

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CAMPUS PALMEIRA DAS MISSÕES  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO NOTURNO

Helena da Cruz Silva

**ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DE COMPRA MENSAL DOS  
COLABORADORES. UM ESTUDO DE CASO REALIZADO EM UMA  
REDE DE SUPERMERCADOS DE CRUZ ALTA-RS**

Palmeira das Missões - RS  
2019

**Helena da Cruz Silva**

**ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS COLABORADORES. UM  
ESTUDO DE CASO REALIZADO EM UMA REDE DE SUPERMERCADOS DE  
CRUZ ALTA-RS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração, da Universidade Federal de Santa Maria, Campus Palmeira das Missões (UFSM-RS), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Administração**.

**Orientador: Prof. Dr. José de Pietro Neto**

Palmeira das Missões, RS  
2019

**Helena da Cruz Silva**

**ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS COLABORADORES. UM ESTUDO DE CASO REALIZADO EM UMA REDE DE SUPERMERCADOS DE CRUZ ALTA-RS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração, da Universidade Federal de Santa Maria, Campus Palmeira das Missões (UFSM-RS), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Administração**.

**Aprovado em 02 de junho de 2019:**

---

**José De Pietro Neto, Dr. (UFSM)**  
(Presidente/Orientador)

---

**Andrei Giovani Maia**

---

**Vagner Naysinger Machado**

Palmeira das Missões, RS  
2019

## DEDICATÓRIA

*A minha família, que não mediram esforços para me auxiliar na realização desse sonho, que sempre estiveram ao meu lado nos momentos difíceis para confortar com um abraço ou até mesmo com palavras de carinho quando estávamos distantes e principalmente vibrando com minhas conquistas, acreditando em meu potencial.*

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradeço a Deus por me permitir realizar esse sonho, por ter me dado forças para enfrentar os obstáculos que surgiram nesses cinco anos, e principalmente pela segunda chance que Ele me concedeu para continuar nesse plano e viver tudo o que planejastes para mim.

Agradeço a meus pais e meu irmão, que sempre estiveram ao meu lado em todos os momentos. Por terem abdicado de tantas coisas para que pudesse realizar um sonho que não era só meu, mas sim nosso.

Agradeço ao meu orientador José de Pietro Netto, que esteve me orientando em todo o decorrer do TCC é o último dia.

E a todos aqueles que de alguma forma estiveram ao meu lado durante esses cinco anos de faculdade, me auxiliando, dando palavras de conforto e apoio.

## RESUMO

### **ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS COLABORADORES. UM ESTUDO DE CASO REALIZADO EM UMA REDE DE SUPERMERCADOS DE CRUZ ALTA-RS**

AUTORA: Helena da Cruz Silva  
ORIENTADOR: José de Pietro Netto

O presente trabalho apresenta uma pesquisa relacionada ao comportamento de compra dos colaboradores da Comercial Schwerz Ltda de Cruz Alta - RS. Pesquisa esta, com a finalidade de saber se há um planejamento de gastos com relação a bens necessários em supérfluos e também se há uma percepção de mudança no comportamento de compra a medida que o salário reduz no decorrer do mês. Para se obter os resultados desejados foram aplicados vinte e um questionários, em três etapas, para saber se há mudança de comportamento entre o início, a metade e o final do mês. E através destes resultados tornou-se perceptível que poucos possuem um planejamento financeiro, o que causa uma redução constante no consumo ao decorrer do mês. Para a execução do trabalho, adotaram-se referenciais teóricos oportunos ao tema. Após estas etapas, os dados coletados nos questionários foram tabulados e posteriormente foram feitas análises gráficas para a explanação e explicação dos resultados. Resultados demonstraram que os respondentes não possuem o hábito de criar um planejamento financeiro, o que leva a uma redução o consumo de alguns bens no decorrer do mês. Há necessidade de uma pesquisa mais detalhada sobre o assunto e um número mais de participantes na pesquisa. Conclui-se que para não haver falta de dinheiro, nem diminuição no consumo de certos bens, deve-se fazer um planejamento detalhando os gastos pessoais, para que em um momento de gastos inesperados o indivíduo saiba com o agir.

**Palavras-chave:** Finanças Pessoais. Planejamento Financeiro.

## ABSTRACT

### ANALYSIS OF THE BEHAVIOR OF PURCHASE OF CONTRIBUTORS. A CASE STUDY CONDUCTED IN A CRUZ ALTA-RS SUPERMARKET NETWORK

AUTHOR: Helena da Cruz Silva  
ADVISOR: José de Pietro Netto

The present work presents a research related to the purchase behavior of the employees of Comercial Schwerz Ltda of Cruz Alta - RS. Research is in order to know if there is an expenditure planning in relation to necessary goods in superfluous and also if there is a perception of change in the buying behavior as the salary decreases during the month. In order to obtain the desired results, twenty-one questionnaires were applied in three stages to determine if there was behavior change between the beginning, the middle and the end of the month. And through these results it has become noticeable that few have a financial planning, which causes a steady reduction in consumption over the course of the month. For the execution of the work, appropriate theoretical references were adopted to the theme. After these steps, the data collected in the questionnaires were tabulated and subsequently the graphical analyzes were performed to explain and explain the results. These results have shown that respondents are not in the habit of creating financial planning, which leads to a reduction in the consumption of some goods during the month. There is a need for more detailed research on the subject and a further number of participants in the research. It is concluded that in order to ensure that there is no shortage of money and no decrease in the consumption of certain goods, planning should be done detailing personal expenditures so that at a time of unexpected expenses the individual knows how to act.

**Keywords:** Personal Finance. Financial planning.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
1.1 PROBLEMÁTICA .....	9
1.2 OBJETIVOS .....	10
<b>1.2.1 Objetivo geral</b> .....	<b>10</b>
<b>1.2.2 Objetivos específicos</b> .....	<b>10</b>
1.3 JUSTIFICATIVA .....	10
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>12</b>
2.1 FINANÇAS .....	12
<b>2.1.1 Finanças Pessoais</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2 PLANEJAMENTO FINANCEIRO</b> .....	<b>14</b>
<b>2.2.1 Planejamento financeiro pessoal</b> .....	<b>15</b>
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>17</b>
3.1 CARACTERIZAÇÃO QUANTO À NATUREZA DE ABORDAGEM .....	17
<b>3.1.1 Caracterização quanto aos procedimentos técnicos</b> .....	<b>17</b>
<b>3.1.2 Caracterização quanto ao objetivo geral</b> .....	<b>18</b>
3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	18
3.3 COLETA DE DADOS .....	18
3.4 LIMITAÇÕES DA PESQUISA .....	19
<b>4 ANÁLISE GERAL DOS RESULTADOS</b> .....	<b>20</b>
<b>5 ANÁLISE DETALHADA DOS RESULTADOS OBTIDOS</b> .....	<b>25</b>
5.1 ANÁLISE DETALHADA DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS JOVENS ENTRE 18 E 24 .....	25
5.2 ANÁLISE DETALHADA DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS RESPONDENTES ENTRE 25 E 35 ANOS .....	28
5.3 ANÁLISE DETALHADA DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS RESPONDENTES COM IDADE IGUAL OU SUPERIOR A 36 ANOS .....	31
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>35</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>36</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Com o capitalismo em alta no cotidiano da população brasileira, o termo finanças ganha destaque. Pois com tanta facilidade de negociação para se adquirir um bem ou serviço, muitas vezes as pessoas acabam agindo por impulso sem ao menos ter um planejamento financeiro.

Entende-se que a maior preocupação do homem é sua realização profissional e pessoal, e uma vida financeira estável como consequência do controle de seus gastos. Sabendo se planejar para chegar ao final mês com saldo positivo e preparado para situações inesperadas. Macedo (2007, p. 26) enfatiza que:

Planejamento financeiro é o processo de gerenciar seu dinheiro com o objetivo de atingir a satisfação pessoal. Permite que você controle sua situação financeira para atender necessidades e alcançar objetivos no decorrer da vida. Inclui programação de orçamento, racionalização de gastos e otimização de investimentos.

Um bom planejamento financeiro poderá atender expectativas tanto material, quanto pessoal e profissional. Crenças e hábitos indevidos e até mesmo equivocados em relação ao dinheiro, consumo, investimento e dinheiro poderão ocasionar sérios problemas financeiros.

O planejamento não visa somente à realização material, mas também pessoal e profissional e quando se adota o hábito do planejamento financeiro além de facilitar para atingir metas e objetivos pessoais, também abre um leque de inúmeras oportunidades, tais como, aplicações, poupanças e investimentos.

Cerbasi (2004) salienta que, mais importante que conquistar um padrão de vida é manter o mesmo, para que isso ocorra deve-se ter um planejamento financeiro condizente a sua necessidade e ter em mente que normalmente o resultado das atitudes de seguir o planejamento só poderão ser notadas futuramente.

### 1.1 PROBLEMÁTICA

Para se obter um resultado preciso na pesquisa devem ser feitas algumas indagações, sendo elas: Há um planejamento de utilização da renda mensal entre bens necessários e supérfluos? Os entrevistados percebem mudanças em seu

comportamento de compra visando que, conforme há redução em termos de disponibilidade salarial entre o início e fim do mês?

Sendo assim, após a análise das indagações acima, surge à problemática: Os entrevistados possuem a percepção de que conforme ocorre o gasto salarial suas perspectivas de gastos são modificadas em relação ao consumo de itens essenciais e supérfluos?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

Analisar o comportamento de compra dos entrevistados de modo geral, informando-se sobre o consumo de bens necessários e supérfluos dos mesmos, sabendo que, independente da renda mensal, deve-se haver um planejamento para que haja estabilidade dos gastos durante o mês.

### 1.2.2 Objetivos específicos

Para se obter o objetivo geral, tem-se os objetivos específicos, sendo eles:

- Dissertar sobre a temática, fazendo pesquisa bibliográfica de autores importantes para área de finanças comportamentais;
- Analisar se há planejamento de gastos mensais por parte dos entrevistados;
- Comparar o comportamento de compra dos mesmos referente ao início, meio e final do mês;
- Averiguar a mudança do comportamento de compra ao decorrer do mês, à medida que o salário reduz;
- Observar se há entendimento dos mesmos que o haverá alternância no comportamento de compra ao longo do mês.
- 

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Atualmente as propagandas em internet, televisão, rádio e afins, tornam-se um incentivo aos indivíduos a adquirir principalmente bens supérfluos. Nesse

contexto entra o objetivo principal do trabalho, que é justamente identificar o planejamento financeiro dos colaboradores da devida empresa, em relação aos seus gastos com bens necessários e supérfluos.

Em um momento em que a sociedade encontra-se extremamente capitalista e altamente consumista, os indivíduos acabam se tornando muitas vezes vítimas do consumismo e acabam perdendo o controle e disciplina em relação a seus gastos. Não possuem sequer planilhas para se obter uma visualização de suas contas e nem um fundo de emergência.

Uma planilha financeira pessoal onde constam receitas e despesas facilita até mesmo na hora de se fazer novas dívidas, pois estará esboçado de forma simplificada seu crédito, assim não correrá o risco de adquirir algo que não caiba no orçamento pessoal.

De acordo com Macedo Junior (2007, p. 19):

No Brasil é comum presenciarmos situações de pessoas que se endividam para comprar, roupas e joias que não condizem com seus ganhos mensais. É importante frisar que se deve tomar cuidado ao adquirir objetos de luxo com o dinheiro que é fruto de trabalho. Até porque o trabalho demanda tempo, que é o bem mais precioso: Tempo = Vida.

Justamente pelo fato de que, muitas vezes os indivíduos fazem uso de sua renda mensal para adquirir bens supérfluos que se deu a importância da presente pesquisa. Para assim se fazer uma análise se há um planejamento de como os colaboradores da seguinte empresa gastarão seus salários ao decorrer do mês.

Pois quando não há planejamento há um risco grande de no impulso do início do mês haver gastos a mais com bens supérfluos afetando assim a renda até o final do mês. Justifica-se por revelar a percepção em termos de consumo dos clientes para as empresas, promoções etc.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 FINANÇAS

Para Bodie e Merton (2002, p. 32) “Finanças é o estudo de como as pessoas alocam recursos escassos ao longo do tempo.” Sendo assim, esse campo de estudo teórico e prático tem como objetivo que haja eficiência no processo de captação e alocação de recursos financeiros tanto empresariais como pessoais.

Já Gitman (2001, p. 34) define finanças como: “A arte e a ciência de gerenciar fundos que afetam a vida de qualquer pessoa ou organização”. Nota-se que, finanças é definida como uma ciência de administração de recursos, independente da natureza dos mesmos, se econômicos ou financeiros, é área de estudo que tem como finalidade o auxílio as decisões de como aplicar os recursos adquiridos de forma eficiente para que estes gerem valor, ou seja, remunerem o que foi investido dentro de uma expectativa de retorno previamente estabelecida.

Atualmente com a presença do sistema capitalista em diversas partes do mundo, o dinheiro torna-se peça chave na vida dos indivíduos, sendo ele um recurso importante para a sobrevivência. Sendo assim, o dinheiro adquirido ao longo de um período é gasto com contas, impostos, bens necessários e supérfluos. Entretanto, algumas pessoas acabam adquirindo bens além do necessário, sem a consciência de quanto estão gastando, e acabam sem ter como quitar suas dívidas.

Sendo assim, poderão ocorrer imprevistos necessitando de mudança no planejamento para se investir nos fatos inesperados, imprevistos como problemas de saúde, problemas no automóvel, entre outros. Caso não haja uma reserva financeira para momentos de emergência, os planos serão devidamente afetados.

Somente através de um planejamento estratégico financeiro é possível formalizar e criar as metas financeiras, que serão alcançadas. Esses planos e metas podem ser definidos por períodos de dias, semanas ou meses.

Conforme orienta Gitman (1997, p. 588): “os planos financeiros a curto prazo são ações planejadas para um período curto (de um a dois anos) acompanhado da previsão de seus reflexos financeiros” Porém, cabe ressaltar que os planejamentos não existem num momento estático, mas acompanham a dinâmica da vida. Eis que entra o planejamento financeiro pessoal, para facilitar que as metas de vida sejam alcançadas de maneira segura, sem inadimplências.

### 2.1.1 Finanças Pessoais

O entendimento de finanças vai muito além da área empresarial, pois além do destaque na área dos negócios, também faz parte do cotidiano da população. Sendo assim:

Finanças comportamentais tentam colaborar para o entendimento da mente do investidor e para seu comportamento irracional. Desde a crise iniciada em 2008, ficou claro que os economistas haviam simplificado demais os fatos ao julgar que as pessoas (emocionais, contraditórias e medrosas) agiam de forma perfeitamente racional no momento da tomada de decisões financeiras. O comportamento das pessoas é muito mais complexo que os modelos econômicos e financeiros podem supor. Esses modelos são úteis, mas não têm a capacidade de explicar tudo o que ocorre nos mercados. (SANTOS; BARROS; 2011).

Quando se obtém uma atividade visando à parte financeira deve-se acima de tudo possuir o hábito de organizar-se financeiramente, pois não basta uma boa remuneração se não há um planejamento de gastos, como destaca Gomes e Sorato (2010) de que é imprescindível que o indivíduo tenha um controle de suas finanças pessoais.

Para Cherobim e Espejo (2011) enfatizam que, com o passar do tempo a população procura viver mais e melhor, entretanto para que possam suprir seus desejos e necessidades pessoais precisam dispor de recursos financeiros, conseqüentemente haverá uma maior preocupação em relação as finanças pessoais.

Conforme Caderno de Educação Financeira Gestão de Finanças Pessoais do Banco Central do Brasil (2016, p. 12):

Não faz parte do cotidiano da maioria das pessoas buscar informações que as auxiliem na gestão de suas finanças pessoais. Para agravar ainda mais a situação, não há uma cultura coletiva, ou seja, uma preocupação da sociedade organizada em torno do tema. Embora todos lidem diariamente com o dinheiro, poucos se dedicam a gerir melhor seus recursos.

Deve-se estar sempre em constante busca por conhecimento na área de administração de finanças pessoais. Pois quanto mais estiver inteirado no assunto maior será seu controle em suas finanças, conforme afirma Macedo Jr. (2013) o autoconhecimento torna-se um aliado na administração de finanças pessoais, todavia torna-se uma ferramenta de auxílio em seu controle financeiro pessoal.

De acordo com Borges (2011) “finanças pessoais consiste na administração por parte do indivíduo, das entradas e saídas de dinheiro do orçamento”. Sendo assim o orçamento financeiro do indivíduo estará, de certa forma, sob controle devido ao conhecimento das entradas e saídas do seu bolso.

Quando há uma atenção maior com as finanças pessoais, conseqüentemente os indivíduos terão uma qualidade de vida melhor, sem dificuldades financeiras e mais facilidade em alcançar objetivos e metas de vida estabelecidas por eles, destaca Cerbasi (2004).

Donadio (2014), conclui que o indivíduo ao longo dos anos deve desenvolver a habilidade de entender e controlar as finanças pessoais, pois a partir do momento que o mesmo entende o funcionamento do sistema financeiro ele estará apto para administrar suas finanças pessoais de forma eficiente.

## 2.2 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Para Gitman (2001, p. 43) “O planejamento financeiro é um aspecto importante das operações nas empresas e famílias, pois ele mapeia os caminhos para guiar, coordenar e controlar as ações das empresas e das famílias para atingir seus objetivos”. Ou seja, de certa forma deve se haver um planejamento financeiro até mesmo nas famílias, para momentos gastos inesperados não haja um desequilíbrio nas finanças.

Já Ross (1998, p. 82) enfatiza que, “Planejamento Financeiro formaliza a maneira pelo qual os objetivos financeiros podem ser alcançados. Em visão mais sintetizada, um plano financeiro significa uma declaração do que a empresa deve realizar no futuro”. A obtenção do planejamento financeiro facilitará o alcance de metas e objetivos pelo simples fato de que, empresários poderão ter uma visão ampla de gastos para saberem o quanto de capital possuem para investir, para que não venham a ter surpresas com o decorrer do tempo.

Para a ampliação de bens e valores tanto patrimoniais, quanto familiares, deve-se estabelecer uma estratégia bem definida e precisa, sendo ela para curto ou longo prazo, para que seja feito um aproveitamento maior dos recursos disponíveis. Pois o objetivo a ser alcançado tanto nas empresas, quanto nas famílias através do planejamento financeiro é o acúmulo de riquezas para chegar a seus objetivos, destaca Frankenberg (1999).

Planejamento financeiro é o processo de gerenciar seu dinheiro com o objetivo de atingir a satisfação pessoal. Permite que você controle sua situação financeira para atender necessidades e alcançar objetivos no decorrer da vida. Inclui programação de orçamento, racionalização de gastos e otimização de investimentos (MACEDO, 2007, p.26).

Para que haja um planejamento financeiro preciso deve-se ter em mente os gastos mensais e ter consciência no momento de adquirir dívidas a longo prazo, como financiamentos, primeiramente deve-se avaliar se está de acordo com o planejamento, para que seja um investimento positivo. Caso não seja feita essa análise poderá se tornar difícil de efetuar os pagamentos, gerando até mesmo uma inadimplência. Cerbasi (2004, p. 22) cita que,

São pontos fundamentais para desenvolver um planejamento financeiro eficiente: controlar os gastos, estabelecer metas, disciplinar os investimentos, preparar-se para os ajustes da inflação e as mudanças de renda e saber administrar o que se tem.

Sendo assim, a partir do momento que as metas forem estabelecidas acredita-se que os gastos serão criteriosamente controlados, administrando melhor a renda mensal para que seja possível chegar ao objetivo pessoal.

### **2.2.1 Planejamento financeiro pessoal**

Segundo Silva Neto (2003, p. 73) “o comprometimento familiar enobrece o planejamento financeiro; ele fica promovido a um bem comum, responsabilidade coletiva”. Sendo assim acredita-se que, quando o planejamento financeiro é visto como uma meta pelos indivíduos haverá um maior senso de disciplina para a execução do mesmo, principalmente se os indivíduos possuem em mente seus objetivos e sua condição de vida atual.

Entretanto, Cerbasi (2005, p. 30) enfatiza que “na maioria das vezes, orçamento, planejamento financeiro, dinheiro ou controle de gastos não fazem parte das conversas dos casais”. Para o autor o que pode ocasionar esta situação é quando há diferença salarial entre o casal, ou até mesmo quando um é encarregado de cuidar das finanças da casa e o outro acaba não adquirindo conhecimento do que se passa.

O público mais jovem quando inseridos no mercado não trabalho normalmente demoram a aderir o planejamento financeiro, o que muitas vezes acaba os levando a inadimplência. Pois não possuem um controle de seus gastos em relação ao seu salário, assim fazendo o uso total do salário sem deixar alguma reserva para situações de emergência. Frankenberg (2006, p. 25) enfatiza que:

O que mais almejamos na vida é a felicidade, saúde e tranquilidade financeira. Felicidade é apenas um estado de espírito, que depende unicamente de nós mesmos. Saúde, infelizmente, em algumas vezes

independe de nossa vontade. Tranquilidade financeira não depende da sorte, mas quase que exclusivamente de um bom planejamento financeiro. Entramos aqui em um fator realmente importante. Eu não sou de filosofar. Sou um homem prático. Acho que nosso país necessita, além da educação formal, da educação financeira, porque muita coisa em nossa vida depende dela.

Macedo Junior (2007, p. 4), “nenhuma orientação financeira é milagrosa o suficiente - se é que existe alguma do tipo - para torná-lo bem sucedido, caso você mesmo não entenda o padrão de comportamento que move seus desejos, consumos, gastos e objetivos”. De nada adiantará uma boa orientação financeira aos indivíduos se não houver por parte deles uma organização financeira, o hábito de planejar gastos.

Macedo Junior (2007), conclui que para que exista uma satisfação pessoal deve-se fazer um planejamento financeiro, pois segundo ele quando a situação financeira do indivíduo está sob controle, através de um bom gerenciamento financeiro, facilitará o alcance de seus objetivos de vida.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para Barbosa Filho (1980), método quer dizer organização, sistematização, onde encontram-se diversas metodologias para a escolha dos mecanismos de pesquisa, os quais poderão ser eficaz ou não.

#### **3.1 CARACTERIZAÇÃO QUANTO À NATUREZA DE ABORDAGEM**

Em relação à natureza, a presente pesquisa pode ser classificada como quantitativa qualitativa, pelo fato de seguir minuciosas etapas tais como, elaboração de questionário, onde após tabulação apurou-se os resultados exibindo de uma forma mais detalhada o resultado da pesquisa aplicada aos entrevistados.

##### **3.1.1 Caracterização quanto aos procedimentos técnicos**

O presente estudo utilizou de pesquisa bibliográfica e levantamento de dados como procedimento técnico.

Segundo Lakatos e Marconi (2001), a pesquisa bibliográfica envolve todos os tipos de bibliografia pública em relação ao assunto a ser pesquisado, desde monografias, teses, jornais, revistas, livros. Possuindo o intuito de aproximar o pesquisador ao máximo do tema a ser aprofundado.

Pelo fato de o assunto ser desconhecido pelo pesquisador, justifica-se o uso a pesquisa bibliográfica, para assim obter uma clareza sobre assunto e aprofunda-se para o resultado ser condizente.

Quanto ao levantamento de dados deu-se a utilização deste método, devido à aplicação do questionário, que conforme Barros e Lehfeld (2000) o mesmo deve possuir observações tais como, classificação de itens consideráveis para a classificação do problema, variáveis, estruturação, coordenação e organização.

Os questionários facilitam as respostas aos entrevistados, pelo fato de possuir perguntas objetivas, otimizando assim o tempo e garantindo o anonimato aos respondentes. As perguntas objetivas foram destinadas com o objetivo de entender o comportamento de compra do público alvo, fazendo com que através da pesquisa fossem gerados dados para os objetivos específicos da presente pesquisa.

### 3.1.2 Caracterização quanto ao objetivo geral

A presente pesquisa declara-se descritiva, por ter procurado entender e explicar o comportamento de compra dos integrantes da população examinada.

### 3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Segundo Barbosa Filho (1980, p. 224), “população pode ser finita ou infinita”. Sendo assim, ao decidir efetuar uma pesquisa, deve-se estabelecer o perfil e o conjunto de pessoas que deverão ser analisados, conjunto este denominado população ou universo.

O presente estudo almeja aplicar a pesquisa aos colaboradores do Centro Administrativo e Centro de Distribuição de uma rede de supermercados de Cruz Alta – RS. Os departamentos possuem um total de 32 funcionários, conforme o esperado nem todos os colaboradores se dispuseram a responderem o mesmo, o que resultou um total de 21 questionários respondidos. Sendo assim considera-se uma amostra de estudo conforme Lakatos e Marconi (2001) classificam amostra como um subconjunto do universo. Contudo torna-se uma amostra não probabilística, selecionada como por conveniência, pelo fato de que nem todos tiveram acesso ao questionário.

### 3.3 COLETA DE DADOS

Para Barros e Lehfeld (2000) a coleta de dados é onde se esclarece a pesquisa, onde se entende os dados da realidade e encontra as respostas com relação aos objetivos.

A presente pesquisa fora realizada em três etapas: primeira etapa no dia 12 de abril de 2019, onde se buscou analisar o comportamento de compra dos entrevistados referente ao início do mês. A segunda etapa fora realizada no dia 22 de abril de 2019, referente ao comportamento de compra dos mesmos na metade do mês. A terceira, e última etapa, realizada no dia 03 de maio de 2019 tinha por objetivo analisar o comportamento de compra dos entrevistados no final do mês.

Os indivíduos que se disponibilizaram responderam um a um questionário com perguntas fundamentadas no referencial teórico. O qual antes de sua aplicação

passou por análise e validação do orientador, como também por um pré-teste realizado com outras cinco pessoas.

### 3.4 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

O Centro Administrativo e Centro de Distribuição da empresa onde foram aplicados os questionários não possuem um grande número de funcionários e alguns dos mesmos não se disponibilizaram para responder a pesquisa, mesmo sabendo que não era necessária identificação pessoal.

#### 4 ANÁLISE GERAL DOS RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados, de um modo geral, os resultados obtidos com os questionários aplicados aos colaboradores da Comercial Schwerz Ltda. Ao todo foram vinte e um questionários respondidos.

Ao iniciar a análise dos dados, obtém-se os seguintes resultados:

Tabela 1 - Faixa de idade dos entrevistados

<b>Faixa de idade</b>	<b>Frequência</b>	<b>Porcentagem</b>
Entre 18 e 24 anos	4	19%
Entre 25 e 35 anos	11	52%
Acima de 36	6	29%

Fonte: autora

Conforme já comentado foram 21 questionários aplicados, os respondentes com idade entre 18 e 24 anos correspondem a 19% do total, o maior número de respondentes tinham idade entre 25 e 35 anos, sendo eles 52% dos respondentes e 29% do total possuem 36 anos ou mais.

Tabela 2 - Sexo

<b>Sexo</b>	<b>Frequência</b>	<b>Porcentagem</b>
<b>Feminino</b>	11	52%
<b>Masculino</b>	10	48%

Fonte: autora

Quanto ao sexo nota-se que 52% dos respondentes eram mulheres e 48% homens, uma pequena diferença percentual.

Tabela 3 - Com quem reside

<b>Com quem reside</b>	<b>Frequência</b>	<b>Porcentagem</b>
<b>Sozinho</b>	8	38%
<b>Esposa(o) e/ou filhos</b>	12	57%
<b>Familiares</b>	1	5%

Fonte: autora

Fazendo-se análise da tabela acima, nota-se que a maior parte dos entrevistados residem com esposa(o) e/ou filhos, sendo eles 57% do total dos respondentes. Os que moram sozinhos totalizam 38% e apenas 5% dos entrevistados dividem a residência com familiares.

Tabela 4 - Residência é:

<b>Residência</b>	<b>Frequência</b>	<b>Porcentagem</b>
Própria	12	57%
Alugada	9	43%

Fonte: autora

Quanto à moradia 57% possuem residência própria e 43% pagam aluguel mensalmente.

Tabela 5 - Possui filhos

<b>Possui filhos</b>	<b>Frequência</b>	<b>Porcentagem</b>
Sim	15	71%
Não	6	29%

Fonte: autora

A tabela acima mostra que, maior parte dos respondentes já possuem filhos representando 71% do total dos entrevistados, os outros 29% ainda não possuem filhos.

Tabela 6 - Escolaridade

<b>Escolaridade</b>	<b>Frequência</b>	<b>Porcentagem</b>
Fundamental Inc.	2	9%
Médio Incompleto	1	5%
Médio Completo	6	29%
Superior Incompleto	4	19%
Superior Completo	8	38%

Fonte: autora

Quanto à escolaridade dos respondentes, fazendo análise da tabela percebe-se que 9% não concluíram o ensino primário, 5% estão com o ensino médio incompleto, 29% já concluíram o 2º grau, 19% estão buscando conhecimento em Universidades e 38% já concluíram o ensino superior. Oliveira (2001) enfatiza que, a existência de um nível baixo de escolaridade dos entrevistados acaba por gerar entraves à geração de riqueza,

Tabela 7 - Renda

Renda	Frequência	Porcentagem
Até um salário mínimo	2	10%
De um a três salários	16	76%
De três a cinco salários	3	14%

Fonte: autora

Quanto à renda dos entrevistados constatou-se que 10% recebem até um salário mínimo, 76% de um a três salários e 14% recebem entre três e cinco salários. Após uma pesquisa sobre o impacto da escolaridade na renda de alguns indivíduos Salvato, Ferreira e Duarte (2010), analisaram que a renda obtida é uma forma de retorno do que foi investido na educação e no aperfeiçoamento. A renda dos respondentes encontra-se dentro da renda per capita brasileira que, segundo dados do IBGE (2017), fica na média de R\$1.268,00.

Tabela 8 - Comportamento de compra referente ao início do mês

Comportamento de compra do início do mês referente a bens necessários e supérfluos				
	Nº de pessoas Que compraram	Nº de vezes que Compraram	Média	Desvio Padrão
Comprou feijão	15	16	15,5	0,71
Comprou arroz	15	15	15	0
Comprou carne de gado	14	17	15,5	2,12
Comprou carne de frango	17	18	17,5	0,71
Comprou carne de ovelha	3	3	3	0
Comprou peixe	4	4	4	0
Comprou refrigerante	21	28	24,5	4,95
Consumiu fast-food	17	22	19,5	3,53
Consumiu cerveja	14	19	16,5	3,53
Consumiu cerveja artesanal	5	6	5,5	0,71
Consumiu whisky	2	2	2	0
<b>Desvio padrão</b>	6,69	8,62		
<b>Média</b>	11,54	13,62		

Fonte: autora

Tabela 9 - Comportamento de compra referente à metade do mês

Comportamento de compra da metade do mês referente a bens necessários e supérfluos				
	Nº de pessoas que compraram	Nº de vezes que compraram	Média	Desvio Padrão
Comprou feijão	4	4	4	0
Comprou arroz	0	0	0	0
Comprou carne de gado	10	12	11	1,41
Comprou carne de frango	18	20	19	1,41
Comprou carne de ovelha	0	0	0	0
Comprou peixe	2	2	2	0
Comprou refrigerante	20	25	22,5	3,53
Consumiu fast-food	13	14	13,5	0,71

Consumiu cerveja	12	14	13	1,41
Consumiu cerveja artesanal	4	6	5	1,41
Consumiu whisky	0	0	0	0
<b>Desvio Padrão</b>	<b>7,33</b>	<b>8,67</b>		
<b>Média</b>	<b>7,54</b>	<b>8,82</b>		

Fonte: autora

Tabela 10 - Comportamento de compra referente ao final do mês

<b>Comportamento de compra do final do mês referente a bens necessários e supérfluos</b>				
	Nº de pessoas	Quantas vezes compraram	Média	Desvio Padrão
Comprou feijão	0	0	0	0
Comprou arroz	3	3	3	0
Comprou carne de gado	13	16	14,5	2,12
Comprou carne de frango	14	18	16	2,83
Comprou carne de ovelha	1	1	1	0
Comprou peixe	3	3	3	0
Comprou refrigerante	19	24	21,5	3,53
Consumiu fast-food	9	9	9	0
Consumiu cerveja	10	11	10,5	0,71
Consumiu cerveja artesanal	0	0	0	0
Consumiu whisky	0	0	0	0
<b>Desvio Padrão</b>	<b>6,74</b>	<b>8,49</b>		
<b>Média</b>	<b>6,54</b>	<b>7,73</b>		

Fonte: autora

Fazendo-se uma análise geral das tabelas acima, percebe-se a mudança no comportamento de compra dos entrevistados. Entre o início e final do mês nota-se uma redução de 43% nas compras de bens necessários e supérfluos, algumas das hipóteses levantadas para tal comportamento foram as seguintes: o recebimento do salário, a falta de planejamento sobre a renda, entre outras.

Analisando a compra de bens necessários, nota-se que os alimentos como arroz e feijão foram adquiridos grande parte no início do mês, e após esse período não houve uma procura significativa. O que pode ser devido aos entrevistados possuírem o hábito de comprar estes bens necessários em quantidade suficiente para passar o mês.

Em relação à carne, outro bem necessário, percebe-se que a procura pela carne de frango foi constante no decorrer da pesquisa e de alta significância. Pode ser pelo motivo de a carne de frango possuir um valor inferior a outros tipos de carne. Como a carne de bovinos, que fora a segunda carne com alta e constante procura no início, metade e final do mês, levando em consideração que de uma semana para outra houve uma redução, não significativa, na procura.

Quanto ao consumo de peixe e carne de ovelha, houve uma queda de 71% do consumo do início do mês para o meio do mês e uma queda de 46% do início para o final do mês. Os dados revelam que os indivíduos possuem o hábito de consumir carnes mais caras no início do mês.

Já quanto aos bens supérfluos não se pode dizer o mesmo, a compra de alguns supérfluos ocorreu durante os três estágios do mês analisado. Mas vale ressaltar que com o decorrer dos dias com a redução do salário, houve uma diminuição na compra dos mesmos.

A compra do refrigerante foi constante e de um volume considerável nos três estágios da pesquisa. Já referente ao consumo de fast-food foi constatada a redução significativa de 23,53% do início para a metade do mês e de 47,06% do início para o final do mês, caso esse semelhante ao consumo de carnes.

O mesmo aconteceu com o consumo da cerveja, onde o número de pessoas que compraram foi maior no início e metade do mês, causando uma redução de 17% entre o início e o final do mês. Já o whisky por ser um tipo de bebida alcoólica, que nem todos possuem o hábito de consumo, teve uma baixa procura.

Após averiguação das médias e desvio padrão da vertical das tabelas, fica claro a redução do número de compradores de bens necessários e supérfluos, redução esta de 35% entre o início e a metade do mês e de 43% entre o início e o final do mês. Como o desvio padrão também mostra que os dados não foram de certa forma, homogêneos.

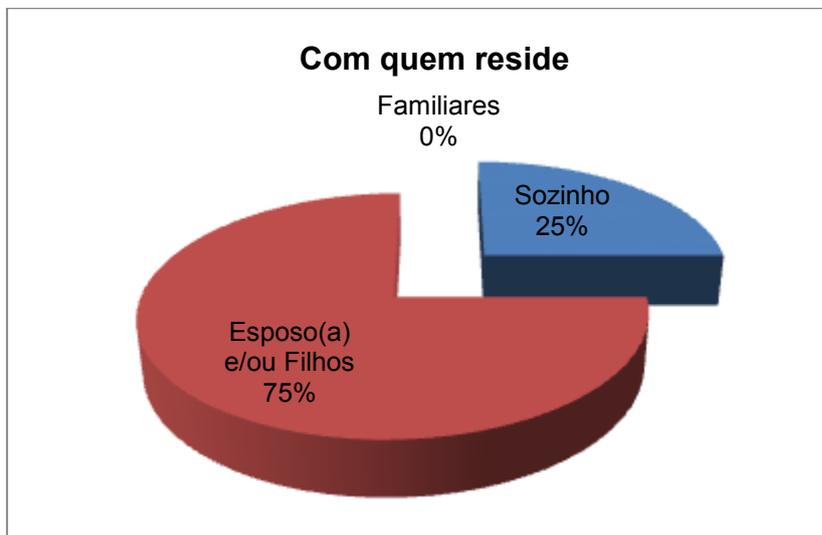
Entretanto, fazendo a análise horizontal das tabelas, percebe-se uma média considerável entre a relação a número de compradores e número de vezes que compraram cada produto, onde é perceptível a redução dessa média de um estágio do mês para o outro. E o desvio padrão, também neste ângulo, percebe-se que os dados estão com uma relação mais homogênea comparado ao outro ângulo.

## 5 ANÁLISE DETALHADA DOS RESULTADOS OBTIDOS

### 5.1 ANÁLISE DETALHADA DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS JOVENS ENTRE 18 E 24

Os jovens entre 18 e 24 anos, sendo eles 19% dos entrevistados, se distribuem por sexo da seguinte maneira: 50% do sexo feminino e 50% do sexo masculino. A seguir serão feitas análises referentes ao salário, escolaridade, renda e o comportamento de compra dos mesmos ao decorrer do mês.

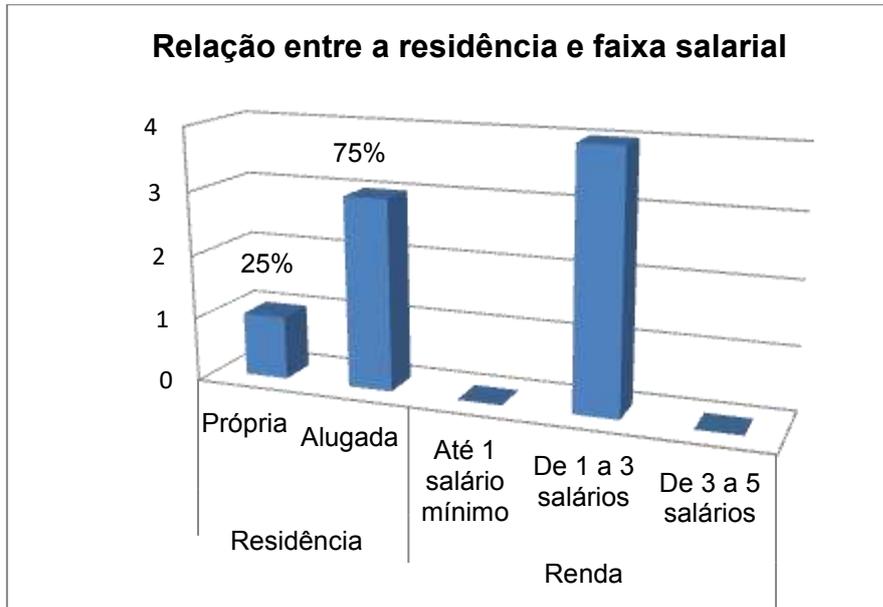
Gráfico 1 – Entrevistados entre 18 e 24 anos: Com quem reside



Fonte: autora

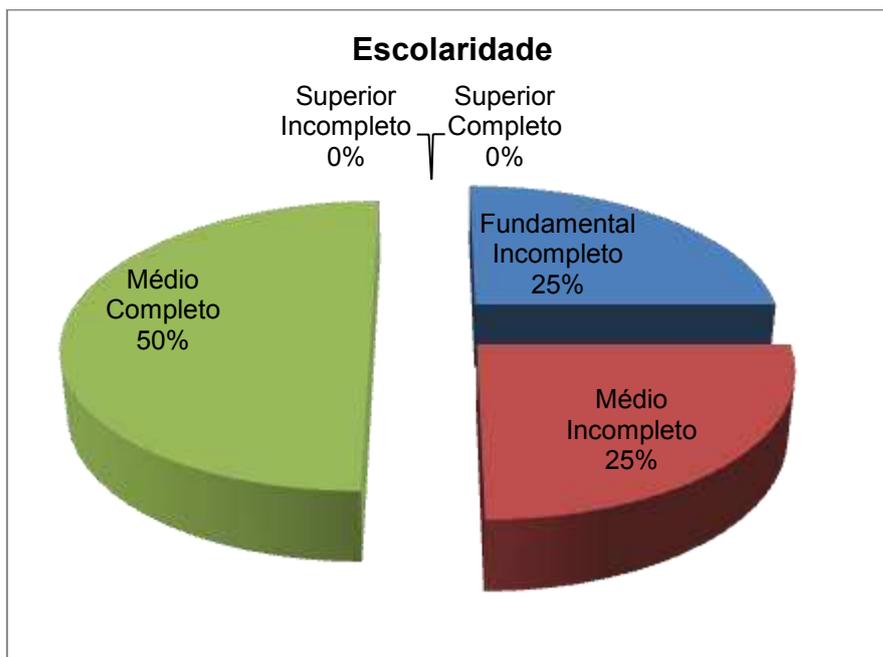
Percebe-se que grande maioria dos jovens respondentes residem com o esposo(a) e/ou filhos. Apenas 25% residem sozinhos. Leva-se em consideração que a partir do momento que o jovem adquire compromisso o aluguel ele estará comprometendo parte de sua renda e deverá ter consciência na hora de adquirir bem necessários e supérfluos.

Gráfico 2 – Relação entre a residência e a faixa salarial



Fonte: autora

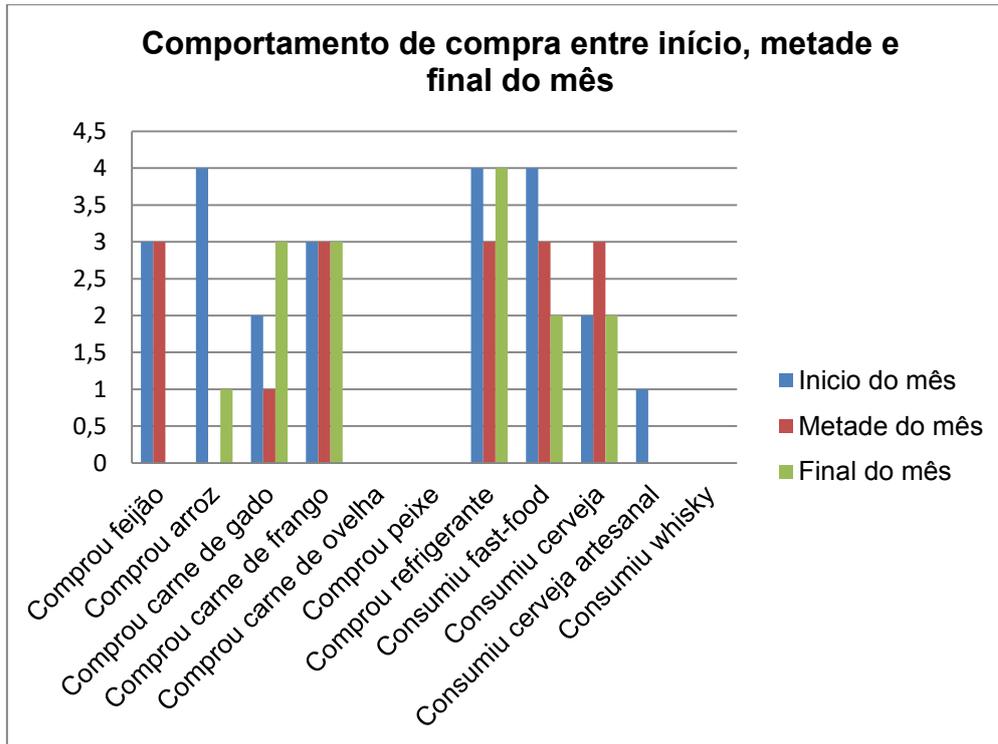
Gráfico 3 – Escolaridade



Fonte: autora

Fazendo uma análise dos últimos dois gráficos acima percebe-se que 75% dos jovens usam parte do salário para pagar aluguel. Como também se avalia que mesmo havendo diferença de escolaridade entre os indivíduos, os mesmos estão sendo remunerados da mesma maneira. Ramos (2007) destaca a importância da escolaridade para diminuir a diferença salarial entre a população.

Gráfico 4 - Comportamento de compra entre início, metade e final do mês.



Fonte: autora

Analisando a tabela acima percebe-se no início do mês a compra de bens necessários e supérfluos foi constante, já na metade do mês alguns bens necessários não foram comprados, acredita-se que seja devido ao hábito de comprar a quantia necessária para o mês logo na entrada do salário.

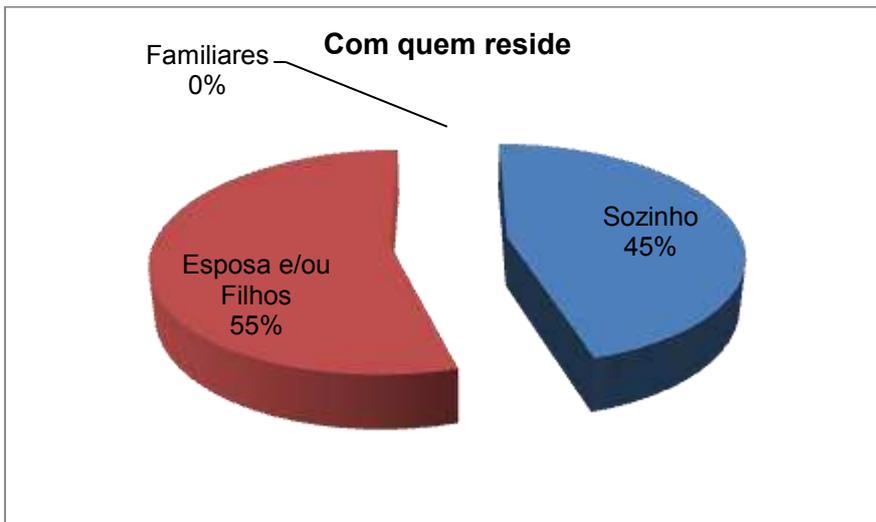
Outro fator importante para se avaliar relacionado a bens necessários é a compra de carnes, onde é maior e constante no decorrer do mês o consumo do frango, carne que possui um custo menos em relação às outras. Já a carne de ovelha e o peixe nem chegaram a ser compradas pelos jovens durante o mês em questão. Taschner (1997), observa que os indivíduos possuem uma cultura do consumo a qual não está somente ligada a compra de produtos essenciais para a sobrevivência, mas também se relaciona ao compra de produtos pela imagem que eles proporcionam, sendo eles os bens supérfluos.

Quanto a bens supérfluos como o refrigerante houve apenas uma queda de 25% entre o início e a metade do mês, entre o início e o final o consumo permaneceu constante entre os indivíduos. Já em relação a fast-food houve uma visível queda de 25% do início para a metade do mês e uma considerável queda de 50% entre o início e o final do mês.

## 5.2 ANÁLISE DETALHADA DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS RESPONDENTES ENTRE 25 E 35 ANOS

Os entrevistados com idade entre 25 e 35 anos representam 52% do total de entrevistados. A seguir serão feitas análises referentes ao salário, escolaridade, renda e o comportamento de compra dos mesmos ao decorrer do mês.

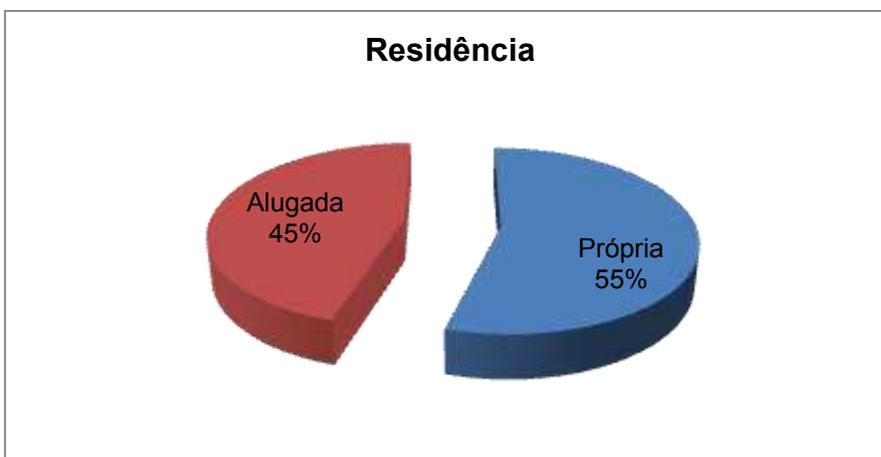
Gráfico 5 - Entrevistados entre 25 e 35 anos: Com quem reside



Fonte: autora

Conforme análise do gráfico acima, percebe-se que não há diferença significativa, sendo ela de 10% entre os indivíduos que residem com esposa(o) e/ou filhos e os que residem sozinhos.

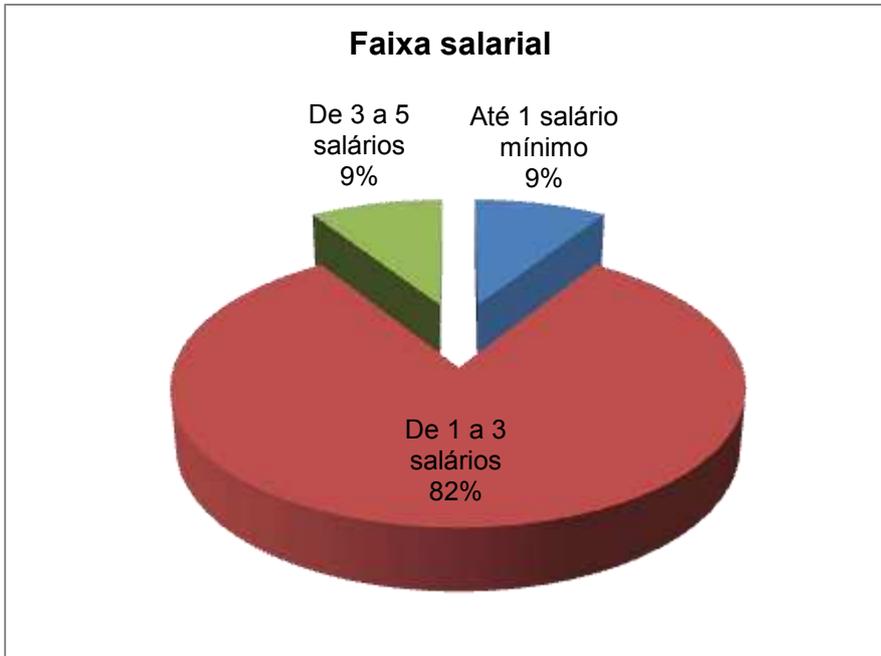
Gráfico 6 – Residência



Fonte: autora

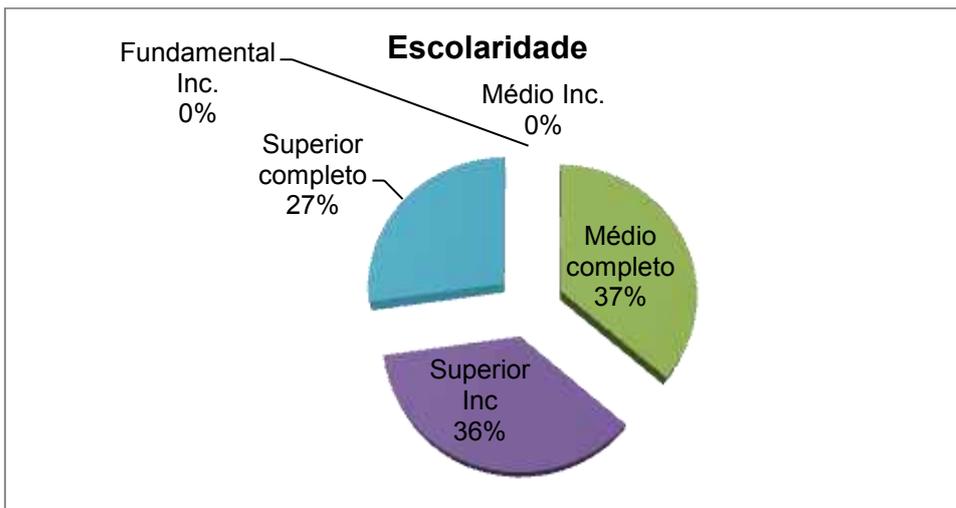
Quanto à residência também há uma diferença de 10% entre os que pagam aluguel e os que possuem residência própria, sendo eles 55% do total dos respondentes com idade entre 25 e 35 anos.

Gráfico 7 – Faixa salarial



Fonte: autora

Gráfico 8 - Comportamento de compra entre início, metade e final do mês.

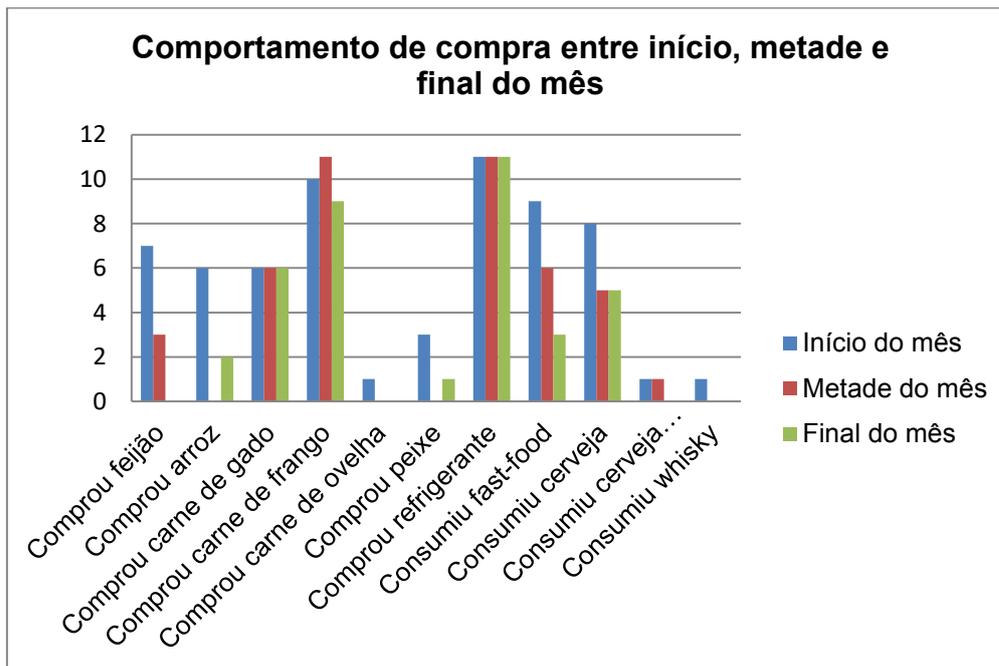


Fonte: autora

Analisando a renda e a escolaridade dos respondentes, nota-se que conforme Reis e Ramos (2011) concluíram, a estrutura educacional é um fator importante na vida dos indivíduos para que não haja desigualdade salarial.

Por conta disso, cada vez mais busca-se conhecimento, do total de respondentes 36% estão cursando ensino superior, 27% já concluíram a graduação e 37% dos respondentes estão com o ensino médio completo. Dentre estes apenas 9% possuem renda inferior a um salário mínimo, 82% recebem de um a três salários e 9% recebem entre três e cinco salários de remuneração mensal.

Gráfico 9 - Comportamento de compra entre início, metade e final do mês.



Fonte: autora

Levando em consideração a tabela acima, percebe-se em relação a comida do dia-a-dia houve compra maior apenas no início do mês, sendo ela em grande quantidade. Quanto à carne de gado a compra permaneceu assíduo durante o início, metade e final do mês, Vale destacar a alta procura da carne de frango na metade do mês, onde houve apenas uma queda de 10% na compra da mesma entre o início e o final do mês.

No início do mês também se adquiriu carne de ovelha, que possui um custo um pouco mais alto e também se comprou peixe na final do mês. O que se pode levar em consideração que de certa forma, houve um planejamento para que não se adquirisse bens necessários mais caros e supérfluos somente no final do mês. A cerveja foi consumida em maior quantidade no início do mês, após houve uma redução de 38% e permaneceu constante até o final do mês.

O refrigerante, sendo ele supérfluo, foi comprado da mesma maneira tanto no início quanto na metade e no final do mês. Já quanto ao fast-food, não se pode dizer

o mesmo, pois houve uma perceptível redução de compra, sendo de 37% do início para a metade do mês e de 67% do início para o final do mês. Quanto a cerveja artesanal e whisky foram adquiridos em pequenas quantidades no início e na metade do mês.

### 5.3 ANÁLISE DETALHADA DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS RESPONDENTES COM IDADE IGUAL OU SUPERIOR A 36 ANOS

Os adultos com idade igual ou superior a 36 anos representam 29% dos entrevistados. A seguir serão feitas análises referentes ao salário, escolaridade, renda e o comportamento de compra dos mesmos ao decorrer do mês.

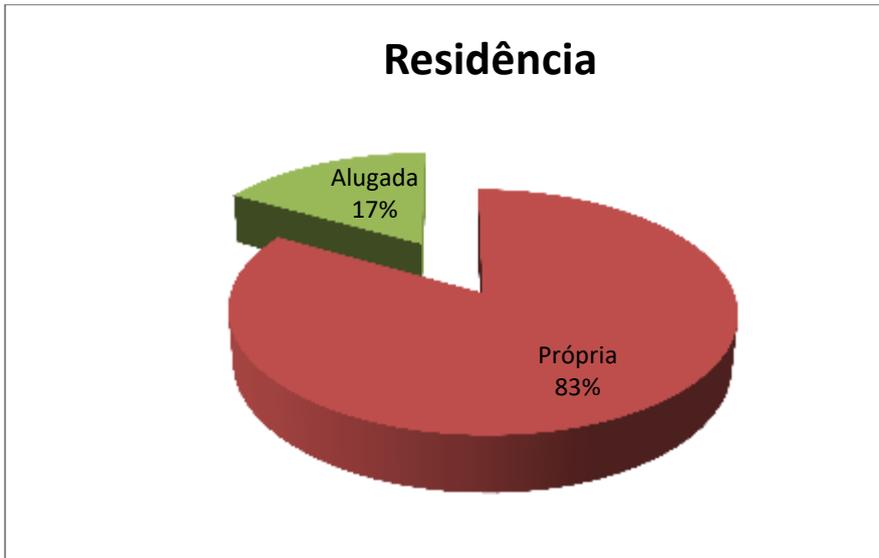
Gráfico 10 – Com quem reside



Fonte: autora

Analisando o gráfico acima percebe-se que 50% dos indivíduos acima de 36 anos residem com esposa(o) e/ou filhos, 17% com familiares e 33% sozinhos.

Gráfico 11 – Residência



Fonte: autora

Percebe-se que 83% já possuem residência própria com idade igual ou acima de 36 anos. 17% pagam aluguel mensalmente.

Gráfico 12 – Renda



Fonte: autora

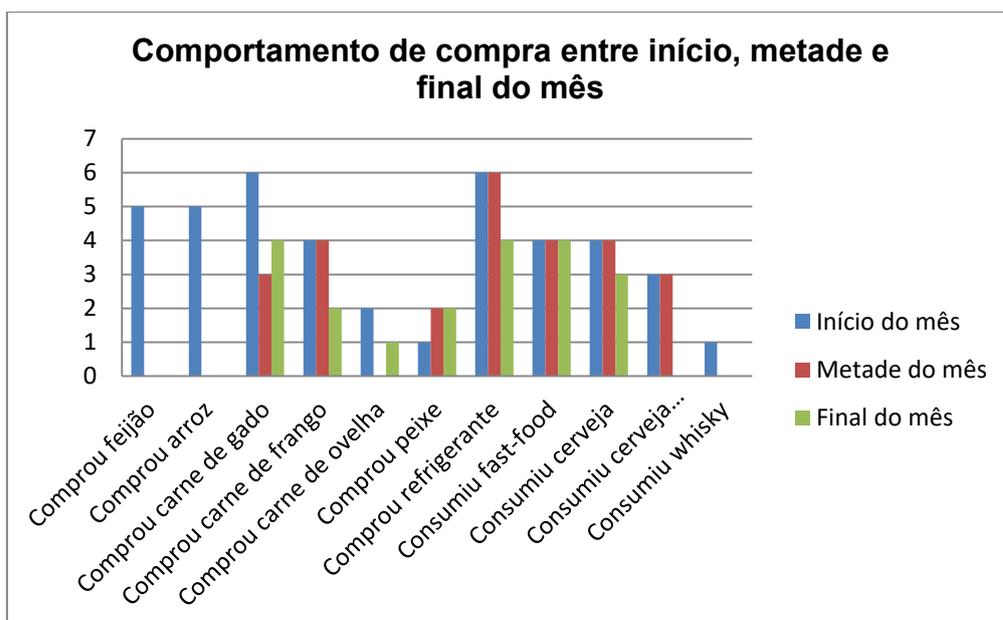
Gráfico 12 – Escolaridade



Fonte: autora

Fazendo-se análise dos gráficos referente a escolaridade e renda, nota-se que grande parte dos respondentes possui ensino superior completo, apenas 17% está com o primário incompleto, conseqüentemente dando um reflexo na renda. Onde 50% recebe entre um e três salários, 33% de três a cinco salários e 17% possui renda até um salário mínimo.

Gráfico 12 – Comportamento de compra entre início, metade e final do mês.



Fonte: autora

Fazendo-se análise da tabela acima referente ao comportamento de compra do início, metade e final do mês dos respondentes com idade igual ou acima de 36

anos, percebe-se que a compra de bens necessários foi maior no início do mês. O consumo de carne de gado reduziu em 50% do início para a metade do mês e 33% do início para o final do mês. Percebe-se também que os indivíduos com esta faixa etária consomem menos carne de frango no decorrer do mês, o que pode ser ocasionado até mesmo pela diferença renda. O consumo do peixe teve uma alta de compra do início para a metade e o final do mês, o que não havia acontecido com o público dos dados analisados anteriormente.

Em relação ao consumo do refrigerante e da cerveja houve uma queda no consumo em relação ao início e o final do mês, a qual foi maior no consumo do refrigerante totalizando 33% e 25% no consumo da cerveja. Já o consumo de fast-food foi constante no decorrer do mês enquanto o consumo de cerveja artesanal foi constante apenas no início e metade do mês.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O termo finanças está presente no dia-a-dia dos indivíduos, sendo nas empresas ou na vida de cada um. Com isso torna-se importante o conhecimento no assunto de finanças pessoais, para que assim os indivíduos busquem se planejar caso venha acontecer algo de inesperado com relação as finanças.

Devido ao fator citado acima tinha como objetivo geral analisar o comportamento de compra em relação a bens necessários e supérfluos dos colaboradores da Comercial Schwerz Ltda e também se os mesmos tinham algum tipo de planejamento financeiro.

Planejamento este que auxilia os indivíduos a terem uma visão ampla e detalhada dos seus gastos, tentando assim evitar surpresas desagradáveis no final do mês em relação as finanças. Vale ressaltar que quando se tem um planejamento financeiro bem estruturado os indivíduos estão preparados caso venha acontecer algo fora no esperado.

Após a coleta de dados através de questionários e tabulação dos mesmos, conclui-se que os colaboradores não possuem um planejamento financeiro adequado, o que resulta em um maior consumo de bens necessários e supérfluos no início do mês e uma queda no número de compra ao decorrer dos dias.

Os mesmos declararam que percebem a mudança no comportamento de compra conforme os dias passam e o salário reduz, mas mesmo assim continuam sem fazer o uso do planejamento financeiro.

Leva-se em consideração que a partir do momento que os indivíduos passarem a fazer uso do planejamento financeiro, haverá uma melhora no orçamento pessoal e até mesmo familiar.

Fica a sugestão de novas pesquisas mais aprofundadas na área juntamente com um estudo de como se começar um planejamento financeiro, levando um conhecimento maior sobre esse tema as pessoas, para que elas tenham uma visão mais dinâmica das melhorias que poderão ocorrer quando adotado o planejamento financeiro.

## REFERÊNCIAS

- BODIE, Z.; MERTON, R. C. **Finanças**. Trad. James Sunderland Cook – 1. ed. Rev. ampl. – Porto Alegre: Bookman Editora, 2002.
- BARBOSA FILHO, M. **Introdução à pesquisa: Métodos Técnicas e Instrumentos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Livros técnicos e Científicos, 1980.
- BARROS, A.J.S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de Metodologia: Um guia para iniciação Científica**. 2. Ed. São Paulo: Makron Books, 2000.
- BORGES, Gabriela Mesquita. **Uma análise do conhecimento em finanças pessoais e a correlação da satisfação financeira com outros fatores**. 2011. 54 f. Monografia (Especialização) - Curso de Administração, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.
- CERBASI, G. **Casais inteligentes enriquecem juntos: finanças para casais**. São Paulo: Editora Gente, 2004.
- CERBASI, G. **Dinheiro - os segredos de quem têm: como conquistar e manter sua independência financeira**. São Paulo: Editora Gente, 2005.
- CHEROBIM, A. P.; ESPEJO, M.M.S.B. **Finanças pessoais: conhecer para enriquecer!** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- DONADIO, R. **Educação Financeira de estudantes universitários: uma análise dos fatores de influência**. Tese (Doutorado) – UNINOVE, São Paulo - SP, 2014.
- FRANKENBERG, L. **Seu futuro financeiro**. 8. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- FRANKENERG, L.. **Planejamento financeiro: o caminho para transformar sonhos em realizações**. São Paulo, 2006.
- GITMAN, L. J. **Princípios da administração financeira**. São Paulo: Habra, 1997.
- GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira**. 2. ed. Porto Alegre: Editora Bookman, 2001.
- GOMES, D. M.; SORATO, K. A. D. L. **Planejamento e controle das finanças pessoais com enfoque na utilização das ferramentas contábeis: um estudo com profissionais autônomos**. Seminário de Ciências Sociais Aplicadas, v.2, n. 2, 2010.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2017 **Rendimento nominal mensal domiciliar per capita da população, segundo Unidades da Federal**. Rio de Janeiro: IBGE
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MACEDO JUNIOR, J. S. **A árvore do dinheiro**: guia para cultivar sua independência financeira. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MACEDO JUNIOR, J. S. **A árvore do dinheiro**: guia para cultivar a sua independência financeira. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MACEDO JUNIOR, J. S. **A árvore do dinheiro**: Guia Para Cultivar A Sua Independência Financeira. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2013.

OLIVEIRA, J. B.; Renda per Capita, Desigualdades de Renda e Educacional, e Participação Política no Brasil. IPEA. Outubro, 2001.

RAMOS, L. "Desigualdade de rendimentos do trabalho no Brasil, de 1995 a 2005". In: BARROS, R. P.; FOGUEL, M. N.; ULYSSEA, G. (Orgs.). **Desigualdade de renda no Brasil: uma análise da queda recente**. Brasília: IPEA, v. 2, 2007.

ROSS, S. A.; WERTERFIELD, R.W.; JORDAM, B. D. **Princípios de administração financeira**. Trad. Antonio Zoratto Sanvicente. – São Paulo: Atlas, 1998.

SANTOS, J. O.; BARROS, C. A. S. **O que determina a tomada de decisão financeira: razão ou emoção?** RBGN - Revista Brasileira de Gestão de Negócios, v. 13, n. 38, 2011.

SALVATO, M. A.; FERREIRA, P. C. G.; DUARTE, A. J. M. **O impacto da escolaridade sobre a distribuição de renda**. Estudos Econômicos, v. 40, n. 4, 2010.

SILVA NETO, L. A. **Guia de investimentos**. São Paulo: Atlas, 2003.

TASCHNER, Gisela Black. **Dimensões políticas da cultura de consumo**. Lua Nova – Revista de Cultura e Política. São Paulo, Cedec, n. 42, 1997.



**Pesquisa de aplicação de recursos financeiros pessoais para trabalho  
de conclusão de curso.**

Orientanda: Helena da Cruz

Data:

Orientador: José de Pietro

---

**Informações Pessoais**

**1. Idade:**

- Até 17 anos
- Entre 18 e 24
- Entre 25 e 35
- Acima de 36

**2. Sexo:**

- Masculino
- Feminino

**3. Estado Civil:**

- Solteiro
- Casado
- Divorciado
- Viúvo

**4. Com quem você reside:**

- Sozinho
- Com os pais
- Com esposa e/ou filhos
- Familiares
- Amigos

**5. A residência é:**

- Própria
- Alugada

**6. Qual sua escolaridade:**

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Mestrado
- Doutorado

**7. Qual sua renda mensal:**

- Até um salário mínimo
- De um a três salários
- De três a cinco salários
- Acima de cinco salários

**8. Qual foi seu comportamento de compra, na semana passada, referente a bens necessários e supérfluos?**

- |                            |                               |                              |
|----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Comprou feijão?            | <input type="checkbox"/> Sim. | <input type="checkbox"/> Não |
| Comprou arroz?             | <input type="checkbox"/> Sim. | <input type="checkbox"/> Não |
| Comprou carne de gado?     | <input type="checkbox"/> Sim. | <input type="checkbox"/> Não |
| Comprou carne de frango?   | <input type="checkbox"/> Sim. | <input type="checkbox"/> Não |
| Comprou carne de ovelha?   | <input type="checkbox"/> Sim. | <input type="checkbox"/> Não |
| Comprou peixe?             | <input type="checkbox"/> Sim. | <input type="checkbox"/> Não |
| Comprou refrigerante?      | <input type="checkbox"/> Sim. | <input type="checkbox"/> Não |
| Comprou Fast-Food?         | <input type="checkbox"/> Sim. | <input type="checkbox"/> Não |
| Comprou cerveja?           | <input type="checkbox"/> Sim. | <input type="checkbox"/> Não |
| Comprou cerveja artesanal? | <input type="checkbox"/> Sim. | <input type="checkbox"/> Não |
| Comprou whisky?            | <input type="checkbox"/> Sim. | <input type="checkbox"/> Não |

**9. Você percebe diferença em seu comportamento de compra à medida que os dias passam e o seu salário reduz?**

- Sim       Não

**Obrigada por sua colaboração!!!**

