



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE FINANÇAS E CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

MONICK SUENIA SANTOS DE FARIAS

**FATORES QUE INFLUENCIAM NAS TOMADAS DE DECISÕES FINANCEIRAS
DOS ESTUDANTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UNIVERSIDADE FEDERAL
DA PARAÍBA**

**JOÃO PESSOA
2021**

MONICK SUENIA SANTOS DE FARIAS

**FATORES QUE INFLUENCIAM NAS TOMADAS DE DECISÕES FINANCEIRAS
DOS ESTUDANTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UNIVERSIDADE FEDERAL
DA PARAÍBA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba/UFPB.

Orientadora: Prof^a.Dr^a Lucimeiry Batista da Silva

**JOÃO PESSOA
2021**

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

F224f Farias, Monick Suenia Santos de.

Fatores que influenciam nas tomadas de decisões
financeiras dos estudantes de Ciências Contábeis da
Universidade Federal da Paraíba / Monick Suenia Santos
de Farias. - João Pessoa, 2021.

44 f. : il.

Orientação: Lucimeiry Batista da Silva.

TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Educação Financeira. 2. Fatores de Influências. 3.
Estudantes de Ciências Contábeis. I. Silva, Lucimeiry
Batista da. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 657(02)

MONICK SUENIA SANTOS DE FARIAS

**FATORES QUE INFLUENCIAM NAS TOMADAS DE DECISÕES FINANCEIRAS
DOS ESTUDANTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UNIVERSIDADE FEDERAL
DA PARAÍBA**

Esta monografia foi julgada adequada para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada em sua forma final pela Banca Examinadora designada pela Coordenação do TCC em Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba.

BANCA EXAMINADORA



Presidente(a): Prof.(a) Me.(a)/Dr.(a) Lucimeiry Batista da Silva
Instituição: UFPB



Membro: Prof.(a) Me.(a)/Dr.(a) Ana Carolina Kruta de Araújo Bispo
Instituição: UFPB



Membro: Prof.(a) Me.(a)/Dr.(a) Victoria Puntriano Zuniga de Melo
Instituição: UFPB

João Pessoa, 13 de Julho de 2021

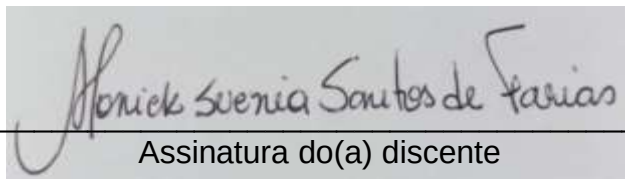
DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA

Eu, MONICK SUENIA SANTOS DE FARIAS, matrícula n.º: 20160131009, autor(a) do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **FATORES QUE INFLUENCIAM NAS TOMADAS DE DECISÕES FINANCEIRAS DOS ESTUDANTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA**, orientado(a) pelo(a) professor(a), Dr^a Lucimeiry Batista da Silva como parte das avaliações do Curso de Ciências Contábeis no período letivo 2020.2 e requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel(a), declaro que o trabalho em referência é de minha total autoria, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte, além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho, obedecendo aos padrões nacionais para referências diretas e indiretas, ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho. Afirmando que em hipótese alguma representa plágio de material disponível em qualquer meio, e declaro, estar ciente das penalidades previstas nos artigos 184 e 298 do Decreto-Lei n.º 2.848/1940 – Código Penal Brasileiro, como também declaro não infringir nenhum dispositivo da Lei n.º 9.610/98 – Lei dos Direitos Autorais.

Assim, se houver qualquer trecho do texto em questão que configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais, assumo total responsabilidade, ficando a Instituição, o orientador e os demais membros da banca examinadora isentos de qualquer ação negligente da minha parte, ou pela veracidade e originalidade desta obra, cabendo ao corpo docente responsável pela sua avaliação não aceitá-lo como Trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Federal da Paraíba - UFPB, no Curso de Ciências Contábeis, e, por conseguinte, considerar-me reprovado no Trabalho de Conclusão de Curso.

Por ser verdade, firmo a presente.

João Pessoa, 13 de Julho de 2021.



Assinatura do(a) discente

Dedico este trabalho ao meu Senhor Jesus Cristo, por ter me concedido a graça, fé e a capacidade de terminar este sonhado curso.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu Deus por sua bondade infinita, em ter me sustentado durante esses anos. Por todas as vezes que me fortaleceu em continuar nesse curso. Por me fazer ser capaz de trabalhar, cuidar da minha família, iniciada com um filho e estou terminando o curso com meus dois filhos. Um menino já crescidinho e com a alegria da chegada da minha filha, tudo isso estudando em uma jornada grandemente cansativa.

Louvo a Deus por poder terminar esse curso e durante esses anos ver o cuidado Dele, me dando livramentos dos que vi e dos que não vi. Tantas noites chegando tarde em casa e saber que a mão de Deus me levava e me fazia chegar em paz em casa! Obrigada Deus, por cada anjo que o Senhor deu ordem ao meu respeito para me guardarem. Pois como diz as Sagradas Escrituras: “Os anjos do Senhor acampam ao redor daqueles que O temem” (Salmos 34:7)

Aos meus pais Jeronço José e Ana Maria por todo amor, preocupação e cuidado; — Ao meu amado esposo, Eduardo Petrus, pelo companheirismo, por todas as noites mesmo cansado estar me esperando no portão de casa, por me ajudar com palavras de força. Ao meu santo filho Samuel Petrus que me encoraja a cada dia a vencer na vida com o seu amor. A minha princesa Clarice Farias que veio no final do 8º período, me mostrando que o impossível é possível quando Deus está à frente e que diga o fraco: “Eu sou forte”! Pois ela me fez ser muito forte, onde jamais eu poderia me imaginar em ser.

Agradeço a Israel Lima por me permitir durante estes anos ter a possibilidade de trabalhar, estudar, concluir este curso e cuidar dos meus filhos em casa; onde pude ter uma gestação tranquila, apesar de muitos afazeres do trabalho e da universidade.

A minha orientadora, Prof^a. Dr^a. Lucimeiry Batista da Silva por toda assistência, paciência, incentivo, atenção e dedicação fornecida. A senhora é uma excelente profissional, que tive a honra de estudar e quero que saiba que me sinto honrada em tê-la como orientadora deste trabalho.

Agradeço a minha irmã Alick Sullimam, mulher corajosa que me fez ser corajosa também, acreditando em mim quando fez minha inscrição no curso de Ciências

Contábeis. Ela é a responsável pelos meus cabelos brancos! E aos meus amados e fiéis amigos de lagrimas, alegrias, sonhos e pesadelos. Amigos da “cordinha”, onde “ninguém solta a mão de ninguém” Bárbara Rafaelli e Paulo Ricardo e fora da Cordinha estava Moisés Macaiba.

Pois Dele, por Ele e para Ele são todas as coisas. A Ele seja a glória para sempre! Amém” Romanos 11:36

RESUMO

O consumismo é atualmente um problema cada vez mais presente no cenário econômico. A educação financeira é uma ferramenta que contribui para o conhecimento de um indivíduo fazendo-o ser capaz de tomar decisões de forma racional e assertiva. A falta da educação financeira pode trazer consequências para a vida de jovens e adultos. E sabemos que é necessário um trabalho cotidiano, identificando, desde cedo, possíveis riscos. Quanto mais conhecimento for adquirido, mais os indivíduos se tornarão capazes de lidar com suas finanças. Como não temos em nossa cultura a inserção desde cedo da educação financeira no ensino formal, as pessoas tendem a ser influenciadas por diversos fatores em suas tomadas de decisões e mesmo em cursos superiores que lidam diretamente com as finanças empresariais, muitos discentes não têm ainda o hábito da educação financeira. Visando identificar se esta situação é pertinente no curso de Ciências Contábeis, este estudo teve como objetivo principal identificar os fatores que influenciam nas tomadas de decisões financeiras dos estudantes do Curso de Contabilidade da UFPB. Quanto à metodologia trata-se de uma pesquisa exploratória com abordagem quantitativa, cuja coleta de dados foi feita por meio da aplicação de questionário, respondido por 120 estudantes, do 5º ao 8º período do referido curso. Os resultados apontam que os discentes sabem a importância de fazer um planejamento financeiro pessoal, no entanto nem todos fazem devido a restrições financeiras, mas os que realizam, estabelecem metas e objetivos, pois sabem que é preciso planejar para alcançar melhor qualidade de vida no futuro. Pode-se inferir, que para as pessoas ouvidas nesta investigação, sem que possamos generalizar, o Curso de Contabilidade influenciou positivamente a qualidade da tomada de decisões financeiras, mesmo que esta inferência não esteja baseada em uma avaliação da qualidade do ensino.

Palavras chaves: Indivíduos; Educação Financeira; Fatores de Tomada de Decisão. Estudantes Ciências Contábeis.

ABSTRACT

Consumerism is currently an increasingly present problem in the economic scenario. Financial education is a tool that contributes to an individual's knowledge, making them able to make rational and assertive decisions. The lack of financial education can have consequences for the lives of young people and adults. And we know that daily work is needed, identifying possible risks early on. The more knowledge gained; the more individuals will be able to manage their finances. As we do not have in our culture the insertion of financial education in formal education from an early age, people tend to be influenced by several factors in their decision-making and even in higher education courses that deal directly with business finance, many students do not yet have the habit of financial education. Aiming to identify whether this situation is relevant in the Accounting Course, this study aimed to identify the factors that influence the financial decision-making of students in the Accounting Course at UFPB. As for the methodology, it is an exploratory research with a quantitative approach, whose data collection was done through the application of a questionnaire, answered by 120 students, from the 5th to the 8th period of the course. The results show that students know the importance of personal financial planning, however not all do due to financial constraints, but those who do, set goals and objectives, as they know that it is necessary to plan to achieve a better quality of life in the future. It can be inferred that for the people interviewed in this investigation, without being able to generalize, the Accounting Course positively influenced the quality of financial decision-making, even if this inference is not based on an assessment of the quality of education.

Keywords: Some; Financial education; Decision-Making Factors. Accounting Students

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Faixa Etária.....	15
Gráfico 2 – Período do curso em que os respondentes se encontram.....	15
Gráfico 3 – Renda Líquida Mensal	16
Gráfico 4 – Quanto poupar da renda líquida mensal.....	16
Gráfico 5 - Conhecimentos para gerenciar os seus próprios recursos	17
Gráfico 6 - Controle de finanças dos respondentes	18
Gráfico 7 - Fatores de influência na tomada decisão financeira	18

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CDC	Código do Direito do Consumidor
CONEF	Comitê Nacional de Educação Financeira
COPON	Comitê de Políticas Orçamentárias
ENEF	Estratégia Nacional de Educação Financeira
IES	Instituições de Ensino Superior
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
OCDE	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ONU	Organização das Nações Unidas

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	14
1.2 OBJETIVOS	15
1.2.1 Objetivo Geral.....	15
1.2.2 Objetivos Específicos	15
1.3 JUSTIFICATIVA	15
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	17
2.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA.....	17
2.2 CONTABILIDADE MENTAL	19
2.3 FATORES QUE INFLUENCIAM NAS TOMADAS DE DECISÕES	20
3. METODOLOGIA.....	22
3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA	22
3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA	22
3.3 COLETA DE DADOS.....	23
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	25
4.1 FAIXA ETÁRIA.....	25
4.2 PERÍODO DO CURSO EM QUE OS RESPONDENTES SE ENCONTRAM.....	26
4.3 RENDA LÍQUIDA MENSAL	27
4.4 QUANTO POUPAR DA RENDA LÍQUIDA MENSAL.....	27
4.5 CONHECIMENTOS PARA GERENCIAR SEUS PRÓPRIOS RECURSOS	29
4.6 CONTROLE DE FINANÇAS DOS RESPONDENTES.....	30
4.7 FATORES DE INFLUÊNCIA NAS TOMADAS DE DECISÕES FINANCEIRAS	31
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS	38
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO.....	41

1 INTRODUÇÃO

O cenário econômico está cada vez mais voltado para o consumismo. Com isso, surge a importância da educação financeira como importante ferramenta de conhecimento que proporciona uma base para que as pessoas possam planejar a vida financeira em médio e longo prazo. Moreira e Carvalho (2013) afirmam acerca da importância da educação financeira para um indivíduo e como esse conhecimento proporciona uma melhor gestão de seus recursos e como impacta uma qualidade de vida melhor.

A Educação Financeira é uma ferramenta que pode contribuir significativamente para mudanças de atitudes. Os desafios nesta área são constantes e se torna fundamental compreendê-la para alcançar a sustentabilidade financeira. As decisões quando tomadas de maneira racional e consciente podem contribuir para o bom desenvolvimento da economia, gerando benefícios não só para os indivíduos, como para a sociedade como um todo (SILVA, 2016).

Através da Educação Financeira os indivíduos melhoram seu entendimento e compreensão sobre os produtos financeiros disponíveis no mercado, e quais os seus riscos, podendo desenvolver habilidades de confiança necessária para a tomada de decisão segura, e melhorando o seu bem-estar (POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2016).

O planejamento financeiro é muito importante para a saúde financeira de um indivíduo. Quando este deseja alcançar um objetivo em sua vida. Para o alcance de suas metas é necessário planejar de forma estratégica, dessa forma será o início para ser definido como o indivíduo se tornará para o resto de sua vida (PALUDO et al., 2011).

Segundo o Comitê de Políticas Orçamentárias – (COPON), o Brasil, está entre os 10+ dos países com as mais altas taxas de juros do mundo. A lista dos maiores juros reais do mundo é divulgada a cada reunião, pelo site MoneYou em parceria com a Infinity Asset Management (COPON, 2014). Sendo visto também como um dos países de maior inadimplência, principalmente entre os jovens. É muito provável que esta situação ocorra devido a carência de Educação Financeira.

Campbell (2006), diz que o nível de escolaridade que um indivíduo atinge, está diretamente relacionado à sua participação ativa no mercado financeiro; dessa forma, quanto maior o nível de escolaridade, maior será a probabilidade de o

indivíduo poupar. Geralmente, as pessoas quando jovens possuem um baixo nível de conhecimento financeiro, pois é nesse período que elas começam a acumular conhecimento, na vida adulta atingem o ápice de seus conhecimentos e quando velhos têm sua capacidade cognitiva reduzida e conseqüentemente sua habilidade de tomar boas decisões financeiras seguras e fundamentadas também reduzida (ARRONDEL; DEBBICH; SAVIGNAC, 2013).

Bessa *et al.* (2014) afirmam que durante a educação básica é necessário incluir de forma adicional a alfabetização econômica e a educação financeira, assim como no ensino médio e no ensino superior. Pressupõe-se que a etapa do ensino superior deve ser ainda mais intensificada, tendo em vista que nesse momento os jovens terão mais maturidade de lidar com suas finanças de forma mais consistente, evitando serem adultos endividados. Se assim ocorre, podem passar pelas etapas da educação e do ensino financeiro tendo mais aptidão para tomar decisões de forma consciente.

O caminho para adquirir consciência financeira não depende apenas dos indivíduos, onde espera-se que no nível universitário, pelo menos nos cursos que preparam futuros profissionais para atuar com as finanças alheias, essa seja uma das diretrizes da formação. Porém, nem sempre os ensinamentos recebidos nas aulas são apreendidos e colocados em prática pelos/as discentes. Tendo esta premissa como ponto de partida, algumas questões inquietaram a discente pesquisadora neste estudo, tais como: será que estudantes do Curso de Contabilidade, da Universidade Federal da Paraíba, colocam em prática em suas vidas os aprendizados financeiros? Como se atualizam e tomam consciência da necessidade da educação financeira pessoal, antes de lidar com as finanças das empresas? Que ferramentas e parâmetros utilizam nas suas tomadas de decisão? Estas, entre outras questões culminaram na proposição da seguinte questão de pesquisa: **Quais são os fatores que influenciam nas tomadas de decisões financeiras de estudantes do Curso Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste estudo foi identificar quais fatores influenciam nas tomadas de decisões financeiras de estudantes de Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Analisar os perfis dos estudantes de Ciências Contábeis
- b) Identificar qual o nível de conhecimento de estudantes de Ciências Contábeis sobre Educação Financeira
- c) Verificar quais os fatores que influenciam nas tomadas de decisões.

1.3. JUSTIFICATIVA

É de suma importância que as instituições de ensino insiram em suas atividades o conteúdo de ensino e aprendizagem da educação financeira, para que possam oferecer orientação aos estudantes, devendo também se preocupar com a formação acadêmica e humana de cada indivíduo, disponibilizando conhecimentos que os preparem para agir de forma crítica no meio onde estão inseridos. Para Kistemann Jr. (2011), as instituições de ensino devem ser canais de conhecimento proporcionando o início do pensamento financeiro-econômico no indivíduo.

Normalmente o indivíduo não tem controle e disciplina sobre o seu próprio dinheiro, não possui ou não utiliza as habilidades cognitivas em finanças para melhor gerenciar seu patrimônio, tornando-se vítima do consumismo exagerado, instigado não por necessidades, mas por desejos impostos insistentemente pela mídia. Considerando que a educação financeira faz parte do dia a dia das pessoas, vale ressaltar a relevância de conhecer melhor a prática, haja vista a importância de aprimorar o conhecimento em finanças, para verificar os benefícios que o planejamento nessa área pode trazer para o futuro de profissionais de Contabilidade.

O presente estudo espera contribuir ainda, trazendo reflexões a partir da explanação acerca do nível da educação financeira de estudantes de Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba, que pode ser associada a características individuais e econômicas desenvolvidas durante o curso.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este Referencial Teórico está dividido em três partes. A primeira evidencia a Educação Financeira, apresentando os conceitos, objetivos, características e seus impactos na economia. A segunda parte aborda sobre a contabilidade mental e a terceira, os fatores que influenciam nas tomadas de decisões financeiras.

2.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

A educação financeira foi definida pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2009), como meio fundamental para incrementar o nível de letramento financeiro da população. De forma direta, auxilia os indivíduos a entender quais são os riscos financeiros que os ajuda a tomar decisões mais assertivas na gestão de seus recursos financeiros.

Para Borges (2014), educação financeira é a capacidade dos indivíduos de tomar decisões apropriadas no planejamento de suas finanças pessoais. Desse modo, a educação financeira e as finanças pessoais referem-se ao conjunto de conhecimentos e habilidades que permite ao indivíduo consumir de forma consciente.

A Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), afirma que a educação financeira deve ser um processo contínuo, atual e permanente, caso contrário, não é educação (OCDE, 2014).

Práticas educacionais podem ser elaboradas para que ocorram mudanças intrínsecas em cada indivíduo, desta forma, a educação financeira não pode ser apenas a transmissão de conhecimentos, deve ser uma forma de conscientização. Fazer com que uma criança tenha acesso a educação financeira, desde o início de sua alfabetização, ajuda a torná-la um indivíduo com mais familiaridade com o valor do dinheiro e como o administrar. Cerbasi (2011) reforça essa ideia ao apontar que tomar iniciativas cedo de forma correta é o que fará a diferença na vida de um indivíduo para que tenha uma vida financeira saudável.

Segundo D'Aquino (2008) a relação com o dinheiro é algo construído a longo prazo. Pois os retornos não irão acontecer de forma imediata, tendo em vista que o pensamento será construído e precisa ser vivenciado no dia a dia.

Bandeira e Moura (2012) entendem que a educação financeira transforma o cidadão comum, sendo ele um potencial consumidor e possível investidor que venha adquirir um conjunto de conhecimentos de como gerir seus recursos financeiros através de informações uteis, que lhe proporcione desenvolver a capacidade e a confiança de tomar suas decisões e ter um olhar mais atento e crítico diante de oportunidades financeiras.

O objetivo de uma educação financeira consistente é o de tornar o indivíduo consciente para todas as decisões que envolvam dinheiro e que ele seja consciente das oportunidades e riscos de todas as ações que pode realizar.

Segundo Godfrey (2007), a educação financeira é importante pois mostra as necessidades de semear esta ideologia, ao informar que:

Escolas e empresas estão apenas começando a perceber que a educação financeira é importante – e que é necessário começá-la desde cedo. No entanto, ainda pertencemos a uma cultura incipiente demais em finanças. Nosso débito nacional sobe às alturas, bem como nosso débito pessoal. A falência tem se tornado um problema nacional. Débitos com cartão de crédito se alastram. E as nossas crianças não sabem o suficiente sobre dinheiro (GODFREY, 2007, p. 10).

No Brasil, a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), instituída pelo Decreto nº 7.387/10 e implementada pelo Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF), tem como foco disseminar informações, formações e orientações. Silva (2011) afirma que a ENEF institui o desenvolvimento da educação financeira, afetando as decisões de consumo e investimento, resultando num nível maior de qualidade de vida, porém, ainda não se tem clareza sobre como promover de forma eficaz a educação financeira.

Diante do exposto, é notória a influência que a educação financeira tem sobre a vida das pessoas e é importante que o indivíduo tenha consciência de suas atitudes financeiras, pois estas poderão trazer consequências benéficas ou trágicas para o futuro. De acordo com Silva (2011), a tranquilidade financeira depende de ações conscientes e inteligentes, condizentes é claro, com a situação econômica de cada um.

2.2 CONTABILIDADE MENTAL

O ser humano nem sempre toma decisões racionais quando se trata de decidir a captação e o destino de seus recursos financeiros. A área financeira é muito relevante na vida de um indivíduo, tendo essa importância em mente, podemos dizer que a educação financeira pode ser o caminho mais eficaz para contribuir para tomadas de decisões mais corretas.

Thaler (1999) aborda a educação financeira a partir da teoria conhecida como “Contabilidade Mental”, que sugere aos indivíduos organizar em suas mentes um raciocínio com modelos de decisões, com o objetivo de tomar decisões financeiras-econômicas, como ocorre em uma empresa com um bom sistema de informações.

Segundo Souza (2007), o cérebro de um indivíduo consumidor, funciona de forma diferente quando o assunto é consumir. A emoção concorre igualmente com a razão, mas a emoção consegue ultrapassar com frequência, dessa forma o impulso emocional prevalece em questões de descontrole financeiro. O cérebro precisa ser gerenciado, pois as emoções em um cérebro consumista põem em risco os critérios racionais para se orientar sobre gastos indevidos e ter coerência em suas tomadas de decisões financeiras.

A Contabilidade Mental tem como objetivo avaliar as características comportamentais que afetam as tomadas de decisões de um indivíduo. Um dos aspectos mais consideráveis na Contabilidade Mental é a “Teoria do Arrependimento”, onde se analisa a reação de um indivíduo quando percebe que tomou uma decisão errada. O arrependimento é definido como um estado psicológico, onde obteve-se resultado através da comparação de opções escolhidas em relação as opções rejeitadas. (Inmam et al., 2007)

A Contabilidade Mental julga antes de tudo, uma decisão que dá conforto a quem está decidindo. Pode ser uma escolha incoerente, porém que proporcione um certo bem-estar. Existem pessoas que não suportariam a ideia de perder algo com valores financeiros, onde prefeririam conseguir um valor menor, que arriscar ganhar muito e depois se arrepender, isto é o que diz o ditado popular: “é melhor um pássaro na mão, do que dois pássaros voando”.

Marion (2008) afirma que quando se decide assumir uma condição emocional, implica que a tomada de decisão, pode não ser uma atitude racional, disto também se origina o pensamento da Contabilidade Mental. Ainda segundo Marion (2008) alguns aspectos emocionais ou a falta de conhecimento sobre a educação

financeira, podem impedir os indivíduos para uma tomada de decisão de forma racional.

2.3 FATORES QUE INFLUENCIAM NAS TOMADAS DE DECISÕES FINANCEIRAS

Os indivíduos contemporâneos devem estar atentos para as influências que lhes cerca através das mídias digitais e os diversos meios de comunicação. Tendo em vista que as crianças e os jovens estão cada vez mais cedo com acesso à internet.

Como um indivíduo que possui múltiplas facetas. [...] Ele consome bens e serviços em um mercado global, é consciente de seus direitos e exerce plenamente sua dimensão de cidadão, bem como utiliza a web cotidianamente para aprender, trabalhar e viver, além de ser mais bem informado (SAMARA; MORSCH, 2012, p. 246).

Conforme Giglio (2010) a internet está mudando o comportamento do consumidor, as pessoas têm ampliado sua preferência em utilizar essa ferramenta para efetuar suas compras, considerando-a rápida e segura, destacando que a praticidade e a agilidade são os pontos positivos que levam os clientes online a aderir a essa nova ferramenta, influenciando diretamente na tomada de decisão de compra. O mesmo autor destaca que a internet oferece a segurança do encapsulamento e do anonimato, tendo como enorme vantagem à possibilidade de estar em contato com o mundo inteiro sem colocar os pés para fora de casa.

Lemos (2014), leciona também que: os consumidores estão vivendo num mundo onde à antiga assimetria de informações entre vendedores e clientes não existe mais. A internet resolveu isso de maneira exemplar e radical. Hoje o consumidor pode encontrar várias opções do que procura, descobrir como funcionam os produtos, comparar suas características e contar com a avaliação de clientes reais e especialistas (LEMOS, 2014).

Segundo Marques e Satriano (2010), através de influências de canais de propaganda na TV, a mídia em geral, canais de disseminação de informações externa e interna, influenciam o indivíduo para que comece a criar um padrão de comportamento voltado ao hábito de consumo. O consumismo conduz a caminhos que não se deve andar sem ajuda de uma orientação financeira, para compras supérfluas.

Segundo Fonseca (2014) *apud* Silva e Tavares Neto (2007), consumismo é estudado como uma forma de alienação na medida em que o indivíduo perde a

capacidade de discernir entre suas necessidades reais e as que lhe foram impostas por meio de aceitação de valores, da naturalização desse consumo supérfluo.

O Dia do Consumidor, tradicionalmente comemorado no dia 15 de março, proporciona as pessoas boas oportunidades de consumo, o que para os empreendedores é mais uma excelente data para potencializar as vendas (SILVA, 2021). Historicamente, o Dia Internacional do Consumidor não nasceu como uma data comercial, criado nos Estados Unidos e encampado pela Organização das Nações Unidas (ONU), o objetivo desde o início era promover a importância dos direitos do consumidor.

Assim, desde o seu lançamento oficial, a proposta é que as comemorações ajudem a melhorar as relações de consumo. Isso envolve, por parte das lojas, respeito aos direitos do consumidor em relação à segurança, à informação e ao processo de escolha. Vale lembrar que a maioria desses direitos está presente nas legislações que regem a atividade de comércio também no Brasil, como o Código de Defesa do Consumidor e a própria Lei do E-commerce (SILVA, 2021).

As propagandas são meios de atrair a atenção dos indivíduos com suas ofertas de algo que na visão de um consumista é indispensável, pois acabou de ser seduzido e manipulado pelo capitalismo, com facilidades de compras que ao final, pode levar ao comprometimento da sua renda financeira. De acordo com Sampaio (2012), uma das causas é que vivemos em uma sociedade, logo, as pessoas interagem entre si e buscam ter uma boa relação com as demais.

Alguns fatores estão ligados às influências que podem afetar nas tomadas de decisões financeiras dos indivíduos, tais como, facilidade de crédito, desequilíbrio emocional, situação social, além de influências diversas como: mídias digitais, propagandas, anúncios, televisão, rádio e convívio familiar.

Na sociedade as necessidades e os gostos variam conforme cada nível econômico. Enquanto as classes sociais mais baixas buscam realizar suas necessidades básicas para sua sobrevivência, as classes sociais mais abastadas possuem melhores condições financeiras de satisfazer suas prioridades. Eles buscam necessidades supérfluas, que a vista dos menos favorecidos são luxos inalcançáveis. (BOURDIEU, 1983).

Conclui-se que o consumismo indevido, com suas práticas de compras fora de uma realidade necessária, deve ser combatido entre os indivíduos através da prática da educação financeira, onde deve ser iniciada desde a infância, com a

adoção da educação financeira básica para que a vida adulta não seja impactada de forma negativa, com indivíduos sem um gerenciamento adequado de suas finanças, tendo que combater de forma sem instruções fatores que influenciem as suas tomadas de decisões financeiras.

3. METODOLOGIA

Este capítulo aborda a metodologia utilizada, evidenciando a tipologia aplicada, o universo e a amostra, a delimitação, a coleta e a análise dos dados, assim como, quais as etapas realizadas para a execução da pesquisa.

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

O presente estudo utilizou a abordagem quantitativa, á medida que se propôs a analisar as ações e quais as relações humanas, nas condições e frequências de determinadas atitudes e comportamentos dos indivíduos.

De acordo com Perovano (2014), o processo descritivo visa identificar, registrar e analisar as características, os fatores e/ou as variáveis que possam se relacionar com o fenômeno e o processo a ser abordado.

Acerca dos procedimentos, adotados, a presente pesquisa configura-se como levantamento ou survey. Levantamento é a interrogação direta às pessoas cujo comportamento se deseja conhecer (GIL, 2008). Para isto, solicitam-se informações a um grupo determinado de indivíduos para que se prontifiquem a responder acerca de um problema e em seguida, através de procedimentos de análise, obtêm-se os resultados e chega-se às conclusões, transformando-os em informações relevantes para a compreensão e/ou solução do problema.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A pesquisa foi aplicada aos discentes do curso de Ciências Contábeis do 5º ao 8º período do turno da noite da Universidade Federal da Paraíba-UEPB. A decisão por este recorte da população de estudantes se baseou na grade matriz curricular, cujas disciplinas com foco e mais informações financeiras são ministradas a partir do 5º período, portanto, como o objetivo do estudo foi “identificar quais fatores influenciam nas tomadas de decisões financeiras dos estudantes de Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba”, optou-se por ouvir estudantes que já tiveram contato direto com os ensinamentos sobre finanças.

O curso de bacharelado de Ciências Contábeis da UEPB tem aproximadamente 1.000 alunos, conforme fonte da coordenação do curso informada

em julho de 2021. Foi utilizada uma amostra de 120 alunos ativos do curso de ciências contábeis entre o 5º e o 8º período.

O sistema de informações da universidade - SIGAA não disponibiliza relatórios com o número de discentes que estão efetivamente cursando determinado período. Todavia, é possível levantar o número de discentes que ingressaram em um determinado período e que se encontram atualmente com a matrícula ativa.

Sendo assim, foi levantado o número de discentes ingressantes dos períodos 2017.2 (5º período), 2017.1 (6º período), 2016.2 (7º período) e 2016.1 (8º período), que se encontra com a matrícula ativa no curso de Ciências Contábeis.

A quantidade de respondentes ocorreu, tendo em vista como critério o que cita Vergara (2005), optando-se pelo tipo de amostra que seleciona elementos por acessibilidade, ou seja, pela facilidade de acesso, assim, o formulário de coleta de dados foi enviado para todas as turmas que compõem esses períodos e respondidos por quem se dispôs a colaborar com a pesquisa.

3.3 COLETA DE DADOS

Os dados foram coletados a partir de um questionário com 17 questões objetivas, aplicado no período de 13 a 18 de maio de 2021. O questionário, focado no objetivo geral de identificar os fatores que influenciam nas tomadas de decisões financeiras dos estudantes do curso de Ciências Contábeis da UFPB, visou verificar ainda outras características individuais como: gênero, idade, estado civil, semestre cursado e valor da renda mensal líquida de cada respondente. Para isso, foi dividido em um primeiro momento para a obtenção de informações sobre o perfil dos respondentes e um segundo momento sobre os conhecimentos dos discentes e por fim questionou-se os fatores de influência das decisões financeiras.

O levantamento de dados foi implementado por meio de formulário eletrônico fornecido gratuitamente pela plataforma **Google Forms**. Esta ferramenta oferece a facilidade de assim que o formulário é preenchido pelos respondentes, as respostas são computadas imediatamente e disponibilizadas na plataforma, além de ser encaminhado e-mail para o usuário que o criou. O link de acesso ao questionário foi enviado por e-mail e pelo aplicativo de mensagens **WhastApp**, de acordo com os contatos da discente pesquisadora e de alguns docentes do curso.

As respostas foram copiadas do relatório do **Google Forms**, sendo também registradas e tabulados em planilha eletrônica, e alguns dos resultados foram

expostos em formato de gráfico. A pesquisa possui cunho quantitativo, onde esta modalidade atua sobre um problema social ou humano. É composta por variáveis quantificadas por números que foram analisados de modo estatístico básico pela frequência (KNECHETEL, 2014).

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

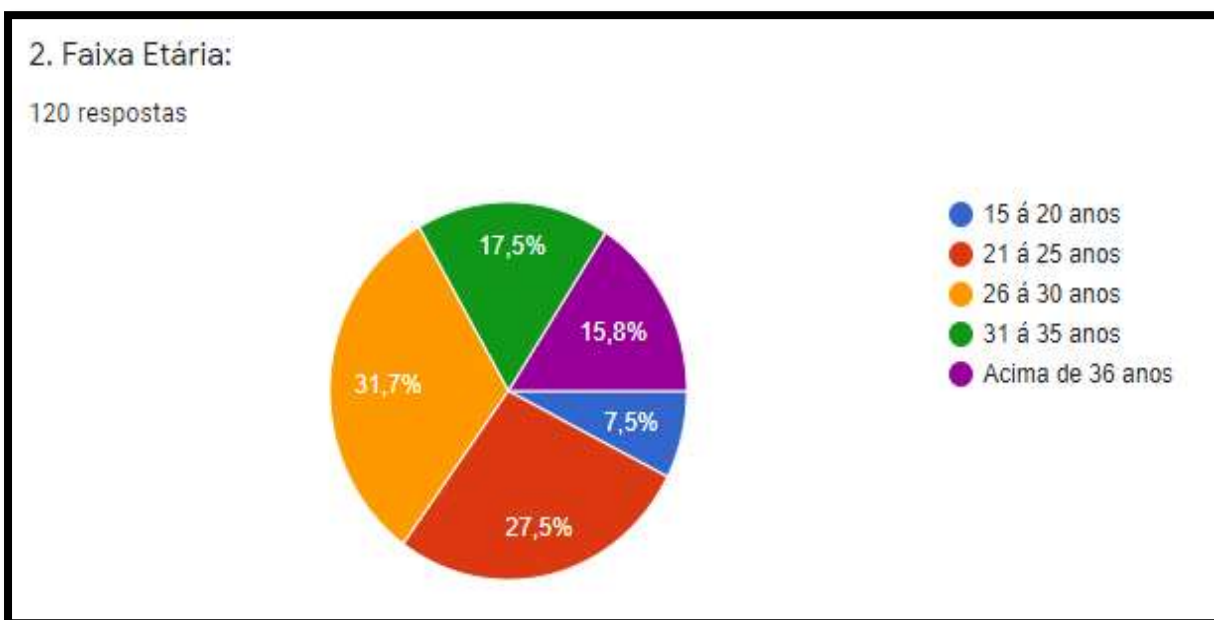
Nesta seção apresentam-se os resultados obtidos a partir do questionário aplicado aos alunos do 5º ao 8º períodos do curso de Bacharelado em Ciências Contábeis da UFPB.

Sobre a representação de gênero dos 120 respondentes, 62 se identificaram no gênero feminino e 58 masculinos; mais mulheres se dispuseram a colaborar com a pesquisa, entretanto, neste caso, com um número de homens que responderam a pesquisa foi muito próximo.

Moura (2018), em pesquisa que tinha como objetivo identificar a percepção dos alunos do curso de Ciências Contábeis, 7º e 8º períodos, das Instituições de Ensino Superior (IES), encontrou em relação ao perfil: 58,82% do gênero feminino e 41,18% do masculino. A pesquisa de campo, de Sousa Martins e Neto (2014), revela dados semelhantes, com 58% de discentes do curso de Ciências Contábeis identificadas como mulheres e 42% como homens. Analisando os três estudos, somados a esta investigação, se pode inferir que as mulheres são maioria no curso de Ciências Contábeis, independentemente, do local em que estudam.

4.1. PERFIL DOS RESPONDENTES EM RELAÇÃO À FAIXA ETÁRIA

Gráfico 1: Faixa etária dos respondentes.



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

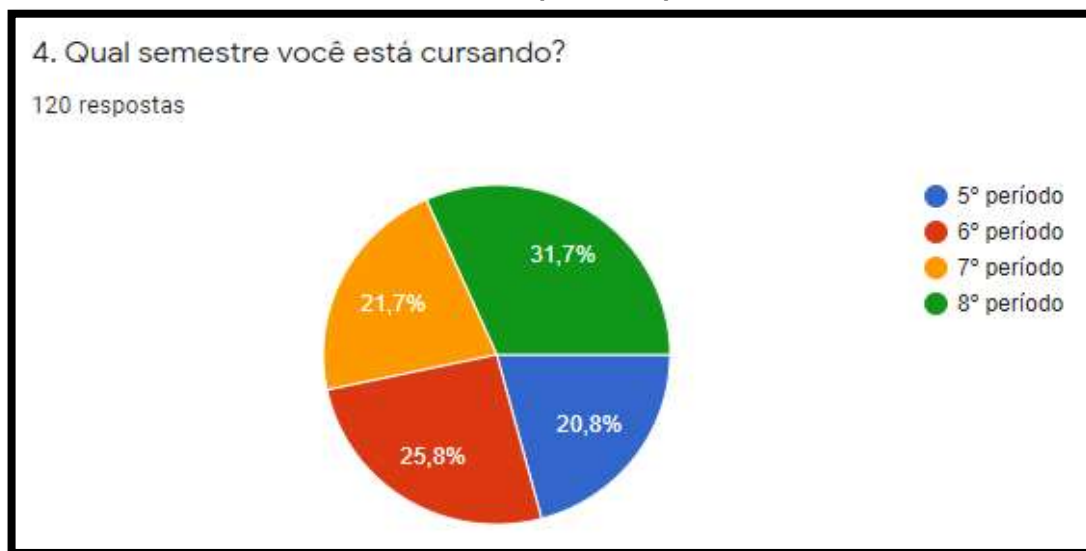
O Gráfico 1 facilita a visualização da faixa etária dos participantes, apresentando maior prevalência de idade entre 26 e 30 anos de idade (31,7%), e de 21 a 25 anos de idade (27,5%) e entre 15 e 20 anos (7,5%), ou seja, se somarmos as faixas etárias até os 30 anos teremos a maioria dos estudantes ouvidos nesta amostra (66,7%). Tais achados são semelhantes aos da pesquisa de Moura (2018), em que a faixa etária que apresenta maior predomínio é a inferior a 30 anos de idade, o que retrata um perfil acadêmico relativamente jovem, nas duas pesquisas.

Os resultados nos permitem inferir que as pessoas estão pensando ainda jovens em sua formação acadêmica, em adquirir conhecimento. Os resultados vão ao encontro da tendência mundial, em que as pessoas estão mais focadas na sua carreira profissional.

4.2 PERFIL DOS RESPONDENTES EM RELAÇÃO AO PERÍODO QUE ESTÃO CURSANDO.

O Gráfico 2, apresenta o período do curso em que os respondentes se encontram.

Gráfico 2: Período do curso em que os respondentes estão cursando



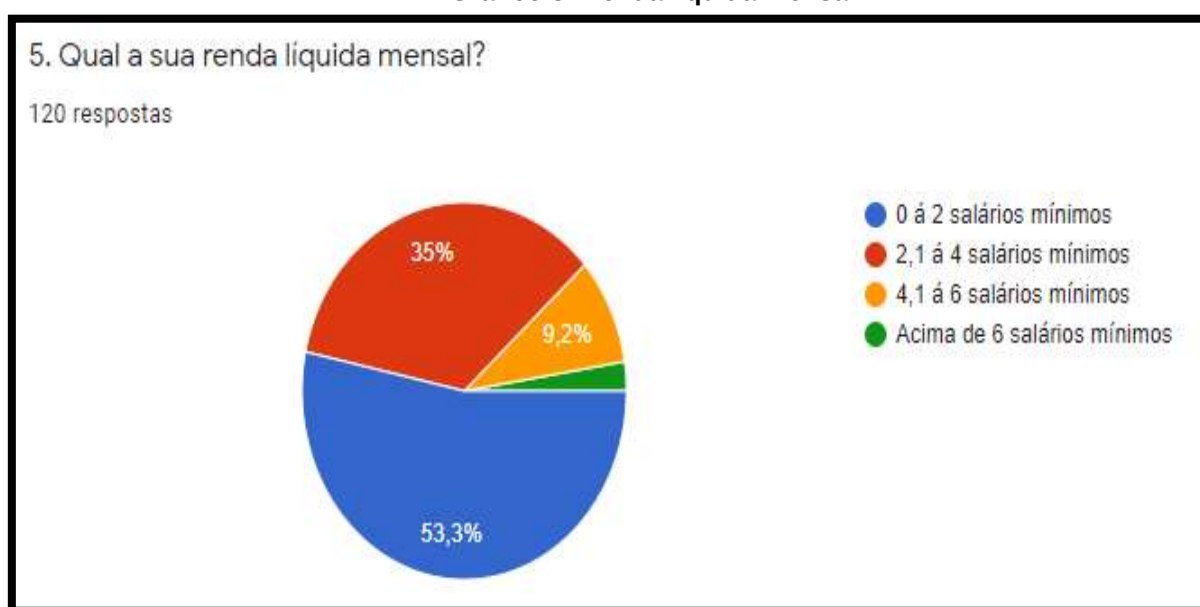
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

O Gráfico 2, mostra que embora a escolha dos elementos tenha sido por acessibilidade, os respondentes que aceitaram participar da pesquisa foram distribuídos quase que equitativamente entre os períodos, podemos visualizar no gráfico que a maioria (31,7%) dos discentes está cursando o 8º período, e os outros três períodos obtiveram em torno de 20% dos respondentes, estando 21,7% no 7º período, 20,8% no 6º período e 20,8% no 5º período.

Ainda sobre o perfil dos respondentes, o questionário, procurou identificar a renda líquida dos discentes, assim como, quanto costumam poupar mensalmente. Os dados estão dispostos nos Gráficos 3 e 4

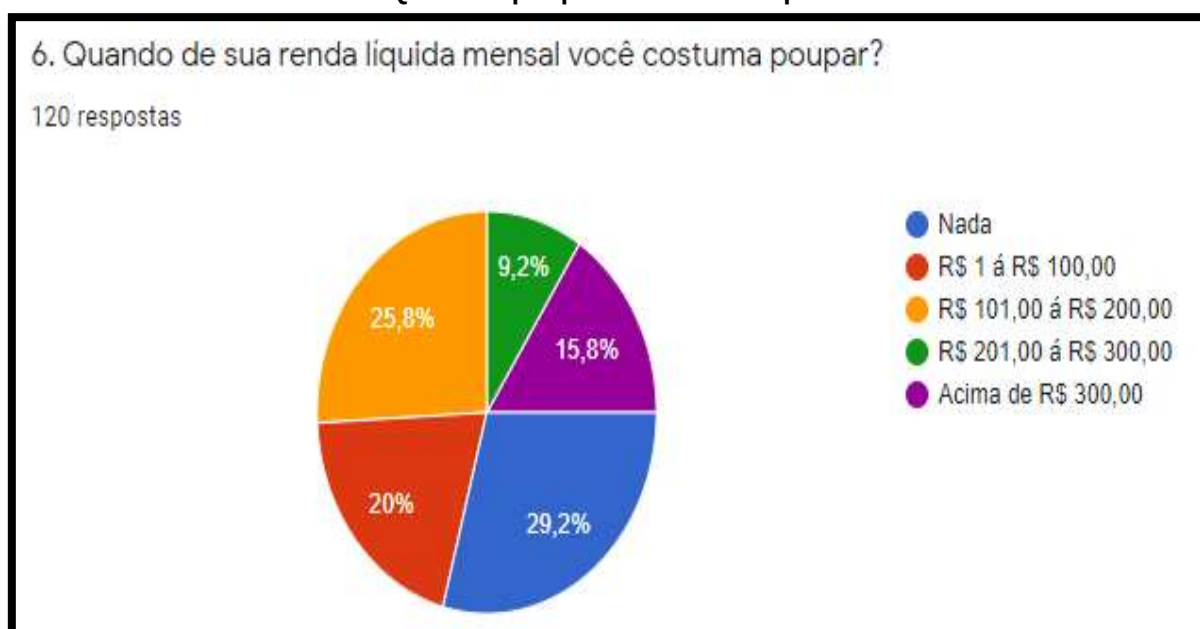
4.3 PERFIL DOS RESPONDENTES EM RELAÇÃO À RENDA LÍQUIDA MENSAL

Gráfico 3: Renda líquida mensal



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Gráfico 4: Quanto é poupado da Renda líquida mensal.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

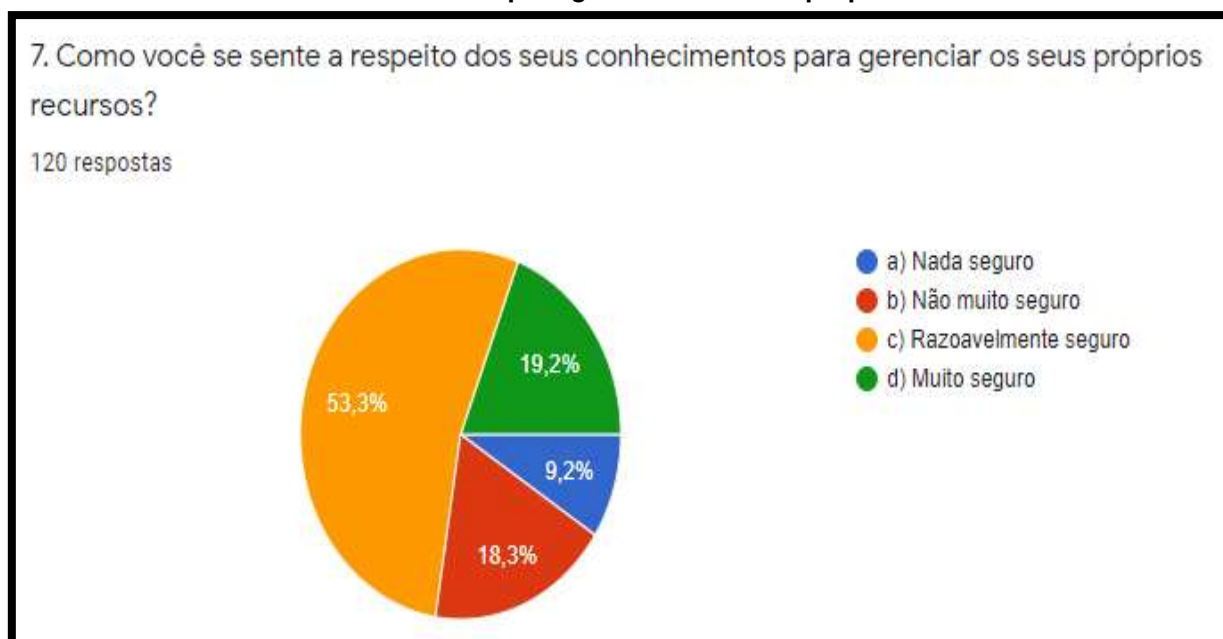
Diante dos dados apresentados no Gráfico 3, evidencia-se que boa parte dos estudantes ganha entre 0 e 2 (dois) salários-mínimos com uma porcentagem de aproximadamente (53,3%) dos respondentes, já os que ganham acima de seis salários-mínimos pertencem a minoria tendo apenas uma porcentagem de (2,5%) do total de respondentes.

O valor poupado pelos discentes visualizados no Gráfico 4 é relativamente baixo: cerca de 29,2% não costumam poupar absolutamente nada; 25,8% costumam poupar entre 1 e 100 reais e 15,8% poupam acima de 300 reais por mês.

Assim como na pesquisa de Lucci (2016), nesta investigação é possível verificar que o nível de conhecimento influencia a qualidade das decisões financeiras tomadas pelas pessoas. Porém, mesmo com o conhecimento dos estudantes, a sua grande maioria não realiza uma frequência de poupança de suas economias, o que pode ser analisado em comparação à sua renda líquida mensal.

4.4 PERFIL DOS RESPONDENTES EM RELAÇÃO CONHECIMENTO PARA GERENCIAR SEUS PRÓPRIOS RECURSOS.

Gráfico 5: Conhecimentos para gerenciar os seus próprios recursos.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

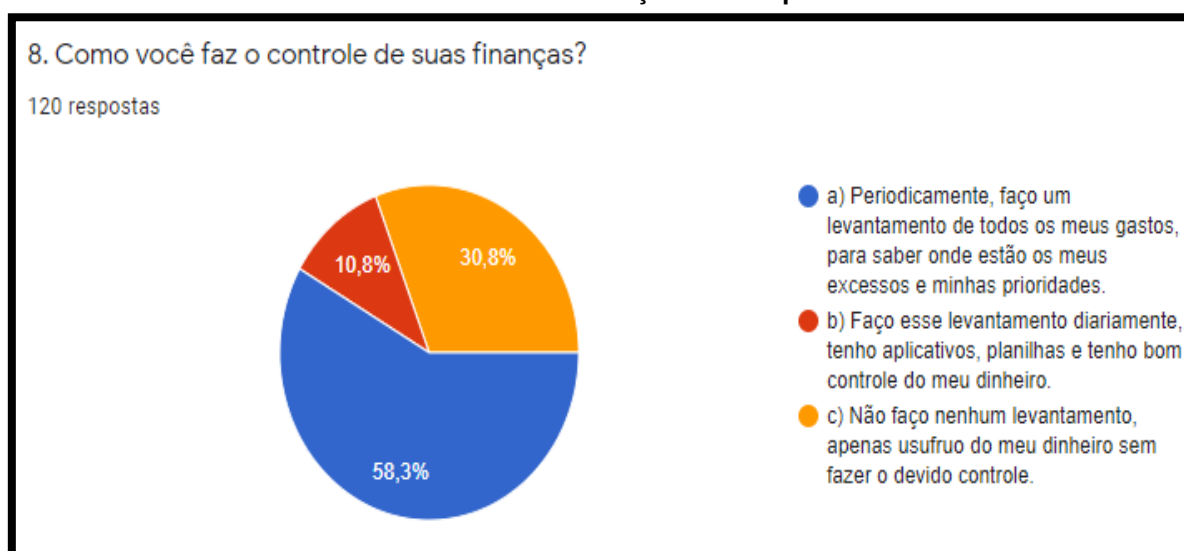
Nos dados apresentados no Gráfico 5 em relação aos conhecimentos para gerenciar os próprios recursos (53,3%) responderam que se sentem razoavelmente seguros para gerenciar os seus próprios recursos, (19,2%) consideram-se muito seguros, (18,3%) não muito seguros e apenas (9,2%) declararam-se nada seguro.

Beal e Delpachtra (2003) argumentam, alternativamente, que o cidadão educado financeiramente não deveria possuir apenas a habilidade de compreender conceitos-chave relacionados à gestão do dinheiro e de produtos e serviços financeiros, mas deveria também possuir uma atitude voltada para a gestão eficiente e responsável dos recursos financeiros.

No Gráfico 6, são apresentados os resultados obtidos quando os discentes foram questionados como fazem em relação ao controle de suas finanças.

4.5 PERFIL DOS RESPONDENTES EM RELAÇÃO AO CONTROLE DE FINANÇAS

Gráfico 6: Controle de finanças dos respondentes.



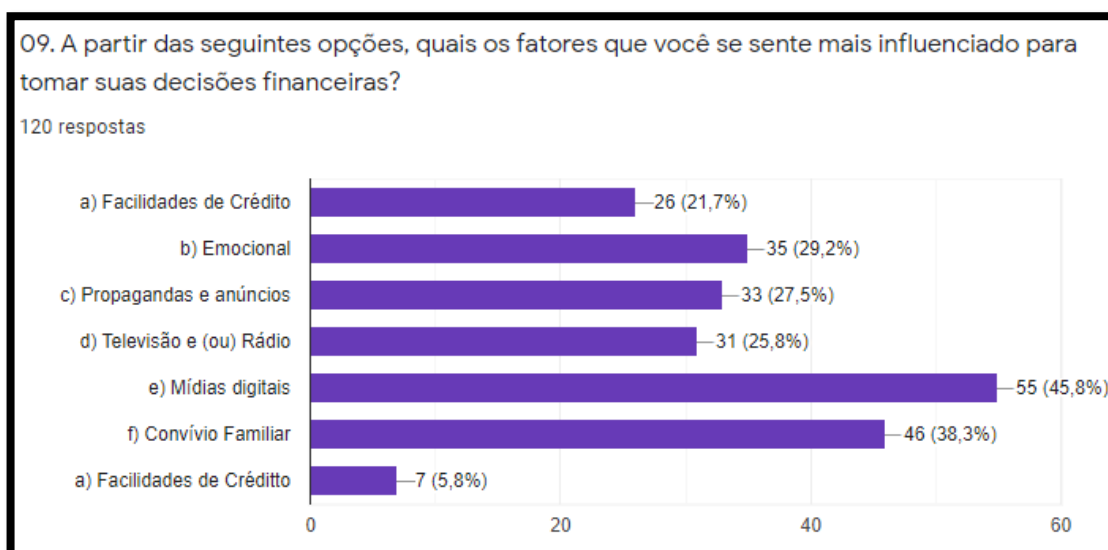
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Vemos que a maioria (58,3%) respondeu que periodicamente faz um levantamento de todos os gastos para saber onde estão os excessos e suas prioridades. Já 30,8% responderam não fazer nenhum levantamento, apenas usufruir do dinheiro sem o devido controle e (10,8%) responderam que fazem um levantamento diariamente, tendo aplicativos, planilhas e um bom controle do seu dinheiro.

Diretamente relacionado ao principal objetivo desta investigação, os discentes foram questionados sobre quais fatores mais influenciam nas suas tomadas de decisões financeiras.

4.6 PERFIL DOS RESPONDENTES EM RELAÇÃO AOS FATORES QUE INFLUENCIAM NAS TOMADAS DE DECISÕES FINANCEIRAS.

Gráfico 7: Fatores de influência na tomada decisão financeira.



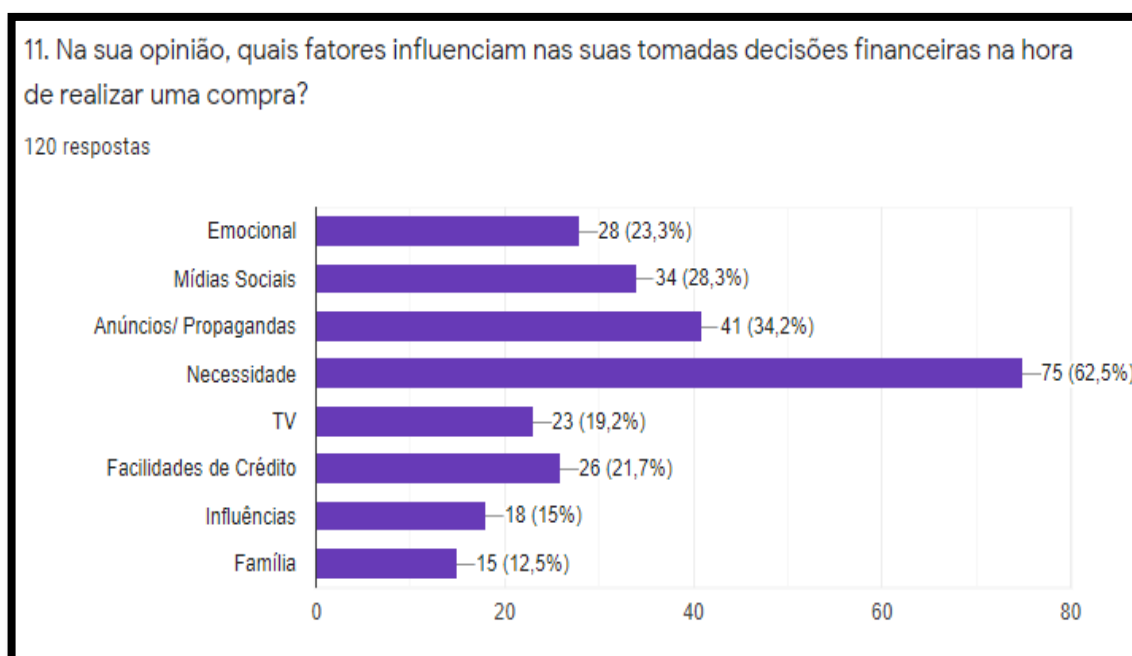
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Para a leitura desses dados, é preciso esclarecer que mais de um fator poderia ser escolhido pelos respondentes. Nos dados apresentados no Gráfico 7 em relação aos fatores influenciáveis na tomada decisão financeira a maioria (45,8%) respondeu que são as mídias digitais as responsáveis por suas decisões. Em segundo lugar como fator de maior influência está o convívio familiar, com 38,3%. E em terceiro lugar estão os fatores emocionais, com (29,2%) dos respondentes tendo apontado como influenciadores das suas decisões financeiras. Embora esteja na terceira posição como fator mais indicado, para uma amostra de universitários do Curso de Ciências Contábeis, pode ser considerado alto, uma vez que as emoções não são racionais, não dependem de fatos e dados, premissas básicas da profissão de Contador. As propagandas e anúncios correspondem a 27,5% dos fatores de influência para os respondentes, e (21,7%) apontaram que as facilidades de créditos têm influência nas suas decisões.

Outro dado importante sobre a forma de lidar com a educação financeira é a tomada de decisão na hora de comprar, para saber mais informações sobre este tema, os discentes foram questionados sobre quais fatores influenciam na hora de realizar uma compra.

Os resultados estão dispostos no Gráfico 8

Gráfico 8: Fatores de influência na tomada decisão financeira.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A decisão de compra é abordada pela teoria de Churchill e Peter (2007) como o momento em que o consumidor irá decidir se fará ou não a compra. Antes de analisar as respostas dispostas no Gráfico 8, importa, mais uma vez, ressaltar que esta questão permitia respostas múltiplas. Podemos visualizar que um percentual de 62,5% indicou o fator necessidade como mais importante na hora de decidir por uma compra, o que é uma atitude esperada de quem tem uma educação financeira básica. Enquanto os anúncios e propagandas apresentaram-se como influenciadores em um percentual de 34,2%, como os principais responsáveis pela tomada de decisão, o que pode ser identificado como um fator de impulso, uma vez que não levam em consideração a necessidade para tomar esta decisão.

As mídias sociais têm um fator de influência de 28,3% nas compras, o que pode ter sido ampliado devido ao momento de pandemia da Covid 19, vivenciada em todos os países do mundo. Assim como os 23,3% apontados para o fator

emocional como influenciador da decisão de compra. Em relação aos 19,2% atribuídos ao uso da televisão, acredita-se que em outros momentos da vida nacional esse fator já tenha atingido importância superior, e que tenha diminuído com a influência das mídias sociais, mais utilizadas atualmente pelos jovens do que a televisão, estes são os dados mais relevantes sobre este tema.

Durante seu crescimento os indivíduos, são influenciados por diversos fatores na hora de decidirem, estes podem ser internos ou externos. Na vida adulta, a princípio, as pessoas são influenciadas pelos pais, amigos, colegas de trabalho e muitas vezes, têm influência indiretamente do turbilhão de informações consumistas nos meios de comunicação. Todas essas influências ajudam na formação de valores e atitudes e estes por sua vez influem as decisões (CHURCHILL, PETER, 2007).

Os discentes foram questionados sobre o uso de redes sociais como possibilidade de influência na tomada de decisão de compra, 66,7% dos respondentes admitiram que as redes têm esse poder sobre a disposição em comprar, enquanto os outros 33,3%, não se consideram influenciados. De acordo com pesquisa realizada pelo Instituto IBOPE/NetRatings (2015), o impacto da publicidade nas redes sociais é quinhentas vezes maior que em outras mídias, e este impacto é ampliado diante do fato do Brasil ser o 5º país mais conectado.

O mercado está mudando à medida que mais pessoas se conectam à internet todos os dias, para entre outras coisas, compartilharem informações sobre produtos e serviços com consumidores espalhados pelo mundo. O comércio eletrônico (e-commerce) surge nesse contexto de competitividade e se estabelece como um negócio que oferece altos índices de crescimento no mundo de maneira geral. As inúmeras oportunidades do mundo virtual apontam para a necessidade de busca a respeito dos hábitos de consumo dos internautas (UOL,2019).

Visando aprofundar essa informação, os discentes foram questionados se já realizaram a compra de um produto fora do seu orçamento, influenciados pelas mídias sociais. A esse respeito, o percentual de pessoas que admitiu ter tido esta atitude foi bastante alto, levando-se em consideração o nível declarado de informação e consciência financeira dos respondentes, pois 55,8% responderam que foram influenciados pelas mídias na decisão de compra.

Além disso, esperava-se que com a facilidade de acesso à informação, os respondentes estivessem definindo papéis mais decisivos na compra, como o que desejam comprar, onde comprar, como e quantos estão dispostos a pagar.

Considerando-se ainda que isso tudo possa ser definido em poucos minutos na internet. É possível que a partir da tomada de consciência em relação à economia da informação, esta pode ser introduzida e mudar quase todos os aspectos da vida diária, proporcionando um grande poder de negociação aos consumidores, transferido da criação de comunidades virtuais.

Importa ressaltar que desde o surgimento da internet e do consumo de produtos e serviços advindos dela, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) já se atualizou e aderiu a esse novo meio de compra, estabelecendo as obrigações dessas empresas com os consumidores. Sendo assim, as relações online não se afastam das normas estabelecidas pelo código que foi corretamente adaptado aos contratos eletrônicos. Com todas essas mudanças, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) está disponível para pessoas que comprem online e nas relações de trocas de produtos adquiridos na internet.

Em seguida os discentes foram questionados se o ambiente universitário influencia ou influenciou sua forma de lidar com as finanças pessoais e se o curso de Ciências Contábeis fornece subsídios para solucionar questões acerca das finanças pessoais.

Quanto ao ambiente universitário influenciar ou ter influenciado na forma de lidar com as finanças pessoais, a imensa maioria (80,8%) respondeu que sim, há influência do ambiente nas suas decisões acerca do tema e apenas 19,2% não reconhece que o ambiente influencia na sua forma de lidar com as finanças.

Quando perguntados se o curso fornece subsídios para solucionar questões acerca das finanças pessoais a maioria totalizando (86,7) respondeu que sim e apenas 13,3% não identifica que há informações suficientes no curso para apontar soluções para questões relacionadas às finanças pessoais. O que pode se perceber que há direta ligação entre a universidade ser um ambiente favoravelmente influenciador e o curso de ciências contábeis possuir subsídios que ajudam os alunos do curso para que obtenham a educação financeira apropriada e de forma consistente. O que sugere que a educação financeira proposta na grade curricular da universidade é mecanismo de conhecimento para os estudantes em orienta-los em suas tomadas de decisões financeiras de forma assertiva.

A contabilidade aparentemente é algo distante da realidade ou da vida pessoal, mas quando se conhece mais de perto, percebe-se que ela está envolvida em nossa vida, seja no recebimento de receitas (salários ou outros ganhos) ou na

maioria das atividades realizadas no dia a dia, que gera gastos e despesas. Com isso, a contabilidade se torna uma ferramenta útil de controle e auxílio à tomada decisão financeira, pois com a utilização dos seus conceitos básicos pode-se verificar a situação financeira real do seu patrimônio e ter êxito nas tomadas de decisões (GAL,2015).

Finalizando, importa ressaltar que alguns autores que deram suporte nesta etapa de análise não estão no referencial teórico porque suas contribuições foram importantes para a comparação com os achados de pesquisa, que inicialmente, na construção da base teórica, ainda não faziam parte das inquietações da pesquisadora.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta do presente estudo foi identificar que fatores influenciam nas tomadas de decisões financeiras dos estudantes de Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba.

Analizando a literatura, verificou-se que é de grande relevância no nosso cotidiano e que o cenário atual, mesmo em tempos de instabilidade financeira, nos permite pensar, tanto a curto quanto em longo prazo, diferentemente de outras décadas.

O objetivo geral deste trabalho foi alcançado, pois foi possível identificar que os discentes sabem a importância de fazer um planejamento financeiro pessoal, no entanto nem todos fazem esse planejamento devido a restrições financeiras, mas os que realizam, estabelecem metas e objetivos, pois sabem que esta atitude pode leva-los a uma melhor qualidade de vida no futuro. Como resultado geral, acerca do conhecimento em conceito sobre finanças aprendidas, pode-se inferir, que para as pessoas ouvidas nesta investigação, sem que possamos generalizar, o Curso de Ciências Contábeis influenciou positivamente a qualidade da tomada de decisões financeiras, mesmo que esta inferência não esteja baseada em uma avaliação da qualidade do ensino.

Quanto aos fatores limitantes desta pesquisa, pontua-se a obtenção das respostas dos estudantes estando às aulas presenciais na Universidade Federal suspensa devido às medidas sanitárias por causa da pandemia de Covid 19, o que impossibilitou ter um número maior de respondentes, que seria facilitado com o contato pessoal nos corredores e salas da universidade. Outro ponto para a dificuldade científica foi a dificuldade da pesquisadora em localizar na literatura obras mais atualizadas.

É possível que o presente estudo traga contribuição para a classe acadêmica, bem como, para a sociedade, devido ser um tema relevante e de grande importância, principalmente no cenário econômico atual. Assim como para estudantes da Universidade Federal da Paraíba, que podem ampliar seus conhecimentos acerca da importância da educação financeira para tomadas de decisões financeiras assertivas. Espera-se ainda que os resultados desta investigação possam alertar a sociedade para se educar financeiramente para não

ser estimulada por fatores menos irrelevantes que possam influenciar suas tomadas de decisões financeiras.

Sugere-se para futuras pesquisas, a ampliação da amostra e a realização da pesquisa com estudantes de outros cursos, visando comparar os resultados. Também seria interessante aplicar este mesmo estudo com concluintes e iniciantes, a fim de verificar o nível de conhecimento sobre educação financeira de cada grupo e comparar seus comportamentos em relação às decisões financeiras e de compras.

REFERÊNCIAS

ARRONDEL, L.; DEBBICH, M.; AVIGNAC, F. **Financial Literacy and Financial Planning in France**. Dezembro de 2013. acesso em 25 fev.2021.

BANDEIRA, T. A.; SEIDL-DE-MOURA, M. Crenças de pais e mães sobre investimento parental. **Paidéia**, v. 22, n. 53, p. 355-363, 2012.

BEAL, D.J.; DELPACHITRA, S.B. **Financial Literacy Among Australian University Students**. Economic Paper, vol. 22, num. 1, pp.65-78, 2003.

BOURDIEU, Pierre. Gostos de Classes e Estilos de Vida. *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo: Ártica, 1983

BORGES, P. R. S. Educação Financeira: o novo perfil das famílias na administração das finanças pessoais. IX EPCT – Encontro de Produção Científica e Tecnológica. Campo Mourão, 27 a 31 de Outubro de 2014. ISSN 1981- 6480.

BESSA, S.; BELINTANE, F. M.; DENEGRÍ, C. M. Compreensão Econômica de Estudante de entre 10 e 15 anos. *Psicologia & Sociedad*, v. 26, n.2, 2014.

CERBASI, G. **Pais Inteligentes Enriquecem seus Filhos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

CAMPBELL, John Y. Household Finance. **The Journal of Finance**, v. 61, n. 4, p. 1553-1604, 2006.

CANDIDO, J. G.; FERNANDES, A. H. S. Educação Financeira e nível do endividamento: relato de pesquisa entre os estudantes de uma instituição de ensino da cidade de São Paulo. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**, v. 5, n. 2, p. 894-913, 2014.

CHURCHILL JR., G. A.; PETER, J. P. **Markentig: criando valor para clientes**. São Paulo: Savaiva, 2007.

D'AQUINO, Cássia de. **Educação Financeira**. Como educar seus filhos. Rio de Janeiro. Elsevier, 2008.

ENEF. Estratégia Nacional de Educação Financeira, 2008. Disponível em: <http://www.vidaedinheiro.gov.br/imagens/Plano%20Diretor%20ENEF.pdf> acesso em 25/02/2020.

FONSECA, E. **O problema do superendividamento: causas e possíveis soluções**. Monografia. Curso de Pós-Graduação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

GIGLIO, E. M. **O Comportamento do Consumidor**. 4. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODFREY, Neales S. **Dinheiro não dá em árvore**: um guia para os pais criarem filhos financeiramente responsáveis. Tradução de Elizabeth Arantes Bueno. São Paulo: Jardins dos Livros, 2007.

GODOY, A. S. Pesquisa quantitativa – tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n.3, p. 58, 1995.

HALFELD, M. **Investimentos: como administrar melhor seu dinheiro**. 2.Ed.São Paulo: Atlas, 2006.

INMAN, J.; DYER, J. e JIA, J. A generalized utility modelo f disappointment and regret effects on post-choice valuation. *Marketing Science*, v.16, n.2,1997..

KISTEMANN JR., M. A. **Sobre a Produção de Significados e a Tomada de Decisão de Indivíduos – Consumidores**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Ciências Matemáticas, Instituto de Geociências de Ciências Exatas, Campus de Rio Claro, Universidade Paulista, Rio Claro, 2011.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da Pesquisa em Educação**: uma abordagem teórico-prática dialogada. Curitiba: Intersaberes,2014.

LUCCI, Cintia R. et al. A influência da Educação Financeira nas Decisões de consumo e Investimento dos Indivíduos. **Anais do SEMEAD – Seminários em Administração. São Paulo, 2016**.

MARQUES, Valéria; SATRIANO, Cecília. Aplicação do olhar fluido em um estudo sobre a relação entre aprendizado e contextos de precarização simbólica. **Boletim Interfaces da Psicologia da UFRuralRJ**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 25-39, 2010.

MOREIRA, R. C.; CARVALHO, H. L. F. S. **As Finanças Pessoais dos Professores da Rede Municipal de Ensino de Campo Formoso – Bahia**: Um estudo na Escola José de Anchieta. *Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade*, v. 3, n. 1, p. 122, 2013

OCDE. **Recommendation on Principles and Good Practices For Financial Education and Awareness**. Recommendation of The Council. July, 20015.

PALUDO, Alice Weber; CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo; ESPEJO, Márcia Maria dos Santos Bortocci. O Futuro – Investimentos e Previdência Privada. In: CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo; ESPEJO, Márcia Maria dos Santos Bortocci (org). **Finanças Pessoais: Conhecer para Enriquecer**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.p. 93-115.

PEROVANO, D ,G. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica para a Segurança Pública e Defesa Social**. Editora Juruá. Curitiba, 2014.

PONTRICH, A, C, G.; VIEIRA, K, M; KIRCH, G. Você é Alfabetizado Financeiramente? Descubra no Termômetro de Alfabetização Financeira. **BASE-**

Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS, v.13, n.2, p.153-170, 2016.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do Consumidor: conceitos e casos**. 1. Ed. São Paulo, Prentice Hall, 2012.

SAMPAIO, J. **O Barômetro. Reflexão Filosófica sobre o ato de comprar**. 2012. Disponível em: Acesso em 15 fev.2021.

SILVA, F.; TAVARES NETO, J. Avaliação dos prontuários médicos de hospitais de ensino do Brasil. **Revista Brasileira de Educação Médica**, Rio de Janeiro, v. 31, n. 2, p. 113-126, 2011.

SOUZA, M. A. **O uso do crédito pelo consumidor: percepções multifacetadas de um fenômeno intertemporal**. 2013. 118f., il. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social do Trabalho e das Organizações) – Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

THALER, R. H. Mental Accounting Matters. **Journal of Behavioral Decision Making** v.12:n. 3. p 183 (1999)

VERGARA, S.C. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

APÊNDICE A



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA
CENTRO DE CIENCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABEIS E FINANÇAS
CIENCIAS CONTABEIS**

QUESTIONÁRIO

Este instrumento de pesquisa visa auxiliar a elaboração de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCCII) sobre “Fatores que Influenciam nas Tomadas de Decisões Financeiras dos Estudantes de Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba”, que está sendo desenvolvido pela aluna Monick Suenia Santos de Farias do curso de Ciências Contábeis da UFPB, sob orientação da Prof^a. Dra Lucimeiry Batista da Silva

Solicitamos a sua colaboração para responder o presente questionário, como também a sua autorização para apresentar os resultados deste estudo no TCC II mencionado. Esclarecemos que a sua participação é voluntária e as respostas serão analisadas conjuntamente, preservando-se o sigilo da fonte.

Caso concorde em participar, por gentileza, responder as questões propostas.

Desde já, agradeço-lhe pela colaboração.

Contato: monick.suenia@hotmail.com

PERFIL DO PESQUISADO

1. Gênero: ☐ Masculino ☐ Feminino ☐ Outros

2. Faixa Etária: ☐ 15 á 20 anos ☐ 21 á 25 anos ☐ 26 á 30 anos
 ☐ 31 á 35 anos ☐ Acima de 36 anos

3. Estado Civil: ☐ solteiro (a) ☐ Casado (a) ☐ Outros

4. Qual semestre você está cursando?
 ☐ 5º período ☐ 6º período ☐ 7º período ☐ 8º período

5. Qual a sua renda líquida mensal?
 ☐ 0 á 2 salários mínimos ☐ 2,1 á 4 salários mínimos

() 4,1 á 6 salários mínimos () Acima de 6 salários mínimos

6. Quando de sua renda líquida mensal você costuma poupar?

- () Nada () R\$ 1 á R\$ 100,00 () R\$ 101,00 á R\$ 200,00
() R\$ 201,00 á R\$ 300,00 () Acima de R\$ 300,00

7. Como você se sente a respeito dos seus conhecimentos para gerenciar os seus próprios recursos?

- a) Nada seguro
- b) Não muito seguro
- c) Razoavelmente seguro
- d) Muito seguro

8. Como você faz o controle de suas finanças?

- a) Periodicamente, faço um levantamento de todos os meus gastos, para saber onde estão os meus excessos e minhas prioridades.
- b) Faço esse levantamento diariamente, tenho aplicativos, planilhas e tenho bom controle do meu dinheiro.
- c) Não faço nenhum levantamento, apenas usufruo do meu dinheiro sem fazer o devido controle.

Onde você adquiriu maior parte dos seus conhecimentos para gerir o seu dinheiro?

9. A partir das seguintes opções, quais os fatores que você se sente mais influenciado para tomar suas decisões financeiras?

- a) Facilidades de Crédito
- b) Emocional
- c) Propagandas e anúncios
- d) Televisão e (ou) rádio
- e) Mídias digitais
- f) Convívio familiar
- g) Facilidades de crédito

10. A partir das seguintes opções, qual a principal rede social você utiliza?
- a) Instagram
 - b) Facebook
 - c) Whatsapp
 - d) Youtube
 - e) Twiter
11. Em sua opinião, quais fatores influenciam nas suas tomadas de decisões financeiras na hora de realizar uma compra?
- a) Emocional
 - b) Mídias Sociais
 - c) Anúncios/ Propagandas
 - d) Necessidades
 - e) TV
 - f) Facilidade de Crédito
 - g) Influências
 - h) Família
12. O uso de redes sociais lhe proporciona praticidade na influência de sua tomada de decisão de compra?
- a) Sim
 - b) Não
13. Já fez compras de produtos por terem sido indicados nos perfis de influenciadores digitais?
- a) Sim
 - b) Não
14. Já comprou produtos fora de seu orçamento por ter sido influenciado (a) pelas mídias?
- a) Sim
 - b) Não

15. Você considera que o ambiente universitário influencia ou influenciou sua forma de lidar com as finanças pessoais?
- a) Sim
 - b) Não
16. O curso de Contabilidade lhe fornece subsídios para solucionar suas questões acerca das finanças pessoais?
- a) Sim
 - b) Não
17. Você se sente apto (a) a contribuir para ajudar outras pessoas sobre finanças pessoais?
- a) Sim
 - b) Não