realizados apontam para a independência entre a variável e o gerenciamento na ocorrência de inadimplência. Dessa forma, pode-se supor que mesmo que o consumidor faça um bom gerenciamento das receitas e despesas, a ocorrência de um evento crítico pode afetar sua capacidade de pagamento.

7.2 Contribuições teóricas

A principal contribuição da tese é a integração de vários fragmentos teóricos em um modelo que identifica os antecedentes e as consequências da gestão das finanças domésticas. Para a construção do modelo foram pesquisadas características pessoais e de comportamento normalmente investigadas nas áreas de marketing, psicologia e economia, e mais recentemente, na área que estuda a tomada de decisão financeira e que incorpora o conhecimento dessas três áreas, principalmente.

A etapa qualitativa do estudo buscou identificar os principais fatores que influenciam a forma como os indivíduos fazem a gestão dos seus orçamentos domésticos. Com base nos resultados dessa etapa foi possível identificar diferenças no nível de autocontrole dos consumidores, no foco maior no curto prazo apresentado por

alguns e na preferência pelo uso do crédito para o pagamento das compras. Foi identificada também uma maior dificuldade para fazer o planejamento das finanças, o que fazia com que esses consumidores dedicassem maior esforço no controle pós-consumo. Embora essas características e comportamentos possam ser atribuídos a consumidores de qualquer classe econômica, alguns resultados podem estar mais relacionados a classes econômicas que enfrentam maiores restrições de renda. Dois aspectos merecem destaque:

Primeiro, o uso do crédito é bastante disseminado. No Brasil várias facilidades de pagamento são oferecidas tais como: parcelamento dos valores no momento da compra e pagamento mínimo da fatura. Essas facilidades não são restritas a classes econômicas específicas, mas a forma como são utilizadas e seu significado são distintos. Consumidores com orçamentos mais restritos não consideram o parcelamento sem juros como uma vantagem econômica e sim como uma forma, talvez a única, de adquirir o produto; o valor da parcela é considerado por muitos consumidores mais importante do que o valor total do produto a prazo; em algumas situações os consumidores incorporam o limite do cartão de crédito à sua renda e passam a pagar tudo com o cartão, deixando a conta para ser paga com a receita do mês seguinte, ou seja, quando recebem os recursos, a renda já está totalmente comprometida com os pagamentos, deixando-os sem muita margem para emergências.

Segundo, a dificuldade maior para o planejamento pode ter origem tanto no foco maior no curto prazo quanto na dificuldade de pensar em longos horizontes de tempo, situações que podem ser atribuídas a indivíduos com baixa escolaridade (LYNCH et al., 2009; LIBERMAN; TROPE, 1998).

A elaboração do modelo proposto nesse trabalho foi desenvolvido com elementos que emergiram tanto da pesquisa qualitativa como da pesquisa na literatura sobre o comportamento do consumidor, especialmente dos conceitos oriundos da economia comportamental e da tomada de decisão financeira. O modelo testado no estudo quantitativo apresenta os antecedentes e as consequências do processo de gestão das finanças, possibilitando um avanço no entendimento desse processo. Esses construtos não haviam sido investigados em conjunto e nem as proposições a respeito das relações entre eles, configurando uma contribuição à teoria.

Outra contribuição foi a investigação do fenômeno da gestão das finanças domésticas junto a uma população com maior restrição de renda. Se comparado aos consumidores onde essas teorias têm sido desenvolvidas, principalmente EUA e Europa, os consumidores de classe C no Brasil apresentam uma situação financeira bastante distinta. Características como maior foco em controle do que no planejamento das finanças, preferência pelo uso do crédito para o pagamento das compras, uma visão mais concentrada no horizonte de curtíssimo prazo, e o papel importante da ocorrência de eventos críticos em episódios de inadimplência podem ser consideradas peculiaridades de consumidores que enfrentam maiores restrições de renda e têm níveis de escolaridade mais baixos (ou uma educação de menor qualidade).

A figura 12 apresenta o modelo conceitual com as relações comprovadas pelo estudo. Essas relações foram testadas por meio de regressões por parcimônia. O desenvolvimento de medidas não dicotômicas para as variáveis inadimplência e poupança poderão ser desenvolvidas para aprimorar o entendimento das relações existentes no modelo ao permitir o uso de modelagem por equações estruturais para a calibragem e teste do modelo como um todo.

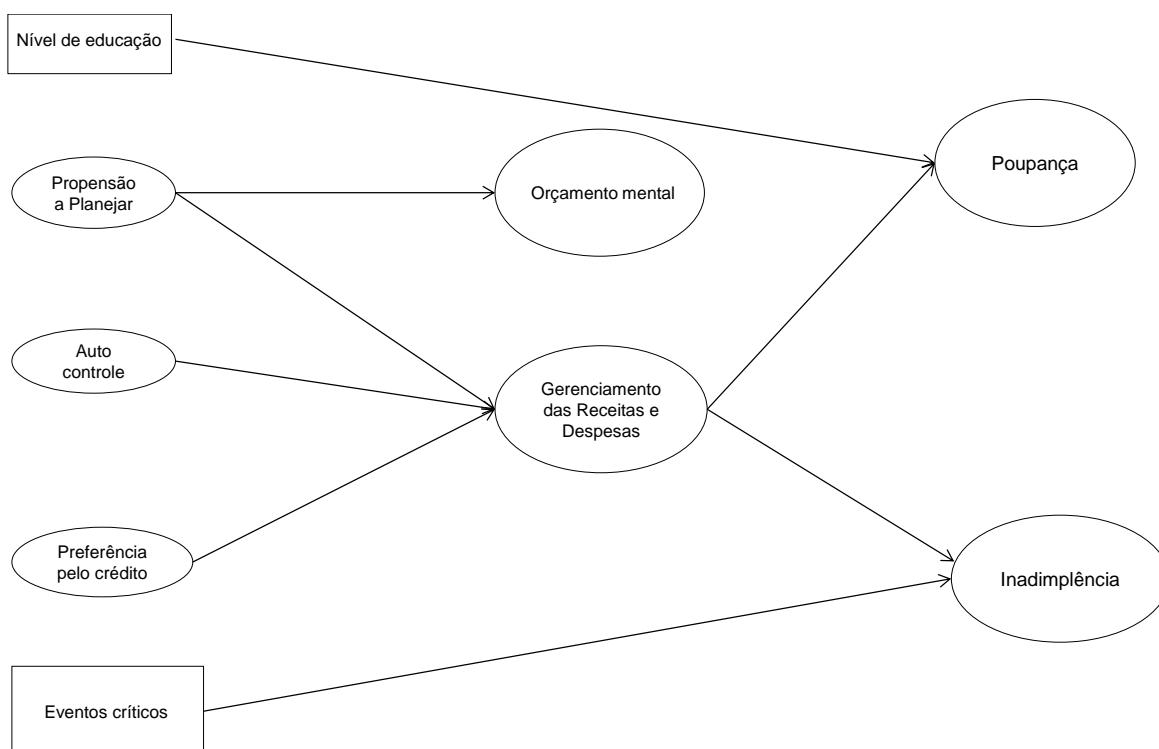


Figura 12 – Modelo conceitual proposto
Fonte: Elaboração própria.

7.3 Contribuições gerenciais

O aumento do endividamento é uma preocupação para as famílias, empresas e governos. No Brasil os níveis de inadimplência também preocupam (7,9% de consumidores inadimplentes em 2012). Para as empresas, a inadimplência dos clientes pode criar descompasso no fluxo de caixa afetando seu resultado. Esta pesquisa revela aspectos do comportamento financeiro dos consumidores de classe C que podem ser relevantes para empresas que atendem esse público.

Empresas envolvidas na concessão de crédito poderiam incorporar o entendimento sobre características dos consumidores e seu comportamento quanto à gestão das finanças em seus modelos de concessão de crédito. Características como autocontrole e propensão a planejar poderiam ser incorporadas aos modelos com o objetivo de melhorar a previsão de inadimplência por parte das empresas. Indivíduos com índices mais baixos de autocontrole tendem a não gerenciar adequadamente suas finanças, o mesmo acontecendo com aqueles com menor tendência ao planejamento, acarretando, assim, maiores incidências de situações de inadimplência.

A Associação Brasileira de Cartões de Crédito (Abecs) aponta para um total de 442,5 milhões de cartões em 2012 (somados os de crédito e de loja), ou mais de 4 cartões por brasileiro economicamente ativo (ABECS, 2013). Os estudos demonstram que na classe C, o uso do cartão de crédito está amplamente difundido. A falta de conhecimento em finanças e a complexidade dos processos que envolvem o uso do cartão (incidência de juros, possibilidade de pagamento mínimo, etc.) são aspectos que preocupam especialistas em educação financeira e também os órgãos de defesa do consumidor (CORBÓ, 2012).

Algumas instituições financeiras têm atuado em programas de crédito consciente, mas o conflito de interesses pode dificultar a obtenção de resultados mais relevantes. No sentido de ajudar o gerenciamento das receitas e despesas, o sistema financeiro poderia criar produtos mais adequados, incluindo a

disponibilidade de informações que favoreçam o controle dos orçamentos por parte dos consumidores. Algumas sugestões são apresentadas a seguir:

- a. Elaboração de uma fatura para pagamento do cartão simplificada favorecendo o entendimento dos consumidores;
- b. Apresentação do histórico de gastos na fatura do cartão, como são indicadas nas faturas das concessionárias de água e energia – a visão do histórico pode ajudar os consumidores a perceber a tendência de gastos e promover as alterações necessárias;
- c. As compras parceladas poderiam ser destacadas na fatura e poderiam ser apresentadas as prestações que ainda restam para pagamento nos próximos meses, indicando quanto do limite dos meses seguintes já estaria comprometido.

Para as instituições financeiras, esse auxílio para o controle orçamentário tem potencial para aumentar a confiança dos consumidores e para a geração de clientes mais fiéis. Além disso, pode ajudar na conscientização dos consumidores e na sua educação financeira de uma maneira mais efetiva. Existe ainda no Brasil um contingente de pessoas excluídas do sistema bancário. Esses clientes podem ficar interessados em abrir sua conta em uma instituição que se mostre efetivamente preocupada em ajuda-los a aprender a lidar com os produtos financeiros, principalmente como o cartão de crédito. A conquista dessa população pode significar crescimento e ganhos para esta instituição financeira.

7.4 Contribuições para políticas públicas

Pensando sobre a diminuição da ocorrência de situações de inadimplência, os resultados da pesquisa apontam para a necessidade de sensibilizar os consumidores a melhorar o gerenciamento de suas receitas e despesas e o planejamento dos seus orçamentos. Essa melhoria depende necessariamente da

promoção da educação financeira da população. A falta de conhecimento e até de habilidade em lidar com questões do orçamento, juros, aplicações financeiras, empréstimos e outros serviços bancários acaba levando os consumidores a incorrer em erros que podem ter consequências graves para sua situação financeira.

Um programa de educação financeira que envolva a explicação básica dos conceitos e aplicações práticas simples pode ajudar a preencher essa lacuna na preparação desses consumidores. O país vive hoje um momento de prosperidade aliado a vários esforços no sentido de diminuir a desigualdade entre as classes econômicas. Resultados positivos já podem ser apontados, pois, mesmo que timidamente, os índices de desigualdade vêm melhorando no Brasil. Esse movimento deve trazer um número grande de pessoas para dentro do sistema bancário. Muitas dessas pessoas são carentes de informações sobre como lidar com suas finanças pessoais e com os produtos e serviços que lhes são oferecidos. A falta de informação pode gerar grandes problemas para esses consumidores, como ter seu “nome sujo”, dívidas acumuladas e todos os efeitos negativos que um endividamento pode acarretar.

Bertrand, Mullainathan e Shafir (2006) argumentam que pequenas intervenções públicas podem refletir uma grande mudança no padrão de comportamento financeiro dos mais pobres. Entre essas mudanças, os autores ressaltam a importância em alterar padrões de consumo e poupança, frente à dificuldade de poupar demonstrada por esse segmento de consumidores (BERTRAND; MULLAINATHAN; SHAFIR, 2006). Nesse sentido, o incentivo público ao planejamento terá efeito sobre aumento da possibilidade de poupança por parte dos consumidores. Campanhas explicativas sobre os benefícios da reserva de recursos tanto para situações de emergência – preocupação evidenciada na pesquisa com os consumidores, ou para a compra de um bem de maior valor –, ou ainda para aposentadoria, poderiam ajudar as famílias a incrementar suas reservas minimizando os efeitos que a ocorrência de um evento crítico pode ter sobre a situação financeira das famílias.

7.5 Limitações e sugestões para estudos futuros

A amostra utilizada restringe a investigação ao universo de clientes de uma loja de artigos de confecção que possuem o cartão próprio da loja. Além disso, foram entrevistadas apenas mulheres, e embora, elas sejam as principais responsáveis pela gestão das finanças domésticas, muitas revelam que não fazem a gestão das finanças sozinhas. A investigação entre os homens pode revelar resultados distintos.

O uso de medidas dicotômicas para as variáveis dependentes, inadimplência e poupança, limitou o uso da técnica de equações estruturais para análise do modelo como um todo. O desenvolvimento de outros indicadores de caráter contínuo para as duas variáveis pode eliminar essa limitação.

O estudo restringiu a investigação a um segmento da população: famílias de classe C. Estudos futuros poderiam dedicar-se a pesquisar outros segmentos econômicos com o objetivo de proporcionar uma comparação entre os resultados.

Entre as características dos consumidores investigadas na tese, a visão de curto prazo apresentou problemas na sua medição. A utilização de uma nova escala ou a adequação desta que foi utilizada permitiria o uso dessa medida no modelo. Outra limitação de escalas de medida é referente à escala de orçamento mental. Esta escala captura a ideia da separação das contas mentais, porém não mede o processo exato de orçamento mental realizado pelos indivíduos. O método de coleta de dados, neste caso também pode não ser o mais adequado. Como o processo de orçamento mental ocorre muitas vezes de forma inconsciente, o acesso via entrevistas pode não ser eficiente.

Houve muito cuidado na elaboração do questionário para adotar uma linguagem de fácil entendimento, porém a pesquisa pode ter utilizado termos que não fazem parte do vocabulário cotidiano dos entrevistados, o que pode ter dificultado o entendimento de algumas questões e pode ser uma fonte de ruídos de resposta. Como se trata de uma investigação de temas pessoais e até delicados ao consumidor, torna-se difícil garantir o controle para se evitar o viés provocado por respostas socialmente aceitas.

Estudos futuros podem buscar superar as limitações apontadas com o objetivo de testar o modelo de forma mais completa e em amostras com consumidores de diferentes perfis econômicos. Outras características pessoais podem ser investigadas aumentando o poder de explicação do modelo.

Para ampliar o entendimento sobre o processo de orçamento mental e as relações com as características dos consumidores, outros métodos de pesquisa podem ser utilizados, como a metodologia experimental trazendo novos insights sobre a causalidade entre as variáveis envolvidas nos fenômenos da gestão das finanças domésticas.

REFERÊNCIAS

AAKER, David; KUMAR, V.; DAY, George S. *Marketing Research*. 5th ed. New York: John Wiley & Sons, 1995.

ABECS, Associação brasileira das empresas de cartões de crédito e serviços. Indicadores de mercado 2012. Disponível em: <http://www.abecs.org.br/site2012/indicadores.asp>. Acesso em: 01/02/2013.

AGUIAR, Luciana; TORRES, Haroldo G.; MEIRELLES, Renato. O consumidor de baixa renda. In: PARENTE, Juracy; LIMEIRA, Tânia M.V; BARKI, Edgard. *Varejo para Baixa Renda*. Porto Alegre: Bookman, 2008. Cap.1, p. 13-32.

AJZEN, Icek. The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 50, n. 2, p. 179–211, 1991.

AMAR, Moty; ARIELY, Dan; AYAL, Shahar; CRYDER, Cyntia E.; RICK, Scott I. Winning the battle but losing the war: the psychology of debt management, *Journal of Marketing Research*, Special Issue, p. 38-50, 2011.

ANDERSON, Fredrik; CHOMSISENGPHET, Souphala; GLENNON, Dennis; LI, Feng. The Changing Pecking Order of Consumer Defaults, 2011. Disponível em: <http://ssrn.com/abstract=1939507>. Acesso em: outubro de 2012.

ANTONIDES, G.; GROOT, I.M.; RAAIJ, W. F. Mental budgeting and the management of household finance, *Journal of Economic Psychology*, v.32, p.546-555, 2011.

ARANHA, Francisco, ZAMBALDI, Felipe. *Análise fatorial em administração*. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

ATKINSON, A., McKAY, S., KEMPSON, E., COLLARD, S. Levels of financial capability in the UK: Results of a baseline survey. *Consumer Research Report 47*. London: Financial Services Authority, 2006.

BANCO CENTRAL. Política monetária e operações de crédito do SFN, Nota para a Imprensa, 2013, em <http://www.bcb.gov.br/?ECOIMPOM>, acesso em 25 de janeiro de 2013.

BARBOSA-FILHO, Nelson H. A Simple Model of Demand-Led Growth and Income Distribution, *Revista EconomiA*, v.5, n.3, p.117–154, 2004.

BARKI, Edgard. *Distribution Strategies for the Base of the Pyramid: An Exploratory Study in Brazil*. 2010. 260 f. Tese (Doutorado em Administração) – Fundação Getúlio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo.

BARON, Reuben M.; KENNY, David A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 51, n.6 , p. 1173-1182, 1986.

BAUMEISTER, Roy F. Yielding to temptation: self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior, *Journal of Consumer Research*, v.28 p. 670-676, 2002.

BERG, Bruce. *Qualitative research methods*. Boston: Pearson, 2004.

BERTRAND, Marianne; MULLAINATHAN, Sendhil; SHAFIR, Eldar. A behavioral-economics view of poverty, *American Economic Review*, v. 94, n. 2, p. 419-423, 2004.

BERTRAND, Marianne; MULLAINATHAN, Sendhil; SHAFIR, Eldar. Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n. 1, p. 8-23, 2006.

BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F. *Comportamento do Consumidor*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

BOA VISTA. Pesquisa perfil do inadimplente: 3º semestre de 2012, *Indicadores e Estudos Econômicos*, 2012.

BRONZATTO, Thiago. Um país que rasga dinheiro, *Revista Exame*, n. 14, 2011.

CANOVA, Luigina, RATTAZZI, Anna Maria Manganelli, WEBLEY, Paul. The hierarchical structure of saving motives. *Journal of Economic Psychology*, v.26, p.21-34, 2005.

CARVALHO, Jiane. Itaucard testa novo produto voltado para a baixa renda. *Gazeta Mercantil*, 22 /03/2007. Disponível em < <http://indexet.gazetamercantil.com.br>>. Acesso em: 20 out. 2008.

CHATTERJEE, Satyajit; Corbae, Dean; NAKAJIMA, Makoto; RÍOS-RULL, José-Víctor. A quantitative theory of unsecured consumer credit with risk of default, Working Paper, 2007. Revision forthcoming in *Econometrica*.

CHEEMA, Amar; SOMAN, Dilip. Malleable mental accounting: the effect of flexibility on the justification of attractive spending and consumption decisions. *Journal of Consumer Psychology*, v.16, n.1, p. 33-44, 2006.

_____ The effect of partitions on controlling consumption. *Journal of Marketing Research*, v. 45, p. 665-675, 2008.

CNI IBOPE. Retratos da sociedade brasileira: inclusão financeira, *Pesquisa CNI-IBOPE*, jun/2012.

COLLINS, Daryl; MORDUCH, Jonathan; RUTHERFORD, Stuart; RUTHVEN, Orlanda. *Portfolios of the poor: how the world's poor live on \$2 a day*. New Jersey: Princeton University Press, 2009.

COLLIS, Nill; HUSSEY, Roger. *Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação*. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CORBÓ, Flávia. Usando bem que mal tem? *Consumidor Moderno*, n.172, 2012.

CRABTREE, B. F.; MILLER, W.L. Using codes and code manuals, in Crabtree, B F and Miller, WL (Ed.). *Doing Qualitative Research*. 2.ed. London: Sage Publications, 1999.

CRESWELL, John W. *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DAVIES, Emma; LEA, Stephen E. G. Student Attitudes to Student Debt. *Journal of Economic Psychology*, v. 16, n. 4, p. 663-679, 1995.

DOMINGOS, Reinaldo. Entenda as diferenças entre dívida e inadimplência, *Consumidor Moderno*, 2012, em: <http://consumidormoderno.uol.com.br/na-pele-do-consumidor/entenda-as-diferencas-entre-divida-e-inadimplencia>. Acesso em: 13 de dezembro de 2012.

DU, Rex Y.; KAMAKURA, Wagner A. Where did all that money go? Understanding how consumers allocate their consumption budget, *Journal of Marketing*, v. 72, p. 109-131, Nov. 2008.

DUNN, Lucia F. KIM, TaeHyung. An empirical investigation of credit card default, Working Paper, 1999.

FEINBERG, Richard A. Credit cards as spending facilitating stimuli: a conditioning interpretation, *Journal of Consumer Research*, v. 13, N. 3 pp. 348-356, 1986.

FERREIRA, Vera R. M. Psicologia econômica, *RAE*, v.47, n.3, 2007.

FIELD, ANDY. *Discovering Statistics Using SPSS*. 3.ed. London: Sage Publications, 2011.

FONSECA, Patrícia, MURAMATSU, Roberta. Economia comportamental e trajetórias de consumo intertemporal - anomalias e evidências do caso brasileiro, *Revista Jovens Pesquisadores*, n.9, 2008.

FUGITA, K.,HAN, H. A. Moving beyond deliberative control of impulses: the effect of construal levels on evaluative associations in self-control conflicts. *Psychological Science*, v.20, n.7, p. 799-804, 2009.

FUGITA, K., TROPE, Y., LIBERMAN, N., LEVIN-SAGI, M. Construal levels and self-control. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 90, p. 351-367, 2006.

FUSTAINO, Joanna. O Consumo de Crédito no Mercado de Baixa Renda: Fatores Contribuintes para o Aumento das Dívidas. 2009. 107 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Gestão e Negócios – Universidade Metodista de Piracicaba, 2009.

GETTER, Darryl E. Contributing to the delinquency of borrowers. *The Journal of Consumer Affairs*, v.37, n.1, p.86-100, 2003.

GODOI, C. K.; MATTOS, P. L. C. L. Entrevista Qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. da (org.) Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 301-323.

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

HALFELD, Mauro; TORRES, Fábio F. L. Finanças comportamentais: aplicações no contexto brasileiro. *RAE*, v.41, n. 2. P.64-71, 2001.

HATHAWAY, Ian, KHATIWADA, Sameer. Do financial education programs work? Working Paper, abril, 2008.

HEATH, Chip; O'CURRYm Sue. Mental accounting and consumer spending, *Advances in consumer research*, v.21, p.119, 1994

HEATH, Chip, SOLL, Jack B. Mental budgeting and consumer decisions. *Journal of Consumer Research*, v.23, p.40-52, 1996.

HENDERSON, Pamela W., PETERSON, Robert A. Mental accounting and categorization. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v.51, p.92-117, 1992.

HERSHFIELD, Hal E., GOLDSTEIN, Daniel G., SHARPE, William F., FOX, Jesse, YEYKELIS, Leo, CARSTENSEN, Laura L., BAILENSEN, Jeremy N. Increasing saving behavior through age-progressed renderings of the future self, *Journal of Marketing Research*, v. 48, Special Issue, p. S23-S37, 2011.

HIRSCHMAN, Elizabeth C. Differences in consumer purchase behavior by credit card payment system, *Journal of Consumer Research*, v. 6, p. 58–66, 1979.

HOCH, Stephen J.; LOEWENSTEIN, George F. Time-inconsistent preferences and consumer self-control, *Journal of Consumer Research*, v.17, p. 492-507, 1991.

IBGE, Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira, *Estudos e Pesquisas*, n. 29, 2012.

JOHNSON, David S.; ROGERS, John M.; TAN, Lucilla. [A century of family budgets in the United States](#), *Monthly Labor Review*, p.28-45, May 2001.

KAHNEMAN, Daniel, TVERSKY, Amos. Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, v.47, n.2, p. 263-292, 1979.

KAMLEITNER, B, KIRCHLER, E. Consumer credit use: a process model and literature review. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, v. 57, p. 267–283, 2007.

KATONA, George. Psychology and consumer economics, *Journal of Consumer Research*, v.1, n.1, p. 1–8, 1974.

KIMURA, Herbert, BASSO, Leonardo F. C, KRAUTER, Elizabeth. Paradoxos em finanças: teoria moderna versus finanças comportamentais. *RAE*, v.46, n.1, p. 41-58, 2006.

KING, Nigel. The qualitative research interview. In: CASSEL, Catherine; SYMON, Gillian. *Qualitative methods in organizational research: a practical guide*. London: Sage, 1994.

KIRCHLER, E., HOELZL, E., KAMLEITNER, B. Spending and credit use in the private household, *The Journal of Socio-Economics*, v.37, p. 519-532, 2008.

KIRSTEN, José T. Custo de vida: metodologia de cálculo, problemas e aplicações. São Paulo: Pioneira, 1985.

KLINE, R. B. *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 2. ed. New York: The Guilford Press, 2005.

KOMAROVA, Yuliya, HAWS, Kelly L., CHEEMA, Amar. Mental accounts and spending: the Role of affect and cognitive load, under first-round review at the *Journal of Consumer Research*.

KRISHNAMURTHY, Parthasarathy; PROKOPEC, Sonja. Resisting that triple-chocolate cake: Mental Budgets and self control, *Journal of Consumer Research*, vol. 37, 2010.

LAIBSON, David . Golden eggs and hyperbolic discounting, *Quarterly Journal of Economics*, v. 112, n. 2, p. 443–77, 1997.

LEA, Stephen E. G.; WEBLEY, Paul; WALKER, Catherine M. Psychological factors in consumer debt: money management, socialization, and credit use. *Journal of Economic Psychology*, v. 16, n. 4, p. 681-701, 1995.

LEISER, D., AZAR, O. H., e HADAR, L. (2008). Psychological construal of economic behavior. *Journal of Economic Psychology*, 29, 762-776.

LIBERMAN, Nira, TROPE, Yacov. The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future decisions: a test of temporal construal theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, v.75, n.1, p.5-18, 1998.

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

LINVILLE, Patricia W., FISHER, Gregory W. Preferences for separating and combining events. *Journal of Personality and Social Psychology*, v.60, p.5-23, 1991.

LUNT, P.; LIVINGSTONE, S. Psychological, social and economic determinants of saving: Comparing recurrent and total savings. *Journal of Economic Psychology*, v. 12, p. 621-641, 1991.

LYNCH, John G. JR.; NETEMEYER, Richard G.; SPILLER, Stephen A.; ZAMMIT, Alessandra. A generalizable scale of propensity to plan: the long and the short of planning for time and for money. *Journal of Consumer Research*, v. 37, p. 108-125, 2010.

LYNCH, John G. Jr. Introduction to the journal of marketing research special interdisciplinary issue on consumer financial decision making, *Journal of Marketing Research*, v. 48, Si-Sv, 2011.

MALHOTRA, Naresh. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 4ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MARTELLO, Alexandro. Inadimplência no varejo sobe 8,55% em julho, informam lojistas em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/2011/08/inadimplencia-sobe-855-em-julho-informam-lojistas.html>. Acesso em 12/08/2011.

MATSUYAMA, Kiminori. The rise of mass consumption societies. *Journal of Political Economy*, Chicago, v. 110, n. 5, 2002.

MATTOSO, Cecília L. Q. *Identidade, inserção social e acesso a serviços financeiros: um estudo na favela da Rocinha*. 2005. 237 f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto COPPEAD de Administração, Rio de Janeiro.

MAYER, Christopher J., PENCE, Karen M., SHERLUND, Shane M. The rise in mortgage defaults, *Finance and Economics Discussion Series Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs*, Federal Reserve Board, Washington, D.C., 2008.

MCKENZIE, C., LIERSCH, M. Misunderstanding savings growth: implications for retirement savings behavior. *Journal of Marketing Research*, Special Issue, p. S1–S13, 2011.

MODIGLIANI, Franco. The life cycle hypothesis of saving, the demand for wealth and the supply of capital, *Social Research*, v.33, n.2, p. 160-217, 1966.

MOON, Philip; KEASEY, Kevin; DUXBURY, Darren. Mental accounting and decision making: the relationship between relative and absolute savings. *Journal of Economic Behavior & Organization*, v.38, p. 145-153, 1999.

MOURA, Ana G. Impacto dos Diferentes Níveis de Materialismo na Atitude ao Endividamento e no Nível de Dívida para Financiamento do Consumo nas Famílias de Baixa Renda do Município de São Paulo. 2005. 174 f. Dissertação (Mestrado em

Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2005.

NERI, Marcelo. A nova classe média: o lado brilhante da base da pirâmide, São Paulo: Saraiva, 2011.

PEDHAZUR, Elaza J.; SCHMELKIN, Liora Pedhazur. *Measurement, design and analysis: an integrated approach*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc., 1991.

PETROCELLI, J. V. Factor validation of the consideration of future consequences scale: evidence for a short version. *Journal of Social Psychology*, v.143, n.4, p.405–413, 2003.

PINTO, Aníbal; FREDES, Carlos; MARINHO, Luiz C. Curso de economia - elementos de teoria econômica. Rio de Janeiro: Unilivros, 1983

PONCHIO, Mateus Canniatti. The influence of materialism on consumption indebtedness in the context of low income consumers from the city of Sao Paulo. 2006. 175 f. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2006.

PRELEC, Drazen; LOEWENSTEIN, George. The red and the black: mental accounting of savings and debt. *Marketing Science*, v.17, n.1, p.4-28, 1998.

RAGHUBIR, Priya; SRIVASTAVA, Joydeep. Monopoly money: the effect of payment coupling and form on spending behavior, *Journal of Experimental Psychology: Applied*, v.14, n.3, p. 213-225, 2008.

REDMOND, Willian H. Exploring limits to material desire: the influence of preferences vs. plans on consumption spending, *Journal of Economic Issues*. v. 35, n. 3, p. 575, Sep. 2001.

ROMAL, Jane B.; KAPLAN, Barbara J. Difference in Self-control among spenders and savers, *Psychology: A Quarterly Journal of Human Behavior*, v.2, p. 8-17, 1995.

ROSENTHAL, Robert, ROSNOW, Ralph L. *Essentials of Behavioral Research: Methods and Data Analysis*. New York: McGraw Hill, 3rd ed. 2008.

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

SERASA EXPERIAN, O risco do endividamento do brasileiro, 2010 em http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2010/noticia_00106.htm. Acesso em: 19\12\2012.

SERASA EXPERIAN, Inadimplência do consumidor, 2012 em http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2012/noticia_01028.htm. Acesso em: 19/12/2012.

SHEFRIN, Hersh; THALER, Richard M. The behavioral life-cycle hypothesis, *Economic Inquiry*, v. 26, p. 609-643, 1988.

SHETH, Jagdish N.; MITTAL, Banwari; NEWMAN, Bruce I. *Comportamento do cliente: Indo além do comportamento do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, Hermes M. R. da. Análise do orçamento de uma amostra de famílias brasileiras: um estudo baseado na Pesquisa de Orçamentos Familiares do IBGE. Dissertação de Mestrado. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações. Universidade de São Paulo, 2004.

SILVA, Hermes M. R.; PARENTE, Juracy G.; KATO, Heitor T. Segmentação da baixa Renda Baseado no Orçamento Familiar, *Revista de Administração Faces Journal*, vol. 8, núm. 4, outubro-diciembre, pp. 98-114, 2009.

SILVERMAN, David. *Doing qualitative research*. 3a ed. London: Sage, 2010.

SOLL, Jack, KEENEY, Ralph, LARRICK, Richard. Consumer misunderstanding of credit card use, payments, and debt: causes and solutions, paper presented at the 2011 Boulder Summer Conference on Consumer Financial Decision Making, Boulder (June 26–28), 2011.

Soman, Dilip. The illusion of delayed incentives: evaluating future effort-money transactions. *Journal of Marketing Research*, v. 35, n. 4, p. 427-437, 1998.

SOMAN, Dilip; CHEEMA, Amar. The effect of credit on spending decisions: the hole of the credit limit and credibility, *Marketing Science*, v.21, n.1, p.32-53, 2002.

SOMAN, Dilip; CHEEMA, Amar. Earmarking and partitioning: increasing saving by low-income households, *Journal of Marketing Research*, v. 48, S14-S22, 2011.

SOMAN, Dilip; LAM, Vivian M. W. The effects of prior spending on future spending decisions: the hole of acquisition liabilities and payments, *Marketing Letters*, v.13, n.4, p.359-372, 2002.

SOMAN, Dillip, ZHAO, Min. The fewer the better: number of goals and savings behavior, *Journal of Marketing Research*, v.48, p. 944-957. 2011.

SPILLER, Stephen A. Opportunity cost consideration, *Journal of Consumer Research*, v. 38, 2011.

STILLEY, Karen. Influences on spending: mental accounts and self-control. *Advances in consumer research*, v.35, p.157-161, 2008.

STRATHMAN, A., GLEICHER, F., BONINGER, D. S., EDWARDS, S. The consideration of future consequences: Weighing immediate and distant outcomes of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, v.66, p.742–752, 1994.

TANGNEY, June P.; BAUMEISTER, Roy F.; BOONE, Angie L. High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success, *Journal of Personality*, n. 72, v.2, p. 271-324, 2004.

THALER, Richard. Toward a positive theory of consumer choice, *Journal of Economic Behavior & Organization*, v. 1, p. 39-60, 1980.

_____. Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, v.4, p.199-214, 1985.

_____. *Mental accounting: parenthetical remarks*. Meeting of the Society for Judgment and Decision Making, Washington, DC, 1993.

THALER, Richard, BENARTZI, Save more tomorrow: using behavioral economics to increase employee saving, *Journal of Political Economy*, v. 112, n. 1, p. 164–88, 2004.

THALER, Richard; SHEFRIN, H. M. An economic theory of self control, *Journal of Political Economy*, v.89, n.2, p.392-406, 1981.

THALER, Richard; SUSTEIN, Cass. *Nudge: o empurrão para a escolha certa*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

THOMAS, Manoj; DESAI, Kalpesh Kaushik; SEENIVASAN, Satheeshkumar. How credit card payments increase unhealthy food purchases: visceral regulation of vices, *Journal of Consumer Research*, v.38, 2011.

TROPE, Y., LIBERMAN, N. Temporal construal and time-dependent changes in preference. *Journal of Personality and Social Psychology*, v.79, p. 876-889, 2000.

VIEIRA, Valter Afonso. Moderação, mediação, moderadora-mediadora e efeitos indiretos em modelagem de equações estruturais: uma aplicação no modelo de desconfirmação de expectativas. *Rev. Adm. (São Paulo)*, v. 44, n. 1, p. 17-33, 2009.

WÄRNERYD, Karl-Erik. On the psychology of saving: An essay on economic behavior, *Journal of Economic Psychology*, v. 10, n.4, p. 515-541, 1989.

WEBLEY, P. Accounts of accounts: En route to an economic psychology of personal finance, *Journal of Economic Psychology*, v. 16, p.469-475, 1995.

WILTGEN, Julia. Brasileiro é organizado, mas não conhece bem finanças. Em <http://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/noticias/brasileiro-e-organizado-mas-nao-conhece-bem-financas?page=2>. Acesso em 14/12/2012.

WEBLEY, P.; NYHUS, E. Dynamic approach to consumer debt. Working paper, Dec, 1998.

ZAUBERMAN, Gal. The Intertemporal Dynamics of Consumer Lock-In, *Journal of Consumer Research*, v. 30, n. 3, p. 405-419, 2003.

APÊNDICE A – ROTEIRO ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE DA ETAPA QUALITATIVA

1	Dados do Entrevistado
1.1	Nome
1.2	Idade
1.3	Profissão
1.4	Ocupação
1.5	Renda familiar declarada
1.6	Possui conta bancária
1.7	Tem cartão de crédito? Quantos?
1b	Dados do domicílio
	Quantos moradores? Quantos contribuem para as despesas da casa?
2	Fonte de Renda
2.1	Quais são as suas fontes de renda
2.2	Você recebe mensalmente? Sua renda é fixa ou varia de um mês para outro?
2.3	Descreva como você toma as decisões de gastos quando recebe o salário/pagamento
3	Despesas
3.1	Você poderia me dizer as suas principais despesas?
3.2	Você consegue me contar o que você fez com as "contas" esse mês quando recebeu seu salário/outra fonte de renda? Tem uma rotina para os pagamentos?
	<p>checar categorias como:</p> <p>moradia - aluguel/financiamento; educação - escola/faculdade; saúde - remédios, plano de saúde;</p> <p>concessionárias - gás, luz, água; TV a cabo, Internet; alimentação; transporte; poupança.</p>
4	Controle
4a	Você sabe quanto você gasta por mês?
4b	Quem controla mais o dinheiro na sua casa?
4c	Como você acha que a maioria das pessoas que você conhece faz para controlar as despesas?
4.1	Faz algum controle das despesas de maneira formal, anotações, planilhas?
4.2	Tem algum tipo de poupança?
4.3	Faz algum tipo de planejamento das despesas e receitas? Explique/ descreva
5	Compras
5.1	Quais os principais fatores que leva em conta para a decisão de compra?
5.2	Descreva as diferenças na tomada de decisões para as diferentes categorias de produtos (alimentação, vestuário, móveis, eletrodomésticos, etc.)
	<p>necessidade do produto;</p> <p>condições de pagamento;</p> <p>sua capacidade de pagamento;</p> <p>oportunidade, descontos temporários;</p> <p>desejo de obter o bem.</p>
6	Compra a prestações
6.1	Quais os bens que você financiou em suas compras no último mês? Nos últimos seis meses?
6.1b	Que tipo de produto costuma financiar? Pode me contar qual foi o último produto que comprou a prazo?
6.2	Em uma compra a prazo costuma considerar os juros?
6.3	Pensando na sua última compra parcelada, você pagou juros? Quanto?
6.4	Já considerou a possibilidade de poupar e esperar para comprar o bem à vista?
6.5	Descreva sua última compra financiada
7	Inadimplência
7.1	Você tem alguma dívida em atraso no momento?
7.2	Lembra de alguma situação em que isso ocorreu?
7.3	Como você resolveu a situação?
7b	Tem algum empréstimo? Banco ou outros? Quem?
8	Emergências
8.1	Você tem alguma reserva para uma situação de emergência?
8.2	Lembra de ocorrência de algum imprevisto?
8.3	Como resolveu a situação?

Quadro 13 – Roteiro entrevista em profundidade

Fonte: Elaboração própria.

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO ETAPA QUANTITATIVA

Parte 1

APRESENTAÇÃO: Bom dia/boa tarde/boa noite . Por favor a Sra _____(dizer o nome que está na listagem). Meu nome é _____, sou entrevistadora da TCT e estou realizando uma pesquisa para a Fundação Getúlio Vargas. Esta pesquisa é sobre hábitos de compra. Sua resposta nos ajudará a conhecer mais o comportamento de compra das mulheres na cidade de São Paulo. O tempo de duração da entrevista é de aproximadamente 20 minutos, porém você poderá interromper e retornar para dar continuidade a finalização completa do questionário. Posso contar com sua participação?

Sim – Prossiga

2. Não – Agradeça e Encerre

Nome da entrevistada	
Número do telefone	

P1. Quem costuma cuidar das contas e despesas da casa? Ler as opções

Somente eu	1	Prossiga
Eu e outra pessoa	2	Prossiga
Somente outra pessoa	3	Agradeça e Encerre

P2. Quando você vai fazer compras para sua casa, você já vai sabendo o que vai comprar?

Sim	1
Não , resolvo na hora	2
Depende do tipo de compra	3
Outra situação – qual?	

P3. Em que tipo de compra você geralmente adquiri coisas que não tinha pensado antes? Não ler as opções

RODIZIAR	
1. Alimentos	1
2. Brinquedos	2
3. Bebidas	3
4. Cosméticos	4
5. Roupas e acessórios para a família	5
6. Roupas e acessórios para você	6
7. Outra - Especificar	

Questionário (continuação)

P4. Qual é a forma de pagamento que você **mais** utiliza para compras em geral? Não ler as opções

P4a. Qual é a forma de pagamento que você **menos** utiliza para compras em geral? Não ler as opções

	P4.Mais utiliza	P4a.Menos utiliza
1. Dinheiro	1	1
2. Cheque	2	2
3. Cartão de crédito	3	3
4. Cartão de débito	4	4
5. Cartão de loja	5	5
6. Carnê	6	6
7. Outra - Especificar		
8. Nenhuma	-	9

P4b. Nesta pergunta deixar habilitada **SOMENTE** os meios de pagamento não citados na P4 e P4a.

E entre as outrasLer as opções que restaram, qual é a que mais utiliza?

P4c. E a que menos utiliza?

	P4b.Mais utiliza	P4c.Menos utiliza
1. Dinheiro	1	1
2. Cheque	2	2
3. Cartão de crédito	3	3
4. Cartão de débito	4	4
5. Cartão de loja	5	5
6. Carnê	6	6
7. Outra - Especificar		
8. Nenhuma	8	8

P5. De que produto foi a sua última compra a prazo, ou seja, que foi paga em parcelas?

1. Alimentos
2. Brinquedos
3. Bebidas
4. Cosméticos
5. Roupas e acessórios para a família
6. Roupas e acessórios para você
7. Outro - Especificar

Questionário (continuação)

Parte 2

P6. Vou ler algumas frases que outras pessoas falaram e gostaria que você me dissesse que ponto melhor representa seu modo de ser. Essa pergunta é para conhecer um pouco mais o comportamento das pessoas. Imagine uma escala de 5 pontos onde as opções são:

1 – Não tem nada a ver comigo
 2 – Parece um pouco comigo
 3 – Indiferente **NÃO LER ESSA OPÇÃO, MARCAR APENAS SE MENCIONADA**
 4 – Parece muito comigo
 5 – Tem tudo a ver comigo

RODIZIAR	1	2	3	4	5
Eu sou bom em resistir à tentação.	1	2	3	4	5
Eu tenho dificuldade em quebrar hábitos ruins.	1	2	3	4	5
Eu sou preguiçoso.	1	2	3	4	5
Eu digo coisas que não deveria.	1	2	3	4	5
Eu faço certas coisas que são ruins para mim, se elas são divertidas.	1	2	3	4	5
Me nego a fazer coisas que são ruins para mim.	1	2	3	4	5
Eu gostaria de ter mais autodisciplina.	1	2	3	4	5
Prazer e diversão às vezes me impedem de fazer meu trabalho.	1	2	3	4	5
Eu tenho dificuldade de concentração.	1	2	3	4	5
Eu sou capaz de trabalhar efetivamente para objetivos de longo prazo.	1	2	3	4	5
Às vezes eu não consigo parar de fazer alguma coisa, mesmo sabendo que é errado.	1	2	3	4	5
Eu muitas vezes ajo sem pensar em de todas as alternativas.	1	2	3	4	5
Eu penso apenas no curto prazo.	1	2	3	4	5
Não me preocupo com o futuro.	1	2	3	4	5
Eu vivo mais para o dia de hoje do que para o dia de amanhã.	1	2	3	4	5
Minha comodidade é muito importante quando vou tomar decisões.	1	2	3	4	5

Questionário (continuação)

P7. Vou ler outras frases e gostaria que você me dissesse que ponto melhor representa seu modo de ser.

Imagine agora uma outra escala de 5 pontos onde as opções são:

- 1 – Discordo totalmente
- 2 – Discordo moderadamente
- 3 – Não concordo, nem discordo
- 4 – Concordo moderadamente
- 5 – Concordo totalmente

RODIZIAR	1	2	3	4	5
É melhor primeiro juntar dinheiro e só depois gastar.	1	2	3	4	5
Prefiro comprar parcelado do que esperar ter dinheiro para comprar à vista.	1	2	3	4	5
Prefiro pagar parcelado mesmo que no total seja mais caro.	1	2	3	4	5
Eu costumo reservar dinheiro (do orçamento) para despesas, como alimentação, vestuário, transporte, etc.	1	2	3	4	5
Eu nunca gasto mais do que eu planejei em alimentação, vestuário, transporte, etc.	1	2	3	4	5
Se eu gasto mais do que eu planejei em uma coisa, eu economizo em outros gastos.	1	2	3	4	5
Se num mês eu gasto mais do que o normal em uma coisa, eu gasto menos em outras coisas.	1	2	3	4	5
Eu gerencio minhas contas de uma forma muito organizada.	1	2	3	4	5
Eu sou muito impulsiva e sou tentada a comprar coisas mesmo quando, na verdade, eu não tenho o dinheiro para isso.	1	2	3	4	5
Eu sempre pago minhas contas em dia.	1	2	3	4	5
Antes de chegar a conta do cartão de crédito eu já sei quanto vou pagar.	1	2	3	4	5
Eu defino metas financeiras para os próximos meses.	1	2	3	4	5
Eu decido antes como eu vou usar o meu dinheiro para os próximos meses.	1	2	3	4	5
Eu avalio cuidadosamente o que eu preciso fazer para manter meu orçamento nos próximos meses.	1	2	3	4	5
Consulto o meu orçamento para ver quanto dinheiro eu tenho que deixar para os próximos meses.	1	2	3	4	5
Eu gosto de olhar o meu orçamento para os próximos meses para ter uma ideia melhor dos meus gastos no futuro.	1	2	3	4	5
Planejar minhas finanças para os próximos meses me faz sentir bem.	1	2	3	4	5

Questionário (continuação)

Parte 3

P8. Você tem conta corrente ou conta poupança atualmente em bancos? 1. Sim 2. Não – PP9		
P9. Você tem algum tipo de poupança atualmente? 1. Sim 2. Não – PPP11		
P10. Com que frequência você faz depósitos?		
1. 1 vez a cada 15 dias		
2. 1 vez por mês		
3. 1 vez a cada 2 meses		
4. 1 vez a cada 3 meses		
5. 1 vez a cada 6 meses		
6. Não ter frequência certa		
P11. Para qual finalidade você poupa (ou gostaria de poupar)?		
1. Comprar alguma coisa de valor		
2. Para a aposentadoria		
3. Para situações de emergência		
P15a. E nos últimos 12 meses? Ler novamente as opções		
	P16. Últimos 6 meses	P16a. Últimos 12 meses
Separação / desquite / divórcio/ viuvez	1	1
Doença na família	2	2
Desemprego	3	3
Nascimento de filho	4	4
Aumento do número de moradores na casa (pais ou parentes)	5	5
P16. Quantas pessoas moram na sua casa? _____		
P17. Você tem filhos?		
1. Sim - Qual é a idade deles? Por favor me diga do mais velho para o mais novo		
1º filho _____	4º filho _____	
2º filho _____	5º filho _____	
3º filho _____	6º filho _____	
P18. Sua casa é? 1. Própria 2. Alugada		
P19. Quantas pessoas contribuem para a renda familiar total na sua casa? _____		
P20. Você também contribui? 1.Sim 2. Não		
P21. Qual é a sua idade? _____		

APÊNDICE C – POSIÇÃO FINAL DO CAMPO

Tabela 21 – Posição final da pesquisa de campo – Etapa quantitativa

	Listagem 1	Listagem 2
Realizadas	113	81
Recusa / Abandonou	112	448
Telefone errado / não mora na casa / não completa ligação	186	340
Telefone ninguém atende / só chama	138	132
Caixa Postal	103	116
Continuar mais tarde / ou outro dia	141	147
Total de contatos	793	1264
Listagem 1 = 1700 nomes / 15 masculino + 16 sem telefone		
Listagem 2 = 1300 nomes / 25 masculino + 11 sem telefones		
Total de nomes da listagem	1669	1264

Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE D – MATRIZ DE CORRELAÇÕES CARACTERÍSTICAS PESSOAIS

Tabela 22 – Matriz de correlações características pessoais

	ACa	ACb	ACc	ACd	ACe	ACf	ACg	ACh	ACi	ACj	ACk	ACl	CPa	CPb	CPc	CPd	PCa	PCb	PCc	PPa	PPb	PPc	PPd	PPe	PPf	
ACa	1,00																									
ACb	-0,11	1,00																								
ACc	0,04	,165*	1,00																							
ACd	0,13	,172*	0,10	1,00																						
ACe	0,07	,163*	,153*	,222**	1,00																					
ACf	,180*	-0,06	0,15	0,01	,300**	1,00																				
ACg	0,11	,259**	0,09	,282**	,153*	0,12	1,00																			
ACh	-0,02	,186*	,308**	0,04	,381**	,209**	,290**	1,00																		
ACi	0,02	0,15	,333**	0,06	,272**	0,06	0,10	,214**	1,00																	
ACj	0,14	-0,06	,207**	0,07	0,04	,276**	-0,03	0,08	,154*	1,00																
ACk	,154*	,264**	0,14	,168*	,343**	,203**	,191*	,249**	0,14	,191*	1,00															
ACl	0,10	0,13	,292**	,271**	,299**	,213**	,223**	,222**	,200**	0,07	,493**	1,00														
CPa	0,03	-0,12	-,262**	-,205**	-,227**	-0,10	-,294**	-,237**	-0,10	-,215**	-,349**	-,308**	1,00													
CPb	0,05	-0,13	-0,08	0,01	-0,15	-0,11	0,00	0,01	-0,08	0,08	-0,01	-,212**	0,09	1,00												
CPc	0,04	0,00	-0,06	-0,01	-0,11	0,09	-0,07	-,196*	-0,10	-0,02	-,221**	-0,14	,269**	,172*	1,00											
CPd	0,13	0,07	,157**	0,04	0,06	,275**	-0,12	0,09	0,12	,211**	0,01	-0,04	0,04	-0,04	0,06	1,00										
PCa	-,286**	-0,06	-0,06	-,213**	-0,07	-0,11	-0,01	-0,12	-0,04	-,215**	-0,11	0,00	0,03	-0,05	0,14	-,255**	1,00									
PCb	-,213**	-0,10	-0,04	-0,14	-0,13	-0,03	-,194*	-0,06	-0,02	0,06	-0,11	-0,07	,196*	-0,04	,245**	0,01	,304**	1,00								
PCc	-0,13	-0,02	0,02	-0,02	0,04	0,06	-0,11	-0,14	-0,04	0,09	-0,05	-0,06	0,12	-0,07	0,04	-0,04	,203**	,459**	1,00							
PPa	0,15	0,05	,256**	0,00	0,07	,299**	0,06	0,11	0,15	,248**	0,03	0,06	-0,15	-0,07	-,173*	,236**	-,299**	-0,15	-0,10	1,00						
PPb	,154*	0,10	,209**	,177**	,190*	,276**	0,10	,163*	0,09	,194*	0,15	,215**	-,262**	-0,04	-,186*	0,14	-,311**	-,165*	-0,07	,635**	1,00					
PPc	,206**	0,14	,225**	,306**	,183*	0,13	0,13	,168*	0,10	,200*	,182*	,166*	-,193*	0,02	-0,15	,243**	-,459**	-,179*	-0,10	,454**	,592**	1,00				
PPd	,170*	0,08	,224**	0,13	0,13	,214**	0,02	0,11	0,08	0,10	,163*	,203**	-,165*	-0,09	-,180*	,259**	-,407**	-,168*	-0,08	,502**	,603**	,531**	1,00			
PPe	,209**	,214**	,370**	0,11	,263**	,278**	0,14	,275**	0,15	,249**	,218**	,185*	-,297**	-0,04	-,205**	,196*	-,363**	-,158*	-0,10	,493**	,562**	,590**	,472**	1,00		
PPf	0,15	0,00	,212**	0,10	,211**	,244**	-0,04	0,13	0,15	,267**	,221**	,235**	-,217**	-0,07	-0,09	,302**	-,308**	0,04	0,03	,403**	,493**	,482**	,503**	,474**	1,00	

Fonte: elaboração própria – saída SPSS

Nota: **p<0,001; *p<0,005

APÊNDICE E – MATRIZ DE CORRELAÇÕES GESTÃO DAS FINANÇAS DOMÉSTICAS

Tabela 23 – Matriz de correlações – Gestão das finanças domésticas

	Orçamento mental a	Orçamento mental b	Orçamento mental c	Orçamento mental d	Gerenciamento a	Gerenciamento b	Gerenciamento c	Gerenciamento d
Orçamento mental a	1							
Orçamento mental b	0,264*	1						
Orçamento mental c	0,328*	0,305*	1					
Orçamento mental d	0,409*	0,434*	0,560*	1				
Gerenciamento a	0,278*	0,316*	0,370*	0,356*	1			
Gerenciamento b	0,072	0,185**	0,064	0,065	0,234*	1		
Gerenciamento c	0,343*	0,331*	0,218*	0,253*	0,473*	0,058	1	
Gerenciamento d	0,357*	0,305*	0,355*	0,472*	0,425*	0,162**	0,420*	1

Fonte: elaboração própria – saída SPSS

Nota: * $p < 0,001$; **