

## ANÁLISE DO COMPORTAMENTO FINANCEIRO E ORÇAMENTÁRIO DE FAMÍLIAS DE CLASSE C EM MARINGÁ-PR<sup>1</sup>

JOÃO CARLOS CAMPOS<sup>2</sup>  
TÁBATA GIOVANA SARRES<sup>3</sup>  
SERGIO AUGUSTO VALLI GAIOTTO<sup>4</sup>

**Resumo:** Esta pesquisa teve como objetivo quantificar e analisar o comportamento financeiro e orçamentário de famílias da classe C de Maringá-PR. Para tanto, foi realizado um estudo de caráter quantitativo com uso de questionário composto por 14 afirmativas, aplicado à uma amostra formada por 52 famílias. O questionário foi realizado com base na escala de *Likert* e analisado por meio de medidas de frequência, média e dispersão. Os resultados revelaram que 61,94% dos respondentes estão atentos às necessidades orçamentárias de suas famílias, realizando planejamentos e acompanhando suas finanças em conjunto. 61,55% declararam estar de acordo com as divisões de responsabilidades econômicas entre o casal, e 59,63% demonstraram ter conhecimentos sobre educação financeira e planejamento econômico familiar.

**Palavras-chave:** Educação financeira; Consumo; Orçamento familiar; Planejamento

### 1. INTRODUÇÃO

Atualmente o Brasil vem enfrentando um dos momentos mais críticos de sua história no que diz respeito à economia e geração de riquezas. De acordo com Bacha (2017), entre 2013 e 2016, o Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* acumulou uma queda de 9%, o que significa a redução da produção e consumo de produtos e serviços desenvolvidos em território nacional. Contudo, apesar do contexto desfavorável, mercados nacionais têm buscado cada vez mais atrair consumidores com necessidades distintas, objetivando inovar e diversificar seus ramos de atuação. Do ponto de vista macroeconômico, a intenção é alcançar resultados mais expressivos apostando em novas alternativas, incluindo famílias de classes sociais

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 (Gestão das Organizações) na Semana Acadêmica Fatecie 2017

<sup>2</sup> Graduando em Administração pela Faculdade SMG. (jsicoob@gmail.com)

<sup>3</sup> Graduanda em Administração pela Faculdade SMG. (tabatagiovana@hotmail.com)

<sup>4</sup> Professor da Faculdade SMG. Mestrado em Administração pela Universidade Estadual de Maringá - UEM. (savgaiotto@gmail.com)

2  
menos favorecidas, impulsionando o mercado e fomentando a indústria e o comércio de forma geral (DOS SANTOS ET AL, 2017).

Aliado à busca por novos grupos de consumidores, estão as campanhas de *marketing* que reforçam o poder de inclusão e aceitação social daqueles que consomem determinados produtos. Para Messias et al (2015), “*nos últimos anos o marketing tem ampliado seu poder de influência, envolvendo os mais diversos públicos*”, dentre eles os jovens da classe C, os quais são responsáveis por cerca de 43% de compras no setor de tecnologia, por exemplo. Jovens que se veem atraídos pelo apelo de anúncios publicitários são mais propensos a comprar compulsivamente, podendo comprometer o orçamento disponível em suas famílias (SHAH, 2016).

Nesse sentido, Domingos (2012), aponta que o mercado financeiro brasileiro tem capitalizado sobre o endividamento de classes sociais com menor poder aquisitivo, oferecendo modalidades flexíveis de tomada de crédito nos últimos anos. A partir do crédito bancário, a classe C tem conseguido realizar seus desejos e, ao mesmo tempo, vivenciar contradições quanto a vontade de satisfazer seu ego e adquirir *status* perante a sociedade, *versus* a real necessidade de consumir bens ou serviços. É comum que muitos fiquem apegados às novas tendências da moda ou da tecnologia, principalmente jovens com acesso à cartões de crédito. Nesse sentido, famílias que não organizam em conjunto seu planejamento financeiro tem mais chances de sofrer consequências decorrentes de compras impulsivas, contraindo dívidas, já que nem sempre analisam a real necessidade de suas aquisições (DOS SANTOS ET AL, 2017; MESSIAS ET AL, 2015).

Portanto, além do enfoque macroeconômico, é preciso iluminar eventuais desdobramentos financeiros no âmbito das famílias de classes sociais emergentes. Assim, toma-se como objeto de análise deste trabalho, famílias da classe C de Maringá-PR, município apontado por Neri (2012) como portador de 62,59% de habitantes incluídos nessa classe social. Essa categoria se estabelece a partir do intervalo de renda mensal entre R\$ 2.005,00 e R\$ 8.640,00 (FGV, 2017), e foi escolhida devido a necessidade de compreender como ocorre o planejamento financeiro familiar desses indivíduos. Planejamento que, conforme Ribeiro (2014), deve estar focado em estabelecer estratégias e limites para gastos familiares gerais, tendo em vista o impacto financeiro causado pelo consumo de bens e serviços pelas famílias. Assim, o presente estudo pretende verificar o comportamento

3  
financeiro de famílias da Classe C maringaense, no que diz respeito aos gastos pessoais e gerenciamento de recursos.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em função da estabilização da economia e redução da inflação por meio do êxito do Plano Real em 1994, Batistella (2014) aponta a consolidação de um clima favorável para o consumo de massa<sup>5</sup>, pois a melhora observada no cenário econômico possibilitou isenções tributárias, abertura de diferentes modelos de tomada de crédito e políticas de juros mais flexíveis, contribuindo para a expansão do poder de compra do brasileiro de classe média naquele momento. Nota-se, portanto, que os referidos elementos contribuíram para o surgimento de um novo mercado consumidor composto por pessoas com níveis de renda inferiores àqueles dominantes até então (DOS SANTOS ET AL, 2017; BATISTELLA, 2014).

A partir desse momento, a relação entre volumes superiores de crédito disponível por meio de financiamentos e empréstimos, e o crescimento econômico de empreendedores emergentes e consumidores de classe média, tornou-se mais concreta (TORRES ET AL, 2017; SILVEIRA, 2016). Apesar da diversidade dos serviços de crédito disponibilizados, dentre aqueles que mais tornaram o consumo de bens e serviços acessível para a população de renda média, estão empréstimos consignados, consórcios e financiamentos (DOS SANTOS ET AL, 2017). Além disso, alternativas como o cartão de crédito e cheque especial, apontados por Ferreira et al (2017) e Ribeiro e Lara (2016) como um dos principais determinantes do endividamento da classe média, foram se tornando cada vez mais comuns em meio a rotina do brasileiro.

Nesse sentido, a simplicidade com que se observa a aquisição de crédito pessoal na atualidade devido às imposições bancárias progressivamente mais brandas, quando comparadas àquelas vivenciadas por brasileiros de classe média na segunda metade dos anos 1980, tem feito com que consumidores deixem de ponderar suficientemente suas decisões financeiras, resultando na contração de dívidas, aumento dos índices de inadimplência, e na desestruturação do planejamento orçamentário familiar (DOS SANTOS ET AL, 2017).

---

<sup>5</sup> Modelo compreendido no Brasil pelo economista Celso Furtado (1960), e analisado por Bielschowsky (2014), em que o aumento do consumo provoca expansão dos investimentos e maior produtividade, gerando lucros e melhorias salariais que convergem em um aumento do consumo popular.

Quadro 1: Níveis de endividamento no Brasil – pessoa física

	Total de endividados	Dívidas ou contas em atraso	Não terão condições de pagar
<b>Maio de 2015</b>	62,4%	21,1%	7,4%
<b>Abril de 2016</b>	69,6%	23,2%	8,2%
<b>Maio de 2016</b>	58,7%	23,7%	9,0%

Fonte: Adaptado de Pesquisa CNC – endividamento e inadimplência do consumidor, 2016.

Como aponta Duminelli et al (2016), os altos níveis de inadimplência no Brasil são oriundos de políticas econômicas intervencionistas, que apresentavam como principal bandeira a disponibilização de crédito facilitado à longo prazo. Assim, ao mesmo tempo em que a expansão da classe média brasileira pode ser apontada como resultado da combinação entre crescimento econômico, fruto da distribuição de renda conduzida pelo crédito público e privado, gerando redução das desigualdades econômicas e sociais, observa-se um crescente aumento dos índices de endividamento e inadimplência no país.

Para se adquirir um cartão de crédito em 1987 era necessária a comprovação de renda com no mínimo cinco salários mínimos. Dez anos mais tarde já era possível ter um cartão de crédito com renda mensal de R\$ 200,00 e em alguns casos sem pagamento de anuidade. Em 2007 já existiam 83 milhões de cartões de crédito, sendo 15 milhões para trabalhadores com renda de até R\$ 500,00. O número de trabalhadores com essa renda que tinha adquirido cartão de crédito era de 5 milhões no ano 2000 (RIBEIRO, LARA, 2016).

Além das políticas intervencionistas, Brönstrup; Becker (2017) e Reis (2017), apontam que grande parte do processo de endividamento observado atualmente no Brasil é fruto da precarização dos esforços voltados a educação financeira<sup>6</sup> de crianças, jovens e adultos. “A educação financeira, quando tratada de forma pedagógica e reflexiva, exerce uma importante função sobre as crianças, adolescentes e também adultos na construção de bases para uma vida saudável” (BRÖNSTRUP; BECKER, 2017). Estímulos alcançados pela educação financeira representam a possibilidade de conscientização da sociedade em geral sobre como lidar com seu dinheiro, pensando na construção de um futuro cada vez menos incerto.

<sup>6</sup> Processo mediante o qual, indivíduos e sociedades aprimoram sua compreensão dos conceitos e produtos financeiros, buscando adquirir valores e competências necessárias para se tornarem conscientes das oportunidades e dos riscos a elas associados, no intuito de tomar decisões e fazer escolhas congruentes com sua condição social e econômica (BACEN, 2013; OCDE, 2005).

No Brasil, apenas em 2010 foi instituída, a partir do Decreto Federal n. 7.397/2010 (BRASIL, 2010), a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). O decreto apresenta definições para implementar o ensino da educação financeira de forma gratuita, a partir da formação de parcerias com órgãos e entidades públicas e instituições privadas.

Contudo, apesar dos esforços legais para o estabelecimento de medidas favoráveis à educação financeira do brasileiro, Hastings et al (2013); Lusardi et al (2010) e Shim et al (2010) demonstram que em países europeus e norte-americanos, a responsabilidade pela educação financeira de crianças e jovens recai sobre suas próprias famílias, amigos e pessoas próximas, e não sobre o estado. Quanto ao papel da escola, esta é vista como uma fonte importante, porém secundária de socialização financeira<sup>7</sup> (SHIM ET AL, 2010), restando aos agentes mais próximos, como os referidos membros familiares, a função principal de incentivadores do conhecimento financeiro.

Assim, por meio da análise de índices atuais de inadimplência e endividamento, observa-se que no Brasil a educação financeira é pouco praticada em casa, e menos ainda no ambiente escolar, constituindo uma situação desfavorável para a população de classe média, justificando, portanto, as dificuldades financeiras e orçamentárias confrontadas pelas camadas menos favorecidas socialmente (BRÖNSTRUP; BECKER, 2017).

Negligenciar a educação financeira significa negar à população o aprendizado e a construção de habilidades que envolvem a capacidade de compreender o dinheiro, e os mecanismos que regem a economia, bem como seu próprio contexto social e econômico (LUSARDI, 2008).

### 3. METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa quantitativa que buscou mensurar por meio de questionário apoiado na escala de *Likert*, o comportamento financeiro e orçamentário de famílias maringaenses inclusas na classe C. Para tanto, o referido questionário foi entregue aos respondentes via e-mail e redes sociais.

---

<sup>7</sup> Termo sugerido por Danes (1994), em referência a aquisição e desenvolvimento de valores, atitudes, padrões, normas, conhecimentos e comportamentos capazes de prover um contexto específico para práticas financeiras e sua disseminação em meio à determinadas comunidades.

O questionário foi formulado com base em uma escala de cinco pontos, isto é, variando a partir das seguintes opções: Concordo totalmente; Concordo; Não concordo nem discordo; Discordo e Discordo totalmente. Os pontos foram atribuídos de 1 a 5 respectivamente.

A partir da consolidação da escala, foram formuladas 14 afirmativas em consonância com o conteúdo latente. Além disso, ficou estabelecido no questionário que apenas 1 seria analisado por família, dessa forma, apenas as respostas concedidas por um membro, casal, ou família, seriam suficientes para estabelecer os parâmetros necessários à pesquisa.

A estratificação dos respondentes à classe social C foi alcançada por meio de uma questão condicional e obrigatória no início do questionário, que solicitava o preenchimento da categoria que mais se aproximava do rendimento mensal familiar. Respondentes que marcaram opções diferentes da classe C foram excluídos do processo.

O grupo de respondentes válidos foi formado por 52 famílias maringenses de classe C, totalizando 728 respostas. Não houve distinção entre gêneros, embora o questionário apresentasse questões específicas sobre os papéis masculino e feminino no contexto financeiro familiar. Todos os procedimentos de análise foram realizados no *software* SPSS.

#### 4. ANÁLISE DE DADOS

A compreensão das informações adquiridas por meio do questionário proposto se deu através de dados estatísticos de frequência, tendência e dispersão. Os mesmos revelaram valores distribuídos por afirmativa para uma amostra válida  $N = 52$ . Dessa forma, no quadro 2 estão dispostas as respostas válidas para cada uma das afirmativas sugeridas em questionário, bem como seus valores de média e desvio padrão.

Quadro 2: Medidas de frequência, média e desvio padrão.

		Concordo totalmente (1)	Concordo (2)	Não concordo nem discordo (3)	Discordo (4)	Discordo totalmente (5)	Média	Desvio padrão
1	Uma mãe que trabalha pode desenvolver um relacionamento saudável e favorável para com sua família	14	36	1	1		1,7885	0,57

2	Ser uma dona de casa é tão gratificante quanto ter um emprego	3	6	7	36		3,4615	0,92
3	O homem e a mulher devem contribuir para a geração de renda da família	14	33	5			1,8269	0,58
4	O papel do homem é prover o sustento da família	2	8	6	33	3	3,5192	0,96
5	O papel da mulher é cuidar dos afazeres domésticos		3	9	31	9	3,8846	0,76
6	Eu faço/Nós fazemos um planejamento financeiro para minha/nossa família	8	33	1	10		2,25	0,95
7	Geralmente gasto/gastamos mais do que recebo/recebemos		14	3	31	4	3,4808	0,98
8	Geralmente nos endividamos/me endivido com cartões de crédito		7	5	35	5	3,7308	0,82
9	Eu aplico/Nós aplicamos nosso dinheiro	3	33	4	11	1	2,5	0,96
10	Geralmente deixo/deixamos as contas vencerem por falta de atenção aos prazos		13	1	29	9	3,6538	1,05
11	Divido meu dinheiro com minha esposa/esposo	6	15	6	22	3	3,0192	1,20
12	Aplicamos meu/nosso dinheiro e retiramos só o que precisamos durante o mês	5	25	8	11	3	2,6538	1,10
13	Temos uma conta conjunta	6	8	7	29	2	3,25	1,14
14	Nosso dinheiro é separado, cada um cuida do seu	2	13	8	23	6	3,3462	1,10

Fonte: Resultados da pesquisa (2017).

As afirmativas foram escolhidas pelos respondentes de acordo com as opções disponíveis no cabeçalho do quadro 2. Nota-se em sequência à denominação de cada opção, pontos de 1 a 5 que representam o peso de cada uma. Esses valores foram utilizados posteriormente para efetuar os cálculos das médias para cada afirmativa, revelando que para toda média  $\geq 3,0192$  temos maior frequência nas opções “discordo” e/ou “discordo totalmente”.

Sobre as estimativas de desvio padrão, nota-se que valores  $\leq 0,92$  representam menor dispersão das respostas em função das médias calculadas, apresentando pelo menos uma

alternativa que se destaca entre as demais, com maior número de escolhas. Da mesma forma, para valores  $\geq 0,95$  observa-se maior dispersão das respostas, algumas transitando entre as 5 opções disponíveis.

No que diz respeito à afirmativa 1, nota-se o menor desvio padrão entre todas as outras afirmativas propostas, o que demonstra maior concordância em relação a uma ou mais alternativas, evidenciando que 96,1% dos respondentes concordam ou concordam totalmente com a afirmativa.

À exemplo das demais afirmativas que apresentaram maior média e desvio padrão, a afirmativa 2 apresenta respostas polarizadas apesar de maior concentração na opção “discordo”, com  $N = 36$ , representando 69,2% do total de respostas válidas.

A afirmativa 3 demonstrou o segundo menor desvio padrão, já que teve como respostas válidas apenas as três primeiras opções, com proporções de 26,9%, 63,5% e 9,6% respectivamente. Quanto a afirmativa 4, nota-se maior dispersão dentre as 8 primeiras afirmativas, apesar de demonstrar maior proporção na opção “discordo”, com 63,5%.

As afirmativas 5 e 8 apresentaram respostas semelhantes e maior proporção na opção “discordo”, com 69,2% e 59,6% respectivamente. Ambas também obtiveram médias e desvios padrão aproximados, demonstrando menor dispersão. Da mesma forma, as alternativas 6 e 9 também apresentaram respostas semelhantes, com proporção de 63,5% para ambas na opção “concordo”.

Quanto as afirmativas 7 e 10, é possível verificar que ambas revelaram dados equivalentes, com proporção de 63,5% e 67,3% na opção “discordo”, além de apresentarem valores aproximados de médias e desvios padrão.

As quatro últimas afirmativas, 11, 12, 13 e 14 demonstraram médias e desvio padrão similares, refletindo a disparidade dos respondentes quanto às alternativas propostas. Alternativas como “concordo” e “discordo” obtiveram maior número de escolhas.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise quantitativa das afirmativas constantes do questionário proposto, é possível estabelecer reflexões mais aprofundadas em função dos dados encontrados.

As cinco primeiras afirmativas foram formuladas no intuito de estabelecer relações entre gêneros e a participação na administração das finanças familiares. Por meio da análise das respostas obtidas nota-se que 96,1% dos respondentes declararam estar de acordo com a participação feminina igualitária no trabalho e no ambiente doméstico. Assim, 69,2% dos respondentes discordaram do fato de que ser uma dona de casa é tão gratificante quanto ter um emprego, revelando aspectos que demonstram a necessidade ou vontade da mulher maringense de classe média em participar do mercado de trabalho, além de se dedicar ao lar.

As alternativas 3, 4 e 5 apontam informações que corroboram o sentido de união e participação conjunta do casal enquanto mantenedores de uma estrutura econômica em família. Nota-se que houve mais discordâncias quanto as afirmativas 4 e 5 (63,5% e 59,6%) sobre os papéis transmitidos e realizados tradicionalmente tanto por homens e mulheres em meio à vida familiar, e maior concordância (63,5%) no que diz respeito à construção da vida financeira em conjunto, conforme afirmativa 3.

A partir da afirmativa 6, tem-se questões voltadas ao planejamento financeiro e orçamentário. É possível observar que as afirmativas 6, 7, 8, 9 e 10 apontam respectivamente que: 63,5% realizam planejamentos financeiros para suas famílias; 59,6% não gastam mais do que recebem; 67,3% não se endividam constantemente com cartões de crédito; 63,5% realizam alguma forma de aplicação e/ou investimento; e 55,8% atentam-se aos prazos de pagamento para evitar juros e demais encargos provenientes de atrasos.

Quanto às quatro últimas afirmativas, observa-se que houve maior desvio padrão das respostas obtidas. A questão 11 apresentou 48,1% de discordância em relação à divisão da renda individual entre o casal, contudo, apenas 28,8% responderam estar de acordo com a separação do dinheiro de cada membro, como aponta a questão 14. Nesse sentido, a questão 13 revela que 59,6% dos casais não possuem conta conjunta, o que demonstra a manutenção da renda familiar de forma descentralizada, mesmo assim, como estabelece a questão 12, 48,1% concordam que realizam aplicações financeiras e utilizam apenas o necessário.

Em síntese, nota-se a adoção de padrões orçamentários e de consumo compatíveis com as necessidades das famílias da classe econômica analisada. Evidenciando padrões equilibrados entre orçamento, receitas e despesas, bem como a capacidade de evitar taxas de juros, compras por impulso e endividamento precoce. Para pesquisas futuras, propõe-se analisar como ocorre a socialização financeira de jovens em meio a família e a escola, considerando gêneros e classes sociais distintas.

## REFERÊNCIAS

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **O Programa de Educação Financeira do Banco Central**. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?BCEDFIN>>. Acesso em: 28/07/2017.

BACHA, Edmar. Saída para a crise tem mão dupla. **Estudos Avançados**, v. 31, n. 89, p. 23-27, 2017.

BATISTELLA, C. **Consumo e endividamento na classe média brasileira no início do século XXI**. 2014. 87 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Econômicas) — Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2014. Disponível em: <[http://bdm.unb.br/bitstream/10483/7334/1/2014\\_CamilaBatistella.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/7334/1/2014_CamilaBatistella.pdf)>. Acesso em: 24/07/2017.

BIELSCHOWSKY, Ricardo. **Estratégia de desenvolvimento e as três frentes de expansão no Brasil: um desenho conceitual**. Texto para Discussão, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2013.

BRASIL. Decreto n. 7.397, de 22 de dezembro de 2010. Institui a Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF, dispõe sobre a sua gestão e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 23 dez. 2010. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm)>. Acesso em: 24/07/2017.

BRÖNSTRUP, Tatiéli Monique; BECKER, Kalinca Léia. Educação financeira nas escolas: estudo de caso de uma escola privada de ensino fundamental no município de santa maria (rs)= financial education in schools: a case study of a private elementary school in santa maria (rs) city. **Camine: Caminhos da Educação= Camine: Ways of Education**, v. 8, n. 2, p. 19-44, 2016.

CNDL – Câmara nacional de dirigentes lojistas; SPC BRASIL – Serviço de proteção ao crédito. **Indicadores Econômicos SPC Brasil: Dados Nacionais referente a 2016**. 2016. (relatório da inadimplência)

DANES, Sharon M. Parental perceptions of children's financial socialization. **Financial Counseling and Planning**, v. 5, n. 1, p. 127-149, 1994.

D'AQUINO, Cássia; CERBASI, Gustavo. **Educação Financeira: como educar seus filhos**. Elsevier, 2008.

DOMINGOS, R. **Como quitar suas dívidas**. São Paulo: DSOP Educação Financeira, 2012.

DOS SANTOS, Maurea Conceição et al. Planejamento financeiro: um estudo sobre a sua importância para as famílias da classe C residentes no Bairro Porto Lacustre, em Osório. **Indicadores Econômicos FEE**, v. 44, n. 4, p. 127-136, 2017.

DUMINELLI, Meline Vitali et al. Perspectiva Da Crise Econômica E Política No Brasil: Reflexos Para O Desenvolvimento Da Economia Com Foco No Setor Do Comércio. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, n. 2016-10, 2016.

FERREIRA, Mariana Félix et al. EDUCAÇÃO FINANCEIRA, ACESSO AO CRÉDITO E O ENDIVIDAMENTO DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS DA FACULDADE DE CIÊNCIAS GERENCIAIS DE MANHUAÇU (MG). **Anais do Seminário Científico da FACIG**, n. 1, 2017.

FGV. FGV SOCIAL: Qual a faixa de renda familiar das classes? Disponível em: <<http://cps.fgv.br/qual-faixa-de-renda-familiar-das-classes>>. Acesso em 07/08/2017.

FURTADO, Celso. Industrialização e inflação. **Economia brasileira**, v. 6, n. 3, p. 74-91, 1960.

GONÇALVES, D. Planilha para controle de gastos. 15/05/2011. Disponível em: <<http://redesuper.com.br/sempreferiz/planilha-para-controle-de-gastos/>>. Acesso em: 04/Abril.2017.

HASTINGS, Justine S.; MADRIAN, Brigitte C.; SKIMMYHORN, William L. Financial literacy, financial education, and economic outcomes. 2013.

OCDE. **National Strategies for Financial Education: OECD/INFE Policy Handbook**. 2015. Disponível em <<http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/National-Strategies-Comparative-Tables.pdf>> Acesso em 02/08/2017.

OCDE. **Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness**. Paris, 2005. Disponível em: <<http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/35108560.pdf>>. Acesso em: 28/07/2017.

PRADO, André Brisola Brito. Educação financeira: a visão de jovens universitários sobre as finanças familiares. Dissertação de mestrado. PUC, 2015. Disponível em <<https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/1135/1/Andre%20Brisola%20Brito%20Prado.pdf>> Acesso em 02/08/2017.

RIBEIRO, Rodrigo Fernandes; LARA, Ricardo. The Brazilian working class debt and the manipulative capitalism. **Serviço Social & Sociedade**, n. 126, p. 340-359, 2016.

RIBEIRO, José Francisco Borges Marques et al. Os benefícios do planejamento das finanças pessoais na qualidade de vida do indivíduo. 2015.

SAMPAIO, M.E.C.O que é Planejamento? 2008. Disponível em:<<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/o-que-e-planejamento/39381/>>. Acesso: 17 Marco 2017.

- SHAH, Saddam Hussain. The Influence of TV Commercials on the Lifestyle of Youngsters. **Bangladesh e-Journal of Sociology**, v. 13, n. 2, p. 156, 2016.
- SHIM, Soyeon et al. Financial socialization of first-year college students: The roles of parents, work, and education. **Journal of youth and adolescence**, v. 39, n. 12, p. 1457-1470, 2010.
- SILVEIRA, Juliana da Rosa. A influência dos indicadores econômicos no volume de crédito a pessoas físicas: uma análise de 2011-2015. UNESC, Criciúma, 2016.
- TORRES, Daniela Almeida Raposo; VIEIRA, Filipe Carvalho; CRUZ, Aline Cristina. Sistema financeiro, sistema de inovação e desenvolvimento regional: um estudo sobre a relação entre crédito e inovação para os estados da região Sudeste brasileira. **Revista de Economia**, v. 41, n. 1, 2017.
- LUSARDI, Annamaria. **Household saving behavior: The role of financial literacy, information, and financial education programs**. National Bureau of Economic Research, 2008.
- LUSARDI, Annamaria; MITCHELL, Olivia S.; CURTO, Vilsa. Financial literacy among the young. **Journal of consumer affairs**, v. 44, n. 2, p. 358-380, 2010.
- MESSIAS, José Flávio; SILVA, José Ultemar; SILVA, Pedro Henrique Calderoni. Marketing, Crédito & Consumismo: Impactos sobre o endividamento precoce dos jovens Brasileiros. **Revista Eniac Pesquisa**, v. 4, n. 1, p. 43-59, 2015.
- NERI, Marcelo. Os emergentes dos emergentes: reflexões globais e ações locais para a nova classe média brasileira. **Rio de Janeiro: CPS/FGV**, 2011.
- PEIC. Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor - maio 2016. Disponível em < <http://cnc.org.br/central-do-conhecimento/pesquisas/economia/pesquisa-nacional-de-endividamento-e-inadimplencia-do--18>> Acesso em 24/07/2017.
- REIS, Alexandre. Educação financeira: uma estratégia para o desenvolvimento do empreendedorismo. **Uma Nova Pedagogia para a Sociedade Futura**, p. 452-458, 2017.