



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS - CCJE
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS - FACC

CASSIANO MENDES FERREIRA

**ENDIVIDAMENTO, CONSUMISMO E FALTA DE
PLANEJAMENTO FINANCEIRO: UM ESTUDO SOBRE A
CLASSE MÉDIA BRASILEIRA.**

RIO DE JANEIRO

2023

CASSIANO MENDES FERREIRA

**ENDIVIDAMENTO, CONSUMISMO E FALTA DE
PLANEJAMENTO FINANCEIRO: UM ESTUDO SOBRE A
CLASSE MÉDIA BRASILEIRA.**

Monografia apresentada à Faculdade de
Administração e Ciências Contábeis da
Universidade Federal do Rio de Janeiro
(FACC/UFRJ).

Orientador: Prof. Marcelo Almeida

RIO DE JANEIRO

2023

RESUMO

O endividamento das famílias brasileiras atingiu 78% em 2022. A pesquisa busca investigar como o consumismo e a falta de planejamento financeiro afetam o endividamento da classe média. O aumento da inclusão bancária no país levou a um maior acesso ao crédito, porém, a baixa compreensão dos brasileiros sobre educação financeira, evidenciada pelo posicionamento do Brasil em um ranking internacional, indica a necessidade de melhorias nesse aspecto. Pesquisas indicam que a classe média é responsável por um alto nível de consumo desnecessário, impulsionado por promoções, e muitos consumidores optam por comprar parcelado para adquirir tudo o que desejam. O consumismo excessivo é considerado um fenômeno grave, com consequências negativas para a sociedade e o meio ambiente. Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar o comportamento de brasileiros inseridos na classe média e como seus comportamentos de consumo aliados à falta de educação financeira podem colaborar para o cenário de endividamento atual. A partir disso, foi elaborado um questionário com perguntas abertas e fechadas, onde buscou-se entender os padrões de consumo dos participantes e aspectos de suas respectivas situações financeiras.

Palavras-chave: Endividamento; Consumismo; Planejamento financeiro; Educação financeira; Classe média.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	5
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	7
2.1 - Cultura do consumo e capitalismo.....	7
2.2 - Endividamento da população brasileira.....	9
2.3 - Educação Financeira.....	15
3 METODOLOGIA.....	18
4 RESULTADOS.....	19
4.1 Discussão.....	29
5 CONCLUSÃO.....	32
REFERÊNCIAS.....	33
ANEXO.....	36

1 INTRODUÇÃO

O alto nível de endividamento dos indivíduos tem sido alvo de discussão. Segundo estudo realizado pela Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) o endividamento das famílias brasileiras atingiu 78% em 2022 (PEIC, 2022). Assim, o presente trabalho tem como intenção investigar como a cultura do consumo aliada a falta de educação financeira impacta no endividamento da classe média brasileira. Com o aumento da inclusão da população no sistema bancário nos últimos anos, houve uma grande difusão no fornecimento de crédito por parte das instituições financeiras, disponibilizando diferentes modalidades de acesso ao crédito (ALVES, SOARES, 2004). Em contrapartida, ao levar em consideração o posicionamento do Brasil (74º) no ranking que mede o nível de educação financeira dos países divulgada pela revista Standard & Poor 's em 2019 podemos concluir que há uma baixa compreensão dos brasileiros em relação ao tema. De acordo com a Standard & Poor 's (2019), a pesquisa consistiu em realizar 5 perguntas sobre conceitos básicos de aritmética, diversificação de risco, inflação e juros compostos, e contou com a presença de 144 países. O Brasil ficou atrás de alguns dos países mais pobres do mundo, como Madagascar, Togo e Zimbábue.

Nesse contexto, conforme pesquisa realizada pelo serviço de proteção ao crédito, a classe média brasileira é a responsável pelo maior nível de consumo sem necessidade (SPC Brasil, 2017). Conforme aponta a pesquisa, 33% dos consumidores afirmam realizar compras sem uma real necessidade, motivados apenas por promoções. A pesquisa ainda aponta que cerca de 42% dos consumidores que responderam à pesquisa costumam comprar parcelado para conseguir comprar tudo o que querem (SPC Brasil, 2017).

Para Bauman (2008) o consumismo em excesso é um fenômeno grave que tem consequências negativas para a nossa sociedade e para o planeta. Ele destaca que vivemos em uma sociedade líquida moderna, que promove um modelo de vida em que o sucesso é medido pela quantidade de bens materiais que possuímos, para ele, a promoção e a propaganda são formas de manipulação, que as empresas usam para criar uma demanda artificial por seus produtos, apelando para emoções e desejos humanos básicos, como a necessidade de pertencer a um grupo ou a busca pela felicidade, e muitas vezes levam as pessoas a comprar coisas que não precisam e a gastar mais dinheiro do que deveriam.

Por outro lado, Fontenelle (2017) argumenta que as promoções e propagandas são ferramentas essenciais para as empresas comunicarem seus produtos e serviços ao público. Segundo ele, sem essas técnicas, muitas empresas não seriam capazes de sobreviver em um

mercado altamente competitivo. Fontenelle (2017) argumenta que a maioria das promoções e propagandas é clara sobre o que está sendo vendido e os benefícios do produto ou serviço, e que os consumidores têm o livre-arbítrio de decidir se querem ou não comprar.

De acordo com Cerbasi (2016) o endividamento não necessariamente deve ser considerado algo negativo, visto que se utilizado da forma correta, dentro de um planejamento financeiro pode acarretar em redução de custos no longo prazo.

Dessa forma o autor define que o planejamento financeiro consiste em uma análise minuciosa das receitas e despesas, bem como a estabelecer objetivos financeiros claros e específicos e criar um plano para alcançá-los. Com um planejamento adequado, é possível identificar os gastos excessivos e, assim, encontrar maneiras de economizar e ter uma gestão financeira mais eficiente.

Além disso, Cerbasi (2016) afirma que um planejamento financeiro também auxilia no desenvolvimento de uma visão estratégica de longo prazo, capaz de prever situações imprevisíveis e inesperadas. Esse processo é fundamental para o desenvolvimento de uma vida financeira saudável ao permitir a realização de objetivos financeiros a curto, médio e longo prazo. Neste sentido, a constituição de uma reserva financeira pode ser fundamental para se preparar para eventualidades, tais como a perda de emprego, doenças, dentre outros fatores externos.

Dessa forma, o trabalho apresentado busca contribuir para ampliação de pesquisas relacionadas à cultura do consumo e suas consequências na saúde financeira dos brasileiros, compreendendo o modo que esse consumo excessivo se relaciona com a falta de planejamento e de educação financeira. Para além do exposto, a relevância desta pesquisa visa entender como a educação financeira pode ser uma ferramenta na vida desses trabalhadores e demonstrar como hábitos consumistas podem atrapalhar a saúde financeira desses indivíduos.

Considerando o nível de endividamento que se encontra a maioria das famílias brasileiras e o elevado nível de consumo praticado por essas famílias, então, insere-se o problema de pesquisa: Como o endividamento é impactado pelo consumismo e pela falta de planejamento financeiro da classe média brasileira? Em outras palavras, esse trabalho tem como objetivo principal apresentar a relação existente entre hábitos de consumo e o endividamento das famílias de classe média no Brasil.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 - Cultura do consumo e capitalismo

Para entendermos a concepção da cultura do consumo, é necessário entendermos os fatores que levaram ao surgimento do consumo de bens e serviços e os valores atribuídos nesses hábitos na sociedade moderna. No capitalismo, o consumo é visto como uma forma de aumentar a produção, gerar empregos e movimentar a economia (BAUMAN, 2008). No entanto, essa lógica pode levar a um consumo excessivo e desnecessário, em que o objetivo de possuir mais e mais bens se sobrepõe à necessidade real deles (BAUMAN, 2008).

Ainda segundo Bauman (2008), a cultura do consumo também está relacionada à ideia de que a felicidade e o sucesso estão ligados à posse de bens materiais. Essa ideia é promovida pelo sistema capitalista como uma forma de incentivar o consumo, gerando uma demanda constante por novos produtos e serviços (BAUMAN, 2008).

O consumo por si só é algo extremamente trivial e fundamental à existência humana, pois sem ele o homem não teria evoluído e até mesmo sobrevivido dadas as diversas condições adversas existentes em nosso planeta (FONTENELLE, 2017). De acordo com Bauman (2008), houve uma ruptura na sociedade, onde em um dado momento a economia que era pautada na produção e que valorizava a rotina, durabilidade e segurança, não dava relevância ao usufruto de maneira instantânea e o acúmulo de bens não era valorizado pelos indivíduos.

Com as revoluções industriais do século XX e a ascensão do capitalismo como modelo de produção e cultura predominante no mundo ocidental, houve uma transformação no modo de vida das pessoas, assim como na forma como elas se relacionam e nas suas necessidades. O consumo deixou de ser apenas uma necessidade para sobrevivência e passou a ser influenciado por elementos externos impostos pela sociedade capitalista (FONTENELLE, 2017). Para ilustrar essa mudança, podemos citar o exemplo do marketing, que utiliza técnicas para influenciar as pessoas a comprarem produtos e serviços que muitas vezes não são essenciais para suas vidas. Além disso, a cultura do consumismo acaba gerando um grande impacto ambiental e social.

Soares (2018) argumenta que o capitalismo, por ser um sistema político, econômico e social que necessita do consumo de bens e serviços por parte de seus participantes para sobreviver, utiliza-se da publicidade, da mídia e das técnicas de exposição de mercadorias como forma de propagação de seus ideais. Nesse contexto, diversas marcas e empresas existentes, por meio de campanhas direcionadas a seus respectivos públicos alvo, acabam por

impactar e influenciar comportamento e padrões com o objetivo de lucrar e aumentar suas participações em seus respectivos mercados (BARROS, 2020).

No entanto, para que se possa ter uma compreensão da cultura de consumo é necessário que se entenda que nesse processo, a diferenciação torna-se um elemento fundamental, pois em uma sociedade desigual em que os detentores de capital estão no topo da cadeia, seus comportamentos e padrões são vistos como objeto de desejo pois há uma valorização social e um senso de pertencimento atribuído (BOURDIEU, 2007). Logo, as marcas que conseguem se colocar no imaginário do consumidor como marcas pertencentes a essas camadas mais elevadas da sociedade possuem uma grande vantagem competitiva (BOURDIEU, 2007).

Esse incentivo maciço por parte das empresas ao consumo tem gerado diversos impactos no que tange a existência desse indivíduo na sociedade tornando-o quase que um refém desses padrões de consumo impostos, gerando diversas distorções de sua própria percepção de classe e de socialização com os demais indivíduos ao ponto que o ambiente em que ele se encontra inserido resultará em uma moldação quase que involuntário desse indivíduo (SILVA, 2016). A possibilidade de renúncia a essa cultura é quase que impraticável, pois poderá resultar em um total isolamento social, acarretando em diversos problemas psico-sociais. (BOURDIEU, 2007). Esse incentivo ao consumo é endossado por Bauman (2008, p.71) em sua fala a respeito do funcionamento da sociedade do consumo:

A “sociedade de consumidores”, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional. Uma escolha viável e, portanto, plausível – e uma condição de afiliação.

No entanto, a cultura do consumo pode levar a um ciclo vicioso de endividamento, em que as pessoas comprem cada vez mais, muitas vezes usando crédito e financiamentos, para sustentar um estilo de vida que não condiz com suas possibilidades financeiras. Isso pode levar a uma situação de insatisfação, estresse financeiro e dificuldade para lidar com os problemas cotidianos.

Embora problematizada por muitos, a sociedade de consumo para Lipovetsky (2008) não deve ser vista como algo a ser combatida, pois ela é pautada na liberdade do indivíduo e

não na opressão. O foco dos debates deve estar, segundo ele, no fato de terem indivíduos excluídos desse processo. Para Akerlof e Schiller (2016) o capitalismo moderno trabalha com a ideia de atender aos interesses dos fornecedores que para eles em sua obra “Pescando Tolos” seriam os (pescadores) e não os dos consumidores. Esse conceito faz alusão de que aos fornecedores cabe a tarefa de jogar a isca e esperar que os consumidores ou em outras palavras os peixes receosos nadem e cometam o erro de serem fígados. Dado esse cenário os fornecedores por possuírem um elevado poder financeiro probabilisticamente conseguiram atrair o mais receoso consumidor.

Já para Galbraith (2012), se o consumo de um indivíduo faz com que outros indivíduos adquiram o sentimento de necessidade de acesso a determinado bem, isso seria suficiente para validar a ideia de que o processo pelo qual as necessidades são satisfeitas é também o processo pelo qual as necessidades são criadas. Quanto maior o número de necessidades satisfeitas, maior a chance do surgimento de novas necessidades. Fatores emocionais atuam impulsionando novos gastos, esses cada vez mais elevados, levando a um desejo insaciável por bens de valor superior. Ainda segundo o autor, tais impulsos podem ser até mais fortes do que as necessidades que esses gastos possam estar satisfazendo. A noção de que o consumidor detém a soberania e o controle em relação às suas escolhas de consumo é anulada com o surgimento da sociedade capitalista, onde há constantemente um estímulo por parte dos participantes do mercado de ressignificar o uso dos bens de consumo e atrelar a eles novos significados ligados ao narcisismo, euforia e ostentação.

2.2 - Endividamento da população brasileira

Inicialmente é de extrema importância diferenciar o conceito de endividamento de inadimplência. Segundo Assaf Neto (2011) o endividamento basicamente consiste em obrigações de curto, médio ou longo prazo já a inadimplência ocorre quando essas obrigações deixam de ser cumpridas ou em outras palavras, pagas. Em relação à inadimplência, para Gomes (2011), se ela for ocasionada por fatores como a perda do emprego, precarização das condições de trabalho, morte ou doença de um familiar pode ser considerada como sobreendividamento passivo, já em casos em que o indivíduo age de forma compulsiva e de forma indevida pode ser considerado um sobreendividamento ativo. Segundo Mosca (2009) as motivações do endividamento podem se dar por fatores que afetam a micro ou a macroeconomia, sendo a micro questões ligadas ao comportamento do indivíduo e macro as que afetam a economia sendo essas externas ao controle do indivíduo.

Com a finalidade de que se compreenda a ocorrência do endividamento e suas consequências para o desenvolvimento de um país e de sua sociedade é importante determinar o funcionamento do mercado de crédito. De acordo com Frade e Magalhães (2006) o acesso ao crédito teve sua popularidade nos EUA, deixando de ser interpretado como miséria ou abundância. Ainda segundo as autoras, há um padrão encontrado em pessoas sobreendividadas, sendo majoritariamente pessoas que vivem em centros urbanos onde existe um grande acesso a produtos e bens de consumo além de forte pressão social para o consumo em excesso. Essa ideia está diretamente ligada ao conceito dessa nova economia em que o consumidor ocupa o papel de produto e que o ato de consumir é tão ou mais importante que o próprio trabalho.

De acordo com Oliveira (2011), a sociedade atual opera com uma economia baseada em crédito, em que o consumo é o principal impulsionador. Ele destaca que o consumo é mais importante que o trabalho e que isso se deve à ampliação do crédito para o consumo. Nessa nova sociedade, as pessoas são, acima de tudo, consumidores que buscam satisfazer seus desejos de consumo (CAMPBELL, 2006) e só então pagam suas dívidas com a renda proveniente do trabalho. Bauman (2008) complementa que, na atual sociedade de consumidores, as próprias pessoas se tornaram mercadoria, ao contrário da sociedade anterior, que tinha o foco na produção de mercadorias por meio do trabalho. Essa nova economia é centrada no consumo e incentiva comportamentos estimulados pelo desejo (CAMPBELL, 2006).

A fim de que se possa compreender melhor o cenário, devemos trazer um dilema da economia clássica que aborda a racionalidade do consumidor e que trata esse indivíduo como um ser racional diante das tomadas de decisões de compra realizadas (BARBERIS, 2018). Com base nesse dilema, o consumidor é o responsável por sua situação de endividamento (OLIVEIRA, 2011).

Para Assaf Neto (2011), o mercado de crédito tem por objetivo suprir necessidades de caixa de curto e médio prazo dos participantes econômicos, seja para financiamento de empresas e outras organizações ou empréstimo a pessoas físicas. Essas operações são viabilizadas por intermédio de instituições financeiras de maneira direta ou indireta e são pautadas no compromisso de que essa dívida será paga em algum momento com o acréscimo de juros como forma de pagamento à instituição que forneceu o crédito.

Das diversas formas existentes de crédito disponíveis e ofertadas pelas instituições financeiras, destacam - se:

Tabela 1 - Tipos de Crédito no Brasil.

Modalidade	Definição
Cartão de crédito	O cartão de crédito basicamente permite que o consumidor realize compras sem que ele necessite se descapitalizar no momento da compra. Esse valor ficará registrado em uma fatura com uma data de vencimento estipulada pelo próprio para realizar o devido pagamento. Essa modalidade ainda permite que o consumidor possa dividir o valor da compra, dando maior flexibilidade e facilitando o seu acesso a produtos e serviços de alto valor agregado. Cabe ressaltar que o não pagamento da fatura na data estipulada, acarretará em acréscimo de juros por parte da instituição responsável.
Crédito pessoal	Trata-se de um empréstimo solicitado pelo cliente junto a sua instituição financeira, o valor pode ser utilizado na compra de um bem, no pagamento de dívida ou da forma que o solicitante preferir.
Crediário	Já o crediário consiste na divisão do valor do bem adquirido em parcelas com juros já inseridos no ato da compra. Essa modalidade é muito utilizada por lojas de departamentos.
Cheque especial	Esse tipo de crédito é fornecido pelas instituições quando o cliente bancarizado utilizou um valor além do valor existente em sua conta e possui uma elevada taxa de juros atribuída.
Crédito consignado	Para aqueles que utilizam essa modalidade de crédito, o valor concedido é descontado diretamente no contracheque do solicitante. Geralmente possui condições e taxas de pagamento especiais, costuma ser oferecido para aposentados do INSS e para funcionário e órgãos de empresas conveniadas.
Financiamento	Modalidade que visa por parte do contratante a compra de um bem de alto valor como um imóvel ou veículo. Essa concessão em geral só é feita pela instituição financeira mediante a compra do bem específico.
Leasing	Trata-se da compra de um bem realizada pela instituição financeira, onde o serviço daquele bem é disponibilizado e o cliente tem a opção de realizar a compra em definitivo no final do contrato.
Penhor	Ocorre que diante da necessidade do cliente conseguir um empréstimo, em troca o cliente disponibiliza algum de seus bens como garantia de pagamento referente ao empréstimo feito. Caso não ocorra o pagamento, a instituição possui o direito de vender o bem para encerrar a dívida.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Com o aumento do acesso aos bancos e com o avanço das novas tecnologias, tem se tornado cada vez mais fácil adquirir cartões e a liberação de crédito por parte dos agentes econômicos conforme Sampaio (2018):

No Brasil, a democratização do acesso ao crédito para consumo, sob o manto retórico do interesse coletivo, tornou-se uma política macroeconômica do governo, que estimulou o aumento do nível de consumo – e consequentemente do nível de endividamento- das famílias, funcionalizando interesses individuais ao interesse coletivo de estímulo à economia de mercado..

No entanto há de se ter uma precaução, conforme alerta Caperna (2013):

Além da grande facilidade na obtenção do crédito e da massante publicidade que circunda o consumidor, o superendividamento também é decorrente do ambiente de contratação criado pelas instituições financeiras, que, violando a boa-fé objetiva, deixam de informar aos consumidores aspectos essenciais do contrato a ser firmado.

Sampaio (2018) ainda afirma que o descontrole financeiro deve ser encarado como um problema relacionado a diversas áreas de estudo, pois podem ser oriundos de fatores sociais e emocionais.

Dados da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) revelam que cerca de 78% das famílias brasileiras estão endividadas, um aumento de 6,6% se comparado ao ano passado ao mesmo período do ano passado. Já o total de famílias com dívidas ou contas em atraso ficou em 29% em julho, ante 28,5% em junho deste ano e 25,6% em julho de 2021. Desses, 10,7% disseram não ter como pagar os compromissos assumidos, proporção 0,1 ponto percentual maior do que no mês anterior e 0,2 ponto percentual menor do que no mesmo período do ano anterior. O aumento do endividamento foi de 0,5 ponto percentual entre as mulheres e de 1 ponto percentual entre os homens, ficando em 80,6% e 77,5% respectivamente. Entre as mulheres, a pesquisa aponta desaceleração no endividamento nos últimos meses, mas o incremento na comparação anual foi de 8,3 pontos percentuais, enquanto entre os homens subiu 6,3 pontos percentuais.(PEIC/CNC,2022)

Por faixa de renda, a Peic aponta que as famílias na faixa acima de dez salários mínimos mensais contraíram mais 0,8 ponto porcentual de dívidas em julho, chegando a 75% com dívidas. Na faixa com renda abaixo de dez salários mínimos, o endividamento cresceu 0,6 ponto porcentual, atingindo 78,8%. Nas duas faixas, a taxa é recorde.(PEIC/CNC,2022).

Já em relação à inadimplência, o número de famílias com contas ou dívidas em atraso subiu 0,5 ponto porcentual em julho, para 29%. A proporção é 3,4 pontos percentuais maior do que o apurado em julho de 2021. Já a proporção daquelas que não terão condições de

saldar seus débitos ficou em 10,7%, percentual que se manteve praticamente estável no último ano.(PEIC/CNC,2022)

A pesquisa ainda aponta conforme o quadro abaixo o grau de comprometimento da renda das famílias brasileiras endividadadas por períodos que vão de 3 meses até mais de 1 ano. Aqui cabe ressaltar que com o cenário da taxa básica de juros brasileira em 13,75% (BACEN) essa condição tende a se agravar cada vez mais, pois a taxa selic como é conhecida se encontra em seu maior patamar desde o ano de 2017, além disso ela serve de referência aos bancos no fornecimento de crédito.

Mês	Percentual de Famílias			Número Absoluto de Famílias			Prazo de Comprometimento da Renda				
	Endividadas	Contas em Atraso	Não Terão Condições de Pagar	Endividadas	Contas em Atraso	Não Terão Condições de Pagar	Até 3 Meses	De 3 a 6 Meses	De 6 Meses a 1 Ano	Por Mais de 1 Ano	
Sep-21	69.2%	19.0%	7.3%	2,758,978	759,233	291,456	0	22.5%	22.0%	15.5%	38.5%
Oct-21	71.3%	19.7%	7.1%	2,844,646	786,775	284,307	0	20.3%	22.2%	16.3%	39.6%
Nov-21	73.5%	20.4%	7.2%	2,934,558	814,528	287,270	0	17.6%	23.0%	17.3%	40.5%
Dec-21	74.5%	20.2%	7.0%	2,976,469	805,536	278,312	0	16.4%	23.7%	17.3%	41.0%
Jan-22	73.1%	20.3%	7.2%	2,923,116	810,450	285,983	0	17.6%	23.0%	17.8%	40.6%
Feb-22	73.0%	21.8%	8.3%	2,922,678	871,594	333,747	0	19.3%	22.2%	18.7%	39.3%
Mar-22	74.3%	23.1%	9.4%	2,976,443	926,676	374,670	0	20.6%	22.1%	18.8%	37.8%
Apr-22	75.3%	24.6%	10.1%	3,016,108	986,104	402,804	0	22.3%	22.4%	19.1%	35.4%
May-22	74.5%	24.5%	9.7%	2,987,996	982,819	388,157	0	24.6%	22.5%	18.8%	33.4%
Jun-22	74.1%	23.0%	8.8%	2,972,926	923,637	353,293	0	24.6%	23.3%	19.3%	31.7%
Jul-22	75.4%	23.2%	8.7%	3,024,948	929,836	350,525	0	24.5%	25.4%	19.6%	29.0%
Aug-22	76.6%	24.0%	8.6%	3,077,549	964,526	346,667	0	26.4%	25.9%	18.5%	28.0%
Sep-22	76.9%	24.8%	8.4%	3,077,549	964,526	346,667	0	26.1%	26.5%	18.8%	27.8%

Fonte: FecomercioSP

Já o Relatório de Estabilidade Financeira (REF) publicado semestralmente pelo Bacen (2022) faz um apontamento em relação às famílias, a materialização de risco cresceu de forma relevante em 2022 no crédito não consignado, no cartão de crédito e no financiamento de veículos. Além disso, a capacidade de pagamento dos tomadores de crédito piorou, mesmo diante da recuperação econômica e do aumento do emprego. O cenário ainda é de renda das famílias cada vez mais comprometida com dívidas mais onerosas, como cartão de crédito e crédito não consignado.

Gráfico 1.2.2.13 – Comprometimento de renda individual¹

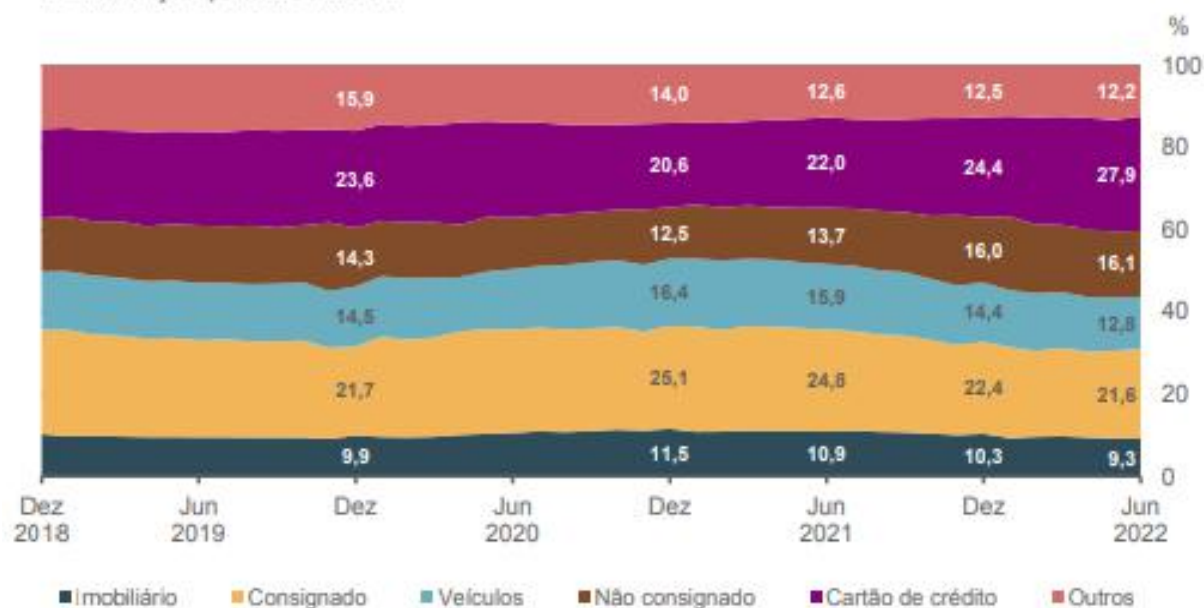
Intervalo interquartil



Fonte: Relatório de Estabilidade Financeira

A capacidade de pagamento dos tomadores de crédito na carteira dos bancos apresentou piora, retornando aos níveis pré-pandêmicos.²³ Apesar da recuperação econômica e da queda no nível de desocupação, a distribuição do comprometimento de renda individual (CRI) dos tomadores do SFN apresentou tendência de alta no primeiro semestre de 2022, em valores próximos ou que superam os da pré-pandemia (Gráfico 1.2.2.13). Em uma outra abordagem sobre o tema – o comprometimento de renda das famílias calculado a partir de agregados econômicos (SGS 29034, linha tracejada do Gráfico 1.2.2.13) –, houve relativa estabilidade ao longo da primeira metade de 2022, apesar do aumento ocorrido entre meados de 2020 e o fim de 2021; seus valores atuais são superiores aos pré-pandêmicos. Mesmo com diferentes dinâmicas em específicos momentos do tempo, ambas as abordagens sobre comprometimento de renda indicam deterioração recente da capacidade de pagamento das PFs.

Gráfico 1.2.2.14 – Comprometimento de renda individual¹
Contribuição por modalidade



Fonte: Relatório de Estabilidade Financeira

Esse comportamento pode ser explicado pela decomposição do CRI por modalidade: a renda está cada vez mais comprometida com modalidades de maior risco e mais caras, como o cartão de crédito (apenas as operações rotativas ou parceladas com juros) e o crédito não consignado (Gráfico 1.2.2.14).

No entanto é importante salientar que a função do crédito não deve ser desconsiderada pois é de extrema importância para o bom funcionamento da sociedade e se utilizado em condições de estabilidade financeira permite que as famílias possam acessar determinados tipos de bens e serviços melhorando a qualidade de vida (FRADE; MAGALHÃES, 2006). Para que esse benefício seja desfrutado em sua totalidade é fundamental que os consumidores possam se educar financeiramente, esse desafio deve ser encarado pelo governo, empresas e sociedade civil.

2.3 - Educação Financeira

De acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), a educação financeira pode ser definida como o processo pelo qual os indivíduos melhoram o seu entendimento, adquirindo informação e instrução, e desenvolvendo suas habilidades e confiança para fazerem escolhas mais conscientes; assim, podendo adotar ações que melhoram seu bem-estar.

De acordo com o BACEN (2011, p. 1):

A educação financeira no Brasil, de acordo com o Plano Diretor da ENEF é o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão dos conceitos e dos produtos financeiros, de maneira que, com informação, formação e orientação clara, adquiram os valores e as competências necessárias para se tornarem conscientes das oportunidades e dos riscos neles envolvidos e, então, façam escolhas bem informadas, saibam onde procurar ajuda, adotem outras ações que melhorem o seu bem estar, contribuindo, assim, de modo consistente para formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro.

Com o surgimento de produtos financeiros cada vez mais complexos o acesso a esse conhecimento é fundamental para os indivíduos para que possam tomar melhores decisões e a controlarem de uma forma mais eficiente suas finanças pessoais. De acordo com Saito, Santana e Savoia (2007) nas últimas 3 décadas diversas mudanças de caráter neoliberal foram realizadas produzindo alterações políticas e econômicas levando muitos governos de países desenvolvidos a diminuir seus gastos com a previdência social. No Brasil por meio desse movimento neoliberal, foram realizadas transformações tecnológicas e financeiras que afetaram os meios de produção alterando o papel do governo no que se refere ao provimento de serviços, bens e serviços sociais prestados.

Tendo em vista essas mudanças, a educação financeira tem se tornando cada vez mais importante para o indivíduo e a sociedade porém como visto, o conhecimento financeiro ainda encontra-se muito pouco difundido no Brasil, Peretti (2007, p. 41-44) afirma que “a baixa qualidade de ensino e a falta de conhecimento da população tornaram-se uma preocupação, pois tudo gira em torno da educação”. Já Cerbasi (2016) revela que o planejamento financeiro é tido como algo muito complexo e que necessita de auxílio de um profissional devido a falta de habilidade no manuseio de tabelas e a educação financeira ainda não é amplamente ensinada nos diferentes níveis de ensino no Brasil e, conseqüentemente, as escolas brasileiras não têm desempenhado um papel adequado nesse sentido. Para Frankenberg (1999) o planejamento financeiro tem por objetivo traçar estratégias alinhadas aos objetivos de curto, médio e longo prazo do indivíduo, visando o acúmulo de bens e conseqüente aumento de patrimônio do indivíduo e de sua família. Gale e Levine (2010) defendem que ampliar o conhecimento sobre conceitos básicos de finanças resultará em diversos benefícios tanto no período ativo do indivíduo no mercado de trabalho quanto para seu período de aposentadoria, o que poderá gerar um benefício a longo prazo no que tange a vulnerabilidade financeira, reduzindo assim problemas sociais e econômicos. Logo, podemos concluir que possuir conhecimento em finanças pessoais pode gerar um grande impacto na vida dos indivíduos em seu cotidiano. No entanto, é necessário que se tenha em mente que independente do

conhecimento, o foco deve ser colocar esses conceitos em prática para que se possa colher os frutos como por exemplo eliminar possíveis perdas financeiras na aposentadoria.”

Segundo Potrich, Vieira e Kirch (2014,p.363) “a alfabetização financeira vem sendo reconhecida mundialmente como um importante elemento de estabilidade e desenvolvimento econômico e financeiro.” A pesquisa realizada por eles ainda diferencia os conceitos de educação financeira e alfabetização financeira, para eles o fato de um indivíduo possuir algum nível de conhecimento financeiro não o torna um bom tomador de decisões em relação às suas finanças pessoais. Para Groppelli e Nikbakht (2002), o que diferencia os estudantes que possuem conhecimento sobre finanças dos que não possuem passa por começar a sua vida financeira com hábitos alinhadas com seus objetivos financeiros, sabendo seus principais gastos e seu orçamento para eles a educação financeira, é a forma de educar o indivíduo a tomar decisões que serão fundamentais no seu dia a dia. Peretti (2007, p. 01) observa que “saber gastar, ganhar, poupar, investir e saber doar é o fundamento da educação financeira, para que as pessoas possam ter melhor qualidade de vida”, Já Clason (2005, p. 45) destaca a seguinte ideia: “O propósito de um orçamento é ajudá-los a juntar dinheiro. Uma maneira de garantir que vocês consigam o necessário [...]. É capacitá-los a perceber seus mais profundos anseios, defendendo-os contra aquisições meramente casuais”. Peretti (2007) afirma ser comum que todos desejem aproveitar ao máximo suas vidas, porém, para que se possa atingir esse objetivo é necessário planejar o futuro de maneira cuidadosa. Quanto mais cedo começarmos a planejar, maiores são as chances de alcançar a estabilidade financeira desejada, desfrutando de saúde e felicidade. Nesse planejamento, é fundamental garantir uma renda estável. Para construir essa base financeira sólida, é preciso agir com determinação e elaborar um excelente plano de ação, além de controlar os gastos e estabelecer metas a curto e longo prazo.

Camargo (2007) divide o planejamento financeiro em três etapas, sendo que a primeira se relaciona à clareza de metas e objetivos, aquelas que podem criar um plano a ser seguido para chegar a um futuro financeiro mais seguro. Na segunda etapa, o planejador prepararia a pessoa para uma estimativa das fontes de renda futuras e suas despesas. Já a terceira etapa seria a etapa conclusiva da adequação das metas e dos objetivos traçados inicialmente. Desta maneira, o planejamento financeiro é um importante fator nas operações familiares, pois é ele quem mapeia os caminhos para guiar, coordenar e controlar as ações e seus objetivos (GITMAN, 2011).

3 METODOLOGIA

O propósito deste capítulo é apresentar a abordagem e procedimento de estudo, a ferramenta e os passos de obtenção e avaliação dos dados utilizados para identificar como hábitos de consumo e a falta de planejamento financeiro, impactam no endividamento da classe média brasileira.

Em relação aos fins, a pesquisa pode ser classificada como descritiva, pois conforme define Gil (2008) têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.

Como ferramenta de coleta de dados, foi elaborado um questionário com perguntas abertas e fechadas, combinando elementos da pesquisa qualitativa e quantitativa, permitindo a obtenção de uma visão mais abrangente do fenômeno estudado (VERGARA, 2003). A escolha pelo método foi feita com o objetivo de obter uma compreensão mais abrangente e detalhada das percepções e opiniões dos participantes sobre o tema em questão. As perguntas abertas permitem que os participantes expressem suas opiniões de forma livre, sem restrições, possibilitando a obtenção de informações ricas e variadas. Essas perguntas permitem explorar as nuances, experiências pessoais, o que pode fornecer uma visão mais aprofundada e qualitativa sobre o assunto. Por outro lado, as perguntas fechadas oferecem opções de resposta pré-definidas, o que permite a coleta de dados mais estruturados e quantificáveis.

Conforme já mencionado, o objetivo desta pesquisa é identificar como hábitos de consumo e a falta de planejamento financeiro impactam no endividamento da população brasileira com enfoque na parcela da população classificada como classe média. Dessa forma, o universo dos participantes desta pesquisa são majoritariamente pessoas pertencentes a classe média brasileira que segundo dados atualizados do IBGE (2023) correspondem a pessoas que possuem renda familiar de R\$2.640,00 até R\$11.880,00. A amostra foi definida por critério de acessibilidade de acordo com Costa Neto (2002 p. 41), “embora se tenha a possibilidade de atingir toda a população, retiramos a amostra de uma parte que seja prontamente acessível”.

O questionário teve sua elaboração baseada na literatura encontrada sobre os temas abordados no referencial teórico, sendo composto por questões abertas e fechadas a respeito de hábitos de consumo, planejamento financeiro, comportamental frente a possíveis dificuldades financeiras sofridas e educação financeira.

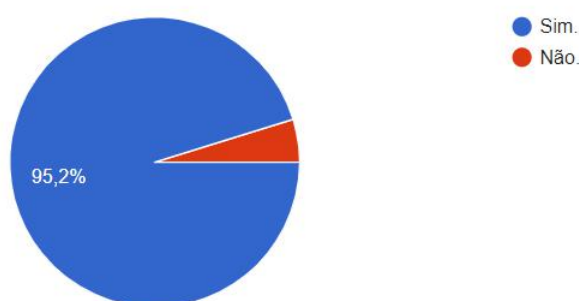
Além disso, foi elaborado com o intuito de manter o total anonimato de seus participantes na intenção de manter os mesmos em situação de conforto máximo para que pudessem expor suas respostas com o maior nível de veracidade dado o teor da pesquisa. A

ferramenta utilizada para a formulação das questões foi o Google Forms sendo distribuído em grupos da plataforma Whatsapp.

4 RESULTADOS

O questionário contou com a participação de 21 participantes, dos quais 95% se classificaram pertencentes a classe média brasileira (Gráfico 1). Além disso, o questionário ficou disponível do dia 22/05/2023 até o dia 31/05/2023.

Gráfico 1 - Você faz parte da classe média brasileira? (R\$2.640,00 até R\$11.880,00)



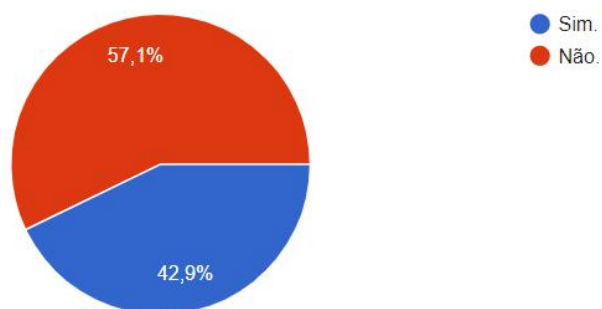
Fonte: Elaborado pelo autor.

Em relação à questão a respeito sobre o que os entrevistados entendem ser uma pessoa consumista, com base nas respostas dos entrevistados é possível identificar uma visão comum sobre o perfil do consumista. Conforme mencionado por um dos entrevistados: “uma pessoa consumista é alguém que compra por impulso e sem necessidade, adquirindo itens desnecessários mesmo quando já possui o suficiente”. Essa perspectiva reforça a ideia de que o consumista gasta sem considerar sua real necessidade. Outro entrevistado destaca que: “o consumista gasta além do que pode pagar, ignorando sua capacidade financeira”. Para alguns entrevistados, o consumista é alguém que não tem controle sobre seus gastos mensais e acaba priorizando o prazer momentâneo em detrimento da responsabilidade financeira.

No entanto, é importante ressaltar que um dos participantes apresentou uma visão mais abrangente sobre o consumismo, conforme trecho a seguir: "Na minha visão, a palavra “consumista”, por si só, não traz consigo o caráter negativo relacionado ao endividamento das famílias. De forma simples, toda a sociedade é consumista, pois todos consomem diariamente produtos e serviços essenciais à sua sobrevivência.” Essa perspectiva destaca que o consumo faz parte da sociedade como um todo e é necessário para a sobrevivência. Em outro trecho esse mesmo participante afirma: “O ponto em questão é o consumo exacerbado, sem

observância do caráter responsável do ponto de vista da saúde financeira das famílias. O consumo exacerbado, na minha visão, é sintoma de uma sociedade diariamente bombardeada por informações que denotam padrões de vida com as quais queremos nos identificar, no qual se cria uma necessidade intrínseca de obter bens e serviços não essenciais, para satisfazer desejos não genuínos.”

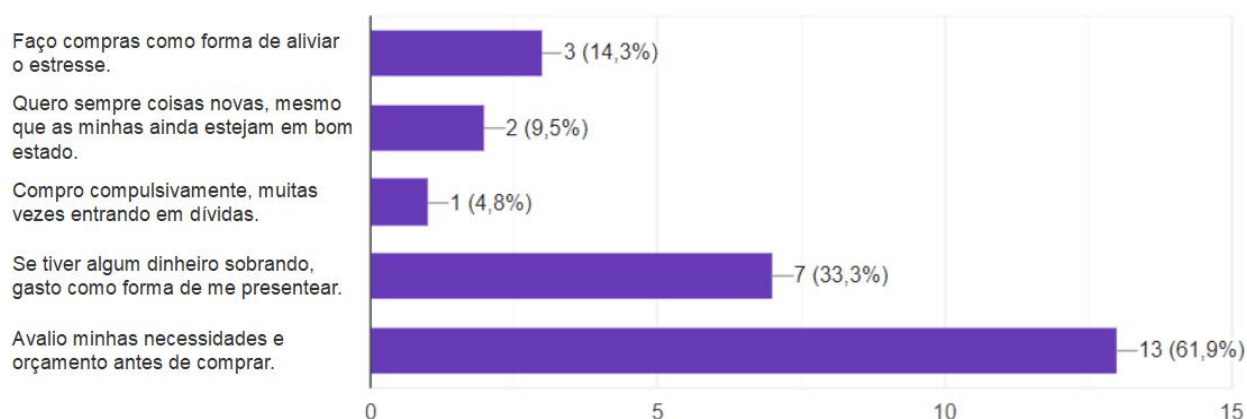
Gráfico 2 - Você se considera uma pessoa consumista?



Fonte: Elaborado pelo autor.

No gráfico acima, ao serem confrontados com a pergunta a respeito da definição do que é uma pessoa consumista, mais da metade dos entrevistados (57%) afirmaram não se considerar consumistas.

Gráfico 3 - Dos comportamentos abaixo, qual você acredita se enquadrar melhor ao seu perfil de consumo?



Fonte: Elaborado pelo autor.

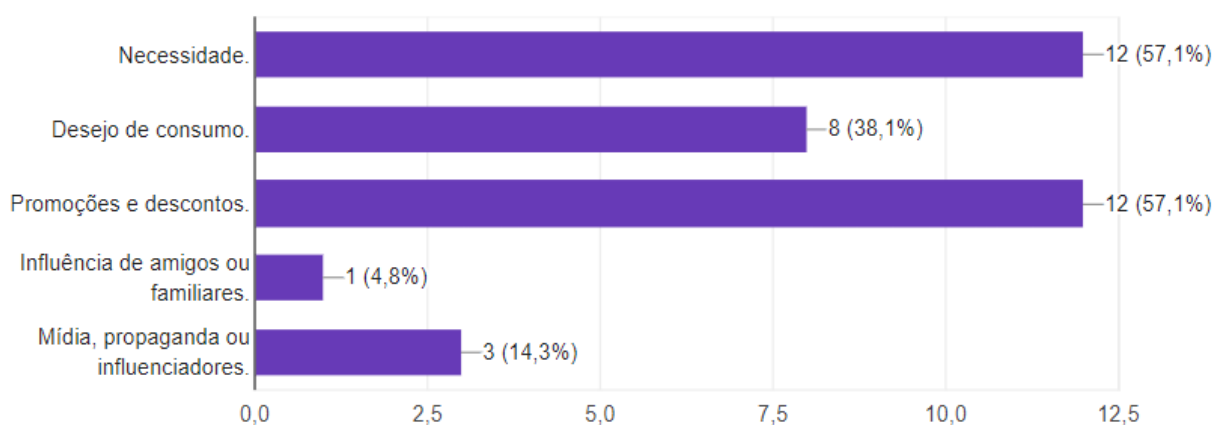
O gráfico acima, evidencia alguns dos perfis de consumo presentes na sociedade. O objetivo foi identificar nos respondentes um ou mais desses padrões, do total de participantes

14% responderam que realizam compras como forma de aliviar o estresse, enquanto 33% afirmaram que gastam dinheiro como uma maneira de se presentear quando têm sobras financeiras. Essas respostas sugerem que há pessoas que utilizam o ato de comprar como uma forma de buscar conforto emocional ou gratificação pessoal.

Por outro lado, a maioria dos participantes (61%) enfatizou a importância de avaliar suas necessidades e orçamento antes de efetuar uma compra. Essa atitude demonstra uma preocupação em não gastar de forma impulsiva e em considerar sua capacidade financeira, demonstrando uma postura mais responsável em relação ao consumo. Apesar disso, metade se considera consumista.

No entanto, é importante notar que uma parcela apontou comportamentos de consumo mais intensos, afirmando terem compulsão por compras, mesmo resultando em dívidas (4,8%), ou o desejo constante de adquirir coisas novas, mesmo quando as posses atuais estão em bom estado (9,5%). A primeira revela uma tendência para o consumo descontrolado. Já em relação à segunda, ainda que realizar a compra de novos produtos sem que haja a necessidade iminente de troca do bem não seja um comportamento danoso à primeira vista, sem um planejamento financeiro adequado talvez possa gerar um comprometimento da renda a longo prazo a depender da forma de pagamento (parcelamento no cartão de crédito) (CERBASI, 2016).

Gráfico 4 - Quais os principais motivos que te impulsionam a comprar?



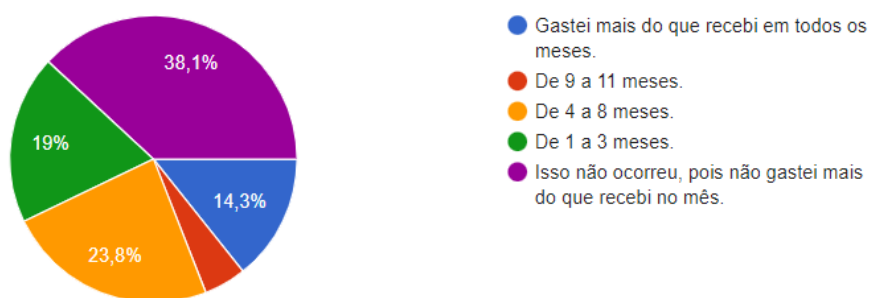
Fonte: Elaborado pelo autor.

Quando questionados sobre as motivações que impulsionam o consumo, 38% dos participantes assinalaram serem motivados pelo desejo de adquirir produtos ou serviços. Isso pode ser impulsionado pela busca de satisfação pessoal, prazer ou realização de desejos. A maioria dos participantes (57%) considerou a importância das promoções e descontos como fatores que influenciam suas escolhas de compra, o que vai de encontro ao estudo realizado pelos pesquisadores Kahneman e Tversky (1979) que afirmar que as pessoas tendem a ser mais sensíveis às perdas do que aos ganhos, o que significa que um desconto ou uma promoção que representa uma economia financeira é percebido como um ganho adicional, podendo ser motivadores significativos para as pessoas realizarem compras. Já para outros 57% dos participantes, a necessidade é um fator determinante em suas decisões de consumo. Fontenelle (2017) defende que o consumo por si só é inerente ao ser humano. No entanto, na sociedade capitalista esse consumo deixou de ser apenas pela necessidade e se tornou um modelo de sociedade onde os consumidores são influenciados por elementos externos.

Uma minoria indicou a influência de amigos ou familiares (4,8%), da mesma forma a alternativa mídia, propaganda ou influenciadores foi pouco considerada (14,3%) .

É importante ressaltar que as respostas obtidas por meio do questionário revelam uma variedade de motivações para o consumo. Enquanto alguns dos participantes são guiados por seus desejos e preferências pessoais, outros levam em consideração fatores como oportunidades de economia, necessidades básicas ou influências externas.

Gráfico 5 - Quantas vezes você estourou seu orçamento mensal nos últimos 12 meses?



Fonte: Elaborado pelo autor.

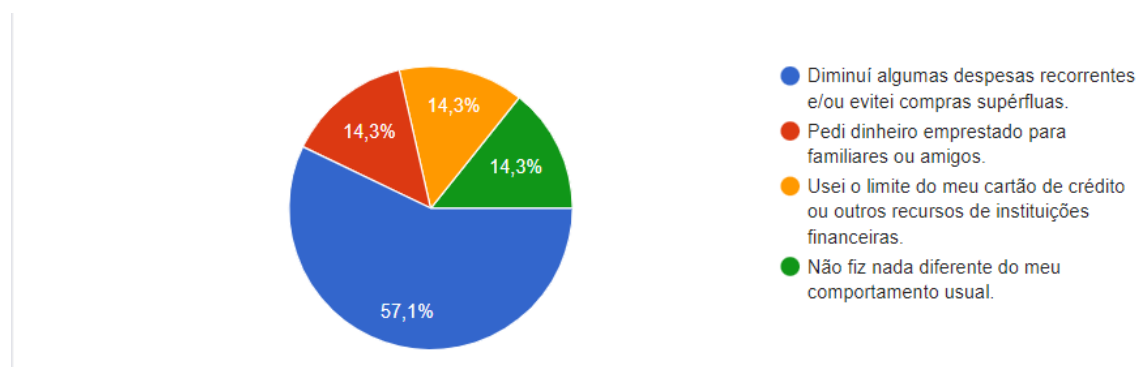
O gráfico 5 retrata o número de vezes em que os participantes excederam o seu orçamento mensal nos últimos 12 meses. Nota-se que a maioria dos participantes (62%) gastou mais do que recebeu pelo menos 1 vez ao longo dos últimos 12 meses. Em

contrapartida 38% dos participantes afirmaram não terem gasto além dos seus recebimentos mensais em nenhum mês.

Quando perguntados a respeito do estouro do orçamento e os motivos para terem ocorrido, as motivações apontadas foram diversas, destacando-se gastos extraordinários no cartão de crédito, viagem e falta de planejamento financeiro, variações nos ganhos mensais também foram apontados como a resposta a seguir: “Em maio meu faturamento caiu 50%”, em relação há pessoas que possuem ganhos variáveis a atenção dada ao planejamento financeiro deve ser redobrada como afirma Cerbasi (2016) para que se possa evitar altos e baixos, deve se focar na manutenção do custo de vida que esteja dentro de uma média de recebimentos ao longo de um dado período. já outro apontou a necessidade de gasto extraordinário, “Em Março de 2023, estourei o orçamento mensal por necessidade de obra residencial”.

Os demais participantes mantiveram as motivações vinculadas a comportamentos ligados ao aumento dos gastos, como os descritos a seguir: “Não tenho controle dos meus gastos no cartão de crédito.”; “Em março, por conta da viagem de férias.”

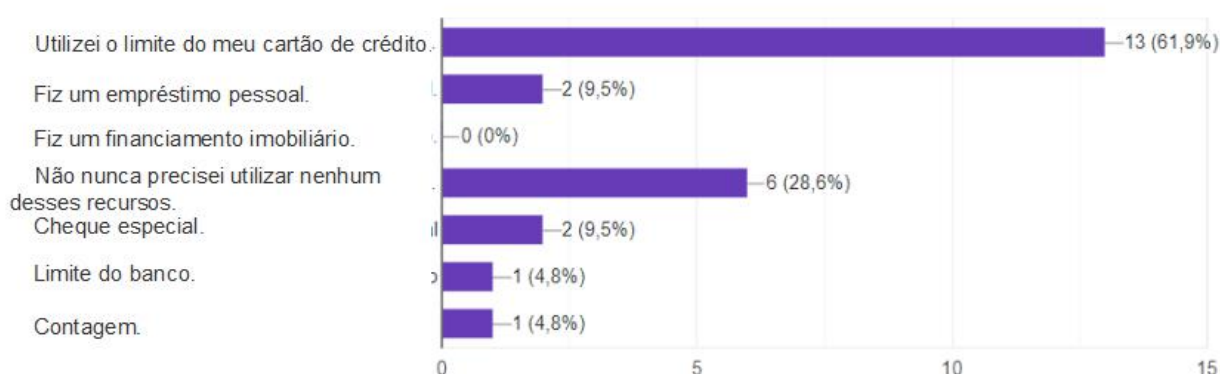
Gráfico 6 - Em situações em que você teve alguma dificuldade financeira, qual foi o seu comportamento?



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 6 demonstra a tomada de decisão dos entrevistados mediante as dificuldades financeiras sofridas. A maior parte dos entrevistados (57%) sinalizaram terem diminuído despesas recorrentes e/ou evitado realizar compras supérfluas. Parte deles (14%) afirmaram ter pedido dinheiro emprestado para familiares ou amigos, outros (14%) afirmaram terem usado o limite do cartão de crédito ou outros recursos de instituições financeiras e ainda teve uma parcela que afirma não ter realizado nenhuma alteração no seu comportamento.

Gráfico 7 - Recursos financeiros utilizados.



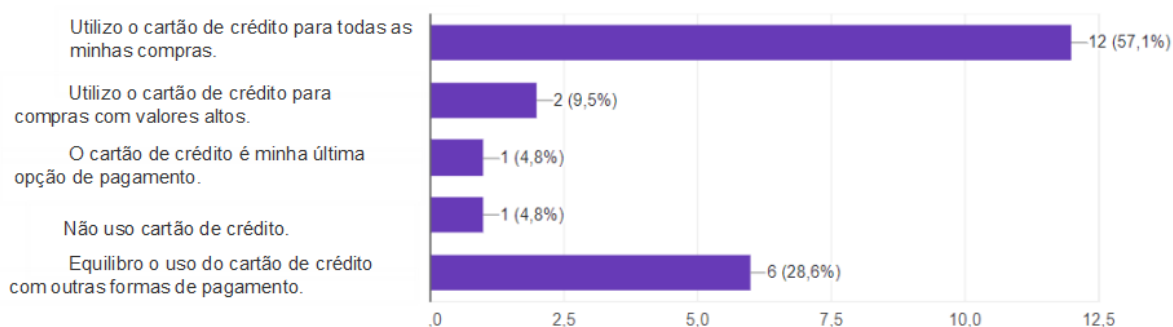
Fonte: Elaborado pelo autor.

Em relação ao gráfico 7, foi pedido que os participantes indicassem quais recursos financeiros foram utilizados nos últimos 12 meses desconsiderando quaisquer dificuldades mencionadas na questão anterior. Das respostas obtidas, 61,9% dos participantes afirmaram ter utilizado o cartão de crédito, 28,6% afirmaram nunca terem precisado utilizar nenhum dos recursos informados, enquanto 9,5% respectivamente responderam terem utilizado cheque especial e/ou fizeram empréstimo pessoal, ainda tiveram respostas com outras ferramentas não convencionais.

Posteriormente os participantes foram perguntados sobre como se organizavam para pagar as dívidas. As respostas obtidas indicam diferentes estratégias adotadas pelos participantes para organizar o pagamento de suas dívidas, como cortar gastos, utilizar recursos específicos e buscar ajuda externa. Um dos participantes destacou a utilização do crédito disponibilizado pelo banco sem cobrança de juros por um prazo específico conforme descrito a seguir: “Utilizei o cheque especial em uma data que não fosse gerado juros, sendo coberto logo com o salário”. Já outros afirmaram ter realizado o parcelamento das dívidas e a utilização de renda extra, como comissões ou salário, para cobrir os valores devidos. Alguns participantes relataram ter diminuído os gastos supérfluos como parte de sua estratégia para pagar as dívidas. Essa medida envolve cortar gastos em áreas não essenciais e priorizar o pagamento das dívidas.

Essas abordagens mostram a importância de uma gestão financeira consciente e de se tomar medidas para evitar o acúmulo de dívidas e manter a estabilidade financeira.

Gráfico 8 - Considerando os últimos 12 meses, como você classifica seu comportamento na utilização do cartão de crédito?

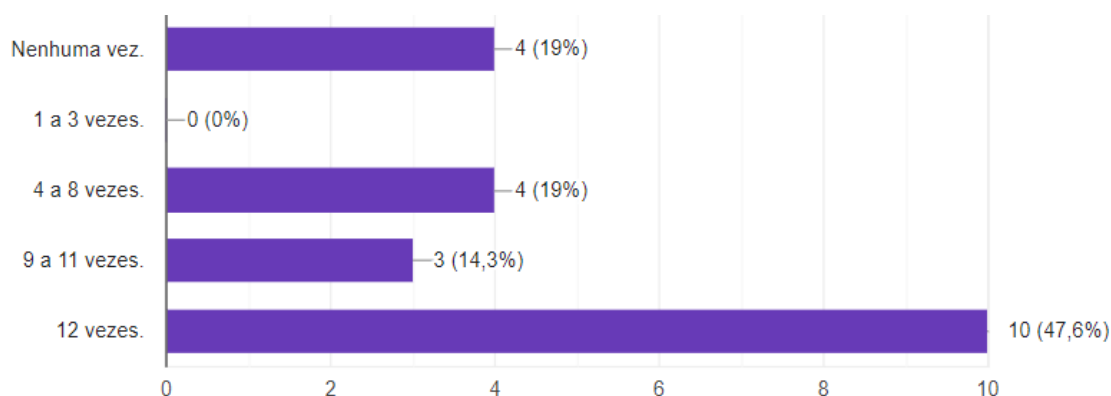


Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 8 demonstra o comportamento dos participantes em relação ao uso do cartão de crédito considerando os últimos 12 meses. A maioria dos participantes (57%) afirmaram utilizar o cartão de crédito em todas as compras. Outra parte (28,6%) dos entrevistados afirmou equilibrar o uso do cartão de crédito com outras formas de pagamento. Ainda foram apontados o uso do cartão de crédito para compras com valores altos (9,5%), a utilização do cartão de crédito como última opção de pagamento (4,8%) e a não utilização do cartão de crédito (4,8%).

Questionados a respeito das motivações para o uso do cartão de crédito, os participantes citaram programa de pontos e milhagem, a facilidade e a comodidade que as parcelas proporcionam, além disso a necessidade financeira para compras com valores mais elevados e até mesmo o uso como forma de driblar a falta de recursos no mês. Nesse caso especificamente é importante reforçar que embora o uso do cartão de crédito em si não seja necessariamente algo prejudicial, segundo a pesquisa realizada pela PEIC em 2022 o cartão de crédito é o maior causador de endividamento das famílias brasileiras, sendo assim considerando que a maior parte dos participantes estourou seu orçamento mensal em algum momento nos últimos 12 meses e utilizaram o limite do cartão de crédito, não se pode descartar a possibilidade de um endividamento se tornar uma inadimplência frente a uma dificuldade financeira inesperada. Esse inclusive foi um dos pontos levantados pelos participantes quando questionado a respeito de preocupações referentes às suas finanças pessoais conforme descritos a seguir: “Não conseguir arcar com todas as minhas dívidas”; “Perder o emprego e não ter como honrar meus compromissos”.

Gráfico 9 - Considerando os últimos 12 meses, quantas vezes você realizou o pagamento total da sua fatura do cartão de crédito?



Fonte: Elaborado pelo autor.

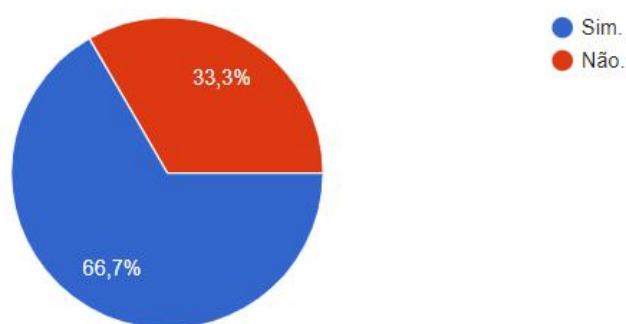
O gráfico 9 representa quantas vezes os participantes efetuaram o pagamento total da fatura do cartão de crédito considerando os últimos 12 meses. Aproximadamente metade dos participantes (47,6%) afirmaram ter efetuado o pagamento total da fatura do cartão de crédito e os demais (52,4%) afirmaram ter deixado de efetuar o pagamento em pelo menos 4 dos 12 meses.

Quando questionados a respeito das motivações para realizarem o pagamento da fatura nesse formato, muitos descreveram a facilidade como um ponto considerado, outros reforçaram a possibilidade de parcelamento do valor sendo um diferencial ainda que possa ocorrer a incidência dos juros.

Diante disso, ainda que possam enfrentar dificuldades para o pagamento total de sua fatura por qualquer que sejam os motivos os juros praticados por esse não pagamento da totalidade da fatura do cartão de crédito são os maiores praticados no mercado financeiro conforme dados do Banco Central, representando um ato altamente nocivo no que refere-se a saúde financeira. (BACEN, 2023). Tal fato corrobora com o resultado da pesquisa realizada pela revista Standard & Poor 's em 2019 e justifica o baixo desempenho do Brasil frente à educação financeira.

Os participantes foram perguntados sobre a forma que se organizam financeiramente e controlam seus gastos. Dentre as respostas obtidas, a mais citada foi o registro dos gastos através de simples anotações (28,6%), outros afirmaram fazerem uso de aplicativos financeiros para realizar o controle (19%), ainda tiveram os que afirmam não possuir nenhum tipo de controle (14,3%) e os que apenas conferem o extrato bancário (23,8%).

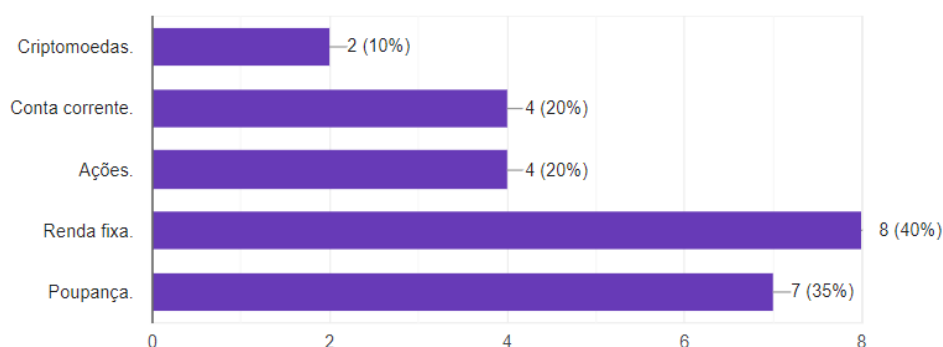
Gráfico 10 - Você possui uma reserva de emergência para situações inesperadas?



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 10 apresenta o percentual dos participantes que afirmam possuir uma reserva de emergência. Perguntados sobre quantas vezes utilizaram essa reserva nos últimos 12 meses, 66% dos respondentes afirmaram não terem utilizado nenhuma vez a sua reserva de emergência, já os 34% restantes utilizaram a reserva ao menos 1 vez nos últimos 12 meses.

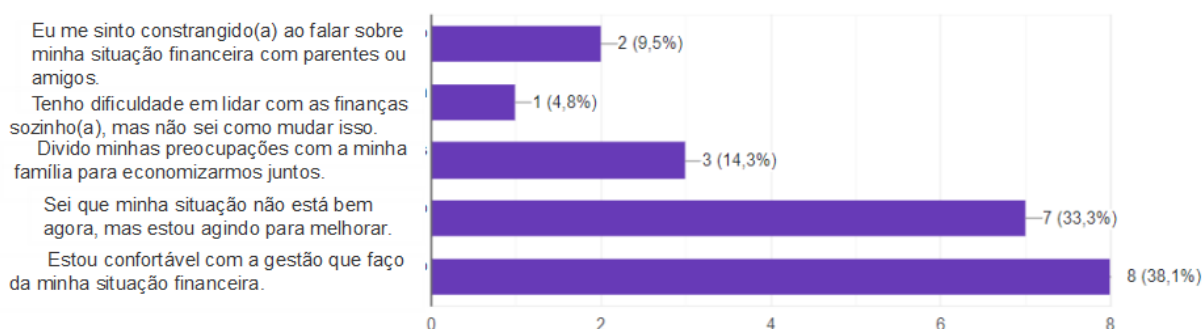
Gráfico 11 - Onde você mantém essa reserva?



Fonte: Elaborado pelo autor.

Quando perguntados sobre o local em que deixam essa reserva, a maioria dos respondentes optam por deixar o dinheiro em modalidades de investimento que possuem como característica uma maior segurança como poupança (35%) e investimentos em renda fixa (40%), outra parcela dos entrevistados informaram realizar investimentos em ações (20%) e em criptomoedas (20%). Por fim, ainda tiveram participantes que escolhem deixar sua reserva de emergência na própria conta corrente.

Gráfico 12 - Sobre a sua situação financeira, quais das frases a seguir se enquadram no seu perfil.

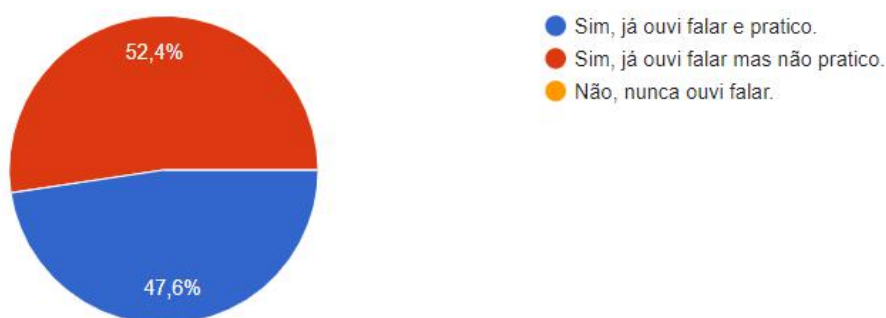


Fonte: Elaborado pelo autor.

No gráfico 12 estão expostas frases que foram sugeridas aos participantes para ilustrar a atual situação financeira de cada um e 38% dos participantes afirmaram estar confortáveis com a gestão que fazem de sua situação financeira, em contrapartida 33% sinalizaram saber que sua situação financeira atual não está boa mas que estão agindo para melhorar, outros 14% afirmam dividir suas preocupações com a família para economizarem juntos. Alguns respondentes ainda marcaram a opção que se sentem constrangidos ao falarem sobre sua situação financeira com parentes ou amigos (9,5%) e Tenho dificuldade em lidar com as finanças sozinho(a), mas não sei como mudar isso (4,8%).

Quando perguntados sobre as principais preocupações em relação às finanças pessoais, os participantes responderam: exceder os gastos, perder o controle sobre a dívida, a perda do emprego, a perda dos bens e imóveis financiados. Uma resposta destacada é aquela em que o participante menciona não ter nenhuma preocupação financeira e viver o presente. É importante observar que cada resposta reflete a preocupação individual de um participante e que as preocupações podem variar de acordo com a situação financeira e as experiências pessoais de cada um.

Gráfico 13 - Já ouviu falar sobre planejamento financeiro?



Fonte: Elaborado pelo autor.

Em relação ao tema planejamento financeiro, quando perguntados 100% dos respondentes afirmam já terem ouvido falar sobre o tema, entretanto mais da metade deles afirmam não praticar nenhum tipo de planejamento em suas vidas.

Sobre a importância do planejamento financeiro e como ele pode ajudar as pessoas, a maioria apontou a organização e minimização de dívidas e o não pagamento de juros como fatores positivos de quem realiza um planejamento financeiro. A possibilidade de usufruir do dinheiro com responsabilidade também foi algo enfatizado pelos participantes.

Ao serem perguntados sobre como eles avaliam a educação financeira no Brasil, todos foram unânimes ao responderem que o nível é muito precário. Alguns responderam que esse tema deveria ser ensinado nas escolas, pois a vida adulta exige esse conhecimento.

Por fim, como fonte de informação a respeito do tema 66,7% dos participantes informaram acompanhar algumas pessoas em redes sociais, outra parcela considerável (47,6%) respondeu conversar com outras pessoas que entendem mais sobre o assunto. Cerca de 19% assume consumir livros e cursos sobre finanças pessoais e ainda houve outros 19% que afirmam não consumir nenhum tipo de conteúdo sobre finanças pessoais.

Para além do exposto a pesquisa ainda contou com uma pergunta aberta para compartilhamento de comentários e sugestões sobre qualquer aspecto relacionado que o participante porventura considerasse relevante. Algumas das ideias compartilhadas foram que o governo deveria ampliar o acesso a esse tipo de conhecimento, pois muitos não podem pagar um curso ou uma especialização, já outros afirmaram que as pessoas precisam se abrir mais para falar sobre o tema.

4.1 Discussão

Ao analisar os resultados da pesquisa, é notório que os participantes da pesquisa apresentaram dificuldades financeiras em algum momento recente e que ao serem perguntados sobre seus hábitos de consumo e planejamento financeiro boa parte não demonstrou realizar um controle de gastos eficiente nem demonstraram conhecimento profundo sobre o tema.

Uma parcela dos participantes afirmou utilizar o cartão de crédito em todas as compras, principalmente motivadas pelo desejo de consumo. Essa realidade pode estar relacionada ao consumismo, visto que tal comportamento pode estar ligado ao fato de que muitos participantes não se consideram consumistas, mas ainda assim sentem o impulso de satisfazer suas vontades por meio das compras.

Embora o cartão de crédito seja utilizado frequentemente, alguns dos participantes admitiram ter deixado de pagar a fatura por completo em algum momento nos últimos 12 meses. Essa situação pode revelar a dificuldade de honrar todos os compromissos financeiros, indicando uma possível inadimplência. O desejo constante de adquirir bens e serviços apontado pelos entrevistados pode levar a gastos excessivos e descontrolados, contribuindo para o acúmulo de dívidas.

Por outro lado, a pesquisa revelou que a maioria dos participantes possui uma reserva de emergência, mas não recorreu a ela nos últimos 12 meses. Isso sugere que essa reserva pode não estar sendo utilizada de forma efetiva para lidar com imprevistos financeiros ou dificuldades momentâneas, o que pode indicar uma acomodação com o fato de estarem inadimplentes ou uma falsa percepção de que os rendimentos dos investimentos serão superiores aos juros aplicados pelas instituições financeiras, visto que conforme mencionado anteriormente os juros dos cartões de crédito são os maiores do mercado. Além disso, outras hipóteses para o não uso dessa reserva para sanar inadimplências pode ser oriunda de uma falta de liquidez momentânea o que segundo Cerbasi (2016) seria um erro de planejamento, tendo em vista que a constituição de uma reserva de emergência deve ter como principal característica a pronta disponibilidade dos recursos para em casos de emergência serem utilizados.

Essa falta de planejamento financeiro adequado pode ser um fator determinante nessa questão, pois a ausência de um plano estruturado para gerenciar as finanças pessoais pode levar a uma falta de preparo para enfrentar situações financeiras adversas. Nesse sentido, a pesquisa revelou que parte dos participantes admitiu não praticar um planejamento financeiro, mesmo tendo conhecimento sobre sua importância. Essa falta de planejamento pode contribuir para o endividamento, pois a ausência de um plano financeiro estruturado dificulta o controle dos gastos, o estabelecimento de prioridades e o direcionamento adequado dos recursos disponíveis. Além disso, parte dos participantes não se sentem confortáveis ao falar sobre suas finanças. Esses dois aspectos podem estar interligados, indicando a falta de conscientização e a dificuldade em lidar com questões financeiras de forma organizada e transparente.

Quanto ao uso do cartão de crédito, alguns participantes afirmaram utilizá-lo como uma forma de resolver imprevistos ou dificuldades financeiras momentâneas. Embora o cartão de crédito possa ser uma ferramenta útil em certas circunstâncias, seu uso frequente para suprir necessidades emergenciais pode indicar uma falta de planejamento financeiro prévio. Isso pode levar a um ciclo de endividamento, uma vez que as compras feitas no cartão

de crédito sem um planejamento adequado podem resultar em pagamentos parcelados e acúmulo de juros.

Esses levantamentos feitos revelam a importância de se adotar práticas financeiras que visem a estabelecer um controle de gastos, através do planejamento financeiro, e a conscientização sobre a utilização adequada do cartão de crédito. Além disso, ressaltam a necessidade de promover uma cultura de transparência e abertura na discussão sobre finanças pessoais, visando o desenvolvimento de habilidades financeiras saudáveis e uma maior estabilidade econômica a longo prazo.

Uma parcela dos respondentes ao responderem sobre sua situação financeira afirmaram ter ciência de que embora não estejam confortáveis no momento estão agindo para melhorar, já em relação aos principais medos essa mesma parcela considerou a perda do emprego e a perda do controle da dívida como fatores de preocupação, esses mesmos participantes ao serem perguntados afirmaram não se considerarem consumistas e utilizam o cartão de crédito como recurso quando seus gastos excedem seus recebimentos mensais. Além disso, responderam terem como fator motivador para o consumo o desejo de consumo, para esse grupo basta que ocorra um aumento repentino nos gastos, para que se tornem inadimplentes, a falta de controle dos gastos, pode levar a um ciclo de dívidas. Além disso, a ausência de um planejamento financeiro adequado, incluindo a falta de uso efetivo da reserva de emergência e a não prática de um plano estruturado, pode contribuir para a dificuldade em lidar com imprevistos e manter uma saúde financeira estável.

Portanto, é importante que a classe média brasileira adote uma abordagem mais consciente em relação ao consumo, busque praticar um planejamento financeiro adequado e desenvolva hábitos financeiros saudáveis. Isso envolve o estabelecimento de metas, o controle dos gastos, a criação de uma reserva de emergência efetiva e a busca por conhecimento sobre finanças pessoais, no que se refere ao consumismo, embora haja um incentivo maciço por parte das empresas através de anúncios, adotar esse planejamento permitirá que o indivíduo possa consumir de uma forma organizada e dentro do seu limite orçamentário evitando o acúmulo de dívidas.

Através de uma educação básica que promova ainda que de forma superficial conceitos ligados à matemática financeira aliado a criação de programas educacionais por parte das instituições será possível mitigar os impactos do consumismo e da falta de planejamento financeiro, promovendo uma maior estabilidade econômica e bem-estar financeiro na classe média brasileira.

5 CONCLUSÃO

O processo de facilitação ao crédito praticado pelos bancos nas últimas décadas, aliada a uma falta de educação financeira vem cada vez mais produzindo uma população incapaz de realizar um planejamento financeiro adequado, e resultando nesse endividamento coletivo como aponta a pesquisa PEIC (2022).

O objetivo geral deste trabalho foi evidenciar como hábitos consumistas praticados pelas famílias brasileiras da classe média, aliados à falta de educação e planejamento financeiro relacionam-se com o cenário de endividamento apontado pela pesquisa PEIC.

Ademais, levando em conta os resultados obtidos, pode-se analisar, com base nos 21 respondentes da pesquisa, que existe uma falta de conhecimento quando o assunto é educação financeira. Pode-se notar com base nas respostas obtidas, das quais evidencia essa falta de planejamento e como o uso indiscriminado do cartão de crédito, motivado pelo desejo de consumo pode ser nocivo para a saúde financeira das famílias a longo prazo.

As respostas obtidas dos participantes da pesquisa destacaram uma série de benefícios proporcionados pelo planejamento financeiro. Desde a organização da vida financeira até a identificação de gastos desnecessários, o planejamento financeiro permite que as pessoas tomem melhores decisões em relação ao seu dinheiro. Além disso, o estabelecimento de metas a curto e longo prazo permite que os indivíduos se preparem para despesas inesperadas e realizem seus sonhos.

Desta forma, a pesquisa pôde concluir que o mal uso do crédito, em especial o cartão de crédito aliado a motivações puramente consumistas, somado ao baixo nível de educação financeira e da realização de um planejamento financeiro estruturado resultam no quadro de endividamento maciço da classe média brasileira.

Em relação ao resultado da pesquisa, a fim de que se possa dar seguimento a novas pesquisas sobre o tema, sugere-se pesquisas voltadas à inclusão de políticas públicas como forma de atenuar esse desnível visto no Brasil em relação aos demais países no que diz respeito à educação financeira. Além disso, essa pesquisa concentrou-se em respondentes de uma determinada faixa econômica, sugere-se então pesquisas com um grau de abrangência superior, que analisem diferentes classes sociais.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Percentual de famílias com dívidas a vencer atinge recorde de 78%.** AgênciaBrasil,[S.l.],2022.Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-08/percentual-de-familias-com-divida-s-vencer-atinge-recorde-de-78>. Acesso em: 21 nov. 2022.

AKERLOF, George A.; SHILLER, Robert J. **Pescando Tolos: A Economia da Manipulação e Fraude.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

ASSAF NETO, A. **Mercado financeiro.** 10. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **A vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Microcrédito: democratizando o acesso ao crédito.** Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/htms/public/microcredito/democrat.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2022.

BARBERIS, N. **Richard Thaler and the rise of behavioral economics.** The Scandinavian Journal of Economics, 120(3), 661-684, 2018.

BARROS, Thiago. **O impacto da publicidade no consumo e na sociedade contemporânea.** Revista de Comunicação, v. 15, n. 3, p. 67-80, dez. 2020.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento.** São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

CAMPBELL, C. **Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno.** In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (orgs.). Cultura, consumo e identidade. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2007. p. 47-64.

CARPENA, Heloisa. **marceloacs@facc.ufrj.br** 2013. Disponível em: http://www.emerj.tjrj.jus.br/publicacoes/cadernos_de_direito_do_consumidor/edicoes/cadernos_de_direito_do_consumidor_160.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2022.

CERBASI, Gustavo. **Dinheiro - os segredos de quem tem.** São Paulo: Editora Gente, 2016.

CLASON, George S. **O homem mais rico da Babilônia.** 18 ed. Rio de Janeiro, RJ: Ediouro, 2005.

COSTA NETO, P. L. O. **Estatística.** 2.ed. São Paulo: Edgar Blücher, 2002.

FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. **Sobre-endividamento, a outra face do crédito.** In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito.* São Paulo: RT, 2006.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas.** 2017.

FRANKENBERG, L. **Seu futuro financeiro.** 13. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

GALE, W. G.; LEVINE, R. **Financial literacy: what works? How Could it be More Effective?** 2010.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da administração financeira.** 10. ed. São Paulo: Pearson Prentisse Hal. 2011.

GOMES, M. S. A. **O crédito malparado e o sobreendividamento das famílias na região autónoma da Madeira.** 2011.

GROPPELLI, A. A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). **Prospect theory: An analysis of decision under risk.** *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 263-291.

KIRCH, G.; POTRICH, A. C. G.; VIEIRA, K. M. **Determinantes da alfabetização financeira:** análise da influência de variáveis socioeconômicas e demográficas. São Paulo, v. 26, n. 69, set.out. /nov./dez., 2015.

LIPOVETSKY, G. **Sedução, publicidade e pós-modernidade.** In F. M. Martins & J. M. Silva (Orgs.), *A genealogia do virtual* (pp.33-42). Porto Alegre, RS: Sulina.

MARTINS, Elisson. **Planejamento Financeiro Pessoal e o Controle de Despesas.** Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482020000200250&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 26 abr. 2023.

MOSCA, A. **Finanças comportamentais: gerencie suas emoções e alcance sucesso nos investimentos.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

MONITOR MERCANTIL. **Cresce a demanda por educadores financeiros no mercado brasileiro.** Disponível em: <https://monitormercantil.com.br/cresce-a-demanda-por-educadores-financeiros-no-mercado-br>

[asileiro/#:~:text=Uma%20pesquisa%20realizada%20em%202019,popula%C3%A7%C3%A3o%20em%20educa%C3%A7%C3%A3o%20financeira%2C%20ficando. Acesso em: 21 nov. 2022.](#)

OCDE (Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico). **OECD's Financial Education Project. Assessoria de Comunicação Social, 2004.** Disponível em: <https://www.oecd.org/>. Acesso em: 21 nov. 2022.

OLIVEIRA, J. A. **O superendividamento do consumidor: aspectos conceituais e mecanismos de solução.** Lex Humana, 3(1), 92-112, 2011.

PERETTI, Luis Carlos. **Aprenda a cuidar do seu dinheiro.** 1. ed. Dois Vizinhos, PR: Impressul, 2007.

PERETTI, Luis Carlos. **Educação financeira na escola e na família.** 2. ed. Dois Vizinhos, PR: Impressul, 2007.

PROVI. **O que é crédito?** Disponível em: [SAITO, A. T.; SANTANA, F. A.; SAVOIA, J. R. F. **Paradigmas da Educação Financeira no Brasil.** Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/2410/241016440006/>. Acesso em: 10 nov. 2022.](https://provi.com.br/blog/financas/o-que-e-credito/#:~:text=Cr%C3%A9dito%20%C3%A9%20um%20recurso%20financeiro,da%20compra%2C%20o%20dinheiro%20necess%C3%A1rio. Acesso em: 10 nov. 2022.</p>
</div>
<div data-bbox=)

SAMPAIO, Marília de Ávila e Silva. **Superendividamento e consumo responsável de crédito.** Brasília: TJDF, 2018.

SILVA, Maria. **O impacto do consumo na sociedade contemporânea.** Revista de Sociologia e Política, v. 24, n. 57, p. 123-143, set. 2016.

SOARES, João. **Capitalismo e propaganda:** a utilização da publicidade como ferramenta de expansão do sistema. Comunicação em Foco, v. 8, n. 1, p. 51-65, 2018.

SPC BRASIL. **Release Educação Financeira - Comportamento Financeiro.** Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2017/03/Release-Educa%C3%A7%C3%A3o-Financeira-Comportamento-Financeiro.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2022.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 2003.

ANEXO

QUESTIONÁRIO

1) Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a classe média brasileira é formada por pessoas com renda familiar mensal de R\$2.640,00 até R\$11.880,00. Segundo a sua renda familiar, você faz parte da classe média brasileira?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

2) Explique o que é uma pessoa consumista para você?

3) Uma pessoa consumista pode ser definida como alguém com uma conduta compulsiva em relação às compras, sem levar em conta a sua real necessidade. De acordo com a definição acima, você se considera uma pessoa consumista?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

4) Dos comportamentos abaixo, qual você acredita se enquadrar melhor ao seu perfil de consumo?

- ☐ Faço compras como forma de aliviar o estresse.
- ☐ Quero sempre coisas novas, mesmo que as minhas ainda estejam em bom estado.
- ☐ Compro compulsivamente, muitas vezes entrando em dívidas.
- ☐ Se tiver algum dinheiro sobrando, gasto como forma de me presentear.
- ☐ Avalio minhas necessidades e orçamento antes de comprar.

5) Quais os principais motivos que te impulsionam a comprar?

- ☐ Necessidade.
- ☐ Desejo de consumo.
- ☐ Promoções e descontos.
- ☐ Influência de amigos ou familiares.
- ☐ Mídia, propaganda ou influenciadores.

6) Quantas vezes você estourou seu orçamento mensal nos últimos 12 meses?

- ☐ Gastei mais do que recebi em todos os meses.

- ☐ De 9 a 11 meses.
- ☐ De 4 a 8 meses.
- ☐ De 1 a 3 meses.
- ☐ Isso não ocorreu, pois não gastei mais do que recebi no mês.

7) Qual foi a última vez em que você estourou seu orçamento e quantas vezes isso aconteceu nos últimos 12 meses? Explique por que isso aconteceu.

8) Em situações em que você teve alguma dificuldade financeira, qual foi o seu comportamento?

- ☐ Diminuí algumas despesas recorrentes e/ou evitei compras supérfluas.
- ☐ Pedi dinheiro emprestado para familiares ou amigos.
- ☐ Usei o limite do meu cartão de crédito ou outros recursos de instituições financeiras.
- ☐ Não fiz nada diferente do meu comportamento usual.

9) Desconsiderando a dificuldade mencionada anteriormente, você utilizou algum desses recursos financeiros nos últimos 12 meses: limite do cartão de crédito, empréstimo pessoal, financiamento imobiliário ou outro tipo?

- ☐ Utilizei o limite do meu cartão de crédito.
- ☐ Fiz um empréstimo pessoal.
- ☐ Fiz um financiamento imobiliário.
- ☐ Não, nunca precisei utilizar nenhum desses recursos.
- ☐ Outro:

10) Se você precisou utilizar algum dos recursos mencionados na questão anterior, explique o motivo e como se organizou para pagar a dívida.

11) Considerando os últimos 12 meses, como você classifica seu comportamento na utilização do cartão de crédito?

- ☐ Utilizo o cartão de crédito para todas as minhas compras.
- ☐ Utilizo o cartão de crédito para compras com valores altos.
- ☐ O cartão de crédito é minha última opção de pagamento.
- ☐ Não uso cartão de crédito.
- ☐ Equilíbrio no uso do cartão de crédito com outras formas de pagamento.

12) Qual a sua motivação para realizar compras utilizando o cartão de crédito?

13) Considerando os últimos 12 meses, quantas vezes você realizou o pagamento total da sua fatura do cartão de crédito?

- ☐ Nenhuma vez.
- ☐ 1 a 3 vezes.
- ☐ 4 a 8 vezes.
- ☐ 9 a 11 vezes.
- ☐ 12 vezes.

14) Considerando a resposta da pergunta anterior, explique por que optou por essa opção de pagamento?

15) Como você controla seus gastos?

- ☐ Anotando tudo o que gasto.
- ☐ Utilizando aplicativos de controle financeiro.
- ☐ Conferindo o extrato bancário regularmente.
- ☐ Não costumo controlar meus gastos.
- ☐ Outro:

16) Você possui uma reserva de emergência para situações inesperadas?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

17) Quantas vezes nos últimos 12 meses você recorreu a essa reserva financeira?

- ☐ Todos os meses.
- ☐ 9 a 11 meses.
- ☐ 4 a 8 meses.
- ☐ 1 a 3 meses.
- ☐ nenhuma vez.

18) Onde você mantém essa reserva?

- ☐ Criptomoedas.
- ☐ Conta corrente.
- ☐ Ações.
- ☐ Renda fixa.
- ☐ Poupança.

19) Sobre a sua situação financeira, quais das frases a seguir se enquadram no seu perfil.

- ☐ Eu me sinto constrangido(a) ao falar sobre minha situação financeira com parentes ou amigos.

- ☐ Tenho dificuldade em lidar com as finanças sozinho(a), mas não sei como mudar isso.
- ☐ Divido minhas preocupações com a minha família para economizarmos juntos.
- ☐ Sei que a minha situação financeira não está bem agora, mas estou agindo para melhorar.
- ☐ Estou confortável com a gestão que faço da minha situação financeira.

20) Qual é sua principal preocupação em relação às suas finanças pessoais?

21) Você já ouviu falar sobre planejamento financeiro?

- ☐ Sim, já ouvi falar e pratico.
- ☐ Sim, já ouvi falar mas não pratico.
- ☐ Não, nunca ouvi falar.

22) Planejamento financeiro é uma forma de administração das receitas e gastos pessoais, definindo metas a curto e longo prazo. Na sua opinião, como o planejamento financeiro pode ajudar as pessoas?

23) O que você pensa a respeito do nível de educação financeira das pessoas no Brasil?

24) Você busca informação e dicas sobre finanças pessoais?

- ☐ Acompanho algumas pessoas nas redes sociais.
- ☐ Converso com pessoas conhecidas que entendem mais sobre o assunto.
- ☐ Consumo livros e cursos sobre finanças pessoais.
- ☐ Busco consultoria financeira de um profissional da área.
- ☐ Não costumo buscar informações sobre finanças pessoais.

25) Compartilhe quaisquer comentários ou sugestões adicionais que você tenha sobre o tema abordado nesta pesquisa ou sobre qualquer aspecto relacionado que você considere relevante.