

CAPÍTULO 9

EDUCAÇÃO FINANCEIRA: IDENTIFICAÇÃO DAS FORMAS DE GASTOS FINANCEIROS DE FAMÍLIAS, NA COMPRA DE ELETRODOMÉSTICOS

Elismar Pereira da Silva

Indústria, Acadêmico do CST em Gestão da Produção Industrial, Inspetor da Qualidade, Centro Universitário Católica de Santa Catarina, Jaraguá do Sul, SC.

Ian Gustavo Souza

Indústria, Acadêmico do CST em Logística, Almoxarife, Centro Universitário Católica de Santa Catarina, Jaraguá do Sul, SC.

Rosangela Luçoli

Educação, Mestre em educação, professora tutora on-line, Centro Universitário Católica de Santa Catarina, Jaraguá do Sul, SC.

RESUMO

O presente artigo aborda a importância da educação financeira nas decisões de compra de eletrodomésticos das famílias, com destaque para as interferências geracionais nas decisões de pagamento. Também destaca a necessidade de planejamento financeiro para garantir a estabilidade econômica familiar. Utilizando-se como metodologia de pesquisa da abordagem quantitativa, o estudo analisou hábitos financeiros de famílias, de diferentes níveis de renda, na cidade de Jaraguá do Sul – Santa Catarina. Identificou-se, através do tratamento dos dados, os métodos de pagamento mais utilizados e os fatores considerados na escolha destes. As conclusões ressaltam a relevância da conscientização financeira, do planejamento e da busca pelo melhor custo-benefício na aquisição de eletrodomésticos, visando a sustentabilidade financeira e o bem-estar das famílias, mas que estas decisões estão diretamente vinculadas aos *trade-off* de cada faixa etária. A educação financeira é indicada como fundamental para uma gestão financeira saudável e responsável, contribuindo para a tomada de decisões conscientes e equilibradas no contexto doméstico.

Palavras-Chave: Educação financeira; métodos de pagamento; planejamento financeiro.

INTRODUÇÃO

Este artigo aborda o comportamento do consumidor, com relação às formas de aquisição de itens eletrodomésticos tidos como essenciais para as famílias.

O objetivo do artigo é demonstrar quais meios de pagamento são utilizados na tomada de decisões de compra de eletrodomésticos, visando o melhor custo-benefício e que mais se encaixa no perfil financeiro da família.

A justificativa da pesquisa concentra-se no conhecido impacto que decisões econômico-financeiras têm na qualidade de vida das famílias, cujos reflexos interferem na economia do país, pois reduz a preocupação com riscos e melhora a qualidade e quantidade de investimento. (BUFALO; PINTO, 2023).

Para isto, elaborou-se uma pesquisa quantitativa a respeito do tema com famílias da cidade de Jaraguá do Sul – Santa Catarina. Os entrevistados entre maiores de 18 até maiores de 41 anos. Nela, os questionamentos buscam identificar os eletrodomésticos mais utilizados, entendendo os hábitos financeiros de acordo com os métodos de pagamento mais utilizados na compra de eletrodomésticos e o motivo pelo qual eles são escolhidos.

A educação financeira é essencial na organização e gestão do lar, garantindo que os gastos sejam mais bem planejados de acordo com os ganhos mensais. Por educação financeira, entende-se como um processo em que o indivíduo passa a ter consciência de suas receitas e despesas, fazendo escolhas mais responsáveis e que não prejudiquem a organização de suas finanças. (FORNERO, PRETE, 2023). Para isto, é essencial rever maus hábitos que possam levar a gastos excessivos e impulsivos, sendo um processo constante de mudança de comportamento que precisa ser praticado diariamente, a fim de evitar que possíveis imprevistos que coloquem em risco a saúde financeira, prejudicando o conforto, a segurança e liberdade a todos membros.

Por isso, na compra de eletrodomésticos, por exemplo, é essencial ter o planejamento como principal aliado no processo de decisão, visando escolher o melhor custo-benefício de acordo com as necessidades diárias e optar pelo método de pagamento que mais se encaixa ao perfil financeiro familiar, para que se possa usufruir do produto e ainda assim, manter as finanças estáveis.

METODOLOGIA

A pesquisa realizada neste estudo, conforme Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016, artigo I, é uma pesquisa de opinião pública com participantes não identificados. Diante desse contexto não foi encaminhada para aprovação junto ao Comitê de Ética em Pesquisa.

A etapa inicial, pesquisa bibliográfica, baseada em artigos, relatórios, entre outros trabalhos acadêmicos, com finalidade de dar embasamento ao tema pesquisado através de conteúdo publicado e verificado que possui determinada credibilidade. Para Andrade (2010, p. 25):

A pesquisa bibliográfica é habilidade fundamental nos cursos de graduação, uma vez que constitui o primeiro passo para todas as atividades acadêmicas. Uma pesquisa de laboratório ou de campo implica, necessariamente, a pesquisa bibliográfica preliminar. Seminários, painéis, debates, resumos críticos, monográficas não dispensam a pesquisa bibliográfica. Ela é obrigatória nas pesquisas exploratórias, na delimitação do tema de um trabalho ou pesquisa, no desenvolvimento do assunto, nas citações, na apresentação das conclusões. Portanto, se é verdade que nem todos os alunos realizaram pesquisas de laboratório ou de campo, não é menos verdadeiro que todos, sem exceção, para elaborar os diversos trabalhos solicitados, deverão empreender pesquisas bibliográficas.

Ou seja, é a primeira ação a ser tomada ao desenvolver determinado conteúdo, onde se busca levantamento de dados, a fim de se obter conhecimento teórico suficiente para o desenvolvimento e análise do tema a ser pesquisado.

Para obter as informações necessárias para a realização do trabalho também foi utilizado uma pesquisa quantitativa, utilizando um questionário, previamente criado com perguntas específicas a fim de obter respostas pertinentes ao tema pesquisado.

Com pesquisa de população, entende-se que os dados serão obtidos de todos os indivíduos pertencentes a um determinado grupo, com por exemplo, um país, cidade ou bairro. Porém uma pesquisa deste tamanho pode se tornar maçante, daí surge a pesquisa de amostra de população, onde são selecionados apenas um grupo específico de indivíduos (MATHIAS, 2022).

RESULTADOS

Conforme estudos envolvendo a área de administração de Marketing, pode-se citar as etapas do processo de decisão de compra, seguindo o modelo dos cinco estágios que são: Reconhecimento do problema, busca de informações, avaliação de alternativas, decisão de comprar e comportamentos pós-compras (KOTLER, 2012).

Figura 1 – Cinco etapas do processo de compra



Fonte: KOTLER (2012)

Em contrapartida, pelo lado empresarial, de acordo com SEBRAE (2019), é preciso atribuir um valor a cada produto ou serviço que está inserido ou será inserido no mercado, essa atribuição de valor por ser chamada de preço de venda e é de suma importância para garantir a saúde financeira de uma organização, desta maneira é possível cobrir custos de matéria prima, produção, mão de obras e tributos, gerando assim lucro financeiro ao mesmo tempo que cria competitividade e ajuda a atrair clientes.

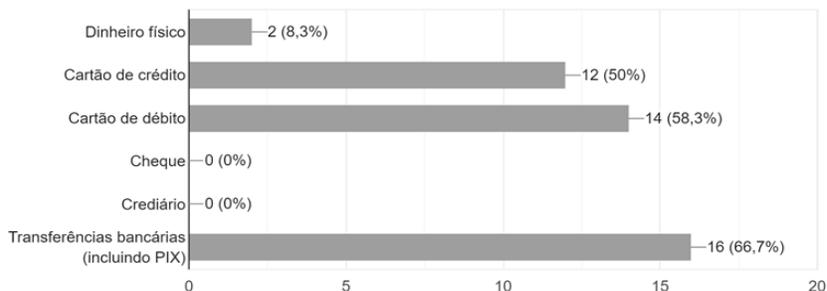
Referenciando SEBRAE (2019), pode-se dizer que a formação do preço de venda é importante para entender e analisar alguns fatores, como por exemplo as despesas variáveis e custos de produção da organização. A tarefa de apontar estas despesas pode ser trabalhosa, porém garante maior acuracidade no momento de escolha da maneira que o lucro em cima do produto será obtido, as estratégias utilizadas podem ser variadas, como um lucro específico a ser ganho em cada produto, análise comparativa direta com concorrentes já estabelecidos no mercado, valor atribuído a algum diferencial a marca pode oferecer, como uma experiência, status, exclusividade.

Como mostra a preferência da população pesquisada, os métodos escolhidos são: os pagamentos à vista e parcelado, com pagamento através de cartões de débito, crédito e transferências bancárias (incluindo PIX).

Gráfico 1 - Métodos de pagamentos mais utilizados

Quais métodos de pagamento você mais utiliza no dia a dia?

24 respostas



Fonte: os autores (2023)

Observa-se no gráfico acima, que os métodos tradicionais de pagamento estão em decadência, logo com a inserção de novas tecnologias, faz-se necessário, ao lojista, adequar-se à nova realidade para sobreviver em um mercado cada vez mais competitivo.

O fator mais impactante nas formas de pagamento, são os juros: “Juros são o valor do dinheiro no tempo. Ou seja, funcionam como se fossem o aluguel do dinheiro. Os bancos e outras instituições financeiras fazem a intermediação entre quem tem dinheiro (poupador ou investidor) e quem precisa de dinheiro (tomador ou devedor)” (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022)

De acordo com Warren (2021), existem alguns tipos de juros mais comuns de serem utilizados na economia brasileira, como juros simples, compostos, compensatórios, moratórios, nominais, real, sobre capital próprio, e por fim os juros rotativos.

Nas transações financeiras, de parcelamento de compras aplica-se os juros compostos. Conforme Mounier-Kuhn, (2012), a taxa é calculada com base no capital inicial somente no primeiro mês. Nos demais, é sempre calculada com base no capital do mês anterior, possuindo crescimento exponencial, com maior rendimento ao longo do tempo, tendo seu uso comumente utilizado para investimentos, poupança, empréstimos, pagamento de faturas de cartões de créditos com atraso

Outro quesito a ser considerado é o tipo de série de pagamento a ser aplicado. As séries uniformes de pagamentos antecipadas são aquelas em que o primeiro pagamento ocorre na data focal 0 (zero). Este tipo de sistema de pagamento é também chamado de sistema de pagamento com entrada. (BRANCO, 2002). Já as séries uniformes de pagamento postecipados são aqueles em que o primeiro pagamento ocorre no momento 1; este sistema é

também chamado de sistema de pagamento ou recebimento sem entrada. (BRANCO, 2002).

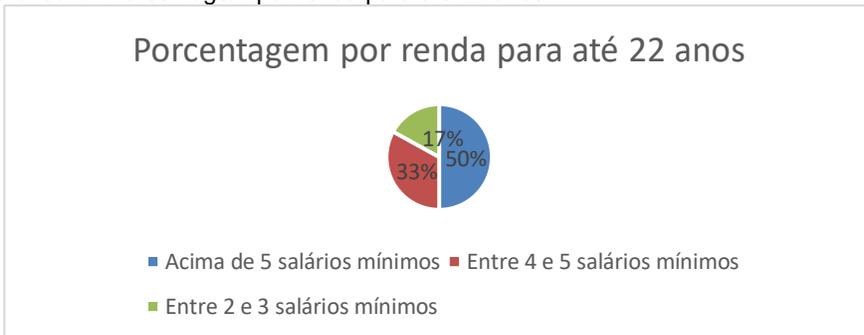
Pesquisando os métodos de pagamento utilizados pela amostra pesquisada, obteve-se:

Analisando os dados do gráfico 01, é possível identificar que, a nova geração (até 22 anos) utilizam-se do PIX como método prioritário de pagamento, que corresponde à vista, porém apropria-se de aparato mais tecnológico para fazê-lo. E a geração madura, acima de 41 anos, preferem pagar de forma tradicional, mas também prioritariamente à vista, os equipamentos eletrônicos adquiridos. E por último a geração intermediária, entre 23 a 40 anos tem maiores gastos com o cartão de crédito. Fato que pode elevar o seu endividamento.

Mais detalhadamente, 100% dos entrevistados de até 22 anos utilizam PIX e débito nas compras, mostrando uma tendência forte de pagamentos sem juros e com maior facilidade pagamento à vista e controle de dívidas.

O gráfico 2 demonstra o poder de compra desta geração, onde 50% dos entrevistados têm renda maior que maior que 5 salários-mínimos, logo atrás vem aqueles que têm um poder de compra um pouco menor, porém alta para os padrões brasileiros, 33% destes jovens têm salários entre 4 e 5 salários-mínimos, logo abaixo está o grupo de 2 a 3 salários-mínimos que correspondem a 17 % do total de jovem entrevistados.

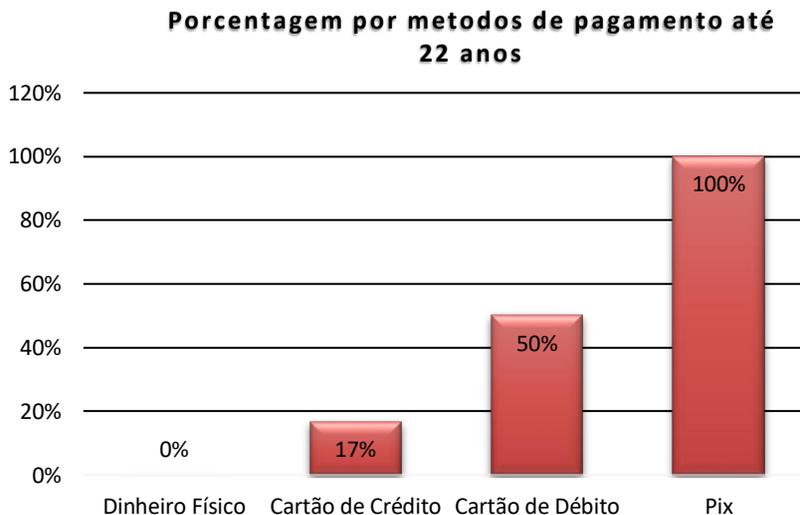
Gráfico 2 - Porcentagem por renda para até 22 anos



Fonte: os autores (2023)

Essa geração tem mais conhecimento sobre as formas de pagamentos e está mais atenta a juros altos praticados pelos bancos, por isso preferem utilizar formas de pagamento mais eficazes economicamente, geralmente orientados pelos pais acima de 41 anos. Sem dizer que eles estão mais atentos a oportunidades de rendimentos financeiros, como bolsa de valores, taxa Selic e outros investimentos que proporcionam receita (DEWI, 2022). Os métodos de pagamentos mais utilizados por esta faixa etária estão demonstrados no gráfico 3, a seguir.

Gráfico 3- Porcentagem por métodos de pagamento até 22 anos



Fonte: os autores (2023)

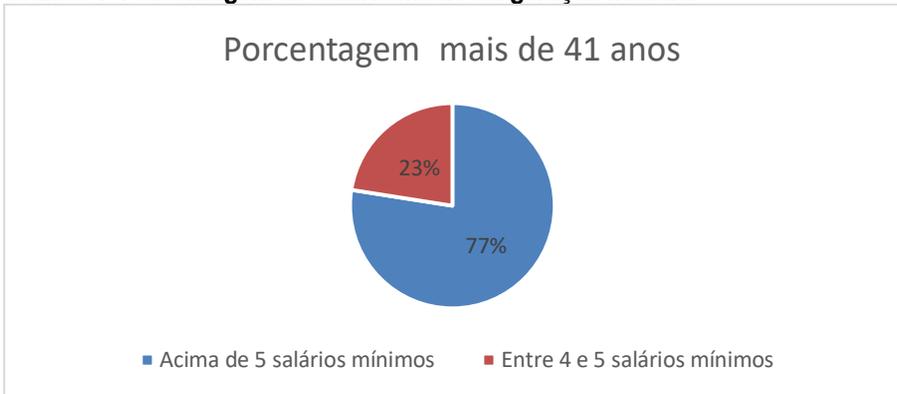
Geração Madura +41 anos

Observa-se que, 86% dos entrevistados têm renda acima de 5 salários-mínimos, conforme gráfico 4. No entanto, 71% utilizam o cartão de débito como forma de pagamento.

Nem por isso eles deixaram de comercializar em com dinheiro no físico, logo 14% dos entrevistados utilizam o dinheiro físico para pagamento e 14% do total dos entrevistados utilizam o cartão de crédito como forma de pagamento.

Essa geração está se adaptando ao uso do PIX para o pagamento, cerca de 28% dos entrevistados utilizam o PIX, como forma de pagamento à vista. Esse comportamento valida as falas de Lutz, et al. (2019), que as novas tecnologias vêm reduzindo o custo financeiro e de tempo das famílias à realização o planejamento financeiro e portanto, são incorporadas aos hábitos cotidianos.

Gráfico 4- Porcentagem do salário médio da geração madura



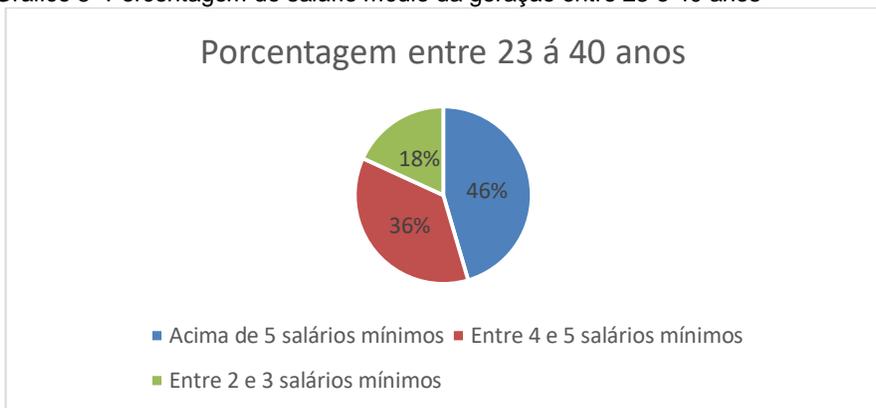
Fonte: os autores (2023)

Geração Entre 23 a 40 anos

É uma geração que está no processo de amadurecimento financeiro, geralmente está iniciando uma nova família, mas para isso se faz necessário altos gastos com casamento, filhos, casa e estudos. (YOSEF, BUDI, SUSANTO, et al.,2022)

Na entrevista foi questionado qual renda média de cada entrevistado, assim chegamos ao gráfico abaixo:

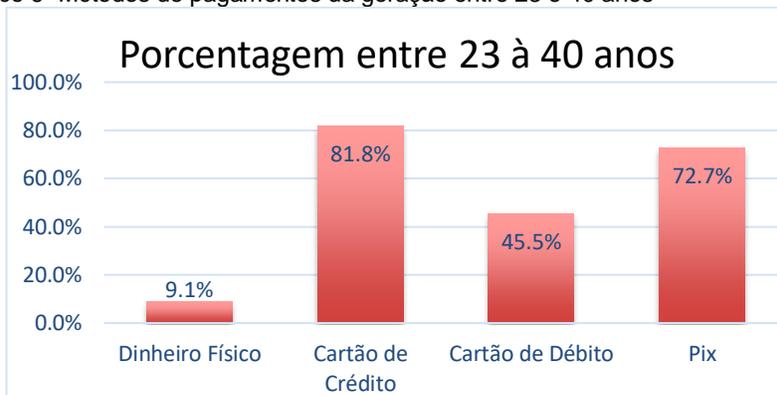
Gráfico 5- Porcentagem do salário médio da geração entre 23 e 40 anos



Fonte: os autores (2023)

O gráfico acima demonstra que o número de famílias com salários abaixo de 5 salários é maior, e como os gastos penalizam as famílias com menor poder aquisitivo, essas famílias optam pelo uso do cartão de crédito, que pode ser prejudicial ao orçamento familiar se não administrado corretamente, conforme gráfico abaixo:

Gráfico 6- Métodos de pagamentos da geração entre 23 e 40 anos



Fonte: os autores (2023)

Este gráfico também mostrou a alta adesão ao modelo de pagamento PIX, conforme demonstrado nas faixas anteriores. Mas ao optarem pelo cartão de crédito tem aumentados não só os seus custos financeiros, mas também o custo emocional envolvido em tais questões, pois são forçadas a assumir maiores riscos financeiros. (YOSEF, BUDI, SUSANTO, et al.,2022)

Pagar parcelado ou à vista?

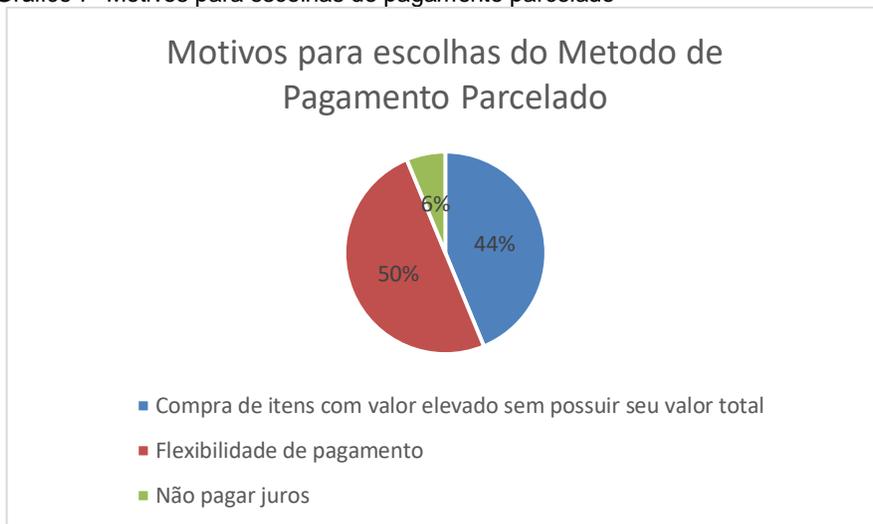
Os entrevistados foram questionados se preferem parcelar as compras ou realizar pagamentos à vista.

Alguns, 6%, responderam que preferem pagar à vista pois, assim conseguem barganhar o preço final ocasionando sempre no desconto no preço final total, ou porque não querem se comprometer mensalmente com as parcelas mensais.

Sobre as vantagens do pagamento parcelado Gusso et al (2021), sugere que o uso do cartão de crédito confere flexibilidade e conveniência, permitindo ao consumidor escolher um plano de pagamento adequado ao seu orçamento e recursos financeiros. O que pode evitar que seja necessária contrair financiamento externo, como empréstimos, que podem vir com juros ou taxas adicionais, ainda mais altas.

O gráfico abaixo demonstra as razões que levaram os entrevistados a optar pelo pagamento parcelado:

Gráfico 7- Motivos para escolhas de pagamento parcelado



Fonte: os autores (2023)

Uma das conclusões possíveis para a escolha do Método de pagamento, é que esta irá depender do momento de vida de cada pessoa. Há momentos em baixa, onde essa família tem pouco orçamento para a compra de um eletrodoméstico. Mas também há momentos na vida que está tudo bem financeiramente, assim optam por compras à vista, que consideram ser um ótimo negócio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do trabalho foi realizado pela necessidade do estudo dos métodos de pagamentos e conscientização de maneiras saudáveis para uma compra de eletrodomésticos que estão presentes no dia a dia de todas as famílias. Para se chegar a resultados concretos e próximos da realidade foi realizada uma pesquisa disponibilizada na plataforma *Google Forms*. O formulário criado possuiu respostas pré-estabelecidas, sobre eletrodomésticos considerados indispensáveis, porém com a opção de adição de novos itens, caso o entrevistado visse a necessidade da inclusão de algum outro produto que tenha ficado ausente na lista inicial. Durante março de 2023, mês em que o formulário foi disponibilizado a 24 pessoas, cujas famílias possuíam rendas diferentes.

Foi possível perceber que atualmente existem eletrodomésticos indispensáveis para as pessoas, o caso da geladeira, fogão e máquina de lavar roupas, estes apresentam altas taxas de pagamentos parcelados, devido aos seus valores elevados, ainda existindo produtos com taxas de respostas diferentes para cada entrevistado, como forno elétrico, micro-

ondas, ventilador e ar-condicionado, estes estando mais vinculados a pagamentos à vista (débito ou pix), devido a seus valores reduzidos.

Os métodos de pagamentos são variados, como já mencionado no parágrafo anterior, os entrevistados optam por parcelamento de produtos com valores elevados e pagamentos à vista para produtos de valores mais baixos.

Após a análise aprofundada do artigo que aborda a identificação das formas de gastos financeiros de famílias na compra de eletrodomésticos, é possível extrair algumas conclusões relevantes. Primeiramente, observou-se a importância da educação financeira no processo de tomada de decisão de compra, destacando a necessidade de conscientização sobre as receitas, despesas e a importância do planejamento financeiro para garantir a estabilidade econômica familiar.

A análise dos métodos de pagamento mais utilizados, como pagamentos à vista e parcelados, demonstrou a relevância de escolher a forma de pagamento mais adequada ao perfil financeiro familiar, visando o equilíbrio entre a aquisição do produto e a manutenção da saúde financeira.

Outro ponto relevante abordado no estudo foi a necessidade de os consumidores buscarem o melhor custo-benefício na aquisição de eletrodomésticos essenciais, levando em consideração não apenas o preço do produto, mas também sua qualidade e durabilidade. A análise dos hábitos financeiros das famílias entrevistadas permitiu identificar a importância do planejamento como aliado na decisão de compra, contribuindo para a otimização dos recursos financeiros disponíveis.

Outro fato a destacar foi a diferenciação do comportamento entre as gerações. O que demonstrou estar relacionado tanto ao acesso a informação, mas também ao estágio de vida e as responsabilidades que cada fase de vida traz.

Portanto, evidencia-se a importância da educação financeira, do planejamento e da conscientização sobre as influências externas na tomada de decisão de compra de eletrodomésticos. A necessidade da busca pela melhor relação custo-benefício e do equilíbrio entre as necessidades familiares e as opções de pagamento dos produtos adquiridos é essencial para garantir a estabilidade financeira e o bem-estar das famílias. Tornando assim a adoção de práticas financeiras responsáveis e a análise criteriosa das opções de compra fundamentais para uma gestão financeira saudável e sustentável também no âmbito doméstico.

Ressalta-se, por fim, a importância inequívoca da educação financeira como um processo de aprendizado contínuo e utilização na mudança de comportamento, visando a construção de uma base sólida para a tomada de decisões financeiras conscientes e responsáveis no âmbito familiar.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação.** São Paulo, SP: Atlas, 2010.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Entenda os juros.** [S. l.], 30 nov. 2022. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/cidadaniafinanceira/entendajuro>. Acesso em: 30 abr. 2023.

BRANCO, ANÍSIO COSTA CASTELO. **Matemática Financeira aplicada.** São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.

BUFALO, D. C. L.; PINTO, R. Â. B.. Políticas públicas de educação financeira: do processo histórico às ações práticas em Instituições de Ensino Superior. Avaliação: **Revista da Avaliação da Educação Superior** (Campinas), v. 28, p. e023023, 2023.

C., G., Lewin. (2018). The emergence of compound interest. **British Actuarial Journal**, 24 doi: 10.1017/S1357321719000254

DEWI, Ayu, Wulandari. (2022). Analysis of millennial generation behavior in financial perspective. **Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen**, 15(2):91-98. doi: 10.23969/jrbm.v15i2.5782

FORNERO, Elsa; PRETE, Anna Lo. Financial education: From better personal finance to improved citizenship. **Journal of Financial Literacy and Wellbeing**, p. 1-16, 2023.

GUSSO, Joice Paloschi et al.(2021) DECISÕES DE COMPRA EM RELAÇÃO AO SERVIÇO DE CARTÃO DE CRÉDITO E A INFLUÊNCIA DO E-COMMERCE. XV **Mostra de Iniciação Científica e Extensão Comunitária e XIV Mostra de Pesquisa de Pós-Graduação IMED.** Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/358265559_Decisoes_de_compra_em_relacao_ao_servico_de_cartao_de_credito_e_a_influencia_do_e-commerce Acesso: 29/03/2023.

KOTLER, Philip; **Administração de Marketing;** São Paulo: Pearson Education do Brasil,2012.

LURTZ, Meghaan et al. (2019) **Exploring Relationships Between Technology Use and Time Spent in the Financial Planning Process.**2019 Disponível em: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3309914>. Acesso: 29 abr. 2023.

MOUNIER-KUHN, P. (2012). **Computer science in French universities: Early entrants and latecomers.** **Information & Culture: A Journal of History**, 47(4), 414–456. Disponível em: <https://www.utexaspressjournals.org/doi/10.7560/IC47402>. Acesso: 29 abr. 2023.

MATHIAS, Lucas. **Entenda o que é população e amostra da pesquisa de mercado.** [S. l.], 17 fev. 2022. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/populacao-e-amostra-pesquisa/>. Acesso em: 21 mar. 2023.

SEBRAE. **Formação de preços: o que é e como fazer.** [S. l.], 6 ago. 2019. Disponível em: <https://sebraemg.com.br/formacao-de-precos-o-que-e-e-como-fazer/>. Acesso em: 29 abr. 2023.

WARREN. **O que são juros.** [S. l.], 9 jun. 2021. Disponível em: <https://warren.com.br/magazine/o-que-sao-juros/>. Acesso em: 30 abr. 2023.

YOSEF, BUDI, SUSANTO., JOHAN, SETIAWAN., STEFANUS, ARIYANTO. (2022). Financial planning for millennials and gen-z (study of millennials and gen-z financial behavior). **Jurnal Ilmu Management**, 156-168. doi: 10.31937/manajemen.v14i1.2533