

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL
CAMPUS SERTÃO – UNIDADE SANTANA DO IPANEMA
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

YASMIN MARTINS DE FARIAS

**PERCEPÇÃO SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA E CONSUMO CONSCIENTE
DOS DISCENTES DE UMA ESCOLA ESTADUAL ALAGOANA**

Santana do Ipanema

2023

YASMIN MARTINS DE FARIAS

**PERCEPÇÃO SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA E CONSUMO CONSCIENTE
DOS DISCENTES DE UMA ESCOLA ESTADUAL ALAGOANA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Contabilidade.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Igor da Costa Santos.

Santana do Ipanema

2023

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecária Responsável: Livia Silva dos Santos CRB - 1670

F224p Farias, Yasmin Martins de.

Percepção sobre educação financeira e consumo consciente dos discentes de uma escola estadual de Alagoas / Yasmin Martins de Farias. – 2023.

30 f.:il.

Orientador Marcos Igor da Costa Santos.

Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Contabilidade) – Universidade Federal de Alagoas. Unidade Santana do Ipanema – Campus Sertão. Santana do Ipanema, 2023.

Bibliografia: f. 25-27

Apêndice: f.28-30

1. Educação financeira. 2. Consumo consciente - Alunos. 3. Gestão financeira.

I. Título.

CDU: 657:330.567.2

YASMIN MARTINS DE FARIAS

**PERCEPÇÃO SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA E CONSUMO CONSCIENTE
DOS DISCENTES DE UMA ESCOLA ESTADUAL ALAGOANA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Ciências Contábeis da
Universidade Federal de Alagoas Campus
Sertão/Unidade de Santana do Ipanema e
aprovado em: 01/06/2023.

Documento assinado digitalmente
 **MARCOS IGOR DA COSTA SANTOS**
Data: 02/06/2023 15:27:42-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Marcos Igor da Costa Santos
Orientador - UFAL

BANCA EXAMINADORA:

Documento assinado digitalmente
 **JOSICLEIDE DE AMORIM PEREIRA MOREIRA**
Data: 02/06/2023 20:00:02-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dra. Josicleide de Amorim Pereira Moreira
Examinadora - UFAL

Documento assinado digitalmente
 **ESDRAS DOS SANTOS CARVALHO**
Data: 04/06/2023 08:44:34-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Esdras dos Santos Carvalho
Examinador - UFAL

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus avós, José Ulisses (in memoriam) e Antônia. Também dedico aos meus irmãos Bruno, Hugo e Vinicius, que são minha fonte de força e coragem. Eles me motivam a superar os desafios e nunca desistir, mesmo quando os obstáculos parecem maiores que eu.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer à minha mãe Maria de Lourdes Melo e minha tia Wanderleya Vilela, por todo o apoio e incentivo que elas sempre me deram na minha jornada acadêmica. Sem dúvida, elas desempenharam um papel fundamental na minha formação e sucesso.

Também gostaria de agradecer aos meus amigos Erick Melo, Neto Amorim, Gustavo Vinicius, Ana Beatriz Vieira e Lidianny Pamela, por terem apresentado a educação financeira como tema de pesquisa para o meu trabalho. E, claro, um agradecimento especial às minhas amigas Elayne Cunha, Maria das Graças, Luara Vilela e Renata Oliveira por toda a ajuda e suporte durante todo o processo.

Não posso deixar de mencionar a querida Elizete Itiúba (Zete), que cuida e dá amor a todos os estudantes que passam pelos corredores da UFAL. Ela é uma verdadeira mãe e amiga para todos nós.

Aos meus colegas de sala e professores, gostaria de agradecer por todo o apoio e amizade durante todo o tempo em que estive estudando. Aos professores, especialmente ao professor Alcides José de Omena, Hélio Felipe Freitas e ao meu orientador Marcos Igor da Costa, quero expressar minha gratidão pela compreensão e disponibilidade de sempre.

E acima de tudo, gostaria de agradecer a Deus por me dar sabedoria para completar este trabalho.

EPÍGRAFE

“A mente que se abre a uma nova ideia jamais
“Volta ao seu tamanho original.”
Albert Einstein

RESUMO

O presente estudo teve o objetivo de verificar a percepção dos alunos do ensino médio de uma escola estadual alagoana, acerca da Educação financeira e consumo consciente. Esta pesquisa, de natureza descritiva e quantitativa, obteve um retorno de 111 respostas e, para o alcance do objetivo, utilizou-se de um questionário, adaptado dos estudos de Sousa et al. (2019) e Pacheco e Quintana (2018), estruturado em três partes e contendo 13 questões fechadas. Os resultados apontaram que a maioria não recebe mesada, não consegue poupar dinheiro e compreende que a educação financeira ajuda os cidadãos na gestão das finanças pessoais. Percebeu-se que a *internet* e os pais são as principais fontes de recursos utilizadas pelos discentes em relação ao recebimento de informações sobre finanças. Quanto às formas de gastar o dinheiro obtido, verificou-se que os discentes gastam a maior parte de sua renda com alimentação ou vestuário ou outras coisas. Constatou-se ainda que os discentes não consomem um produto/serviço apenas porque outra pessoa tem ou por *status* social, buscando consumir com responsabilidade e consciência. Finalmente, observou-se que os respondentes não são influenciados pelas propagandas na hora de comprar algo e procuram gerenciar as suas finanças.

Palavras-Chave: Educação financeira; Consumo consciente; Ensino médio.

ABSTRACT

This study aimed to verify the perception of high school students from a state school in Alagoas, about financial education and conscious consumption. This research, of a descriptive and quantitative nature, obtained a return of 111 responses and, in order to reach the objective, a questionnaire was used, adapted from the studies by Sousa et al. (2019) and Pacheco and Quintana (2018), structured in three parts and containing 13 closed questions. The results showed that most do not receive an allowance, cannot save money and understand that financial education helps citizens in the management of personal finances. It was noticed that the internet and parents are the main sources of resources used by students in relation to receiving information about finances. As for the ways to spend the money obtained, it was found that students spend most of their income on food or clothing or other things. It was also found that students do not consume a product/service just because someone else has it or because of social status, seeking to consume responsibly and conscientiously. Finally, it was observed that respondents are not influenced by advertisements when buying something and try to manage their finances.

Keywords: Financial education; conscious consumption; high school.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Perfil socioeconômico dos discentes	18
Tabela 2 - Mesadas recebidas pelos discentes	18
Tabela 3 - Formas de poupar o dinheiro	19
Tabela 4 - Educação financeira para gerir finanças	19
Tabela 5 - Lugar onde recebem informações sobre finanças	20
Tabela 6 - Formas de gastar dinheiro	20
Tabela 7 - Consumo por influência do status sociais	21
Tabela 8 - Consumo com responsabilidade	22
Tabela 9 - Consumo sem necessidade	22
Tabela 10 - Consumo por influência do marketing empresarial	23
Tabela 11 - Consumo de forma consciente	23

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ENEF	Estratégia Nacional de Educação Financeira

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA	14
2.2 CONSUMO CONSCIENTE	15
2.3 ESTUDOS ANTERIORES	15
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	16
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	17
4.1 PERFIL DOS DISCENTES	17
4.2 PERCEPÇÃO SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA	18
4.3 PERCEPÇÃO SOBRE CONSUMO CONSCIENTE	21
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
REFERÊNCIAS	25
APÊNDICE – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA	28

1 INTRODUÇÃO

A educação financeira é um assunto presente no cotidiano de todos. Gallery et al. (2011) comentam que educação financeira é a capacidade de fazer julgamentos inteligentes e decisões eficazes em relação ao uso e gestão do dinheiro.

Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) a educação financeira é o processo em que os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão dos conceitos e dos produtos financeiros, de maneira que, com informação, formação e orientações claras, adquiram os valores e as competências necessários para se tornarem conscientes das oportunidades e dos riscos neles envolvidos e, então, façam escolhas bem informadas, saibam onde procurar ajuda, adotem outras ações que melhorem o seu bem-estar, contribuindo, assim, de modo consistente para formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro (OCDE, 2005).

No ano de 2007, o governo brasileiro criou o programa denominado Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), para fomentar a cultura financeira no país, assim como em outros países, com o objetivo de desenvolver uma Estratégia Nacional de Educação Financeira, prevendo a promoção de um inventário nacional de ações e de projetos de educação financeira no país (BRASIL, 2010).

Gallery et al. (2011) citam que a educação financeira proporciona conhecimentos para as pessoas, sendo utilizada como uma ferramenta para a gestão e equilíbrio financeiro pessoal. Souza et al. (2019), afirmam que a escola tem como objetivo contribuir de forma efetiva ao educar seus alunos como agentes econômicos fomentando novos hábitos de consumo sustentável aos alunos e às famílias e sociedade como efeito multiplicador.

Diante do que foi explanado sobre a importância da educação financeira e do consumo consciente para a população, o presente estudo busca responder a seguinte questão: **qual é a percepção dos discentes acerca da educação financeira e consumo consciente de uma escola estadual alagoana?**

Para responder o problema proposto, este estudo teve como objetivo verificar a percepção dos alunos do ensino médio da Escola Estadual Dr. Emilio de Maia, no município de Carneiros - AL, sobre Educação financeira e consumo consciente.

O trabalho se justifica em função da educação financeira ajudar no processo de tomada de decisão dos cidadãos, já que contribui para a melhoria da assertividade e qualidade das

atitudes dos consumidores. Além disso, a presente pesquisa busca ampliar os debates acerca da importância da educação financeira e consumo consciente na gestão dos recursos financeiros.

Assim, com o intuito de alcançar o objetivo proposto, este estudo é estruturado em cinco seções. A primeira é a introdução, onde o tema e o objetivo são apresentados. A segunda é o referencial teórico, que traz conceitos relativos ao estudo. Na terceira são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados na obtenção dos dados. Em seguida apresenta-se a análise dos resultados obtidos, e por fim as considerações finais sobre o estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

A educação financeira é um fator preponderante na vida das pessoas, no âmbito familiar, social, escolar, profissional e individual (CUDE et al., 2006). Quando inserida desde a infância por meio da família e da escola, o conhecimento financeiro torna o indivíduo capaz de gerir seus recursos e fazer escolhas adequadas na adolescência e, conseqüentemente, na vida adulta (GORLA et al., 2016).

Quando a sociedade se omite em debater o conhecimento em gestão financeira acaba gerando adultos sem instrução financeira e sem habilidades necessárias para o melhor controle do dinheiro. Isso pode tornar o problema ainda mais grave, pois nenhuma profissão está livre de ter algum tipo de problema que envolva dinheiro ou impostos (SILVA; BEZERRA, 2016). Ensinar uma criança sobre a importância e conscientização da Educação Financeira é mais fácil que ensinar adultos desorganizados financeiramente a mudar seus hábitos.

Conforme Picinni e Pinzetta (2014), umas das conseqüências herdadas pelo período de inflação foi a ausência de uma educação financeira sólida em nossa formação. E, como não aprendemos, precisamos agora nos esforçar em dobro para ensiná-la a nossos filhos. A educação financeira deve começar na escola (OCDE, 2005).

Huston (2010) afirma que a educação financeira pode ser entendida como a capacidade de um indivíduo compreender as informações financeiras vinculadas às transações operacionais. A OCDE (2013) considera que a educação financeira pode beneficiar todas as pessoas, independentemente do nível de renda. Carvalho e Domite (1999) realça que a escola é o lugar ideal para se implantar uma nova cultura financeira.

2.2 CONSUMO CONSCIENTE

Correia, Lucena e Gadelha (2015) destacam que o consumidor consciente é aquele cuja preocupação também está com outras pessoas, com as gerações futuras e com a expectativa de estar contribuindo com a melhoria da qualidade de vida de todos. Já Slater (2002) afirma que consumo tange em hábitos culturais, cujo enfoque seria em relações pessoais, onde o ter é mais importante que o ser.

Bauman (2008) comenta que com o capitalismo exacerbado o indivíduo passou a ser dominado pelo mercado de consumo. Dessa forma é o mercado de consumo que acaba ditando as regras da vida do consumidor. O ciclo de vida desse consumidor em uma sociedade capitalista acaba girando em torno do aspecto do ter e não do ser.

Por conta dessa perspectiva consumista, a busca da felicidade e do sucesso está associada ao ter, ao possuir, ao adquirir, ao comprar. Na sociedade de consumo todos são atingidos de forma inobstante de gênero, de idade, profissão ou escolaridade (CORREIA; LUCENA; GADELHA, 2015).

Para Dias *et al.* (2019), esse contexto cria uma necessidade evidente de se ter educação financeira para se obter um consumo consciente. O consumidor consciente e/ou sustentável se preocupa não só com o seu bem-estar, mas com a sociedade atual e com as futuras gerações, com a expectativa de estar contribuindo para a melhoria da qualidade de vida de todos.

De acordo com o autor supracitado, a adoção do consumo consciente pode resultar em uma diminuição da quantidade de lixo produzido, o que ajuda a diminuir o impacto ambiental, pois o consumo consciente beneficia o bolso, a saúde, a sociedade e o meio ambiente. Ter essa consciência ambiental no ato de uma compra é propício para adquirir boas práticas sustentáveis.

Todavia, Bauman (2008) cita que a educação é uma ferramenta importante em uma sociedade consumista, pois, através da educação é possível o consumidor fazer uso de compreensões acerca do consumo, frente a um cruel impulso gerado pelas campanhas de publicidade acerca de produtos que induz o consumo desnecessário. Com educação financeira o consumidor saberá o que fazer e como empregar esta informação e seus recursos financeiros.

Por fim, a educação traz para a sociedade que queira mudanças drásticas, já que o que se espera em uma sociedade evoluída um consumo consciente, pois o consumo exacerbado implica em prejuízos para o planeta à medida que quanto mais se produz, mais se consome e quanto mais se consome mais resíduo e lixos serão produzidos comprometendo o bem estar da sociedade e do planeta.

2.3 ESTUDOS ANTERIORES

O estudo de Leal, Santos e Costa (2016) abordou a temática, através do levantamento das ações desenvolvidas por algumas entidades, órgãos governamentais e empresas no Brasil. Conseguiu evidenciar que, embora não tenha como obrigatória a disciplina de educação financeira nas instituições de ensino, propõe-se que haja o incentivo pelo uso e interpretação de textos com conteúdo econômico de cunho financeiro para que alunos do ensino médio tenham acesso a esse tipo de conhecimento.

Já Vieira, Bataglia e Sereia (2011) realizaram um estudo dos alunos de uma universidade pública do Norte do Paraná, com o objetivo de analisar se houve influência por parte da educação financeira obtida junto aos cursos de graduação nas decisões de consumo, investimento e poupança dos graduandos. A pesquisa foi realizada através de questionário para obtenção de dados e constataram que a formação acadêmica contribui positivamente para um melhoramento na tomada de decisões financeiras.

Contudo, os autores Savoia, Saito e Santana (2007) realizaram um estudo sobre paradigmas da educação financeira no Brasil, em que propõem cinco ações que auxiliam no empenho dos agentes públicos e privados no programa de educação financeira. O levantamento foi bibliográfico e documental para fundamentar o estudo de forma conceitual e qualitativa. E concluíram que, no que tange à abordagem da educação financeira, o país ainda apresenta a questão de forma primária onde o conhecimento é reduzido experiência por parte dos agentes envolvidos no processo habilitação financeira.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para alcançar o objetivo proposto no presente estudo, elaborou-se uma pesquisa descritiva que visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis (SILVA, 2003). A pesquisa descritiva geralmente envolve a coleta de dados quantitativos, que podem ser analisados usando técnicas estatísticas.

No que se refere aos procedimentos, realizou-se uma pesquisa de levantamento (*survey*) que se configura pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. De maneira sucinta, procede-se a solicitação de informações a um grupo de pessoas sobre o problema estudado para em seguida, por meio de análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes aos dados coletados. Oliveira (2003) destaca que o questionário é uma das

formas mais utilizadas para obtenção de dados, por permitir uma mensuração mais exata dos resultados.

Em relação à abordagem do problema, corresponde a estudo do tipo quantitativo. Nessa abordagem a análise dos dados levantados é caracterizada pelo emprego de instrumentos estatísticos, tanto na coleta quanto no tratamento dos dados. Oliveira (2003) comenta que esse tipo de abordagem é bastante utilizado em estudos de levantamento de dados, como tentativa de entender o comportamento de determinada população, por meio da amostra.

Na definição da amostra, a unidade de análise escolhida foram os alunos do ensino médio da Escola Estadual Dr. Emilio de Maia, no município de Carneiros - AL. A escola estudada possui 668 discentes e o primeiro intuito foi buscar o censo desta população, entretanto obteve-se retorno de 111 discentes.

A escolha da escola se deu por questões de acessibilidade, visto que a pesquisadora reside no município de Carneiros e conhece os gestores da escola. Além disso, nenhum estudo dessa natureza foi realizado no referido município.

Para a coleta de dados foi desenvolvido um questionário, adaptado do modelo de Sousa et al. (2019) e Pacheco e Quintana (2018), composto por 13 (treze) questões de múltipla escolha e apenas uma resposta correta, de forma presencial na instituição de ensino Escola Estadual Dr. Emilio de Maia, no município de Carneiros, situada no sertão de Alagoas, através de uma visita agendada, durante o horário das aulas, em abril de 2023. O questionário foi aplicado para todos os alunos do 3º ano, com exceção dos alunos faltosos e dos que não quiseram participar da pesquisa.

As primeiras questões buscaram traçar o perfil sociodemográfico dos participantes. As demais de identificar a percepção deles quanto à educação financeira, consumo consciente e identificar seus hábitos financeiros.

Através da abordagem quantitativa, foi possível coletar e analisar os dados numéricos para obter uma compreensão mais precisa e objetiva. Os dados coletados foram tabulados no Microsoft Excel. A partir da frequência das respostas, calculada em percentagens e com a confecção de tabelas, apresentaram-se os resultados obtidos e as discussões pertinentes.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Na busca de atender os objetivos propostos, neste capítulo foi apresentada a análise dos dados obtidos através de pesquisa de campo com os discentes do Ensino Médio de uma instituição pública de ensino Estadual situada no município de Carneiros – AL.

4.1 PERFIL DOS DISCENTES

Na primeira parte da pesquisa foi feita a coleta de dados referente aos discentes e identificado o perfil dos respondentes. No que corresponde ao gênero dos respondentes, houve predominância do sexo feminino, com 68 respondentes, o que simboliza 61,26% do total, e 43 respondentes do sexo masculino.

Em relação à faixa etária dos respondentes, constatou-se que a maioria 101 (90,99%) possui entre 15 a 20 anos (91%) e apenas 10 discentes (9,01%) possuem acima de 20 anos, conforme a Tabela 1.

Tabela 1 - Perfil socioeconômico dos discentes

Variável	Opções	Quantidade de respostas	%
Gênero	Feminino	68	61,26%
	Masculino	43	38,74%
	Total	111	100,00%
Faixa Etária	Entre 15 a 20 anos	101	90,99%
	Entre 20 a 25 anos	4	3,60%
	Entre 25 a 30 anos	4	3,60%
	Acima de 30 anos	2	1,81%
	Total	111	100,00%

Fonte: Elaboração própria, mediante dados da Pesquisa (2023).

Leal, Santos e Costa (2016) apontam que no ensino médio encontram-se os adolescentes entre 15 e 17 anos, que já concluíram o ensino fundamental e estão caminhando para o término da educação básica. Após a conclusão do ensino médio eles seguem para o mercado de trabalho ou ingressam no ensino superior, por isso esta é uma etapa de grande importância e com poder decisório no futuro do estudante.

4.2 PERCEPÇÃO SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Na segunda parte da pesquisa, os discentes foram indagados a respeito de seu entendimento sobre educação financeira.

A Tabela 2 demonstra que 92 discentes (82,88%) não recebem mesada, 18 respondentes (16,22%) recebem mesada semanal até R\$100,00 e apenas 1 (0,90%) recebe mais de R\$100,00.

Tabela 2 – Mesadas recebidas pelos discentes

Opções	Quantidade de respostas	%
Não ganho mesada	92	82,88%
Ganho até R\$ 50,00 de mesada por semana	9	8,11%
Ganho entre R\$ 50,00 e R\$ 100,00 de mesada por semana	9	8,11%
Ganho mais de R\$ 100,00 de mesada por semana	1	0,90%
Total	111	100,00%

Fonte: Elaboração própria, mediante dados da Pesquisa (2023).

Lellis, Magalhães e Leite (2011) destacam que a mesada pode ser considerada um instrumento de educação financeira, sendo necessário que os pais orientem os filhos na correta utilização dos recursos financeiros. Os autores citam ainda que seja por meio da mesada que as crianças e adolescentes vão experimentar as situações típicas da vida adulta, isto é, querer comprar alguma coisa e ela custar mais caro do que a sua renda.

Tabela 3 – Formas de poupar o dinheiro

Opções	Quantidade de respostas	%
Mais da metade do valor ganho	10	9,01%
Metade do valor ganho	25	22,52%
Menos da metade do valor ganho	23	20,72%
Não poupo nada	53	47,75%
Total	111	100,00%

Fonte: Elaboração própria, mediante dados da Pesquisa (2023).

A tabela 3 apresentou a perspectiva dos discentes em relação ao que conseguem poupar de dinheiro. Observa-se que 53 (47,75%) respondentes não conseguem poupar nada, 48 (43,24%) afirmaram que conseguem poupar até a metade do valor ganho e apenas 10 (9,01%) discentes pouparam mais da metade de seus rendimentos. Esse resultado pode estar vinculado ao fato de muitos discentes não ganharem mesada ou não auferirem outro tipo de renda. Uma outra justificativa pode estar relacionada à ausência de planejamento e educação financeira de alguns discentes

Solicitou-se ainda que os discentes indicassem o nível de concordância/discordância quanto a se a educação financeira busca ensinar as pessoas a gerir suas finanças. É possível verificar que, como evidenciado na Tabela 4, 90 discentes (90,09%) concordam com a afirmação de que a educação financeira instrui e auxilia os cidadãos na gestão dos seus recursos financeiros.

Tabela 4 – Educação financeira para gerir finanças

Opções	Quantidade de respostas	%
Concordo totalmente	85	76,58%
Concordo parcialmente	15	13,51%
Não concordo e nem discordo	10	9,01%
Discordo totalmente	1	0,90%
Total	111	100,00%

Fonte: Elaboração própria, mediante dados da pesquisa (2023).

Gorla et al. (2016) citam que a educação financeira é uma área do conhecimento que conjuga às finanças pessoais à formação básica sobre os mecanismos, meios e modos da gestão financeira e como lidar com o dinheiro, ou seja, a educação financeira é o processo pelo qual pessoas melhoram sua relação com o dinheiro.

Solicitou-se que os respondentes indicassem com quem ou aonde receber informações sobre finanças pessoais e o resultado está apresentado na Tabela 5. Nessa questão o discente poderia assinalar apenas uma alternativa e verificaram-se as opções “na *internet*” e “meus pais” foram as mais apontadas, com 50 respondentes (45,04%) e 40 respostas (36,04%), respectivamente.

Tabela 5 – Lugar onde recebem informações sobre finanças

Opções	Quantidade de respostas	%
Meus pais	40	36,04%
Na escola	3	2,70%
Na internet	50	45,04%
Amigos	2	1,81%
Outros	16	14,41%
Total	111	100,00%

Fonte: Elaboração própria, mediante dados da pesquisa (2023).

No tocante à primeira opção, uma justificativa se respalda no fato de que a *internet* favorece a disseminação de informação acerca da gestão e educação financeira. Além disso, a *internet* e o avanço tecnológico têm colaborado para formar cidadãos mais conscientes da realidade econômica em que estão inseridos (DIAS et al., 2019).

A segunda opção é fundamentada, pois a forma que os pais lidam com seu próprio dinheiro podem influenciar na educação financeira dos filhos. Por isso, é importante que os pais sigam algumas orientações financeiras básicas, como, por exemplo, organizar seu orçamento, planejar-se financeiramente e poupar dinheiro (LEAL; SANTOS; COSTA, 2016).

Posteriormente, os discentes foram indagados sobre a forma como gasta o dinheiro obtido. Conforme demonstra a Tabela 6, percebe-se que a minoria (10,00%) dos respondentes, não gasta o dinheiro obtido com algo. Por outro lado, 100 discentes (90,00%) gastam a maior parte de sua renda com alimentação ou vestuário ou outras coisas.

Tabela 6 – Formas de gastar o dinheiro

Opções	Quantidade de respostas	%
Não gasto com nada. Só faço guardar	11	10,00%
Gasto a maior parte com alimentação	33	30,00%
Gasto a maior parte com vestuário	19	16,27%
Gasto a maior parte com outras coisas	48	43,73%
Total	111	100,00%

Fonte: Elaboração própria, 2023, mediante dados da pesquisa (2023).

Bauman (2008) comenta que um dos pontos mais importantes na gestão financeira é saber poupar. Ao criar uma reserva, mesmo que pequena, é possível ter mais segurança para quando acontecer algum imprevisto ou emergência, sem precisar se endividar para conseguir lidar com eventuais surpresas.

Savoia, Saito e Santana (2007) citam que a orientação sobre finanças também ajuda as pessoas a compreenderem o impacto de suas decisões financeiras, abordando como o equilíbrio é fundamental para um presente e um futuro com mais qualidade de vida.

4.3 PERCEPÇÃO SOBRE CONSUMO CONSCIENTE

O consumo consciente leva em consideração, ao escolher os produtos que compra, o meio ambiente, a saúde humana e animal, as relações justas de trabalho, além de questões como preço e marca. (DIAS et al., 2019). Desse modo, a terceira parte da pesquisa é o entendimento dos discentes a respeito do consumo consciente.

Inicialmente buscou-se verificar o nível de concordância/discordância em relação à percepção quanto ao consumo de algo somente porque outra pessoa possui ou por *status* social, conforme demonstrado na Tabela 7.

Tabela 7 – Consumo por influência do *status* social.

Opções	Quantidade de respostas	%
Concordo totalmente	7	6,31%
Concordo parcialmente	7	6,31%
Não concordo e nem discordo	34	30,63%
Discordo parcialmente	9	8,10%
Discordo totalmente	54	48,65%
Total	111	100,00%

Fonte: Elaboração própria, mediante dados da pesquisa (2023).

A maioria dos respondentes (56,75% ou 63%) discorda com a assertiva de que consome algum produto/serviço apenas porque outra pessoa tem ou por *status* social. Há ainda 30,63%

(34 discentes) que não concordam e nem discordam, e 12,62% (14 discentes) que concordam. Esses resultados convergem com os achados de Vieira, Bataglia e Sereia (2011) decorrentes da pesquisa realizada em universidade pública do Norte do Paraná com discentes universitários, os quais constataram que 88 discentes, equivalente a 75,46% dos respondentes, não consomem algum bem ou serviço por *status* social ou influência da mídia.

Dando prosseguimento à questão anterior foi requerido que os discentes assinalassem o nível de consentimento quanto ao consumo com responsabilidade. Conforme demonstrado na Tabela 8, é possível comprovar que 85 discentes (76,57%) concordam que consomem com responsabilidade, adquirindo apenas o necessário para atender às suas necessidades.

Tabela 8 – Consumo com responsabilidade

Opções	Quantidade de respostas	%
Concordo totalmente	64	57,66%
Concordo parcialmente	21	18,91%
Não concordo e nem discordo	17	15,32%
Discordo parcialmente	2	1,80%
Discordo totalmente	7	6,31%
Total	111	100,00%

Fonte: Elaboração própria, mediante dados da pesquisa (2023).

Correia, Lucena e Gadelha (2015) citam que o consumidor consciente pode ser um agente transformador da sociedade por meio do seu ato de consumo. Além disso, sabe que os atos de consumo têm impactos e que, mesmo um único indivíduo, ao longo de sua vida, produzirá um impacto significativo na sociedade e no meio ambiente.

A terceira assertiva procurou averiguar o grau de anuência quanto consumo mesmo que o produto/serviço não seja necessário, apenas para possuí-lo. De acordo com o exposto na Tabela 9, identifica-se que a maior parte dos respondentes (53,15% ou 59%) discorda com a afirmativa de que consome mesmo que não seja necessário, somente para ter o objeto.

Tabela 9 – Consumo sem necessidade

Opções	Quantidade de respostas	%
Concordo totalmente	13	11,71%
Concordo parcialmente	19	17,12%
Não concordo e nem discordo	20	18,02%
Discordo parcialmente	11	9,91%
Discordo totalmente	48	43,24%
Total	111	100,00%

Fonte: Elaboração própria, mediante dados da pesquisa (2023).

Leal, Santos e Costa (2016) comentam que através de cada ato de consumo, o consumidor consciente procura o equilíbrio entre a sua satisfação pessoal e a sustentabilidade, maximizando as consequências positivas e minimizando as negativas de suas escolhas de consumo, não só para si mesmo, mas também para as relações sociais, a economia e a natureza.

A quarta assertiva procurou verificar o nível de concordância/discordância com relação a como os discentes são influenciados pelo *marketing* das empresas no consumo de algum produto/serviço. Consoante os dados apresentados na Tabela 10, percebe-se que 54 discentes (49,55%) discordam com a afirmação de que são persuadidos pelos diversos tipos de *marketing* na hora de consumir. Existem ainda 21,62% (24 discentes) que não concordam e nem discordam, e 28,83% (32 discentes) que concordam.

Tabela 10 – Consumo por influência do *Marketing* empresarial

Opções	Quantidade de respostas	%
Concordo totalmente	13	11,71%
Concordo parcialmente	19	17,12%
Não concordo e nem discordo	24	21,62%
Discordo parcialmente	9	8,11%
Discordo totalmente	46	41,44%
Total	111	100,00%

Fonte: Elaboração própria, mediante dados da pesquisa (2023).

Bauman (2008) destaca que o *marketing* pode influenciar de forma diferenciada, sendo fundamental na decisão de compra do consumidor, utilizando-se de veículos de comunicação, persuadindo e instigando o desejo de compra, por influência de promoções, propagandas, meios de comunicação, entre outras.

Correia, Lucena e Gadelha (2015) acrescentam ao destacar que *marketing* afeta a vida das pessoas, fazendo com que elas comprem objetos por desejo ou para satisfazer uma necessidade. O marketing proporciona ao cliente o que ele deseja ver, envolvendo-o de modo que sinta prazer na compra, independentemente da sua classe social.

A quinta e última assertiva investigou se os discentes controlam sua vida financeira, procurando consumir de forma consciente. Verificou-se que 95 respondentes (85,59%) concordam que buscam monitorar as suas finanças, usando os produtos/serviços de forma consciente. Os resultados estão próximos dos encontrados por Vieira, Bataglia e Sereia (2011), os quais constataram que 81 discentes, correspondente a 69,88% dos respondentes, concordaram que supervisionam a vida financeira e consomem de forma consciente.

Tabela 11 – Consumo de forma consciente

Opções	Quantidade de respostas	%
Concordo totalmente	80	72,07%
Concordo parcialmente	15	13,52%
Não concordo e nem discordo	11	10,00%
Discordo parcialmente	3	2,71%
Discordo totalmente	2	1,80%
Total	111	100,00%

Fonte: Elaboração própria, mediante dados da pesquisa (2023).

Savoia, Saito e Santana (2007) apontam que o consumidor consciente leva em consideração, durante a decisão de compra, o equilíbrio entre a satisfação pessoal e suas limitações financeiras. Além disso, o consumidor consciente avalia os impactos ambientais e sociais de sua aquisição, utilizando os recursos de forma racional e sustentável, sendo capaz de evitar excessos e endividamentos.

Dias et al (2019) corroboram e citam que existem diversas vantagens em ser um consumidor consciente, tais como: viver livre de dívidas, ter maiores possibilidades de enriquecer, estar sempre com recursos financeiros para aproveitar oportunidades, poder usar parte de seu capital em situações de emergência, ter a possibilidade de ocupar menos tempo pensando em dinheiro e mais em situações que tragam prazer.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão sobre a educação financeira e consumo consciente têm ocupado espaço em diferentes setores da sociedade brasileira, principalmente por causa do consumismo excessivo da população e, por consequência, o endividamento, que ocasiona uma série de consequências desagradáveis. Diante disso, o presente estudo teve o propósito de verificar a percepção dos alunos do ensino médio da Escola Estadual Dr. Emilio de Maia, no município de Carneiros - AL, acerca da Educação financeira e consumo consciente.

No que se refere à compreensão sobre educação financeira, observou-se que a maioria não recebe mesada, não consegue poupar dinheiro e compreende que a educação financeira ajuda os cidadãos na gestão das finanças pessoais. Em relação ao recebimento de informações sobre finanças, notou-se que a *internet* e os pais são as principais fontes de recursos utilizada pelos discentes. E, quanto às formas de gastar o dinheiro obtido, verificou-se que a maioria gasta a maior parte de sua renda com alimentação ou vestuário ou outras coisas.

Acerca do discernimento sobre consumo consciente, constatou-se que os discentes não consomem um produto ou serviço apenas porque outra pessoa tem ou por *status* social, buscando consumir com responsabilidade e consciência. Além disso, observou-se que os

respondentes não são influenciados pelas propagandas na hora de consumir algo e buscam controlar as suas finanças.

Diante do exposto, pode-se afirmar que o objetivo do estudo foi atingido, pois os discentes reconhecem a importância da educação financeira e quando é inserida na vida das pessoas permite que elas sejam capazes de gerir seus recursos e fazer escolhas adequadas. Além disso, observou-se que os discentes têm a preocupação em consumir de forma consciente e responsável, cuidando do seu bem-estar e contribuindo para a melhoria da qualidade de vida da população.

No que tange às limitações do estudo, destacam-se a aplicação de um questionário em apenas uma escola, como também somente a discentes do 3º ano do ensino médio. E, como proposta para futuras pesquisas, propõe-se envolver escolas localizadas em diferentes cidades alagoanas a fim de que se possa realizar um comparativo maior e mais detalhado. Sugere-se também que sejam realizadas novas pesquisas envolvendo escolas estabelecidas em outros estados, com o intuito de verificar se o comportamento observado neste estudo se repete ou apresentará diferenças.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt **Vida para o consumo: a transformação de pessoas em mercadoria.** Editora Zahar, 2008.

BRASIL. DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA DO BANCO CENTRAL DO BRASIL, COM A CONTRIBUIÇÃO DOS MEMBROS DO COMITÊ NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA (CONEF). **Brasil: Implementando a estratégia nacional de educação financeira.** 2010. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/Estrategia_Nacional_Educacao_Financeira_ENEF.pdf. Acesso em: 23 jan. 2023.

CARVALHO, V. DOMITE, Maria do Carmo. **Educação matemática: matemática & educação para o consumo.** Dissertação (Mestrado em Educação: Educação Matemática) — FE, Unicamp, Campinas, 1999.

CENTRO OCDE/CVM DE EDUCAÇÃO E ALFABETIZAÇÃO FINANCEIRA PARA AMÉRICA LATINA E O CARIBE. Recomendação sobre os Princípios e as Boas Práticas de Educação e Conscientização Financeira. **OECD.ORG, 2005.** Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/>. Acesso em: 13 fev. 2023.

CORREIA, T. S.; LUCENA, W. G. L.; GADELHA, K. A. L. A Educação Financeira como um diferencial nas decisões de consumo e investimento dos estudantes do curso de Ciências Contábeis na grande João Pessoa. **Revista de Contabilidade da UFBA**, v. 9, n. 3, p. 15 – 29, 2015.

CUDE, B. J., LAWRENCE, F. C., LYONS, A. C., METZGER, K., LEJEUNE, E., MARKS, L., & MACHTMES, K. **Estudantes universitários e alfabetização financeira: o que eles sabem e o que precisamos aprender.** Conferência da Associação de Economia e Gestão de Recursos da Família Oriental, 2006.

DIAS, C.O.; ARENAS, N.C.S.; ARENAS, M.V.S.; SILVA, R.M.P. Perfil de educação financeira dos acadêmicos dos cursos de ciências contábeis, administração e economia de uma instituição federal de ensino superior brasileira. **Brazilian Applied Science Review**, v. 3, n. 5, p. 12 – 28, 2019.

ENEF, Estratégia Nacional de Educação Financeira. Conceito de Educação Financeira no Brasil. **ENEF**, 2005. Disponível em: <https://www.google.com/url?q=https://www.vidaedinheiro.gov.br/educacao-financeira-no-brasil/>. Acesso em: 20 maio 2023.

GALLERY, N. et al. Alfabetização financeira e decisões de investimento previdenciário. Responsabilidade Financeira e Gestão, Estados Unidos da América, **Portal Amelica**. v. 27, n.3, p. 286-307, 2011. Disponível em: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/65/6521003/html/> Acesso em: 25 maio 2023.

GORLA, M. C., MAGRO, C. B. D., SILVA, T. P., & NAKAMURA, W. T. (2016). A Educação Financeira dos Estudantes do Ensino Médio de Rede Pública segundo aspectos Individuais, Demográficos e de Socialização. **Anais do XVI International Conference in Accounting**. São Paulo, 2016.

HUSTON, S. J. **Medindo a Alfabetização Financeira.** *Jornal de Assuntos do Consumidor*, v. 44, n. 2, 2010.

LEAL, S. C.; SANTOS, D.V.; COSTA, P. S. Educação Financeira: Perfil de Educação Financeira dos Discentes de Graduação e Pós-Graduação de Instituições de Ensino Superior Brasileiras. **Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade**, v. 17, 2020. Disponível em: <https://congressosp.fipecafi.org/anais/20UspInternational/2743.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2023.

LELLIS, Irani Lauer; MAGALHÃES, Celina Maria Colino; LEITE, Iani Dias Lauer. **O significado da mesada para pais de crianças e adolescentes.** *Revista Interinstitucional de Psicologia*, 2011.

OLIVEIRA, Benedito Silva. **Métodos e técnicas de pesquisa em contabilidade.** São Paulo: Saraiva, 2003.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Alfabetização financeira e inclusão:** Resultados da pesquisa da OCDE/INFE em todos os países e por gênero. Paris, França: OCDE Centro, 2013.

PACHECO, Katiani Velleda. QUINTANA, Alexandre Costa. Percepção dos estudantes do ensino fundamental sobre a educação financeira e o consumo consciente - Elementary students' perception on financial education and conscious consumption Percepción de los

estudiantes de la enseñanza fundamental sobre la educación financiera y el consumo consciente. **Revista Educação Online**, Rio de Janeiro, n. 27, jan-abr 2018, p. 130-150.

PICCINI, R, A, B.; PINZETTA, G. **Planejamento Financeiro Pessoal e Familiar**. Unoesc & Ciência - ACSA, Joaçaba, v. 5, n. 1, p. 95-102, jan./jun. 2014.

SAITO, André Taue. SANTANA, Flávia de Angelis. SAVOIA, José Roberto Ferreira. **Paradigmas da educação financeira no Brasil**. RAP Rio de Janeiro 41(6):1121-41, Nov./Dez. 2007.

SILVA, Antônio Carlos Ribeiro de. **Metodologia de pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, relatórios, monografias, dissertações, teses**. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, Sandra Luiza Moraes; BEZERRA, Renata Camacho. **A Educação Financeira como proposta para uma vida economicamente equilibrada**. Disponível em: http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes_pde/2016/2016_artigo_mat_unioeste_sandraluizamoraessilva.pdf. Acesso em: 25 fev. 2023.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SOUZA, Airlianny Xavier De. PAZ, Paula Rafaelle Soares Machado da. SILVA, Palloma Darling Ramos Ferreira da. PALMEIRA, Anna Beatriz Vieira. LEITE, Kalina Kely Miranda. **A percepção familiar quanto à importância da educação financeira e o consumo consciente**. Santana do Ipanema: Instituto Federal de Alagoas, 2019.

VIEIRA, Saulo Fabiano Amâncio; BATAGLIA, Regiane Tardiolle Manfre; SEREIA, Vanderlei José. **Educação financeira e decisões de consumo, investimentos e poupança: uma análise dos alunos de uma universidade pública do norte do Paraná**. Revista de Administração da UNIMEP, v.9, n.3, p. 61-86, 2011.

APÊNDICE



Universidade Federal de Alagoas - UFAL
Campus do Sertão
Unidade de Santana do Ipanema

Prezado (a) discente, pedimos sua colaboração no sentido de responder a esta pesquisa que viabilizará a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Informamos que as informações fornecidas serão utilizadas exclusivamente pelos pesquisadores resguardando a identidade do respondente, pois os dados serão tratados e analisados de maneira coletiva ou categórica. Agradecemos sua colaboração e gostaríamos de enfatizar que sua participação é muito importante para o desenvolvimento dessa pesquisa.

QUESTIONÁRIO

PARTE 1 - DADOS REFERENTES AOS DISCENTES

1 Indique sua faixa etária:

- () Entre 15 a 20 anos () Entre 20 a 25 anos () Entre 25 a 30 anos
 () Acima de 30 anos

2 Indique o seu sexo:

- () Feminino () Masculino

PARTE 2- ENTENDIMENTO SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

3 Você ganha mesada? Qual o valor? (Escolher apenas uma opção)

- () Não ganho mesada;
 () Ganho até R\$ 50,00 de mesada por semana;
 () Ganho entre R\$ 50,00 e R\$ 100,00 de mesada por semana;
 () Ganho mais de R\$ 100,00 de mesada por semana.

4 Você costuma guardar alguma parte do dinheiro? (Escolher apenas uma opção)

- () Mais da metade do valor ganho;
 () Metade do valor ganho;
 () Menos da metade do valor ganho;
 () Não poupo nada;

5 A educação financeira busca ensinar as pessoas a gerir suas finanças, obtendo noções relacionadas ao dinheiro. (Escolher apenas uma opção)

- () Concordo Totalmente () Concordo Parcialmente () Não Concordo e nem Discordo
 () Discordo Parcialmente () Discordo Totalmente

6 Com quem/onde você recebe informações sobre finanças? (Escolher apenas uma opção)

- () meus pais; () na escola; () na internet; () amigos; () outros.

7 Como você gasta o dinheiro obtido? (Escolher apenas uma opção)

- () Não gasto com nada. Só faço guardar;
 () Gasto a maior parte com alimentação;
 () Gasto a maior parte com vestuário;

Gasto a maior parte com outras coisas.

PARTE 3 – ENTENDIMENTO SOBRE CONSUMO CONSCIENTE

8 Eu consumo objeto somente porque outra pessoa possui ou por *status* social. (Escolher apenas uma opção)

Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Não Concordo e nem Discordo
 Discordo Parcialmente Discordo Totalmente

9 Eu consumo com responsabilidade, buscando consumir apenas o necessário. (Escolher apenas uma opção)

Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Não Concordo e nem Discordo
 Discordo Parcialmente Discordo Totalmente

10 Eu consumo mesmo que não seja necessário, somente para possuir o objeto. (Escolher apenas uma opção)

Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Não Concordo e nem Discordo
 Discordo Parcialmente Discordo Totalmente

11 Sou influenciado pelas propagandas de *marketing* na hora de consumir. (Escolher apenas uma opção)

Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Não Concordo e nem Discordo
 Discordo Parcialmente Discordo Totalmente

12 Buscam controlar a minha vida financeira, consumindo de forma consciente. (Escolher apenas uma opção)

Concordo Totalmente Concordo Parcialmente Não Concordo e nem Discordo
 Discordo Parcialmente Discordo Totalmente