



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

NATAN BUENO DE OLIVEIRA LUCENA

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS: UM ESTUDO
SOBRE A INFLUÊNCIA DOS FATORES EMOCIONAIS NAS DECISÕES DE
CONSUMO DE ALUNOS BOLSISTAS DA UEPB**

**PATOS-PB
2024**

NATAN BUENO DE OLIVEIRA LUCENA

EDUCAÇÃO FINANCEIRA DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS: UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DOS FATORES EMOCIONAIS NAS DECISÕES DE CONSUMO DE ALUNOS BOLSISTAS DA UEPB

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado a Coordenação do Curso Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharelado em Administração.

Orientador: Prof. Me. Antonio José Gomes Pedrosa.

**PATOS-PB
2024**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto em versão impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que, na reprodução, figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

L935e Lucena, Natan Bueno de Oliveira.

Educação financeira dos estudantes universitários [manuscrito] : um estudo sobre a influência dos fatores emocionais nas decisões de consumo de alunos bolsistas da UEPB / Natan Bueno de Oliveira Lucena. - 2024.
27 f. : il.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2024.

"Orientação : Prof. Me. Antonio José Gomes Pedrosa, Coordenação do Curso de Administração - CCEA".

1. Educação financeira. 2. Fatores emocionais. 3. Decisões de consumo. I. Título

21. ed. CDD 658.15

NATAN BUENO DE OLIVEIRA LUCENA

EDUCAÇÃO FINANCEIRA DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS: UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DOS FATORES EMOCIONAIS NAS DECISÕES DE CONSUMO DE ALUNOS BOLSISTAS DA UEPB

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Coordenação do Curso Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharelado em Administração.

Orientador: Prof. Me. Antonio José Gomes Pedrosa.

Aprovada em: 22/11/2024.

Documento assinado eletronicamente por:

- **Antonio José Gomes Pedrosa** (***.859.244-**), em **27/11/2024 14:58:22** com chave **3107651cace911efb4bf06adb0a3afce**.
- **Francisco Anderson Mariano da Silva** (***.120.084-**), em **27/11/2024 15:04:59** com chave **1dde9536acea11efae9f2618257239a1**.
- **Gildevan Oliveira Silva** (***.419.054-**), em **28/11/2024 15:10:15** com chave **04a2c05eadb411efb4a81a7cc27eb1f9**.

Documento emitido pelo SUAP. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QrCode ao lado ou acesse https://suap.uepb.edu.br/comum/autenticar_documento/ e informe os dados a seguir.

Tipo de Documento: Termo de Aprovação de Projeto Final

Data da Emissão: 28/11/2024

Código de Autenticação: cc449c



A minha mãe, por toda a força, perseverança,
incentivo e por nunca me deixar desistir, EU
DEDICO.

Aos meus amigos, por estarem sempre comigo
dividindo o fardo da vida, EU DEDICO.

“Não importa o quão talentoso você seja...
Você, sozinho, não pode mudar o mundo.”

(Lawliet)

SUMÁRIO

| | | |
|------------|------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO..... | 7 |
| 2 | FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA..... | 8 |
| 2.1 | Educação financeira e finanças comportamentais..... | 8 |
| 2.2 | Trabalhos realizados..... | 10 |
| 3 | METODOLOGIA..... | 12 |
| 4 | RESULTADOS E DISCUSSÕES..... | 13 |
| 4.1 | Perfil dos respondentes..... | 13 |
| 4.2 | Gestão da bolsa estudantil..... | 15 |
| 4.3 | Fatores emocionais nas decisões de consumo..... | 17 |
| 5 | CONCLUSÃO..... | 20 |
| | REFERÊNCIAS..... | 22 |
| | APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO DA PESQUISA..... | 25 |

EDUCAÇÃO FINANCEIRA DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS: UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DOS FATORES EMOCIONAIS NAS DECISÕES DE CONSUMO DE ALUNOS BOLSISTAS DA UEPB

Autor Natan Bueno de Oliveira Lucena

RESUMO

No Brasil existe uma carência educacional financeira significativa da população, tornando-os menos suscetíveis a terem boas práticas e a tomarem melhores decisões financeiras, indicando a predominância de fatores irracionais. Nesse sentido, o objetivo da pesquisa consiste em analisar a influência dos fatores emocionais nas decisões de consumo dos alunos bolsistas da UEPB. Para tal, foi utilizado uma metodologia caracterizada como pesquisa descritiva de levantamento, sendo de caráter quantitativo, desenvolvida através de questionários. Os resultados apontam que pelo menos 60% dos alunos possuem um conhecimento básico em educação financeira, fazendo com que tomem por vezes decisões eficientes e que metade dos estudantes sofrem com a influência dos fatores emocionais em suas decisões de consumo, induzindo a gastos desnecessários, além disso, o curso de administração demonstrou ter um melhor desempenho na gestão do auxílio estudantil. Concluiu-se que através da alfabetização financeira possamos ter jovens aptos a tomarem decisões econômicas eficazes e reduzir a influência negativa das emoções em suas finanças.

Palavras-chave: Educação financeira, Fatores emocionais, Decisões de consumo.

ABSTRACT

In Brazil, there is a significant lack of financial education among the population, making them less susceptible to having good practices and making better financial decisions, indicating the predominance of irrational factors. In this sense, the objective of the research is to analyze the influence of emotional factors on the consumption decisions of UEPB scholarship students. To this end, a methodology characterized as descriptive survey research was used, being quantitative in nature, developed through questionnaires. The results indicate that at least 60% of students have basic knowledge in financial education, sometimes making efficient decisions and that half of students suffer from the influence of emotional factors in their consumption decisions, leading to unnecessary expenses, in addition Furthermore, the administration course demonstrated better performance in managing student aid. It was concluded that through financial literacy we can have young people able to make effective economic decisions and reduce the negative influence of emotions on their finances.

Keywords: Financial education, Emotional Factors, Consumer decisions.

1 INTRODUÇÃO

A contemporaneidade em volta da educação financeira, destaca-se pelo novo cenário mundial, agregado as novas tecnologias e acesso a informações que mudaram a forma como as pessoas lidam com essa temática, tomando suas decisões sem muito planejamento pela nova cultura do imediatismo, que por vezes impactam diretamente sua qualidade de vida (Serasa, 2024). Serviços bancários dos mais diversos como empréstimos, cartões de crédito e financiamento, tornaram-se mais práticos e acessíveis a população que sem adequada alfabetização financeira, comprometem não só seus rendimentos com o endividamento, mas também a conjuntura econômica de seus países (Spc, 2018).

No Brasil o banco C6 Bank encomendou uma pesquisa ao Ibope Inteligência sobre o número de brasileiros que tiveram acesso à educação financeira durante a infância, nos seus resultados constaram que apenas 21%, com disponibilidade de internet, conseguiram alguma educação financeira (Flach, 2020). Infelizmente no Brasil, a educação financeira não faz parte da estrutura educacional familiar, muito menos escolar. Assim, a criança não aprende como lidar com o dinheiro nem em casa ou escola, que por consequências desse fato, acabam determinando uma vida de oscilações econômicas com graves repercussões, tanto na vida do cidadão como no país (D'Aquino, 2011).

Nos últimos tempos, vem ganhando força no meio acadêmico a aplicação das finanças comportamentais que englobam um novo campo de pesquisa, se contrapondo ao pressuposto da racionalidade dos tomadores de decisão utilizado pelas finanças tradicionais, que trata da hipótese dos mercados eficientes, onde os investidores são agentes puramente racionais, tomando suas decisões após análises criteriosas de risco e retorno (Kich *et al*, 2018). A educação financeira serve de base para uma tomada de decisão mais consciente, reduzindo a possibilidade de erros e mostrando-se como uma ferramenta apta a diminuição da interferência de fatores emocionais nas decisões, levando a uma alocação eficiente dos recursos (Pereira e Lucena, 2014).

Nesse cenário de contrapartida entre as decisões enviesadas por características racionais e das influências internas ao indivíduo, em um contexto universitário, em que os recursos para as bolsas são limitados e necessitam da utilização eficiente por parte dos alunos, conduzem ao seguinte problema: **Qual a influência da educação financeira e das características emocionais dos alunos bolsistas nas suas decisões de consumo?**

Considerando esses aspectos e visando atender à pergunta da pesquisa, objetifica-se analisar a influência da educação financeira e os fatores emocionais nas decisões de consumo dos alunos bolsistas da universidade estadual da Paraíba (UEPB), campus VII. Para isso buscou-se identificar o perfil socioeconômico dos bolsistas, bem como avaliar a gestão da bolsa estudantil na prática e analisar a influência que as características emocionais exercem nas decisões de consumo.

Para alcançar os objetivos propostos, adotou-se uma metodologia de natureza aplicada, com abordagem quantitativa e descritiva, quanto ao procedimento, o estudo adota levantamento survey. Os dados foram coletados através da aplicação de um questionário estruturado, por meio do Google Forms, tendo como amostra um total de 33 bolsistas. As informações

levantadas foram analisadas por quadros que buscavam apresentar os principais resultados de forma quantitativa, utilizando-se da estatística descritiva.

O estudo justifica-se pela importância e necessidade de se levantar a influência da educação financeira e os fatores emocionais nas decisões de consumo dos jovens que utilizam de auxílio estudantil, considerando as altas taxas de endividamento no Brasil e sua deficiência na conscientização e promoção da educação financeira, impactando a vida de milhares de pessoas. Tornando-se necessário contribuir no campo científico do assunto em questão, servindo de base para a criação de projetos de educação financeira em universidades e para pesquisas mais aprofundadas sobre essa temática.

Estando estruturado em cinco partes e dentre elas a primeira é a introdução, em que se dá uma iniciação ao contexto da pesquisa de maneira geral, em seguida o referencial teórico, contendo os principais conceitos e teorias, mais adiante temos a metodologia, abordando as práticas utilizadas na construção do trabalho, depois a análise dos dados onde é feita uma síntese a partir dos resultados encontrados e por último a conclusão.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Educação financeira e finanças comportamentais

Segundo a Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD, 2011), a educação financeira pode ser definida como o processo pelo qual consumidores e investidores financeiros melhoram sua compreensão sobre produtos financeiros, conceitos e riscos e, por meio da obtenção de informações, instruções e conselhos objetivos, desenvolvem habilidades e confiança para serem mais conscientes dos riscos e oportunidades financeiras, tomando medidas para melhorar seu bem-estar financeiro.

Explorando os termos, Lucci *et al.* (2006) coloca o termo “educação” como o conjunto de conhecimentos das definições necessárias para a realização de um objetivo, e “financeira” referente ao controle das finanças cotidianas que envolve pagamentos, cartões de crédito, financiamento, entre outros. Sobre outra perspectiva, Lelis (2006) aponta que, educação financeira é o conhecimento necessário para a realização da prática das atividades financeiras, sendo importante destacar que a abrangência dessas informações torna a vida financeira mais simples quanto às decisões em relação ao próprio dinheiro.

Como exposto, o termo “educação financeira” é visto de maneira distinta entre os autores e não há uma definição exata, única. Mas, no geral, pode ser pensado como a capacidade de analisar de forma racional e agir por meio de decisões eficazes com relação ao uso do dinheiro (Punhagui; Vieira; Favoreto, 2016).

Em contrapartida, a carência de conhecimentos nessa área torna-se problemática, pois, os indivíduos sofrem com a incapacidade de otimizar seu próprio bem-estar, principalmente quando os riscos são altos, ou para exercer o tipo de expertise competitiva necessária para a eficiência no mercado. Tendo consequências óbvias para o bem-estar individual e social (Lusardi; Mitchell, 2014).

Outro aspecto fundamental é que educar financeiramente a população é parte da responsabilidade dos governos, uma vez que promovendo a educação financeira, tem-se uma melhora no desenvolvimento econômico no geral, estendendo o efeito das políticas monetárias

utilizadas como a de expansão. Também é importante identificar as classes que mais sofrem com a falta de instrução e direcionar os esforços, pois, a falta de conhecimento impulsiona o crescimento do número de famílias inadimplentes e desregulamentação do mercado financeiro (Silva *et al*, 2017).

Valer-se da educação financeira como uma forma de promover o conhecimento das informações e cenário econômico para a melhoria do planejamento e implementação das tomadas de decisões e, também proporcionar as habilidades necessárias na utilização das ferramentas de captação e multiplicação de capital, evitando a alocação ineficiente dos recursos, contribuindo para o desenvolvimento econômico (Andrade; Lucena, 2018).

As finanças comportamentais surgem com o trabalho de Kahneman e Tversky (1974) em que os autores detalham que a tomada de decisões dos indivíduos nem sempre seguem um padrão racional, ou seja, essas tomadas de decisões apresentam vieses. No conjunto de teorias que formam o pilar que sustenta as finanças modernas, pode-se destacar a hipótese dos mercados eficientes, na qual os investidores surgem como agentes puramente racionais que tomam suas decisões após análises criteriosas sobre o risco e o retorno (Faveri; Knupp, 2018).

No entanto, críticas ao paradigma vigente, após diversos estudos que consolidaram a ascensão de uma nova teoria financeira: finanças comportamentais, adotando como premissas, que os tomadores de decisão não se comportam de maneira significativamente racional, realizando julgamentos e tomando escolhas sob a influência de aspectos emocionais, utilizando de regras simplificadoras, chamadas heurísticas. O que pode direcionar a erros e desvios sistemáticos, definido como vieses cognitivos (Yoshinaga; Ramalho, 2014).

Na visão do educador financeiro José Vignoli (2016), vinculado ao SPC Brasil e ao Portal Meu Bolso Feliz, os fatores emocionais podem ser considerados como um complexo de sentimentos como prazer, satisfação, ansiedade e inveja que ocasionam compras por impulso, por vezes comprometendo a situação financeira do indivíduo. Segundo o estudo realizado pelo SPC Brasil, o consumo pode operar como um catalisador de duas principais emoções positivas que surgem no ato da compra que é o prazer e a satisfação, possuindo uma inter-relação, tornando o momento em uma fonte de felicidade imediata, causando posteriormente um alto desejo pela aquisição de um determinado produto.

A pesquisa ainda aponta que a ansiedade está ligada ao desejo repentino intenso que muitos acabam cedendo, devido a atratividade gerada pelos benefícios que o produto pode lhes oferecer. Dentre os principais estimuladores do consumo temos a busca por status e pertencimento. Os consumidores muitas vezes adquirem produtos que os dão a sensação de pertencimento a um determinado grupo ou projeção de uma imagem de sucesso, e a inveja acaba surgindo como uma consequência, quando um indivíduo percebe que outras pessoas tem algo que deseja, levando-o a compra em uma tentativa de se igualar ou superar o status percebido dos outros (Underhill, 2008).

Ainda nos estudos de Kahneman e Tversky (1979), o princípio da teoria do prospecto evidencia que os indivíduos, nas suas tomadas de decisões, sentem aversão ao risco quando se tratam de ganhos, mas procuram o risco quando se trata de perdas, sendo possível concluir que as pessoas são mais sensíveis ao sentimento do medo relacionado às perdas do que ganhos, ou seja, o impacto psicológico de se obter uma perda é muito mais elevado do que o ganho. Um dos maiores inimigos da segurança financeira também pode ser a ganância, saber quando parar ou quando algo já é “suficiente”, tornando-se essencial para evitar riscos desnecessários. A

busca constante pelo consumo desenfreado material pode levar a decisões perigosas e insustentáveis (Housel, 2020).

As finanças comportamentais tem como principal finalidade identificar e entender os frames, ilusões cognitivas que induzem as pessoas a cometerem erros sistemáticos de avaliação de valores, probabilidades e riscos, nos quais a percepção rasa do “achar” pode resultar em decisões erradas Alves (2009). Este campo de estudo explora como alguns fenômenos financeiros são melhor compreendidos quando os agentes não são totalmente racionais, concentrando-se em entender as ilusões cognitivas e seu impacto no comportamento dos tomadores de decisão, além de investigar como essas ilusões podem influenciar o mercado financeiro (Dias Lopes *et al.*, 2017). Contudo, o desenvolvimento do entendimento do mecanismo das tomadas de decisões humanas refletiu no campo das finanças e promoveu o surgimento do que chamamos de finanças comportamentais (Pereira; Lucena, 2014).

2.2 Trabalhos realizados

De acordo com Vasconcelos (2010) a assistência estudantil, enquanto mecanismo de direito social, tem como objetivo disponibilizar os recursos necessários no tocante a superação das dificuldades e dos impedimentos ao bom desempenho acadêmico, possibilitando que o estudante desenvolva-se perfeitamente bem ao longo da graduação e obtenha um ótimo exercício curricular. A construção das políticas públicas de permanência estudantil possui um alto valor popular, não só assistindo as camadas sociais menos favorecidas socioeconomicamente, mas também possibilitando sua continuidade durante a graduação (Lima; Ferreira, 2016).

Ainda, segundo Lima e Ferreira (2016) estudos recentes atenuam a necessidade de novas pesquisas na área de políticas públicas direcionadas para a permanência dos discentes em vulnerabilidade social, por conta da democratização do ensino ocasionada pela difusão das IFES nos últimos anos. O PNAES foi estabelecido no âmbito federal pela portaria normativa 39, de 12 de dezembro de 2007, voltado para os discentes do curso de graduação presencial das IFES, sendo implementado a partir do ano de 2008 (Imperatori, 2017).

Contudo, a partir do PNAES, a assistência estudantil se efetivou em articulação com atividades de ensino, pesquisa e extensão, tendo como foco principal a permanência desses estudantes em seus cursos de graduação (Imperatori, 2017). Enquanto direito social, o governo visa atender as reivindicações da população no sentido de possibilitar a acessibilidade do ensino, expandindo a gratuidade de quem precisa continuar estudando. Entretanto, o governo também realiza as demandas do capital financeiro e investidor no ensino superior, mercantilizando a ampliação de vagas das instituições privadas (Borsato; Alves, 2015).

A seguir, o quadro 1 apresenta os trabalhos realizados que tiveram uma maior relevância e que mais contribuiram para a construção deste estudo, seguindo um mesmo caminho acadêmico no sentido do aprofundamento das percepções sobre educação financeira e sua influência na tomada de decisão quanto a consumo, investimento e poupança, porém com alguns deles incluindo uma nova variável, os fatores irracionais como as emoções que também serão abordadas na análise dos resultados.

Quadro 1 - Trabalhos realizados

| Autores | Título | Ano | Conclusão |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lucci <i>et al</i> | A influência da educação financeira nas decisões de consumo e investimento dos indivíduos. | 2006 | O conhecimento em conceitos sobre finanças aprendido na universidade influenciou positivamente a qualidade da tomada de decisões financeiras. |
| Vieira, Bataglia e Sereia | Educação financeira e decisões de consumo, investimento e poupança: uma análise dos alunos de uma universidade pública do norte do Paraná. | 2011 | Verificou-se que a formação acadêmica contribui para a melhor tomada de decisões de consumo, investimento e poupança dos indivíduos. |
| Lusardi e Mitchell | The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. | 2014 | Destacou-se a importância crítica da alfabetização financeira para a tomada de decisões econômicas eficazes e o bem-estar econômico geral. |
| Pereira e Lucena | A influência da educação financeira e os fatores emocionais: um estudo com alunos de contabilidade e engenharia. | 2014 | Verificou-se que a falta de educação financeira sugere que os alunos estão mais propensos ao endividamento e os sentimentos os levam principalmente a realizar gastos desnecessários. |
| SPC Brasil | Análise dos impactos das emoções nas compras por impulso. | 2016 | O estudo revela que o estado emocional e as características individuais são fundamentais para esclarecer as circunstâncias em que ocorrem as compras por impulso. |
| Kich <i>et al</i> | Análise da relação do nível de educação financeira com os vieses comportamentais para universitários brasileiros. | 2018 | Entende-se que os indivíduos com maior nível de educação financeira apresentam menos probabilidade de influenciar-se por questões irracionais no processo decisório. |
| Santos, Moura e Silva | Educação financeira: um estudo realizado com bolsistas da UFPI – CMRV. | 2022 | O trabalho revelou a deficiência da educação financeira dos universitários enquanto usuários do auxílio à permanência do ensino superior. |

Fonte: Próprio autor, 2024.

Analisando a variável da educação financeira, o trabalho de Lucci *et al* (2006) esclarece que a qualidade das decisões financeiras está relacionada ao nível de conhecimentos sobre conceitos financeiros e que para amostra avaliada de alunos de Administração e Ciências Contábeis os estudos sobre finanças desenvolvidos na universidade acabaram influenciando positivamente suas atitudes, semelhante ao resultado encontrado no trabalho de Vieira *et al* (2011) em que analisaram as decisões de alunos dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências econômicas reforçando que a formação acadêmica contribui para a melhor tomada de decisão financeira dos pesquisados, enfatizando a importância da educação financeira.

Na pesquisa de Lusardi e Mitchell (2014) os autores complementam a ideia fora do ambiente acadêmico, analisando o impacto da educação financeira na tomada de decisões econômicas nos Estados Unidos e em outros países, alertando sobre efeitos e consequências negativas do analfabetismo financeiro para a economia, dificultando a passagem dessas pessoas em meio a uma crise econômica, reduzindo a recuperação dos países afetados.

Para a variável da influência dos fatores emocionais, temos a pesquisa de Pereira e Lucena (2014) que analisando estudantes dos cursos de contabilidade e engenharia chegaram a conclusão de que os alunos possuem um baixo nível de educação financeira e que 45% acreditam serem influenciados pelos sentimentos, tornando-os propensos ao endividamento e gastos desnecessários, corroborando com o estudo do SPC Brasil (2016) realizado com residentes em todas as regiões brasileiras no qual percebeu-se que quase metade dos entrevistados costumam comprar por impulso, influenciados por emoções que podem ser negativas ou não levando a compras desnecessárias.

Ainda complementando, Kich *et al* (2018) revelou em seu trabalho realizado com grupos classificados com alto, intermediário e baixo nível de educação financeira, que o grupo com alto nível de alfabetização financeira não apresenta proximidade com comportamentos que são impulsionados pelas emoções, enquanto que o grupo de baixo nível demonstrou forte propensão a serem influenciados por questões irracionais em suas decisões financeiras, o que pode explicar uma relação entre alfabetização financeira e os fatores emocionais.

Por último, analisando a educação financeira de estudantes bolsistas, suas dificuldades e dependência do auxílio, o trabalho de Santos *et al* conclui que o nível de educação financeira é baixo, além de sofrerem com reações físicas ocasionadas pelas suas questões financeiras provenientes de más escolhas, dando ênfase na importância da instrução financeira por parte das instituições educacionais.

3 METODOLOGIA

A natureza da presente pesquisa configura-se como aplicada, pois visa gerar novos conhecimentos para a aplicação prática e dirigida à solução de problemas específicos, sendo eficazmente utilizada para alterar situações, características ou sistemas. Quanto ao seu objetivo, a pesquisa caracteriza-se como descritiva, que segundo Gil (2019) tem como finalidade principal descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou estabelecer relações entre as variáveis.

Quanto à abordagem, apresenta-se como quantitativa, que de acordo com Michel (2015) se trata de um método de pesquisa que usa da quantificação nas modalidades de coleta de informações e sua análise, mediante técnicas estatísticas como percentual, média, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, entre outros.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa se qualifica como de levantamento, como aponta Roesch (2012) em que o objetivo é obter informações sobre uma população, sendo apropriados para pesquisa-diagnóstico, procurando fatos descritivos fundamentais para a ação ou predição.

A coleta dos dados foi realizada por meio de um questionário estruturado, composto por 11 questões fechadas e 10 assertivas, nas quais procurou-se investigar a influência da educação financeira e os fatores emocionais nas decisões de consumo, tendo como público alvo

os alunos que utilizam qualquer um dos tipos de bolsas auxiliares como a de monitoria, pesquisa e extensão que compõem os quatro cursos presentes na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), campus VII.

Os questionários foram aplicados com 33 alunos bolsistas dos cursos de Administração, Ciências da Computação, Matemática e Física do 2º ao 10º períodos, por fazerem parte de todo o tempo necessário para conseguirem se tornar bolsistas e possuírem experiência a partir da sua utilização, tendo como critério de delimitação da amostra a conveniência. A aplicação desses questionários se deu de forma online via Google forms com o prazo máximo de uma semana para a coleta dos dados no mês de outubro de 2024.

O questionário estruturava-se em 3 partes: A primeira que compreendia as questões de 1 a 6 tendo o propósito de caracterizar os respondentes. A segunda é composta por questões de 6 a 11 visando avaliar a gestão da bolsa estudantil por parte dos alunos na prática. A última parte é composta de questões assertivas adaptadas que vão de 11 a 21, propostas por Pereira e Lucena (2014) e o estudo realizado pelo SPC Brasil (2016) sobre os sentimentos base de prazer, satisfação, ansiedade e medo, dando a possibilidade de coletar dados referentes à influência das emoções nas decisões de consumo que possivelmente apresente ter uma relação inversamente proporcional ao nível de educação financeira.

A análise dos dados se deu por meio da utilização da ferramenta do Microsoft Excel, possibilitando a realização de diversos tipos de simulações em planilha e a geração de gráficos. Para a interpretação de dados utilizou-se da estatística descritiva com o método de tabulação eletrônica, visando uma maior precisão e controle estatístico sobre a amostra selecionada, sendo possível também cruzar os dados em busca de uma relação das variáveis com fenômenos relacionados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Perfil dos respondentes

Nesta seção será abordado a descrição do perfil dos alunos de acordo com os resultados encontrados na aplicação dos questionários. A importância dessas questões se dá pela necessidade de complementar a análise referente às atitudes e também o próprio nível de educação financeira dos indivíduos (Lucci *et al*, 2006).

A tabela 01 demonstra os dados obtidos de forma que proporciona traçar um perfil dos estudantes pesquisados de forma geral e por curso.

Tabela 01 - perfil dos alunos

| Variável | Alternativa | Frequência por curso | | | | Total | Percentual |
|--------------|--------------|----------------------|----------|------------|------------|-----------|-------------|
| | | Administração | Física | Computação | Matemática | | |
| Gênero | Masculino | 2 | 6 | 9 | 3 | 20 | 60.6% |
| | Feminino | 3 | - | 2 | 8 | 13 | 39.4% |
| | Total | 5 | 6 | 11 | 11 | 33 | 100% |
| Faixa etária | Até 19 anos | - | 1 | 2 | 1 | 4 | 12.1% |
| | 20 e 25 anos | 5 | 3 | 7 | 9 | 24 | 72.7% |
| | 26 e 30 anos | - | 1 | 1 | 1 | 3 | 9.1% |
| | Acima de 30 | - | 1 | 1 | - | 2 | 6.1% |
| | Total | 5 | 6 | 11 | 11 | 33 | 100% |

| | | | | | | | |
|-------------------------|----------------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| Periodo do curso | 2º Período | - | - | 1 | - | 1 | 3% |
| | 3º Período | - | - | - | 1 | 1 | 3% |
| | 4º Período | - | 2 | 3 | - | 5 | 15.2% |
| | 5º Período | 1 | - | - | - | 1 | 3% |
| | 6º Período | - | 1 | 6 | 1 | 8 | 24.2% |
| | 7º Período | 1 | - | 1 | 2 | 4 | 12.1% |
| | 8º Período | - | - | - | 1 | 1 | 3% |
| | 9º Período | - | 1 | - | 3 | 4 | 12.1% |
| | 10º Período | 3 | 2 | - | 3 | 8 | 24.2% |
| | Total | 5 | 6 | 11 | 11 | 33 | 100% |
| Renda | Até 1 SM | 2 | 5 | 4 | 5 | 16 | 48.5% |
| | Entre 1 e 3 SM | 3 | 1 | 6 | 5 | 15 | 45.5% |
| | Entre 4 e 6 SM | - | - | 1 | 1 | 2 | 6% |
| | Acima de 6SM | - | - | - | - | - | - |
| | Total | 5 | 6 | 11 | 11 | 33 | 100% |

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Do total de 33 alunos bolsistas dos cursos de Administração, Física, Ciências da Computação e Matemática que compõem a amostra da pesquisa, 60,6% são do gênero masculino, 39,4% do gênero feminino. Dentre os alunos de Administração, 2 são homens e 3 mulheres. Em física, pode-se perceber que todos os alunos são homens, com um total de 6, não havendo nenhuma mulher. Já em Ciências da Computação, 9 são homens e 3 mulheres, com uma diferença significativa entre os gêneros dos pesquisados. Por último, no curso Matemática acontece o inverso, pois, temos um número superior de mulheres com relação ao de homens, sendo 3 do gênero masculino e 8 do feminino.

Quanto a idade, como demonstrado na tabela 01 há uma predominância de 84,8% dos alunos possuírem até 25 anos, 9,1% estão entre 26 e 30 anos e apenas 6,1% do total de pesquisados estão acima dos 30 anos.

No que se refere a distribuição de alunos por período, também há uma concentração de alunos nos 6º e 10º totalizando respectivamente 24,2%, em seguida o 5º com 15,2%, logo após estão o 7º e 9º com 12,1%, por último 2º, 3º, 5º e 8º com respectivos 3%. Essa maior concentração de alunos entre o 6º e 10º períodos, pode ser compreendida pelo fato de que a maioria dos estudantes de graduação acabam tendo conhecimento das bolsas geralmente pelos 4º e 5º períodos, e com uma boa parte delas tendo a duração de 3 semestres.

Para o nível de renda familiar, temos uma distribuição de 48,5% dos alunos em até um salário mínimo, em seguida 45,5% que possuem uma renda entre 1 e 3 salários mínimos e por último 6% que estão entre 4 e 6 salários mínimos), pode-se perceber que não houve nenhum estudante em que seus rendimentos mensais familiares ultrapassem 6 salários mínimos. Dentre todos os cursos do campus, aquele que possui um maior poder aquisitivo é o de Ciências da Computação quando se comparado aos outros, com cerca de 54,55% dos alunos com renda entre 1 e 3 salários mínimos e 9,09% estão entre 4 e 6 salários mínimos.

Ainda, para quase metade dos alunos da pesquisa, 48,5% sobrevivem com apenas um salário mínimo, evidenciando a bolsa estudantil ter uma relevância ainda maior, por possibilitar esses estudantes a arcarem com os custos provenientes das atividades realizadas no curso e ainda servir como uma renda extra dando indicativos da possibilidade desses alunos serem capazes de ajudar em algumas das despesas em casa.

4.2 Gestão da bolsa estudantil

Dentro dos objetivos destacados neste trabalho, nesta parte será analisada o trato dos alunos com as bolsas e as práticas relacionadas ao básico da educação financeira, que se trata dos hábitos de poupar e registrar gastos, além de outras informações adicionais que ajudarão a compreender melhor de maneira geral o dinamismo universitário. A Tabela 02 apresenta informações a respeito do tempo de utilização, natureza e gestão da bolsa referente às questões seis, sete e oito.

Tabela 02 - Tempo de utilização, natureza e gestão da bolsa

| Variável | Alternativas | Total | Percentual |
|-------------------|----------------------------------------------|-----------|-------------|
| Tempo de bolsa | Até um semestre | 11 | 35% |
| | Entre 2 e 3 semestres | 18 | 54,5% |
| | Acima de 3 semestres | 3 | 10,5% |
| | Total | 33 | 100% |
| Natureza da bolsa | Ensino | 11 | 33,3% |
| | Pesquisa | 11 | 33,3% |
| | Extensão | 11 | 33,3% |
| | Total | 33 | 100% |
| Gestão da bolsa | Eu mesmo, sem nenhuma interferência dos pais | 32 | 97% |
| | Eu mesmo, com alguma interferência dos pais | 1 | 3% |
| | São os meus pais | - | - |
| | Total | 33 | 100% |

Fonte: elaborado pelo autor, 2024.

De acordo com a tabela 02, mais da metade dos alunos, cerca de 54,5% afirmaram ter um tempo de utilização de pelo menos 1 ano de bolsa, sendo relativamente um bom tempo de construção de experiência e tomada de decisões financeiras, 35% utilizam a pelo menos 6 meses e 10,5% estão a pelo menos 2 anos desenvolvendo suas atividades com o auxílio das bolsas.

Na questão sete, os alunos foram indagados sobre a natureza da bolsa. Os dados demonstram que 33,3% dos alunos possuem bolsa de programas de ensino, que visam fomentar as atividades de docência e o interesse dos estudantes, 33,3% são de pesquisa que busca enriquecer o ambiente acadêmico através de novos trabalhos e 33,3% de extensão que apoiam a interação entre universidade e sociedade, contribuindo para a formação profissional dos alunos e exercício da cidadania.

A questão oito questionava de forma simples aos estudantes quem administrava o valor mensal da bolsa. De acordo com o exposto, cerca de 97% dos estudantes fazem a gestão da sua bolsa sem nenhuma interferência dos pais ou tutores e apenas 3% acabam gerindo sua bolsa com auxílio dos pais. Esse resultado demonstra que a grande maioria dos jovens são os responsáveis financeiramente pelas atitudes que tomam e que sem nenhum tipo de orientação dos pais, pode ser um indicativo de haver a possibilidade deste ser um fator prejudicial às suas decisões financeiras, como aponta Souza (2012) que grande parte dos conhecimentos sobre finanças pessoais, quando adquiridos, desde a infância são repassados por familiares.

A tabela 03 ilustra as questões nove, dez e onze que procuravam saber sobre o registro de gastos, compatibilidade da bolsa e hábitos de poupança respectivamente.

Tabela 03 - Registro de gastos, compatibilidade e hábitos de poupança

| Variável | Alternativas | Total | Percentual |
|---------------------------------|----------------------------------------------|-----------|---------------|
| Registro de gastos | Sim, com caderno de anotações | 12 | 36,3% |
| | Sim, com aplicativo ou planilha eletrônica | 11 | 33,3% |
| | Não, mas pretendo fazer | 5 | 15,2% |
| | Não, nem pretendo fazer | 5 | 15,2% |
| | Total | 33 | 100% |
| Compatibilidade da bolsa | Sim, totalmente | 8 | 24,2% |
| | Sim, mas parcialmente | 15 | 45,5% |
| | Não, está abaixo das minhas necessidades | 8 | 24,2% |
| | Não, está bem abaixo das minhas necessidades | 2 | 6,1% |
| | Total | 33 | 100% |
| Hábito de poupança | Sim, todos os meses | 9 | 27,3% |
| | Sim, nem todo mês | 9 | 27,3% |
| | Não, mas pretendo | 10 | 30,3% |
| | Não, impraticável | 5 | 15,1% |
| | Total | 33 | 100,0% |

Fonte: elaborado pelo autor, 2024.

Segundo os dados, cerca de 37% dos alunos realizam o registro dos gastos mensais com o caderno de anotações, 33% utiliza de aplicativos e planilhas eletrônicas, 15% não registram mas pretendem fazer, fato importante é que esses estudantes possuem o conhecimento da necessidade do registro dos gastos mensais para o controle financeiro e 15% não fazem e nem pretendem. No geral, esses são resultados um pouco semelhantes da pesquisa de Santos *et.al* (2022) em que 43,2% dos bolsistas utilizavam papel para registrar seus gastos, 9,1% planilha e 11,4% aplicativos.

A questão dez queria saber dos alunos se eles consideravam o valor da bolsa compatível com as demandas mensais que incluem transporte, alimentação, material de estudo e afins. Como apresenta a tabela 03, 24,2% dos alunos consideram que a bolsa é totalmente compatível, 45,5% sim, mas parcialmente, 24,2% acreditam que a bolsa está abaixo das suas necessidades e 6,1% está bem abaixo das suas demandas, diferente dos resultados encontrados no trabalho de Santos *et.al* (2022) que 34,1% dos alunos achavam insuficiente o valor do auxílio e 43,2% nem sempre, além de 74,4% ainda necessitarem de ajuda externa para suprir os gastos.

A questão onze queria saber se os bolsistas conseguiam poupar alguma quantia da bolsa. De acordo com o exposto, cerca de 27,3% dos alunos conseguem poupar todos os meses, 27,3% também poupam, mas nem todo mês, 30,3% não poupam, mas pretendem, novamente destacando a importância de se compreender a necessidade dessa simples atitude que faz parte da estrutura da organização das finanças pessoais e por último 15,1% dizem ser impraticável.

A Partir do cruzamento de dados entre os cursos foi possível chegar a resultados interessantes, analisando as práticas de gestão das bolsas, como mostra a tabela 04.

Tabela 04 - Práticas de gestão da bolsa

| Variável | Alternativa | Frequência por curso | | | | Total |
|--------------------|---------------------------------|----------------------|---------------|---------------|---------------|-----------|
| | | Administração | Física | Computação | Matemática | |
| Registro de gastos | Sim, com caderno de anotações | 3 | 1 | 3 | 5 | 12 |
| | Sim, com aplicativo ou planilha | 1 | 3 | 6 | 1 | 11 |
| | Não, mas pretendo fazer | - | - | 1 | 3 | 4 |
| | Não, nem pretendo fazer | 1 | 2 | 1 | 2 | 6 |
| | Total | 5 | 6 | 11 | 11 | 33 |
| Hábito de poupança | Sim, todos os meses | 2 | 2 | 4 | 1 | 9 |
| | Sim, nem todo mês | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 |
| | Não, mas pretendo fazer | 1 | 1 | 3 | 5 | 10 |
| | não, impraticável | - | 1 | 1 | 3 | 5 |
| | Total | 5 | 6 | 11 | 11 | 33 |
| Média geral | | 80% | 66,67% | 72,73% | 40,91% | |

Fonte: elaborado pelo próprio autor, 2024.

Os dados demonstram que 80% dos alunos de administração possuem boas práticas de gestão da bolsa, que por mais básicas que sejam e no que se tem na literatura, talvez esse possa ser o ponto de partida para uma ascensão a estabilidade financeira, porém já se esperava esse resultado com base na grade curricular do curso que abarcam as disciplinas de contabilidade básica e administração financeira, em seguida estão os estudantes de Ciências da Computação com 72,73%, Física com 66,67% e por último os alunos do curso de matemática com o pior desempenho no controle da bolsa, totalizando 40,91%.

Em suma, a pesquisa demonstrou que cerca de 62,12% dos alunos conseguem administrar bem a sua bolsa, o que é um número satisfatório mas não o ideal, principalmente nessa fase da vida em que os jovens adentram nas responsabilidades do mundo adulto e precisam começar a construir uma base sólida para que no futuro talvez, seja possível terem uma estabilidade financeira e dando indicativos de que haja a possibilidade de melhoria da sua qualidade de vida, porém a pesquisa não possui embasamento teórico suficiente para comprovar isto.

4.3 Fatores emocionais nas decisões de consumo

Nesta parte buscou-se analisar a influência dos fatores emocionais nas decisões de consumo dos alunos bolsistas, divididas em duas subpartes, na primeira será feita uma análise com base na eficiência das suas tomadas de decisões de consumo, visando observar seu desempenho de acordo com a hipótese dos mercados eficientes que apresentam os agentes como sendo unicamente racionais, tomando suas decisões após análises criteriosas sobre o risco e o retorno (Faveri; Knupp, 2018). A segunda será analisada com base em escolhas feitas a partir de influências intrínsecas como as emoções ou lado irracional. O que pode direcionar a falhas e desvios sistemáticos, definidos como vieses cognitivos (Yoshinaga; Ramalho, 2014).

A tabela 05 apresenta os resultados das questões assertivas 12 a 16 sobre a eficiência nas tomadas de decisões de consumo.

Tabela 05 - Eficiência nas decisões de consumo

| Questões | Respostas | | | | | Total |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------|---------------------------|---------------|---------------------|-------------|
| | Concordo totalmente | Concordo | Não concordo nem discordo | Discordo | Discordo totalmente | |
| Eu costumo evitar compras por impulso e planejo minhas despesas com antecedência | 33,33% | 30,30% | 12,13% | 15,15% | 9,09% | 100% |
| Entendo a diferença entre necessidades e desejos, e priorizo minhas necessidades | 36,36% | 21,21% | 12,13% | 18,18% | 12,12% | 100% |
| Faço comparações de preços antes das compras | 42,42% | 15,15% | 12,13% | 15,15% | 15,15% | 100% |
| Sempre pago meu cartão (ou boletos) no vencimento, evitando cobranças extras | 57,58% | 6,06% | 9,09% | 9,09% | 18,18% | 100% |
| Se a compra comprometer meu orçamento durante um longo período, acabo optando por não realizá-la. | 36,36% | 21,21% | 6,07% | 15,15% | 21,21% | 100% |
| Média geral | 41,21% | 18,79% | 10,30% | 14,55% | 15,15% | 100% |

Fonte: elaborado pelo próprio autor, 2024.

A questão doze se tratava de evitar compras por impulso e planejar as despesas pessoais com antecedência, cerca de 33,33% dos alunos concordam totalmente, 30,3% concordam, 12,13% não possuem uma opinião formada, 15,15% discordam e 9,09% discordam totalmente. Resultando em um número expressivo positivo no planejamento das finanças pessoais por parte dos bolsistas.

Na questão treze foi abordado entender a diferença entre necessidades e desejos, priorizando a parte mais importante que são as suas necessidades, com 36,36% dos estudantes concordando totalmente, 21,21% concordam, 12,13% não possui uma opinião formada, 18,18% discordam e 12,12% discordam totalmente.

Na questão quatorze dentre os alunos, 42,42% concordam totalmente em fazer comparações de preços antes das compras, 15,15% concordam, 12,13% não possuem uma opinião formada, 15,15% discordam e discordam totalmente respectivamente. Números expressivamente bons, referente a uma prática muito importante, dando indicativos de que talvez, aproveitando-se da oferta do livre mercado haja a possibilidade de que os alunos economizem na hora das compras, além de fazer melhores escolhas.

A questão quinze queria saber dos estudantes da prática de pagar o cartão no vencimento e evitando despesas financeiras, dentre eles 57,58% concordaram totalmente, 6,06% concordam, 9,09% não possuem uma opinião sobre, 9,09% discordam e 18,18%. O resultado apresenta ainda um número preocupante de 27% dos alunos que não pagam suas despesas no vencimento, acarretando em juros e um posterior aumento da mesma.

Na questão dezesseis trata-se da situação em que se a compra comprometer o orçamento dos alunos durante um longo período eles acabam optando por não realizá-la, cerca de 36,36% concordam totalmente com a afirmação, 21,21% concordam, 6,06% não possuem uma opinião formada, 15,15% discordam e 21,21% discordam totalmente.

De acordo com o cruzamento de dados foi possível encontrar que mais da metade dos estudantes, cerca de 60% tomam decisões eficientes de consumo visando a boa gestão das suas

finanças e analisando entre os sexos, homens tiveram o melhor desempenho com 62% em comparação com as mulheres 58,46%, porém a diferença não é muito expressiva.

A tabela 06 mostra os resultados das questões assertivas 17 a 21 sobre a influência das emoções nas decisões de consumo.

Tabela 06 - Influência das emoções nas decisões de consumo

| Questões | Respostas | | | | | Total |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------|---------------------------|---------------|---------------------|-------------|
| | Concordo totalmente | Concordo | Não concordo nem discordo | Discordo | Discordo totalmente | |
| Eu já comprei mesmo quando não podia pagar pela aquisição | 27,27% | 18,18% | 6,07% | 21,21% | 27,27% | 100% |
| Já comprei algo que não precisava só porque alguém tinha um | 27,27% | 15,15% | 6,07% | 21,21% | 30,30% | 100% |
| Muitas vezes, o desejo de comprar surge e não sossego enquanto não compro algo para ter acesso ao seu benefício | 12,12% | 21,21% | 21,21% | 27,27% | 18,19% | 100% |
| Já comprei apenas motivado pelo desejo de possuir | 24,25% | 27,27% | 21,21% | 15,15% | 12,12% | 100% |
| O medo me levou a não comprar algo que me arrependi depois | 24,25% | 18,18% | 15,15% | 27,27% | 15,15% | 100% |
| Média geral | 23,03% | 20% | 13,94% | 22,42% | 20,61% | 100% |

Fonte: elaborado pelo próprio autor, 2024.

Na questão dezessete que abordava o sentimento de prazer ligado ao consumo em que os alunos compram mesmo quando não podem pagar pela aquisição de acordo com a afirmação, cerca de 27,27% concordam totalmente, 18,18% concordam, 6,07% não possuem uma opinião sobre, 21,21% discordam e 27,27% discordam totalmente, no total 45% dos alunos disseram ser influenciados, diferente dos resultados encontrados pela pesquisa realizada pelo SPC Brasil (2016) em que 32% dos entrevistados afirmaram sentir prazer ao comprar algo não planejado.

A questão dezoito tratava-se de analisar a inveja que é responsável por induzir as pessoas a comprarem um determinado produto ou serviço para fazer parte de grupos ou aprovação social, segundo a afirmação se já compraram algo que não precisavam só porque alguém tinha um, cerca de 27,27% dos alunos concordam totalmente, 15,15% concordam, 6,07% não possuem opinião formada, 21,21% discordam e 30,3% discordam totalmente, diferente dos resultados encontrados no trabalho de Pereira e Lucena (2014) em que apenas 28,02% dos pesquisados afirmaram ter comprado sem haver necessidade motivado por esse sentimento e 55,22% negaram a atitude.

Abordamos o sentimento de ansiedade na questão dezenove com a afirmação de que o desejo de comprar surge e os alunos não descansam enquanto não realizam a compra para ter o benefício de algum determinado produto, cerca de 12,12% concordaram totalmente, 21,21% concordam, 21,21% não possuem uma opinião formada sobre, o que é um número curioso, 27,27% discordam e 18,19% discordam totalmente. No geral, 33,33% dos estudantes afirmaram ceder ao desejo de compras estimulados pela ansiedade, resultado bem próximo ao

da pesquisa do SPC Brasil (2016) em que 36,9% dos entrevistados sofriam do mesmo problema.

Na questão vinte que tratava-se de comprar motivado apenas pelo desejo de possuir e cerca de 24,24% dos alunos concordaram totalmente com a afirmação, 27,27% concordam, 21,21% não possuem uma opinião formada, fato curioso é esse total significativo de indecisões, tanto da questão vinte como a dezenove, 15,15% discordam e 12,12% discordam totalmente. No total 51,5% dos pesquisados afirmaram comprar apenas pela satisfação de possuir, resultado diferente do encontrado na pesquisa de Pereira e Lucena (2014) em que o número de alunos que eram incentivados ao consumo por esse sentimento foi de 35,86%.

A última questão abordava sobre o sentimento do medo levar os alunos a não comprarem algo que se arrependem posteriormente e 24,24% dos estudantes concordaram totalmente, 18,18% concordam, 15,15% não possuem uma opinião formada sobre, 27,27% discordam e 15,15% discordam totalmente.

Em suma, a partir do cruzamento de dados foi possível chegar a algumas conclusões, a primeira foi que desconsiderando o número de respondentes sem uma opinião formada, metade dos estudantes sofrem de influências dos fatores emocionais nas suas decisões de consumo. A segunda é que entre os sexos, os homens demonstraram ser os mais afetados com 44% em comparação com as mulheres 41,5%. A terceira foi que dentre as emoções a satisfação é o sentimento que mais influenciou os estudantes ao consumo, afetando 51,5% dos pesquisados.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo tem por objetivo analisar a influência da educação financeira e os fatores emocionais nas decisões de consumo dos alunos bolsistas da universidade estadual paraíba (UEPB), campus VII. Identificando o perfil socioeconômico possibilitando sua caracterização; avaliando a gestão da bolsa estudantil dos pesquisados na prática e analisando a influência que as características emocionais exercem nas decisões de consumo.

Verificou-se que dentre a amostra cerca de 60,6% dos pesquisados são do gênero masculino e 39,4% feminino, grupo composto majoritariamente por homens, com grande maioria dos estudantes 87,5% tendo até 25 anos de idade, para a distribuição de estudantes entre os períodos, cerca de 48,4% estão nos 6º e 10º período predominantemente, em dando indícios de que por volta do 4º e 5º geralmente esses alunos acabam tendo o conhecimento das bolsas e procuram estar fazendo parte.

Para a renda familiar foi encontrado que quase metade 48,5% dos estudantes sobrevivem com até um salário mínimo, totalizando a maioria, o que pode indicar a importância das bolsas na vida dos estudantes, possibilitando-os dar continuidade às atividades acadêmicas e a capacidade de poder ajudar em casa ou se manterem, sendo o curso de Ciências da Computação aquele que tem o maior poder aquisitivo dentre os pesquisados com 54,55% dos alunos possuindo renda entre 1 e 3 salários mínimos e 9,09% entre 4 e 6 salários mínimos.

Com relação a bolsa foi encontrado uma distribuição de 33,33% para a natureza dos auxílios sendo de ensino, pesquisa e extensão respectivamente. No total, apenas 30,3% dos alunos dizem estar insatisfeitos com a incompatibilidade no valor das bolsas em relação às demandas da faculdade e/ou se manterem, notou-se também que 69,6% dos estudantes

registram os gastos de alguma das formas citadas anteriormente, com planilha, caderno e aplicativos, ainda, mais da metade dos alunos totalizando 54,6% possuem o hábito de poupar, seja todos os meses ou não e com relação a dimensão da gestão do auxílio estudantil, 62,12% dos estudantes demonstraram bons hábitos, podendo ser considerado um bom resultado.

Comprovou-se também que o curso que melhor gere a bolsa é o de Administração com 80% e o que demonstrou ter mais dificuldades foi o de matemática, totalizando 40,91% dos alunos que possuem bons hábitos. Resultado esperado para o curso de administração, tendo em vista que o mesmo possui em sua grade curricular cadeiras como contabilidade e administração financeira.

Para a influência dos fatores emocionais trabalhou-se duas subpartes, uma com alternativas financeiras voltadas à tomada de decisões eficientes e a outra buscando compreender a parte irracional ligada às decisões de consumo.

Constatou-se que dentre as afirmativas a que mais resultou em respostas negativas foi a dos alunos não evitarem realizar uma compra se ela comprometer o seu orçamento por um longo período totalizando 36,36%, prática essa que pode se tornar perigosa a longo prazo, comprometendo sua saúde financeira e possivelmente levando-os a um superendividamento. No geral, cerca de 60% dos alunos demonstraram fazer escolhas eficientes de consumo e em um comparativo entre os sexos foi verificado que os homens tiveram um melhor desempenho com 62% e em contrapartida mulheres totalizando 58,46%.

Contudo, dentre os fatores emocionais e a sua influência nas decisões de consumo os sentimentos de satisfação e prazer são os que mais afetaram os estudantes com 51,5% e 45,45% respectivamente, atrelados ao imediatismo de se conseguir os benefícios que um determinado produto ou serviço pode oferecer, desconsiderando as consequências e levando-os realizarem gastos desnecessários. Analisando os outros fatores o medo afeta um total de 42,4% o que indica que diferente das decisões de investimento as pessoas podem ter uma aversão maior ao fazerem uma compra ruim ou perder uma boa promoção de algum produto ou serviço no consumo, inveja com 42,4% atrelada ao desejo de comprar um determinado bem na tentativa de fazer parte de algum grupo e por último a ansiedade totalizando 33,3%.

No geral, desconsiderando as opiniões neutras temos que metade dos alunos sofrem de influência das características emocionais em suas decisões de consumo e dentre os sexos aqueles em que mais notou-se a presença foram os homens com 44% em comparação com as mulheres 41,54%, sendo um fato curioso já que por mais que os homens tenham demonstrado tomar decisões mais eficientes, ainda sim, são os mais afetados pelas emoções na hora das compras.

Para as limitações presentes no trabalho, temos a impossibilidade de se atender ao critério de proporcionalidade estatística da amostra para resultados mais precisos com mesmo número de bolsistas por curso e sexo em sua totalidade, estratificando proporcionalmente e também a limitação referente a dificuldade de comparação com outras pesquisas científicas, haja vista a escassez de estudos congêneres. Como recomendação de pesquisas futuras, seria interessante investigar quais são os principais fatores condicionantes que levam as pessoas a tomarem decisões financeiras influenciadas pelas emoções.

Em suma, os resultados demonstraram que pelo menos mais da metade dos alunos sabem o básico de educação financeira, sendo o conhecimento algo fundamental para a tomada de decisões financeiras e de consumo evitando gastos desnecessários, que corroboram com as

ideias de Lusardi e Mitchell (2014) destacando a importância da alfabetização financeira para tomada de decisões econômicas eficazes, além de Pereira e Lucena (2014) enfatizando que a educação financeira contribui tanto para a economia como também na redução dos fatores emocionais nas finanças das pessoas.

REFERÊNCIAS

ALVES, Rodrigo Araujo; SILVA, Senra Silva; BRESSAN, Aureliano Angel. Educação Financeira: Uma Lacuna Na Formação Discente Na Área De Contabilidade? In: Congresso Nacional de Administração e Ciências Contábeis, 2, 2011, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<https://anpcont.org.br/pdf/2012/EPC142.pdf>>. Acesso em: 06/05/2024.

ALVES, Willelberg Harley de Lima. **Finanças Comportamentais: Uma análise das exigências de prêmio pelos alunos de economia da UFPB**. 2009.123 f. Dissertação (mestrado em economia)-UFPB, João Pessoa. 2009.

ANDRADE, J., LUCENA W. Educação financeira: uma análise de grupos acadêmicos. **Economia e Gestão**. Minas Gerais, v. 18, n. 48, Jan/Abr 2018.

BALDO DE FAVERI, Dinorá; DE SOUZA KNUPP, Paulo. Finanças comportamentais: relação entre traços de personalidade e vieses comportamentais. **Revista Base (Administração e Contabilidade)**. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil. vol. 15, núm. 1, 2018.

BORSATO, Fracieli Piva; ALVES, Jonilda de Moraes. Student assistance in higher education in Brazil. **Procedia: Social and Behavioral Sciences**, [s.l], v. 174, n.1 p. 1542-1549, 2015.

D'AQUINO, Cássia. **Educação Financeira: como educar seu filho**, 2011. Disponível em: <<http://www.expomoney.com.br/newsnova/materia.asp?rregn=130>>. Acesso em: 10 de junho de 2024.

DIAS LOPES, L. F.; DAPPER, S. N.; LUNARDI, C.; DE OLIVEIRA TAVARES, T. Finanças comportamentais de estudantes universitários: uma análise multivariada. **Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti, [S. l.]**, v. 7, n. 11, p. 245–263, 2017. **Economia e Gestão**. Minas Gerais, v. 18, n. 48, Jan/Abr 2018.

Flach, N. **Apenas 21% dos brasileiros tiveram educação financeira na infância**. 2020. Recuperada de: <https://exame.com/minhas-financas/apenas-21-dos-brasileiros-tiveram-educacao-financeira-na-infancia/>. Acesso em: 26 jan. 2021.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

HOUSEL, Morgan. **The Psychology of Money: Timeless Lessons on Wealth, Greed, and Happiness**. Harriman House, 2020.

IMPERATORI, Thais Kristosch. A trajetória da assistência estudantil na educação superior brasileira. **Revista Serviço social & sociedade**. v. 129. n. 3. Mai/Ago. 2017.

KAHNEMAN, D. & TVERSKY, A., 1979. Prospect theory: An analysis of decision under risk. **Source: Econometrica, Março**, 47(2), pp. 263-291.

KICH, Taciane G. Fanck; LOPES, Luiz F. Dias; ALMEIDA, Damiana Machado; CORRÊA, Jonathan Saidelles; TAVARES, Tuani de Oliveira. Análise da relação do nível de educação financeira com os vieses comportamentais para universitários brasileiros. **Revista de Gestão do Unilasalle**, Canoas, v. 7, n. 2, p. 53-73, jul. 2018.

LELIS, M. G. **Educação financeira e empreendedorismo**. Centro de Produções Técnicas, 2006.

LIMA, Wandilson Alisson Silva; FERREIRA, Liliane Caraciolo. Mapeamento e avaliação das políticas públicas de assistência estudantil nas universidades federais brasileiras. **Revista Meta: Avaliação**, Brasil, v. 8, n. 22, p. 116-148, maio 2016.

LUCCI, Cintia Retz et al. **A influência da Educação Financeira nas decisões de consumo e investimento dos indivíduos**. In. Trabalho Acadêmico do Curso de Administração da Universidade de São Paulo e Faculdade de Economia e Administração. São Paulo, 2006.

LUSARDI, Annamaria; MITCHELL, Olivia S. A Importância Econômica da Alfabetização Financeira: Teoria e Evidências. **Journal of Economic Literature** , 52(1):5-44 . 2014.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

OECD. Measuring Financial Literacy, questionnaire and guidance notes for conducting an internationally comparable survey of financial literacy . In: International Network on Financial Education: Cape Town, 201, Paris. **Anais...** Paris, 2011.

PEREIRA, Jefferson; LUCENA, Wenner G. Lopes. A influência da educação financeira e os fatores emocionais: um estudo com alunos de contabilidade e engenharia. **Revista de Administração e Negócios da Amazônia**, v.6, n.3, set/dez. 2014.

PUNHAGUI, B; VIEIRA S, FAVORETTO, R. Educação financeira e decisões de consumo: uma pesquisa com servidores públicos do Instituto Agrônomo do Paraná. **Revista de estudos contábeis**, Londrina, v. VII p. 97-116, jan./jun. 2016.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. 7. reimp. São Paulo: Atlas, 2012.

SERASA. Serviços de assessoria S.A. 2024. Disponível em: <https://www.serasa.com.br/limpa-nome-online/blog/mapa-da-inadimplencia-e-renogociacao-de-dividas-no-brasil/> . Acesso em 10 set. 2024.

SPC. Serviço de Proteção ao Crédito, 2018. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2018/02/An%C3%A1lise-Endividamento-e-Impactos-nas-Financas-do-Consumidor.pdf>. Acesso em 17 set. 2024.

SANTOS, D. F.; ÁGUIDA, M.; SILVA, K. A. F. e. Educação financeira: um estudo realizado com bolsistas universitários. **Revista CIS**, [S. l.], v. 19, n. 1, 2022. Disponível em: <https://revistacis.org/index.php/ojs/article/view/131>. Acesso em: 28 abr. 2024.

SILVA, G. O. et al. Alfabetização financeira versus educação financeira: um estudo do comportamento de variáveis socioeconômicas e demográficas. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, Salvador, v. 7, n. 3, set/dez. 2017.

SOUZA, Débora Patrícia. **A importância da educação financeira infantil**. 2012. TCC (bacharel em ciências contábeis) - Centro Universitário Newton Paiva. Belo Horizonte, 2012.

SPC Brasil. Impactos das emoções nas compras por impulso. Disponível em: https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/analise_compras_impulso_sentimentos_janeiro_20161.pdf> Acesso em 08 de setembro de 2024.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. 1974. Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. **Science**, 185:1124-1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>. Acesso em: 29 abr. 2024.

UNDERHILL, Paco. **Why We Buy: The Science of Shopping**. Nova York: Simon & Schuster, 2008.

VIEIRA, Saulo Fabiano Amâncio; BATAGLIA, Regiane Tardiolle Manfre e SEREIA, Vanderlei José. Educação financeira e decisões de consumo, investimento e poupança: uma Análise Dos Alunos De Uma Universidade Pública Do Norte Do Paraná. **Revista de Administração da UNIMEP**. Piracicaba, vol. 9, n. 3, p.61-86, 2011.

VASCONCELOS, Natália. Programa Nacional de Assistência Estudantil: uma análise da assistência estudantil ao longo da história da educação superior no Brasil. **Revista da Católica**, Uberlândia, v. 2, n. 3, p. 399-411, 2010.

YOSHINAGA, Claudia Emiko; RAMALHO, Thiago Borges. Finanças comportamentais no Brasil: uma aplicação da teoria da perspectiva em potenciais investidores. **Revista brasileira de gestão e negócios**. vol. 16. n. 53. Out/Dez 2014.

APÊNDICE**Questionário de pesquisa**

() Eu autorizo a utilização dos dados fornecidos, estando ciente do sigilo das informações e a sua utilização para os fins acadêmicos.

Seção I: Perfil socioeconômico dos pesquisados

[questões de 1 a 5]

1) Gênero:

() masculino.

() feminino.

2) Idade:

() até 19 anos.

() entre 20 e 25 anos.

() entre 26 e 30 anos.

() acima de 30 anos.

3) Curso:

() Administração.

() Ciências da Computação.

() Matemática.

() Física.

4) Período (atual):

() P1

() P2

() P3

() P4

() P5

() P6

() P7

() P8

() P9

() P10

5) Considerando as classes de renda familiar mensal descritas a seguir, qual você se enquadra (SM = Salário Mínimo, R\$1.412,00) :

() até um SM.

() entre 1SM e 3 SM.

() entre 4 SM e 6SM.

acima de 6SM.

Seção II: Controle (administração) da Bolsa Estudantil

[questões de 6 a 10]

6) Tempo de bolsa na UEPB:

até 1 semestre.

entre 2 e 3 semestres.

acima de 3 semestres.

7) Quem administra o valor mensal da sua bolsa estudantil?

eu mesmo, sem nenhuma interferência dos meus pais (ou tutor).

eu mesmo, com alguma interferência dos seus pais (ou tutor).

são os meus pais (ou tutor).

8) Você registra os gastos realizados no mês?

sim, com caderno de anotações.

sim, com aplicativo ou planilha eletrônica.

não, mas pretendo fazer.

não, nem pretendo fazer.

9) Você considera o valor da bolsa compatível com as suas demandas mensais (transporte, alimentação, materiais de estudo, afins)?

sim, totalmente.

sim, mas parcialmente.

não, está abaixo de minhas necessidades.

não, está bem abaixo de minhas necessidades.

10) Você consegue poupar alguma quantia do valor da bolsa?

sim, todos os meses.

sim, nem todo mês.

não, mas pretendo.

não, impraticável.

Seção III: Decisões de Consumo

[questões 11 a 20]

Assinale a seção a seguir de acordo com o grau de concordância onde 1 representa concordo totalmente, 2 concordo, 3 nem concordo e nem discordo, 4 discordo e 5 discordo totalmente.

| Assertivas | Concordo totalmente | Concordo | Nem concordo nem discordo | Discordo | Discordo Totalmente |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------|---------------------------|----------|---------------------|
| (11) Eu costumo evitar compras por impulso e planejo minhas despesas com antecedência. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| (12) Entendo a diferença entre necessidades e desejos, e priorizo minhas necessidades. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| (13) Faço comparações de preços antes das compras. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| (14) Sempre pago meu cartão (ou boletos) no vencimento, evitando cobranças extras. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| (15) Se a compra comprometer meu orçamento durante um longo período, acabo optando por não realizá-la. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| (16) Eu já comprei mesmo quando não podia pagar pela aquisição. [prazer] | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| (17) Já comprei algo que não precisava só porque alguém tinha um. [inveja] | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| (18) Muitas vezes, o desejo de comprar surge e não sossego enquanto não compro algo para ter acesso ao seu benefício. [ansiedade] | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| (19) Já comprei apenas motivado pelo desejo de possuir.. [satisfação] | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| (20) O medo me levou a não comprar algo que me arrependi depois. [medo] | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |