



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

MATHEUS PEREIRA PAULINO

A relação entre a literacia financeira e as compras compulsivas

JOÃO PESSOA
2025

MATHEUS PEREIRA PAULINO

A relação entre a literacia financeira e as compras compulsivas



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel em **ADMINISTRAÇÃO.**

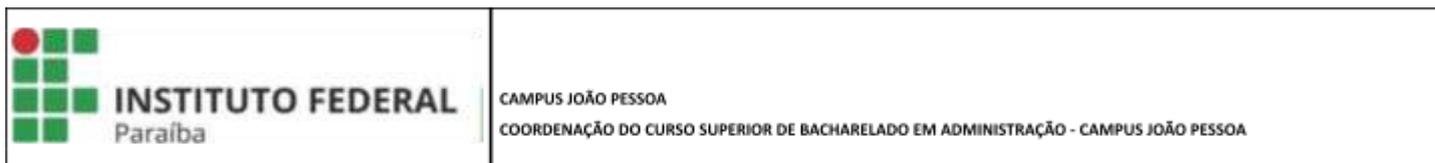
Orientador(a): Prof. Dr. Odilon Saturnino Silva Neto

JOÃO PESSOA
2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Nilo Peçanha do IFPB, *Campus* João Pessoa

P328r	Paulino, Matheus Pereira. A relação entre literacia financeira e as compras compulsivas / Matheus Pereira Paulino. – 2025. 92f.:il. TCC (Graduação – Curso Superior de Bacharelado em Administração)–Instituto Federal de Educação da Paraíba / Unidade Acadêmica de Gestão e Negócios, 2025. Orientação:Profº Dr.Odilon Saturnino Silva Neto. 1.Educação financeira.2.Consumidores paraibanos.3. Comportamento de compras compulsivas.I. Título. CDU37:64.031(043)
-------	---

∴ Bibliotecária responsável: Lucrecia Camilo de Lima – CRB 15/132

**AVALIAÇÃO 55/2025 - CCSBA/UA5/UA/DDE/DG/JP/REITORIA/IFPB**

Em 25 de agosto de 2025.

FOLHA DE APROVAÇÃO**MATHEUS PEREIRA PAULINO**

Matrícula 20212460015

A RELAÇÃO ENTRE A LITERACIA FINANCEIRA E AS COMPRAS COMPULSIVAS

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em 20/08/2025 no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em ADMINISTRAÇÃO.

Resultado: APROVADO

João Pessoa, 20 de agosto de 2025.

BANCA EXAMINADORA:

(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Odilon Saturnino Silva Neto (IFPB)
Orientador(a)Robson Oliveira Lima (IFPB)
Examinador(a) interno(a)Glauco Barbosa de Araújo (IFPB)
Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- Odilon Saturnino Silva Neto, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 25/08/2025
- 09:07:43. Robson Oliveira Lima, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 25/08/2025
- 21:20:34.
Glauco Barbosa de Araujo, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 25/08/2025 21:28:56.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 20/08/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código: 752226
Verificador: a17263d1dc
Código de Autenticação:



NOSSA MISSÃO: Ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Excelência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

Dedico a Deus, à minha mãe e ao meu pai, por todo apoio e incentivo até aqui.

AGRADECIMENTOS

A realização deste Trabalho de Conclusão de Curso representa não apenas o encerramento de uma etapa acadêmica, mas também a concretização de um sonho, construído com esforço, dedicação e, principalmente, com o apoio de pessoas que foram fundamentais ao longo da minha jornada.

Inicialmente, agradeço a Deus, por ter me dado forças nos momentos mais difíceis, por me guiar com sabedoria e por nunca me deixar desistir, mesmo diante dos desafios apresentados.

Aos meus pais, minha base e meu maior exemplo de amor, coragem e dedicação. Mãe e pai, sou eternamente grato por todo o apoio, compreensão e incentivo em todos os momentos, mesmo quando o cansaço e os desafios tentavam me desanimar. Sem o apoio de vocês, eu não teria chegado até aqui.

Agradeço também aos meus professores e, em especial, ao meu orientador Prof. Dr. Odilon Saturnino Silva Neto, pela paciência, pelo conhecimento compartilhado e pela orientação cuidadosa durante a construção deste trabalho. Seu comprometimento e disponibilidade foram essenciais para que este projeto fosse possível e realizado da melhor forma.

À instituição de ensino e a todos os profissionais que dela fazem parte, agradeço pelo suporte, pela receptividade e pelas experiências que proporcionaram meu desenvolvimento acadêmico e pessoal ao longo do curso.

Encerro agradecendo a todos que, de alguma forma, colaboraram para a realização deste trabalho. Cada ajuda, palavra de incentivo ou gesto de apoio teve um papel importante na construção dessa conquista.

RESUMO

A educação é um dos pilares fundamentais para o desenvolvimento de uma sociedade justa, equilibrada e próspera. Por meio dela, indivíduos adquirem conhecimentos, desenvolvem habilidades e aprendem a pensar de forma crítica, tornando-se cidadãos mais conscientes, preparados para tomar decisões e contribuir ativamente com a comunidade em que vivem. Entre os diversos tipos de conhecimento que a educação pode oferecer, destaca-se a educação financeira. Aprender desde cedo a lidar com o dinheiro, entender conceitos como orçamento, poupança, investimentos, juros e consumo consciente é fundamental para evitar o endividamento, planejar o futuro e alcançar maior estabilidade financeira. Diante desse contexto, o presente trabalho relaciona a educação financeira e o comportamento de compra compulsivo nos consumidores paraibanos em prol de entender sobre os indivíduos que possuem um comportamento compulsivo ao realizar compras. Quanto aos procedimentos metodológicos utilizados nesta pesquisa: possui natureza aplicada, com abordagem quantitativa, classificada como descritiva, com amostra não probabilística por acessibilidade de 180 respondentes, quanto ao instrumento de coleta de dados foi elaborado um questionário com questões que abordam o comportamento de compra, perfil socioeconômico, conhecimento financeiro e atitude/comportamento das pessoas em relação às suas finanças. Assim, foram realizadas as análises através de medidas estatísticas simples (média, mediana, frequência e moda). A partir das análises desses aspectos, foi feita a relação entre o perfil comportamental e os níveis de alfabetização financeira dos consumidores paraibanos, como principais resultados a tendência que indivíduos que apresentam sintomas emocionais possuem facilidade de realizarem compras de maneira compulsiva trazendo um sentimento de culpa no pós-compra até o agravamento dos recorrentes quadros de ansiedade, estresse e insatisfação contínua. Esses comportamentos, aliados à baixa alfabetização financeira, podem agravar ainda mais a saúde financeira e emocional dos consumidores, reforçando a importância de políticas públicas e ações educativas voltadas à promoção do consumo consciente e ao fortalecimento do conhecimento financeiro da população.

Palavras-chave: educação financeira; consumidores paraibanos; comportamento de compras compulsivas.

ABSTRACT

Education is one of the fundamental pillars for the development of a fair, balanced, and prosperous society. Through it, individuals acquire knowledge, develop skills, and learn to think critically, becoming more aware citizens, prepared to make decisions and actively contribute to the communities in which they live. Among the various types of knowledge that education can offer, financial education stands out. Learning from an early age how to manage money, understand concepts such as budgeting, saving, investing, interest rates, and conscious consumption is essential to avoid debt, plan for the future, and achieve greater financial stability. In this context, the present study explored the relationship between financial education and compulsive buying behavior among consumers in the state of Paraíba, aiming to understand individuals who exhibit compulsive purchasing habits. As for the methodological procedures used in this research: it has an applied nature, with a quantitative approach, classified as descriptive. The sample was non-probabilistic for accessibility, consisting of 180 respondents. The data collection instrument was a questionnaire that included questions on buying behavior, socioeconomic profile, financial knowledge, and people's attitudes/behaviors regarding their finances. Thus, the analyses were carried out using simple statistical measures (mean, median, frequency, and mode). Based on these analyses, a relationship was established between behavioral profiles and financial literacy levels of consumers in Paraíba. The main results indicated a trend that individuals who engage in compulsive buying are more likely to develop serious psychological disorders, ranging from post-purchase guilt to anxiety, stress, and ongoing dissatisfaction. These behaviors, combined with low financial literacy, can further deteriorate the financial and emotional well-being of consumers, highlighting the importance of public policies and educational actions aimed at promoting conscious consumption and strengthening the financial knowledge of the population.

Keywords: Financial education; Consumers from Paraíba; Compulsive buying behavior.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Dimensões da literacia financeira	16
Quadro 2: Síntese	23
Quadro 3: Síntese do formulário	26
Quadro 4: Resumo do Teste de Hipóteses	40

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Grau de segurança sobre as finanças pessoais.....	29
Gráfico 2: Compreensão dos entrevistados acerca da literacia financeira	30
Gráfico 3: Sentimento de culpa ou arrependimento no pós-compra.....	32
Gráfico 4: Média de compulsão entre os entrevistados por motivos de compra	37
Gráfico 5: Média geral de compulsão entre os entrevistados	38
Gráfico 6: Gastos com menor média entre os entrevistados	39
Gráfico 7: Conhecimento Financeiro entre os entrevistados equilibrados e não equilibrados	41
Gráfico 8: Compra em loja de preço único e o equilíbrio financeiro.....	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Envolvimento dos entrevistados com ações de Educação Financeira	31
Tabela 2 : Aspectos emocionais e psicológicos na última compra	33
Tabela 3: Frequência de gastos dos entrevistados.....	34

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BC: Banco Central do Brasil

ENEF: Estratégia Nacional de Educação Financeira

IFPB: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba

MEIs: Microempreendedores individuais

OCDE: Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico

PISA: Programa Internacional de Avaliação de Estudantes

TCC: Transtorno do comprar compulsivo TOC: Transtorno obsessivo compulsivo

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
3. METODOLOGIA DA PESQUISA	24
3.1. Caracterização da pesquisa	24
3.2. Universo, amostragem e amostra	25
3.3. Instrumento de coleta de dados	26
3.4. Perspectiva de análise de dados	27
4. ANÁLISE DE DADOS	28
4.1. Compreensão sobre finanças pessoais e educação financeira	28
4.2. Aspectos emocionais e psicológicos envolvidos nas compras compulsivas	31
4.3. Perfil comportamental de compras compulsivas	33
4.4. Constatação das hipóteses listadas	40
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERÊNCIAS	45
APÊNDICES	49

1. INTRODUÇÃO

A crescente necessidade de administrar questões financeiras em vários segmentos da vida tornou o conhecimento financeiro como um eixo extremamente relevante e útil ao ser humano. Nesse contexto, o conceito de literacia financeira surge como temática central e de interesse abrangente por parte da sociedade. Pacheco, Ribeiro e Tavares (2016) destacam a literacia financeira como conhecimento essencial indo além da gestão das finanças pessoais, uma vez que a assimilação dos conceitos perpassa afetando o comportamento e as tomadas de decisões financeiras como o gerenciamento de receitas e despesas de forma eficaz em outras áreas.

Nesse contexto, a relação entre a literacia financeira e as compras compulsivas passou a ser uma temática de grande relevância nos dias atuais, principalmente, em um cenário onde o preço ofertado dos produtos associados a uma estratégia de marketing eficaz prevalece, atraindo os consumidores à compra excessiva de itens desnecessários. Nesse contexto, a educação financeira destaca-se como um fator crucial para promover um consumo mais consciente e racional através da conscientização do consumidor em relação às suas escolhas que terão impactos no orçamento pessoal.

É válido ressaltar sobre o aumento das lojas de preço único nos centros urbanos simultaneamente, com o crescimento do endividamento da população por falta da aplicação de literacia financeira nos dias atuais. Segundo Wisniewski (2011), a falta de conhecimento por parte dos consumidores acarreta no excessivo consumo de produtos, fazendo com que haja um comprometimento de renda e, conseqüentemente, trazendo sérios prejuízos como o seu endividamento e desenvolvimento de transtornos emocionais.

A partir disso, é pertinente salientar a importância do ensino das finanças desde a educação básica como forma de proporcionar uma maior compreensão de gerenciamento das finanças, além de contribuir na formação de brasileiros mais instruídos e críticos para enfrentar as incertezas econômicas com a conseqüente manutenção da saúde financeira.

A ENEF (Estratégia Nacional de Educação Financeira) e a OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico) são exemplos de iniciativas que promovem ações em prol de ampliar o conhecimento financeiro da população. A ENEF com incentivos no âmbito nacional com a promoção de cursos, campanhas educativas etc. Já a OCDE pautada mais ao cenário internacional com o mesmo propósito de ampliar os conhecimentos financeiros da população, porém com um maior aprofundamento na formulação de diretrizes que auxiliem na construção de políticas públicas a fim de promover um ensino de maior qualidade nos diversos países.

Carvalho (2018) define a educação financeira como essencial para a aquisição de conhecimentos pertinentes para a tomada de decisão e gerenciamento das finanças pessoais. Nessa perspectiva, indivíduos sem conhecimento prévio acerca da área financeira, apresentam grandes dificuldades para administrar suas finanças de maneira eficiente, evitando endividamentos desnecessários, além de não traçar objetivos tanto a curto prazo, quanto a longo prazo.

A vontade incontrolável e excessiva de comprar, muitas das vezes sem a real necessidade dos itens adquiridos, perpassa por um conjunto de fatores psicológicos como a busca momentânea de um alívio emocional como forma de compensação aos sentimentos de tristeza, ansiedade, estresse etc. De acordo com Silva (2014), a realização da compra proporciona uma sensação de satisfação e relaxamento ao indivíduo, uma vez que a recompensa cerebral é acionada e aos poucos passa a ser diminuído o entusiasmo da compra provocando sensação de culpa, arrependimentos, entre outras emoções prejudiciais ao indivíduo.

Este estudo se justifica pela necessidade crescente de investigar como a literacia financeira contribui como um fator moderador no comportamento dos indivíduos nas compras compulsivas entre consumidores paraibanos. Nessa perspectiva, os produtos com grande apelo visual e emocional, quando comprados de forma impulsiva, podem acarretar em desequilíbrio financeiro ao indivíduo a longo prazo, além de causar danos ao bem-estar pessoal e à própria saúde mental, ou seja, afetando a qualidade de vida do indivíduo.

Dessa maneira, o estudo traz evidências científicas pertinentes para profissionais do segmento da educação financeira, assim como para a sociedade em

geral e os gestores formuladores de políticas públicas. Assim, a partir dessa investigação, estratégias pedagógicas poderão ser desenvolvidas nas escolas e em ambientes de consumo em prol de fomentar o consumo consciente e mitigar as consequências trazidas pelo fenômeno das compras compulsivas.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo Geral

Verificar a relação entre a literacia financeira e as compras compulsivas entre consumidores paraibanos.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Descrever níveis de conhecimento, comportamento e atitudes financeiras para a construção de hábitos de consumo mais conscientes e responsáveis.
- Verificar os aspectos emocionais e psicológicos que contribuem para o comportamento de compras compulsivas entre consumidores
- Propor estratégias educativas para prevenir o comportamento de compras compulsivas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo objetiva-se apresentar a fundamentação que proporciona a exploração do tema proposto neste trabalho. Dessa forma, para uma melhor compreensão da temática apresentada, o referencial teórico está dividido da seguinte maneira:

2.1. Dimensões da Literacia Financeira

Diante de um contexto de constante estímulo ao consumo, a necessidade de conhecimentos financeiros se torna indispensável para promover escolhas mais responsáveis e comportamentos conscientes quanto aos hábitos de consumo e o desenvolvimento de uma vida financeira saudável. Segundo Teixeira (2020), os indivíduos que não conseguem identificar o ciclo financeiro no qual estão envolvidos apresentam grandes dificuldades para compreender de forma crítica as informações veiculadas pela mídia, influenciando nas suas decisões financeiras, assim como na sua qualidade de vida e na capacidade de exercer a sua cidadania.

Nos últimos anos a temática da literacia financeira passa a ganhar destaque para ser incluída na grade curricular de nas instituições de ensino, já que a ausência desse conhecimento nas entidades de ensino, principalmente, a partir da educação básica pode acarretar sérias consequências ao futuro do consumidor. De acordo com Kistemann Jr., Giordano e Souza (2023), a incorporação da educação financeira pode trazer benefícios ao futuro dos jovens, já que a capacidade de planejamento para o futuro possui uma relação intrínseca com a literacia financeira. Nesse sentido, inicia-se um processo de ruptura de um ciclo de ignorância sobre as questões econômico-financeiras possibilitando um pensamento crítico e estruturado sobre um assunto tão importante na vida dos consumidores.

Conforme os estudos de Cozer (2021), a ausência de conhecimentos financeiros pode comprometer de forma significativa a qualidade de vida do indivíduo. Nesse contexto, o autor subdividiu literacia financeira em dimensões consideradas necessárias para garantir o bem-estar do indivíduo, através da compreensão e aplicação de conceitos financeiros, conforme apresentado no quadro 1.

Quadro 1: Dimensões da literacia financeira

Dimensão	Descrição	Exemplo
Conhecimento	Conhecimento fundamental sobre princípios financeiros	Compreender conceitos sobre juros, créditos, investimentos
Comportamento	As decisões e atitudes financeiras no cotidiano	Controle de gastos, poupança regular
Atitude	Habilidade de escolher o melhor caminho financeiro diante das opções comparadas	Decidir a melhor taxa de juros de cartão de crédito

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

As dimensões da literacia financeira definida por Cozer no quadro acima estão totalmente interligadas, por exemplo, o comportamento assertivo depende de uma base sólida de conhecimento e uma atitude proativa.

Na concepção de Almouloud e Coutinho (2020, p. 77), “Educação Financeira é um conjunto de habilidades que levam o sujeito a gestão de sua própria vida financeira com responsabilidade e visando sua segurança e bem-estar”. Nessa perspectiva, a partir da correlação das dimensões financeiras, o indivíduo torna-se capaz de gerir sua vida financeira de forma consciente, promovendo estabilidade financeira ao longo do tempo sem causar danos a sua qualidade de vida.

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) é uma das entidades internacionais que incentivam o desenvolvimento da educação financeira ao longo da carreira estudantil. Nessa perspectiva, a partir de 2012, a literacia financeira vem sendo avaliada nas escolas através do Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (PISA).

Segundo Somavilla e Bassoi (2016), diante das avaliações realizadas pela OCDE, foi identificado uma correspondência positiva entre as competências da literacia financeira e as competências de matemática e leitura. A partir disso, os alunos avaliados com elevados níveis de conhecimento financeiro apresentaram facilidades de compreensão de leitura e desenvolvimento de cálculos.

No cenário nacional, é válido ressaltar acerca da Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF – em 2010, que tem como objetivo a promoção do

conhecimento financeiro no país com uma variedade de conteúdos informativos, como artigos, trabalhos acadêmicos, vídeos e etc. Assim, temas relacionados à literacia financeira são abordados através dos programas educativos direcionados para alunos do ensino fundamental e do ensino médio e, conseqüentemente, trazendo a responsabilidade do papel das instituições no estudo da educação financeira.

De acordo com Atkinson e Messy (2012), os adultos que estão na fase intermediária da vida apresentam tendências maiores de apresentar um maior nível de literacia financeira quando comparados aos jovens e idosos. Esse fato pode ser justificado pela ausência do ensino da educação financeira desde o período da educação infantil nas escolas públicas e privadas.

Apesar dos esforços promovidos por programas educativos como o Programa Aprender Valor, instituído pelo Banco Central, os resultados dessas iniciativas ainda podem ser considerados limitados. Isso ocorre porque muitas escolas não estão plenamente preparadas — em termos de estrutura, formação docente ou recursos pedagógicos — para implementar de forma eficaz as diretrizes propostas por essas políticas. Conforme estudo desenvolvido por Soares Neto et al. (2013), é perceptível as desigualdades de infraestrutura existentes das instituições educacionais, com unidades sem condições mínimas de um ambiente escolar favorável para o desenvolvimento da aprendizagem.

Nesse contexto, é imprescindível reconhecer que há gargalos para o desenvolvimento das dimensões da literacia financeira no cenário educacional do século XXI. Portanto, promover a literacia financeira nas escolas além da inserção da temática na grade curricular, haja vista que urge por investimentos em metodologias acessíveis, infraestrutura, capacitação aos professores em prol de trazer condições favoráveis para o aprendizado dos conhecimentos financeiros e, assim, formar cidadãos críticos e com uma vida financeira saudável e equilibrada.

2.2. Compras Compulsivas e Fatores Psicológicos

O consumo perpassa na trajetória humana e tornou-se mais proeminente com a Revolução Industrial no século XVIII, impulsionado pela produção em massa e a disponibilidade de bens industrializados, oportunizando a aquisição de bens e

serviços e promovendo sensações de prazer, satisfação e afirmação da identidade. Camargo (2013) afirma que toda compra realizada envolve aspectos emocionais com a distribuição do aumento do prazer por todo corpo através do neurotransmissor da dopamina. Entretanto, quando esse comportamento se torna excessivo, trazendo sofrimento ao indivíduo ameaçando a sua qualidade de vida, torna-se caracterizada a compulsão por compras. Diante disso, observa-se que, muitas das vezes, os consumidores podem se envolver em um ciclo de maneira exacerbada à pressão de acompanhar as "tendências", desconsiderando as repercussões financeiras desse comportamento.

Conforme estudos de McElroy et al.(1994), o excessivo consumo associado a uma desordem do controle de impulso vinculado com um sentimento de culpa posterior, isto é, o transtorno do comprar compulsivo (TCC), definido também como oniomania, acarreta consequências na vida do indivíduo, que vão desde o endividamento financeiro até o comprometimento das relações interpessoais e da sua saúde mental.

Na mesma direção, Abreu e Barros (2015), esclarecem que as compras compulsivas vão além de uma escolha racional, representando um instrumento de fuga de conflitos internos. Caracterizada por sucessivos impulsos incontroláveis até a compra de determinados produtos, esse fenômeno caracteriza-se como um distúrbio comportamental associado a fatores psicológicos como a ansiedade, a depressão, o transtorno obsessivo compulsivo (TOC), entre outros.

Assim, observa-se que os consumidores compulsivos apresentam maior vulnerabilidade quanto ao adoecimento e ao endividamento. Figueiredo (2015) afirma que o consumo desenfreado frequentemente ocorre como uma tentativa de preencher lacunas emocionais não resolvidas, em outras palavras, a pessoa afeta profundamente a sua vida com gastos excessivos extrapolando o seu orçamento financeiro.

Conforme estudo desenvolvido por Roberts, Manolis e Pullig (2014), observou-se que a ansiedade é um dos principais fatores psicológicos para busca do entendimento sobre as compras compulsivas. Nesse contexto, foi diagnosticado que o grau de ansiedade do consumidor está diretamente relacionado ao desenvolvimento de comportamentos compulsivos. Assim, o estudo aponta que os

consumidores utilizaram os estímulos e distrações proporcionados pelo ato de compra para atenuar sentimentos de ansiedade de forma momentânea, porém, posteriormente, foram acompanhados por sentimentos de culpa, frustração e arrependimento, voltando a alimentar a ansiedade desenvolvida no primeiro momento.

É válido ressaltar outro ponto importante acerca dessa temática: a distinção entre compras compulsivas e compras impulsivas. Guimarães (2023) destaca que o consumo compulsivo na maioria das vezes ocorre durante períodos que envolvem estados emocionais negativos, como a tristeza, a ansiedade e a tensão. Já em relação às compras impulsivas, os fatores externos possuem uma maior parcela de contribuição, como por exemplo, desencadeadas por estímulos externos imediatos, como promoções, vitrines atrativas e, sobretudo, a influência persuasiva das propagandas.

Em ambos os casos, observa-se uma relação distorcida com o consumo, que muitas vezes está mais conectada à construção de uma identidade baseada no "ter" do que no "ser". Compreender essa diferença é essencial para promover uma educação financeira que vá além dos números — uma que forme indivíduos mais conscientes, emocionalmente equilibrados e críticos diante das dinâmicas de consumo da sociedade contemporânea.

O isolamento social associado ao sentimento de angústia passa a ser constante nos indivíduos que sofrem do transtorno de compulsão por compras. As crises de ansiedade e o endividamento começam a aumentar e o ciclo compulsivo volta a ser repetitivo. Assim, o indivíduo passa a ser afetado por questões financeiras, pessoais, profissionais, de forma geral, em todas as áreas da sua vida. Portanto, a necessidade de apoio psicológico e tratamento são essenciais nesse contexto, haja vista que por meio de um tratamento adequado é possível romper com o ciclo da compulsão, promovendo um maior equilíbrio emocional e uma melhor qualidade de vida.

Segundo Silva (2014), as formas de tratamento são diversas, através de informação, com o uso de medicações, assim como por sessões de psicoterapia desenvolvidas em prol de trazer um suporte psicológico ao indivíduo e ajudá-lo a tratar problemas de auto estima, vínculos emocionais mal resolvidos, entre outros

desafios. Além disso, a educação financeira como instrução de controle de gastos surge como mais um elemento essencial, com a criação de metas no planejamento financeiro, havendo a substituição de hábitos negativos anteriores propulsores de um desequilíbrio financeiro.

Diante disso, a compreensão dos fatores psicológicos que acabam sustentando o comportamento compulsivo dos consumidores é extremamente importante não só para identificar o diagnóstico, mas para desenvolver a melhor estratégia de tratamento a fim de promover a reestruturação emocional do indivíduo, evitando futuras recaídas que passem a afetar o seu bem-estar.

2.3. Impactos da Literacia Financeira sobre o Comportamento de Consumo

Vivemos em uma sociedade marcada pelo consumismo, pela digitalização das relações e pelo fácil acesso ao crédito, o que favorece hábitos de consumo muitas vezes impulsivos e descontrolados. Essa sociedade, inserida em um contexto de constante estímulo ao consumo por meio das redes sociais, da publicidade direcionada e das facilidades tecnológicas, pertencem majoritariamente à chamada Geração Z e aos Millennials, grupos que cresceram em um ambiente digital e globalizado.

A partir disso, a literacia financeira desempenha um papel fundamental ao contribuir significativamente para a formação de comportamentos de consumo mais conscientes. Isso porque o domínio de conhecimentos financeiros oferece diferentes perspectivas sobre como alcançar êxito na gestão dos recursos pessoais, promovendo escolhas mais responsáveis, sustentáveis e alinhadas ao bem-estar individual e coletivo.

Lopes (2012) ao realizar estudo em Portugal, buscou compreender como as instituições financeiras de crédito são influenciadas pela literacia financeira e como é feito o controle da gestão de risco de crédito associado ao consumidor. O autor concluiu que as instituições facilitadoras de crédito realizam um monitoramento no processo de concessão ao crédito, requerendo progressivamente garantias adicionais, como forma de minimizar possíveis riscos de inadimplência dos consumidores com baixos níveis de literacia financeira.

Ao levantar dados acerca da literacia financeira em alguns países, observou-se que em estudo desenvolvido por Holzmann e Miralles (2005), o desenvolvimento da literacia financeira está mais avançado nos Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Austrália e Nova Zelândia, assim como em alguns países da América Latina e da Europa Central e Oriental. Isso se justifica pela reforma previdenciária desenvolvida por esses países, diversificando uma variedade de programas, além de instruir a população de forma mais assertiva através da mídia e outros meios de comunicação acerca de assuntos pertinentes como investimentos, crédito, poupança previdenciária e seguro.

Quanto ao contexto nacional, o número de inadimplentes no Brasil vem aumentando de forma significativa, demonstrando a enorme dificuldade dos consumidores em manter suas contas em dia, influenciada por fatores como a falta de conhecimentos financeiros necessários para lidar com o aumento do custo de vida, a inflação, entre outras lacunas. Em pesquisa realizada pela Serasa Experian no ano de 2022 foi constatado que o número de inadimplência no Brasil bateu novo recorde em abril, passando a ser mais de 66 milhões de brasileiros inadimplentes com dívidas distribuídas em cartão de crédito e contas básicas como água, telefone, luz e gás.

Nesse contexto, é notório a essencialidade da educação financeira como definidora do comportamento consumidor, ou seja, ela é essencial para moldar a maneira como o consumidor administra o dinheiro de forma responsável. Para Secco (2014) a literacia financeira não se limita apenas a economizar, e sim a aprender como gerir o dinheiro de maneira assertiva dando importância a fatores que irão promover um futuro financeiro mais saudável e digno.

Conforme estudo desenvolvido por Ferreira e Castro (2020) foi avaliado o grau de instrução das famílias quanto aos conceitos financeiros e o suporte prestado dos pais aos filhos. Nesse caso, os autores concluíram que as famílias não possuem conhecimento suficiente para ensinar aos seus filhos, deixando a responsabilidade para as instituições de ensino, entretanto, muitas entidades ainda não possuem disciplinas na grade curricular que possam dar apoio a esse desenvolvimento.

A literacia financeira proporciona uma mudança de mentalidade aos indivíduos, fazendo muitas vezes os consumidores refletirem antes de comprar,

questionando a real necessidade do produto, comparando preços e averiguando se a despesa se encaixa no orçamento. Gathergood (2012) buscou entender a relação entre o autocontrole, literacia financeira sobre endividamento no crédito de consumo entre a população do Reino Unido. Na pesquisa de estudo, o autor concluiu que a escassez do autocontrole e o conceito da literacia financeira estão interligados com a inadimplência do crédito utilizado para consumo.

Volpe, Chen e Liu (2006) ao realizarem estudo buscando compreender melhor a efetividade do ensino da literacia financeira nas instituições, chegaram à conclusão que os programas educacionais devem priorizar as áreas principais de finanças pessoais, uma vez que é um dos eixos de maiores deficiências da população em termos de conhecimento, desde os conhecimentos básicos até orientações mais complexas, como aplicações financeiras.

Dessa forma, é pertinente ressaltar a importância das instituições de ensino na formação de uma sociedade consciente e saudável financeiramente e, primordialmente, o impacto positivo trazido para a sociedade, refletindo na economia como um todo proporcionando maior estabilidade e inclusão financeira.

Por meio de uma pesquisa realizada na Universidade Texas A&M University-Commerce no ano de 2005, alunos do primeiro ano de graduação responderam um questionário composto por 20 questões sobre conhecimentos financeiros. Foi identificado que diante do espaço amostral de 407 alunos, 92% dos estudantes obtiveram um desempenho inferior a 60% e a média de assertividade foi 34,8%. Através dos dados obtidos, é perceptível que os alunos chegam no nível superior como uma formação precária acerca de conhecimentos financeiros básicos, havendo a necessidade do ensino superior ser um ambiente de ampliação e correção de conhecimentos, ao contrário de um espaço de iniciação.

Pesquisadores do Banco Mundial entre 2010 e 2011, realizaram uma pesquisa em conjunto com o departamento de Estudos e Pesquisas do Banco Central do Brasil (BC) a respeito da introdução da educação financeira no ensino médio. O espaço amostral desta pesquisa foi composto por 25 mil estudantes de aproximadamente 890 escolas públicas. A partir do estudo, os pesquisadores concluíram que a introdução da educação financeira no ensino médio acarreta em

efeitos significativos no longo prazo, como menor possibilidade de uso de crédito e maior probabilidade de se tornarem microempreendedores individuais (MEIs).

Diante dos aspectos teóricos desenvolvidos nesta seção, é apresentado um quadro-síntese deles, o que norteará as questões do instrumento de pesquisa, na metodologia. Nesse quadro, são descritos, conforme a natureza do problema de pesquisa, os seguintes elementos:

- a) Dimensão de Análise;
- b) Variáveis relevantes;
- c) Principais Resultados;
- d) Autores.

Quadro 2: Síntese

Dimensão de Análise	Variáveis Relevantes	Principais Resultados	Autores
Conhecimento Financeiro	Compreensão sobre conceitos básicos de finanças (juros, inflação, orçamento, crédito, entre outros). Nível da literacia financeira. Entendimento dos princípios fundamentais que envolvem o uso do dinheiro no dia a dia	A falta de alfabetização financeira compromete o discernimento crítico, fazendo com que decisões sejam tomadas sem pleno entendimento das consequências. Indivíduos que estão no meio da vida geralmente têm mais facilidade e instrução para lidar com finanças do que aquelas em faixas etárias mais jovens ou mais avançadas	Teixeira (2020). Atkinson e Messy (2012)
Compulsão por compras-ansiedade	A relação entre os sintomas emocionais e o comportamento ao induzir como as	A ansiedade leva os consumidores a comportamentos compulsivos de compra como uma	Roberts, Manolis e Pullig (2014)

	<p>peças pensam, sentem e reagem diante de diferentes situações.</p>	<p>forma de alívio momentâneo, mas isso é seguido por culpa e arrependimento, o que alimenta ainda mais a ansiedade.</p>	
<p>Comportamento</p>	<p>As decisões financeiras no dia a dia</p>	<p>A falta de autocontrole e o baixo nível de educação financeira estão fortemente associados à inadimplência.</p>	<p>Gathergood (2012)</p>
<p>Atitude</p>	<p>Escolha da melhor alternativa financeira diante do contexto apresentado</p>	<p>Muitas famílias não possuem a atitude de orientar os seus filhos na área financeira por falta de conhecimento financeiro, transferindo essa responsabilidade para as instituições educacionais</p>	<p>Ferreira e Castro (2020)</p>

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1. Caracterização da pesquisa

O objetivo central da pesquisa se resume a buscar verificar a relação entre a literacia financeira e as compras compulsivas entre consumidores paraibanos, sobretudo, no que tange aos hábitos de consumo, a influência de fatores psicológicos na tomada de decisão, assim como compreender os níveis de conhecimento, comportamento e atitudes financeiras para a construção de hábitos de consumo mais conscientes e responsáveis.

Em prol de guiar o processo de estudo e da verificação das hipóteses abordadas, foram utilizados diversos métodos científicos, que podem ser definidos como “a maneira ou o conjunto de regras básicas empregadas em uma investigação

científica com o intuito de obter os resultados mais confiáveis, quanto for possível” (MARCONI; LAKATOS, 2003).

A pesquisa é classificada quanto aos fins como descritiva já que exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987).

Quanto à natureza da pesquisa, classifica-se como aplicada, uma vez que a pesquisa aplicada busca gerar conhecimentos com foco na aplicação prática e na resolução de problemas concretos, geralmente voltados a contextos específicos (GIL, 2008).

O método utilizado na pesquisa foi o dedutivo, visto que o método dedutivo parte de princípios universais ou leis gerais para a explicação de casos particulares, sendo, portanto, um raciocínio do geral para o particular” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 61).

Em relação à abordagem adotada, a pesquisa classifica-se como quantitativa por levantamento, haja vista que utiliza-se de dados representativos do universo da pesquisa, assim como as relações entre variáveis, etc. (RODRIGUES, 2007).

3.2. Universo, amostragem e amostra

O estudo tem como universo consumidores paraibanos, com foco naqueles que possuem um comportamento voltado para a realização de compras compulsivas.

A seleção dos participantes com tendências a compras compulsivas foi feita por meio de questões específicas que investigavam comportamentos como: dificuldade em controlar os impulsos de compra, arrependimento após aquisições, compras motivadas por fatores emocionais e frequência de gastos não planejados. Com base nas respostas, foi possível identificar os indivíduos que apresentavam maior propensão a esse tipo de comportamento, permitindo uma análise mais aprofundada da relação entre o nível de conhecimento financeiro e as atitudes compulsivas de consumo. Desse universo foi extraída uma amostra não probabilística por acessibilidade, composta por 180 respondentes.

3.3. Instrumento de coleta de dados

A partir dos estudos revisados, as variáveis relevantes escolhidas para o instrumento de pesquisa, justificando essa escolha, são: conhecimento financeiro, fatores emocionais, comportamento e atitude.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um formulário eletrônico criado na plataforma Google Forms sendo disponibilizado através do Whatsapp e outros meios de comunicação. As perguntas do formulário foram elaboradas com base em temas relacionados ao conhecimento financeiro, abordando tópicos como planejamento financeiro, orçamento pessoal, investimentos, endividamento, hábitos de consumo, entre outros aspectos fundamentais para avaliar o nível de educação financeira dos respondentes. A aplicação do questionário foi realizada entre os dias 28/05/2025 a 04/06/2025. O formulário foi composto por questões objetivas com a abertura de esclarecimentos subjetivos, permitindo a obtenção de insights sobre as considerações de comportamento dos consumidores paraibanos.

Quadro 3: Síntese do formulário

Dimensões	Variáveis Relevantes	Autores
Comportamento de Compra	Frequência de compra, motivos para realizar uma compra	Abreu e Barros (2015), Teixeira (2020)
Perfil Socioeconômico	Gênero, estado civil, renda, grau de instrução	Elaboração própria (2025)
Conhecimento Financeiro	Compreensão de investimentos, situação financeira	Somavilla e Basso (2016), Holzmann e Miralles (2005)
Compulsão por compras-ansiedade	Nível dos fatores psicológicos relacionados à compra	Camargo (2013), Guimarães (2003), Roberts, Manolis e Pullig (2014)

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

3.4. Perspectiva de análise de dados

Em relação à perspectiva de análise de dados, utilizou-se os softwares Google Sheets, o Microsoft Excel e o software IBM SPSS Statistics, considerando as opções estatísticas capazes de organizar os dados de forma organizada e assertiva

em prol de entender as variáveis tratadas nas pesquisas e atender os objetivos da proposta de pesquisa. Segundo Gil (2008), o método de pesquisa define os procedimentos necessários para a obtenção de dados relevantes para o estudo, considerando a natureza do problema investigado.

Os dados foram analisados por meio de medidas estatísticas descritivas (frequência absoluta, frequência relativa e medidas de tendência central), assim como a representação por meio de tabelas e gráficos permitindo uma melhor visualização e compreensão dos dados. De acordo com Demo (2000) formular hipóteses é essencial para a construção do conhecimento científico, pois permite ao pesquisador estabelecer relações entre variáveis que poderão ser validadas ou refutadas com base na observação sistemática. Diante disso, a partir do embasamento teórico, definiram-se as seguintes hipóteses, que orientaram o percurso investigativo da pesquisa.

H1: Consumidores que não consideram o planejamento de gastos como necessário tendem a ter menor equilíbrio financeiro;

H2: Indivíduos com maior nível de equilíbrio financeiro tendem a apresentar menores níveis de arrependimento pós-compra;

H3: Pessoas com menor nível de conhecimento financeiro tendem a utilizar as compras para fugir de problemas e preocupações;

H4: Indivíduos que apresentam um maior conhecimento financeiro tendem a ter mais equilíbrio financeiro;

H5: Consumidores com menor nível de equilíbrio financeiro tendem a apresentar dificuldade para resistir a promoções e liquidações;

H6: Pessoas solteiras tendem a apresentar um maior equilíbrio financeiro em comparação com outros estados civis;

H7: Indivíduos que não compram em lojas de preço único tendem a ter um maior equilíbrio financeiro;

H8: Indivíduos que realizam compras para satisfazer um desejo tendem a ter um menor equilíbrio financeiro.

Para testar as hipóteses mencionadas, foram utilizadas as estatísticas inferenciais, conforme a abordagem de Barbosa (2012) uma pesquisa quantitativa, utiliza-se de números como quantificadores de informações, coletados de uma amostra para testar as hipóteses.

Portanto, a partir do principal objetivo da pesquisa em verificar a relação entre a literacia financeira e as compras compulsivas entre consumidores paraibanos, as análises expostas estão interligadas aos pontos abordados no referencial teórico deste trabalho, Assim, espera-se que os resultados obtidos contribuam de forma significativa para uma melhor compreensão dos fatores que influenciam o comportamento financeiro dos indivíduos e ,consequentemente, o desenvolvimento de estratégias educacionais e políticas públicas voltadas à promoção da educação financeira aos consumidores.

4. ANÁLISE DE DADOS

Neste tópico do trabalho, expõe-se os resultados alcançados com base nas etapas descritas na metodologia. A partir disso, a análise e validação dos dados obtidos levam em consideração os pontos citados na introdução, garantindo a coerência entre a proposta do trabalho e o resultado alcançado. Além disso, os resultados servem como base para futuras pesquisas, expandindo as possibilidades de investigar ainda mais o tema abordado.

4.1. Compreensão sobre finanças pessoais e educação financeira

A análise foi realizada com base nos critérios abordados no questionário aplicado a consumidores paraibanos, referentes ao seu nível de conhecimento e compreensão financeira.

Inicialmente, o gráfico 1 apresenta a relação entre esses aspectos no contexto do entendimento desde as suas finanças pessoais até a compreensão de conceitos mais complexos que envolvem a educação financeira.

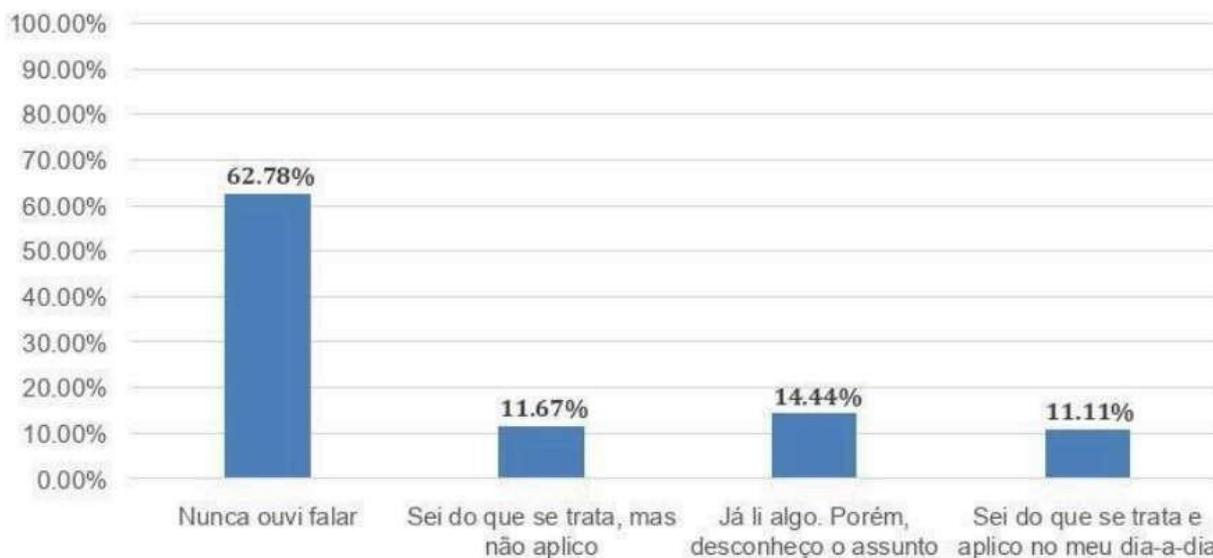
Gráfico 1: Grau de segurança sobre as finanças pessoais

Fonte: Dados da pesquisa (2025)

Com base nos dados coletados, observa-se que do total dos 180 entrevistados, apenas 9,45% dos respondentes assinalaram a opção que se sentem muito seguros e possuem amplo conhecimento sobre finanças pessoais. O resultado reflete ainda um nível de segurança e domínio reduzido sobre o tema entre os consumidores, indicando a necessidade de maior incentivo à educação financeira, em prol de promover uma gestão mais consciente e eficaz dos recursos pessoais.

Em relação ao entendimento dos entrevistados sobre o conceito de literacia financeira, de acordo com o gráfico 2, os respondentes na maioria nunca ouviram sobre a literacia financeira, totalizando 62,78% dos entrevistados. Um número bastante expressivo, que evidencia a falta de familiaridade da população com esse conceito essencial para a tomada de decisões financeiras conscientes.

O resultado evidencia a necessidade da promoção de ações educativas voltadas à disseminação do conhecimento financeiro desde a formação básica, contribuindo para o desenvolvimento de uma sociedade mais preparada para lidar com questões econômicas do cotidiano.

Gráfico 2: Compreensão dos entrevistados acerca da literacia financeira

Fonte: Dados da pesquisa (2025)

Em resumo, os dados revelam não apenas o desconhecimento generalizado sobre educação financeira, mas também a dificuldade em transformar esse conhecimento em prática. A análise crítica mostra que, para mudar esse quadro, é fundamental investir em educação acessível, campanhas de conscientização e apoio prático à gestão financeira, especialmente para as camadas mais vulneráveis da população. O desafio torna-se não só ensinar, mas também ajudar as pessoas a aplicar esse conhecimento de forma prática na sua vida cotidiana.

A tabela 1 apresenta os dados referentes ao envolvimento dos entrevistados nessas iniciativas, oferecendo uma base para a reflexão sobre o alcance e a efetividade das políticas e programas de educação financeira.

Os dados são fundamentais para compreender o nível de exposição da população ao tema e avaliar o alcance das iniciativas existentes do interesse do público e a necessidade de ampliar estratégias de formação voltadas para o desenvolvimento de competências financeiras.

Tabela 1: Envolvimento dos entrevistados com ações de Educação Financeira

	Já participou de algum curso, palestra, congresso ou seminário sobre educação financeira?	
	Sim	Não
Total	48,89%	51,11%

Fonte: Dados da pesquisa (2025)

A tabela revela uma divisão quase equilibrada quanto à participação em eventos sobre educação financeira: 48,89% afirmam que já participaram, enquanto 51,11% nunca tiveram esse tipo de experiência. Por um lado, o fato de quase metade dos respondentes já ter tido algum contato com cursos, palestras ou seminários demonstra um avanço na disseminação do tema, indicando que há iniciativas em andamento e certo interesse por parte da população. No entanto, por outro lado, o percentual ainda maior de pessoas que nunca participaram desses eventos mostra que o acesso à educação financeira ainda é limitado.

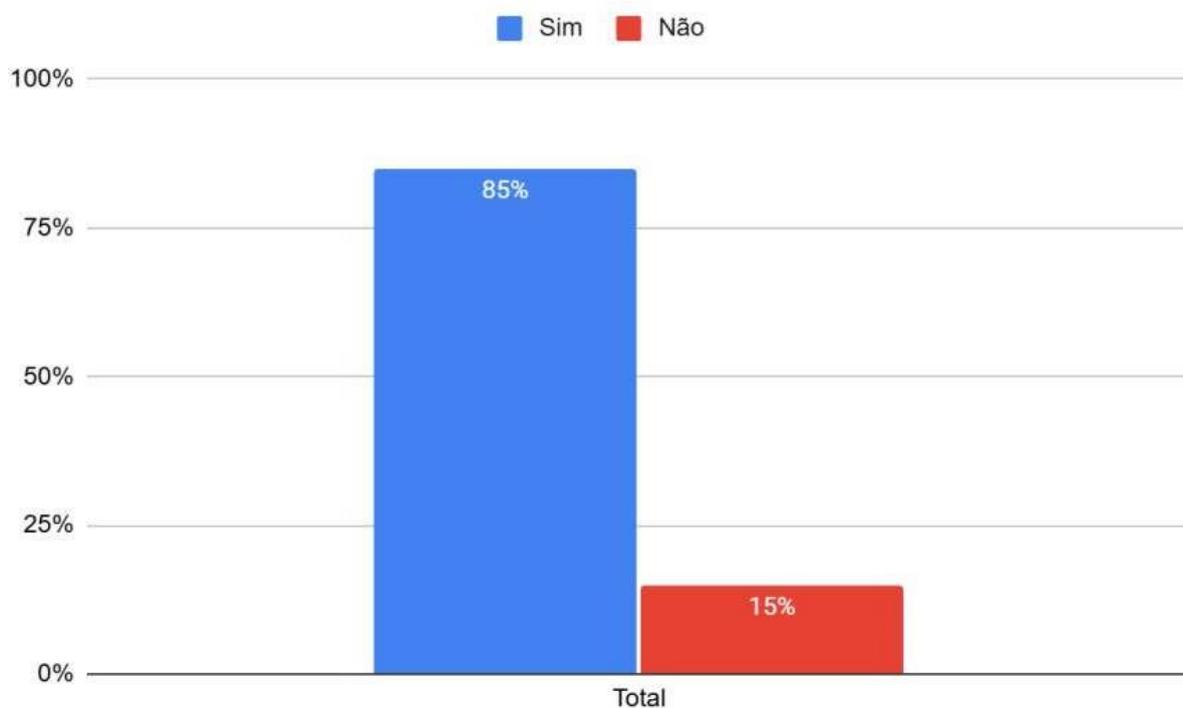
Essa ausência pode ser explicada por fatores como a falta de oferta gratuita e acessível, pouca divulgação, baixa valorização do tema em algumas comunidades e desigualdade no acesso à educação. Além disso, participar de um evento pontual não garante a assimilação nem a aplicação prática dos conteúdos aprendidos, o que reforça a necessidade de ações contínuas e integradas, especialmente nas escolas e comunidades.

4.2. Aspectos emocionais e psicológicos envolvidos nas compras compulsivas

Na sociedade atual, marcada pelo consumo constante, muitas pessoas utilizam as compras não apenas para suprir necessidades, mas também como uma forma de lidar com sentimentos e frustrações. O comportamento compulsivo de comprar, muitas vezes sem necessidade real ou controle, pode estar relacionado a fatores emocionais e psicológicos. Sensações como ansiedade, tristeza, solidão ou baixa autoestima podem levar o indivíduo a buscar alívio momentâneo através do consumo.

O gráfico 3 apresenta dados sobre esses tipos de sentimentos entre os entrevistados, permitindo analisar como as emoções estão associadas ao consumo e quais os impactos psicológicos gerados no período pós-compra.

Gráfico 3: Sentimento de culpa ou arrependimento no pós-compra



Fonte: Dados da pesquisa (2025)

Com base nos dados apresentados no Gráfico 3, observa-se que 85% dos entrevistados afirmaram sentir culpa ou arrependimento após realizar uma compra, enquanto apenas 15% disseram não sentir esse tipo de emoção. Esse resultado é bastante significativo e revela que, para a grande maioria, o ato de comprar está diretamente associado a sentimentos negativos no pós-compra.

O sentimento de culpa no pós-compra geralmente está relacionado a fatores como compra por impulso, falta de controle financeiro, pressões sociais ou tentativas de compensar estados emocionais negativos, como ansiedade, tristeza, solidão ou estresse. Em muitos casos, as pessoas compram movidas por emoções momentâneas e, posteriormente, ao refletirem sobre o gasto, percebem que o item adquirido era desnecessário ou ultrapassou seu orçamento.

Diante disso, as pessoas compram movidas por emoções momentâneas e, posteriormente, ao refletirem sobre o gasto, percebem que o item adquirido era desnecessário ou ultrapassou seu orçamento. Esse arrependimento pode ser

agravado quando há consequências financeiras diretas, como o endividamento ou o comprometimento do orçamento familiar.

A tabela 2 apresenta os principais aspectos emocionais e psicológicos que influenciam os entrevistados em sua última experiência de compra. O objetivo é compreender de que forma fatores como impulso, ansiedade, satisfação, arrependimento, entre outros sentimentos, estiveram presentes no momento da decisão de consumo. Essa análise é fundamental para entender o comportamento do consumidor além dos aspectos racionais, evidenciando como as emoções impactam diretamente nas escolhas financeiras e no padrão de consumo individual.

Tabela 2 : Aspectos emocionais e psicológicos na última compra

	O quanto você estava entediado(a), ansioso(a) ou triste quando fez a sua última compra?	
	Quantidade de Respostas	Grau
	45,56%	Grau 1
	16,11%	Grau 2
	20%	Grau 3
	9,44%	Grau 4
	8,89%	Grau 5
Total	100%	-

Fonte: Dados da pesquisa (2025)

Os dados apresentados na tabela 2 revelam que, embora quase metade dos entrevistados (45,56%) tenha declarado não estar significativamente entediado, ansioso ou triste no momento da última compra, uma parcela expressiva (54,44%) relatou algum grau de envolvimento emocional negativo (graus 2 a 5). Isso indica que mais da metade das decisões de compra pode ter sido influenciada, em diferentes níveis, por estados emocionais desconfortáveis.

4.3. Perfil comportamental de compras compulsivas

As compras compulsivas, caracterizadas por uma necessidade incontrolável de adquirir produtos, muitas vezes sem utilidade ou planejamento, podem revelar

aspectos emocionais, cognitivos e comportamentais profundos dos indivíduos. Esse tipo de comportamento está frequentemente associado a sentimentos como ansiedade, estresse, baixa autoestima e busca por alívio emocional momentâneo, funcionando, em muitos casos, como uma válvula de escape para frustrações ou conflitos internos. Compreender o perfil comportamental dos compradores compulsivos é essencial não apenas para identificar padrões de consumo prejudiciais, mas também para desenvolver estratégias de prevenção, intervenção e educação financeira.

Diante desse contexto, este tópico se propõe a analisar os principais traços que caracterizam o comportamento compulsivo dos consumidores, assim como suas motivações subjacentes, que impulsionam esse tipo de comportamento, bem como os impactos significativos que ele pode causar ao indivíduo.

Tabela 3: Frequência de gastos dos entrevistados

Gastos	Média	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo
Alimentação (Padaria, Feira, Supermercado)	1.250	750	750	0	2000
Plano de Saúde	400	150	0	0	2000
IPVA	400	150	0	0	2000
Combustível	400	250	0	0	2000
Viagens de Lazer	400	50	0	0	2000
Financiamento de imóvel	400	0	0	0	2000
Escola	400	0	0	0	2000
Financiamento de veículo	400	0	0	0	2000
Aluguel	400	0	0	0	2000
Funcionário(a)/Diarista	400	0	0	0	2000
Produtos de Higiene e Beleza	250	150	150	0	750
Condomínio	250	0	0	0	1750
Faculdade/Universidade	250	0	0	0	2000
Restaurantes/bares/lanchonetes	250	200	150	0	2000

Seguro	250	0	0	0	2000
Hospedagem (Hotel/Resort/Flat/Pousada)	250	0	0	0	2000
Manutenção de Veículo	250	150	0	0	2000
Vestuário e Acessórios	250	150	150	0	2000
Energia Elétrica	250	150	150	0	750
Compras (produtos e serviços não citados)	150	50	50	0	1250
Festas / Presentes	150	50	50	0	1250
Uber/Táxi	150	50	0	0	1250
Telefone/Internet	150	150	50	0	400
Água	150	50	50	0	2000
Médicos (Consultas/Procedimentos/Ex ames)	150	50	0	0	2000
Cursos de Capacitação	150	0	0	0	2000
PET	150	0	0	0	1750
Academia / Pilates	150	50	0	0	1250
Shows/Cinema/Teatro	150	50	50	0	1750
Transporte Coletivo	150	0	0	0	400
IPTU / ITR	150	150	0	0	2000
Livros e Materiais Escolares	150	50	0	0	2000
Farmácia	150	150	50	0	1750
Aquisição de bens permanentes	150	50	0	0	2000
Doações	50	0	0	0	1250
Clubes e materiais esportivos	50	0	0	0	750
Cursos de Idiomas	50	0	0	0	750
Estacionamento	50	0	0	0	400

Fonte: Dados da pesquisa (2025)

Dados que:			
Intervalo de Valores	Mínimo	Máximo	Média
R\$ 0;	0	0	0
Até R\$ 100;	0	100	50
Mais de R\$ 100 a R\$ 200;	100	200	150
Mais de R\$ 200 a R\$ 300;	200	300	250
Mais de R\$ 300 a R\$ 500;	300	500	400
Mais de R\$ 500 a R\$ 1.000;	500	1000	750
Mais de R\$ 1.000 a 1.500;	1000	1500	1250
Mais de R\$ 1.500 a R\$ 2.000;	1500	2000	1750
Mais de R\$ 2.000	2000	-	-

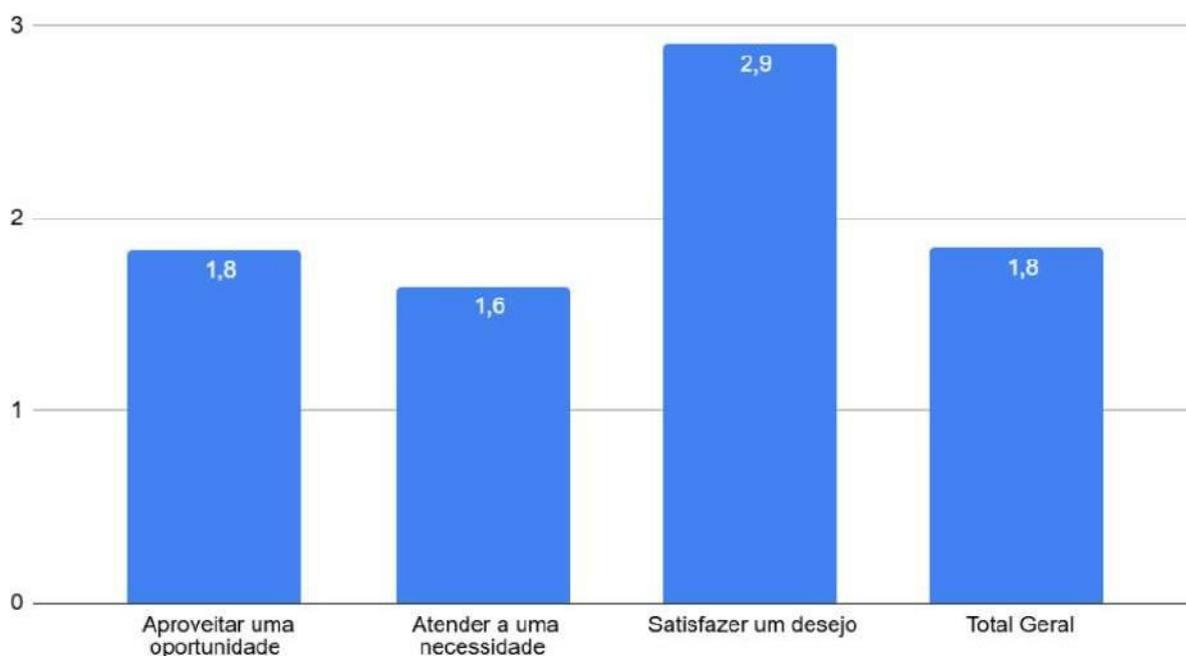
A tabela 3 apresenta a frequência e os valores médios de gastos mensais dos entrevistados em diferentes categorias de consumo. Dentre os dados analisados, destaca-se o valor médio de R\$1.250,00 destinado à alimentação, que abrange despesas em padarias, feiras e supermercados. Esse valor, expressivo dentro do orçamento doméstico, evidencia a centralidade da alimentação nos hábitos de consumo da população estudada.

Embora esse gasto esteja diretamente ligado à satisfação de uma necessidade básica e essencial, é importante observar que, em determinados contextos, ele pode refletir comportamentos de consumo desregulados. Compras em excesso, reposição constante de produtos ainda disponíveis, aquisições motivadas por ofertas ou estímulos visuais e a ausência de planejamento são alguns fatores que contribuem para a elevação desses custos. Tais práticas são frequentemente

observadas em consumidores com traços de compulsão, que tendem a utilizar o ato de comprar alimentos como uma forma de compensação emocional. Isso se justifica conforme o pensamento de Figueiredo (2015) vinculado ao consumo desenfreado como uma tentativa de preencher lacunas emocionais não resolvidas.

Diante disso, no gráfico 4 é apresentada a média dos níveis de compulsão relatados pelos entrevistados, categorizados de acordo com os diferentes motivos que os levam a realizar compras. Essa análise permite identificar quais razões estão mais associadas a comportamentos compulsivos no consumo, oferecendo uma visão mais clara sobre gatilhos emocionais, sociais ou situacionais que influenciam esse padrão de comportamento.

Gráfico 4: Média de compulsão entre os entrevistados por motivos de compra



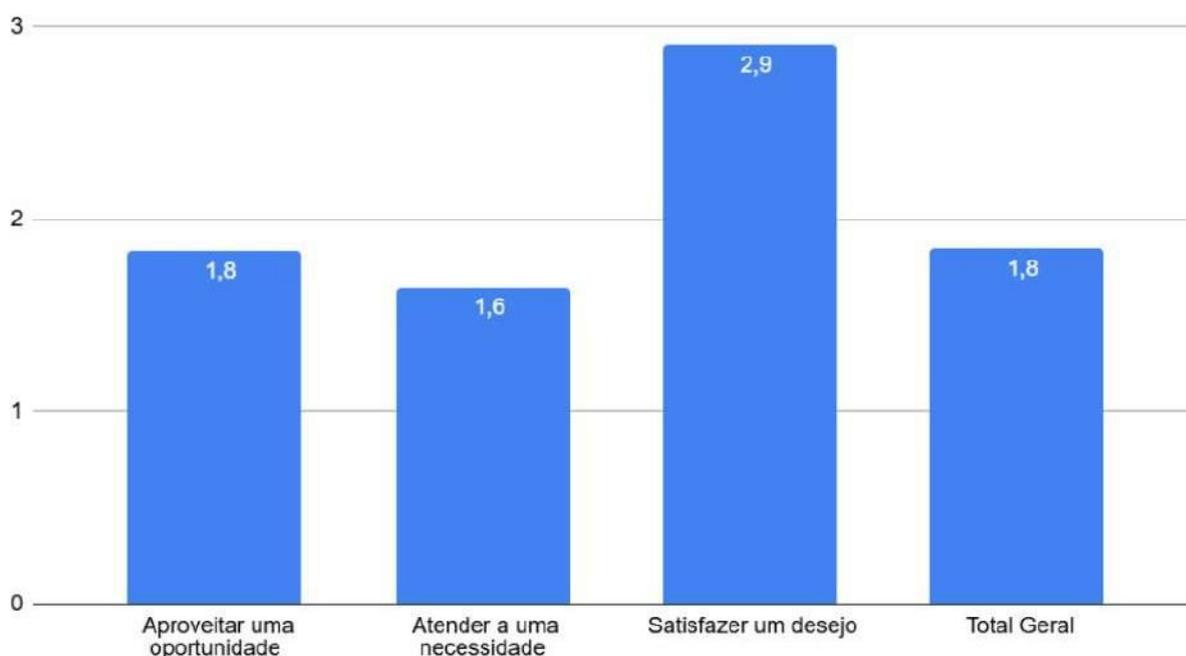
Fonte: Dados da pesquisa (2025)

Os resultados revelam que o motivo mais associado à compulsão é satisfazer um desejo, com média de 2,9, indicando uma tendência significativamente mais elevada de comportamento impulsivo nesse contexto. Em contrapartida, compras motivadas por necessidade apresentaram a menor média de compulsão (1,6), sugerindo um comportamento mais racional e planejado. Compras para aproveitar uma oportunidade apresentaram média intermediária (1,8), alinhando-se com a média geral também de 1,8.

Esse resultado evidencia o forte apelo emocional envolvido nesse tipo de compra, muitas vezes desconectado de necessidades reais ou planejamento financeiro. Trata-se de um indicativo claro de que o consumo, nesse caso, é utilizado como forma de compensação ou gratificação imediata, o que pode estar associado a fatores como ansiedade, estresse ou busca por satisfação momentânea.

O gráfico 5 apresenta a média geral dos níveis de compulsão de compra relatados pelos entrevistados, independentemente dos motivos específicos que os levaram ao consumo. Este indicador fornece uma visão panorâmica sobre o grau de compulsão presente no comportamento dos participantes da pesquisa, permitindo avaliar até que ponto a compulsão de compra se manifesta de forma recorrente ou preocupante no grupo analisado.

Gráfico 5: Média geral de compulsão entre os entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa (2025)

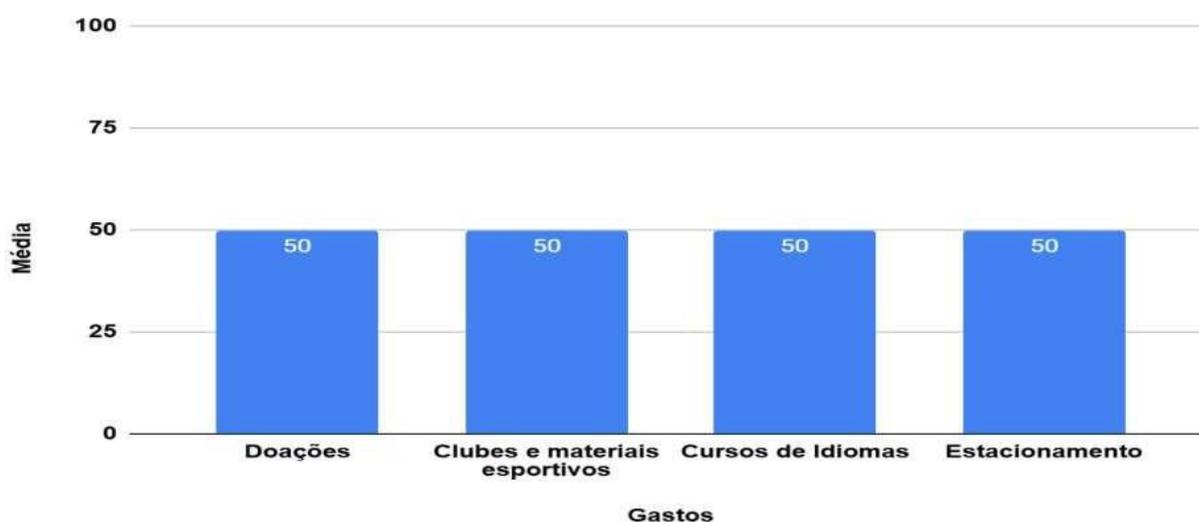
Os dados atualizados revelam uma média geral de compulsão de 2,05, com um total geral da amostra de 1,94. Esses valores representam um aumento significativo em relação à média anteriormente considerada, de 1,18. Tal elevação merece atenção, pois sugere uma intensificação dos comportamentos compulsivos entre os entrevistados.

O aumento da média para 2,05 indica que os indivíduos avaliados demonstram uma maior frequência ou intensidade de comportamentos compulsivos

do que se esperava. Já o total geral de 1,94, embora um pouco abaixo da média do grupo principal, ainda representa um número elevado, confirmando que a compulsão não está restrita a um grupo específico, mas aparece de forma relevante em toda a amostra.

O gráfico 6 mostra as categorias com os menores níveis de gasto médio entre os participantes da pesquisa. Essas informações ajudam a identificar quais áreas são menos valorizadas financeiramente no dia a dia dos entrevistados, revelando padrões de consumo e possíveis falhas na destinação de recursos a aspectos importantes como saúde, crescimento pessoal e compromisso social.

Gráfico 6: Gastos com menor média entre os entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa (2025)

No gráfico 6, a análise dos menores gastos nas categorias de doações, clubes e materiais esportivos, cursos de idiomas e estacionamento aponta para padrões de consumo que passam a refletir prioridades voltadas ao curto prazo e ao interesse individual. O baixo investimento em doações podem possuir associação com uma fraca consciência social e pouco envolvimento com causas coletivas.

As menores médias de gastos, observadas nas categorias doações, estacionamento e curso de idioma, revelam aspectos importantes do comportamento dos entrevistados. O baixo valor destinado a doações pode indicar uma priorização do consumo pessoal em detrimento de ações solidárias, especialmente em perfis com tendências a compras impulsivas, onde o foco está na gratificação imediata.

No caso do estacionamento, o gasto reduzido pode refletir a busca por economia, o uso de transporte alternativo ou a ausência de veículo próprio. Já os cursos de idioma, apesar de serem investimentos com alto valor futuro, recebem pouca atenção, o que pode indicar desinteresse, falta de recursos ou preferência por gastos de curto prazo. Esses dados sugerem uma tendência à priorização de necessidades imediatas e pessoais, em detrimento de investimentos duradouros e sociais.

Já os reduzidos gastos com atividades físicas possivelmente passam a ser um descuido com a saúde e o bem-estar. A pouca destinação de recursos a cursos de idiomas revelam chances de desinteresse ou dificuldade de acesso ao desenvolvimento pessoal e profissional. Por fim, os baixos gastos com estacionamento podem tanto refletir escolhas sustentáveis quanto limitações econômicas. Esses dados levantam preocupações sobre a qualidade de vida e o planejamento futuro dos consumidores.

Em suma, os dados sugerem um padrão de consumo que privilegia o curto prazo, com menor atenção a áreas estratégicas como educação, saúde, mobilidade e solidariedade, o que pode comprometer o desenvolvimento integral e a qualidade de vida no longo prazo.

4.4. Constatação das hipóteses listadas

Com base nas respostas obtidas por meio do formulário aplicado aos participantes da pesquisa, procede-se nesta seção à análise das hipóteses previamente estabelecidas. A partir da interpretação das respostas, torna-se possível verificar se as hipóteses estabelecidas foram confirmadas ou refutadas. Esta constatação é essencial para avaliar a coerência entre a fundamentação teórica e a realidade observada na prática, além de oferecer subsídios concretos para a elaboração das considerações finais.

Quadro 4: Resumo do Teste de Hipóteses

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Acertos is the same across categories of Equilibrado(a).	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,004	Reject the null hypothesis.

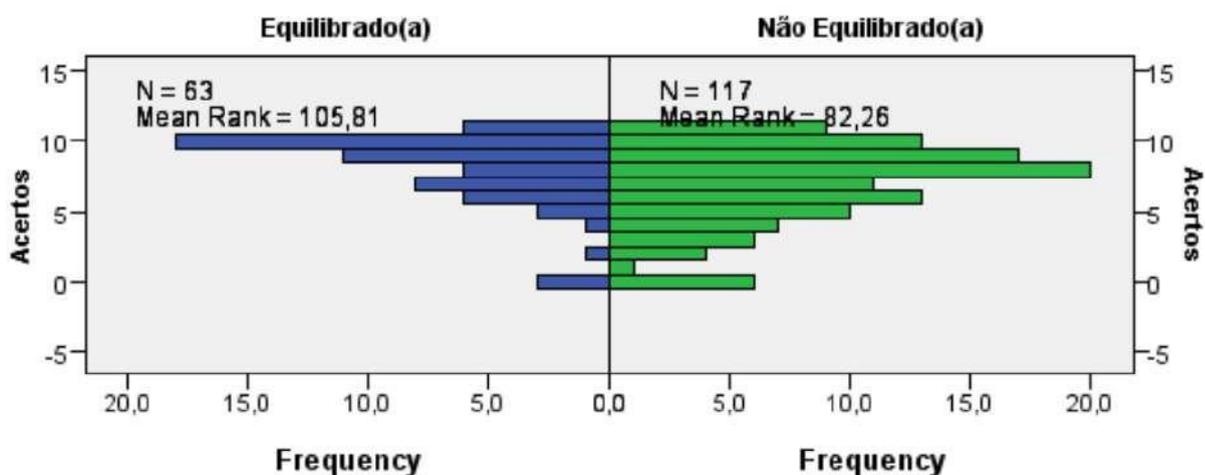
Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Fonte: Dados da pesquisa (2025) - IBM SPSS Statistics

De acordo com o quadro 4, instaurado através do software IBM SPSS Statistics, percebe-se que há diferença estatisticamente significativa entre os grupos. Dessa maneira, a hipótese nula é rejeitada indicando que o número de acertos varia conforme a categoria de equilíbrio do indivíduo.

Partindo da perspectiva que os indivíduos com equilíbrio financeiro demonstram comportamentos conscientes em relação ao uso do dinheiro, como o planejamento de despesas, controle do orçamento, consumo responsável e preferência por decisões financeiras baseadas na razão, e não na emoção. Diante disso, essas pessoas tendem a evitar o endividamento desnecessário, priorizam a criação de reservas financeiras e possuem maior capacidade de lidar com imprevistos econômicos.

Gráfico 7: Conhecimento Financeiro entre os entrevistados equilibrados e não equilibrados
Equilibrado(a)

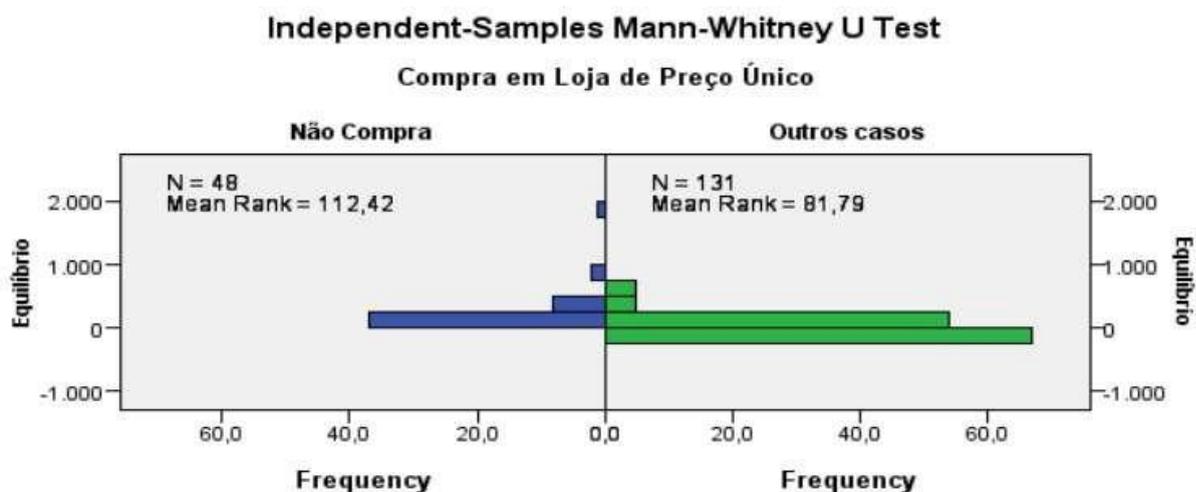


Fonte: Dados da pesquisa (2025) - IBM SPSS Statistics

O gráfico 7 compara o desempenho, em termos de acertos, entre entrevistados classificados como equilibrados e não equilibrados. Observa-se que os participantes equilibrados obtiveram uma média de ranking superior em relação aos não equilibrados. Isso indica que houve diferença significativa entre os grupos de conhecimento evidenciando que os indivíduos com maior equilíbrio tiveram, em média, mais acertos.

Além disso, a visualização a partir do gráfico de barras reforça a diferença, mostrando uma frequência mais concentrada de acertos mais altos entre os equilibrados. A discrepância nos desempenhos foi confirmada pelo teste estatístico Mann-Whitney U, que é adequado para comparar dois grupos independentes quando os dados não seguem uma distribuição normal. O teste resultou em um valor de significância de 0,004, inferior ao nível crítico adotado de 0,05. Isso implica a rejeição da hipótese nula, que assumia igualdade na distribuição dos acertos entre os grupos.

O gráfico 8 apresenta os dados obtidos a partir da comparação entre a média de equilíbrio financeiro entre aqueles que compram e os que não compram em lojas de preço único.

Gráfico 8: Compra em loja de preço único e o equilíbrio financeiro

Total N	179
Mann-Whitney U	4.220,000
Wilcoxon W	5.396,000
Test Statistic	4.220,000
Standard Error	304,755
Standardized Test Statistic	3,531
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,000

Fonte: Dados da pesquisa (2025) - IBM SPSS Statistics

A partir do gráfico 8, relativo à hipótese 7, observa-se que indivíduos que não realizam compras em lojas de preço único apresentam, em média, um equilíbrio financeiro superior àqueles que frequentam esse tipo de estabelecimento. Esse resultado pode indicar que pessoas que evitam lojas de preço único possuem maior poder aquisitivo ou adotam estratégias de consumo mais planejadas, refletindo positivamente em seu equilíbrio financeiro.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar a relação entre a literacia financeira e o comportamento de compra compulsiva entre os consumidores paraibanos. A investigação abordou aspectos como conhecimento, equilíbrio, atitude e comportamento em relação às finanças pessoais. Além disso, buscou-se identificar o perfil socioeconômico dos participantes e os tipos de comportamentos compulsivos de compra. A pesquisa também examinou os principais interesses de consumo e a frequência com que os consumidores realizam compras.

Para corroborar com esta análise, foram propostos os objetivos específicos; descrever níveis de conhecimento, comportamento e atitudes financeiras para a construção de hábitos de consumo mais conscientes e responsáveis; verificar os fatores psicológicos que contribuem para o comportamento de compras compulsivas entre consumidores e propor estratégias educativas para prevenir o comportamento de compras compulsivas.

Por meio da análise dos dados foi possível identificar que 62,78% dos entrevistados nunca ouviram falar sobre a literacia financeira. Isso se justifica pela carência significativa de informação sobre o tema, necessitando da promoção de ações educativas que possibilitem uma maior compreensão e aplicação de conhecimentos financeiros na vida cotidiana.

Outro ponto identificado na análise de dados da pesquisa foi a sensação de culpa evidenciada por 85% dos entrevistados relataram ter logo após a compra, mesmo que, inicialmente, tenham sentido alívio, prazer ou satisfação. Esse sentimento de culpa está ligado à percepção de que houve uma falha no autocontrole, à violação de valores pessoais, como a responsabilidade financeira ou ainda ao impacto negativo causado no orçamento pessoal ou familiar.

Assim, a relação entre literacia financeira e compras compulsivas demonstra que o desconhecimento sobre finanças pessoais facilita comportamentos impulsivos e descontrolados. Nesse contexto, o fortalecimento do entendimento financeiro é fundamental para que os indivíduos possam gerir melhor seus recursos, evitando o endividamento e alcançando equilíbrio econômico.

Embora esta pesquisa tenha sido realizada com fins acadêmicos para a conclusão do curso de Bacharelado em Administração, ela também permite ir além, promovendo novos entendimentos sobre a relação entre o comportamento de compra e a educação Financeira. Isso é especialmente importante diante da pouca importância que muitos indivíduos dão à busca por informações que possam ajudá-los a melhorar sua saúde financeira.

Portanto, como possibilidades de aprofundamento do estudo sobre o tema apresentado, futuros trabalhos poderão contribuir para a criação de abordagens mais direcionadas e eficientes para a prevenção das compras compulsivas, assim como para o aprimoramento das práticas de literacia financeira. Dessa forma, amplia-se o potencial de impacto positivo na qualidade de vida dos indivíduos e na saúde econômica da sociedade como um todo.

REFERÊNCIAS

ATKINSON, A.; MESSY, F. (2012). Measuring financial literacy: results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 15. Disponível em: . Acesso em: 14 mai. 2025.

ALMOULOUD, Saddo Ag; COUTINHO, Cileda de Queiroz e Silva. Letramento financeiro e o perfil de professores que ensinam Matemática na escola básica. In: CAMPOS, Celso Ribeiro; COUTINHO, Cileda de Queiroz e Silva. (Org). Educação Financeira no contexto da Educação Matemática: pesquisas e reflexões. Taubaté: Editora Akademy, 2020, p. 77-106.

AVARD, Stephen et al. The financial knowledge of College Freshmen. College Student Journal, Jun 2005.

BARBOSA, José Elber Marques et al. Prática de pesquisa em administração de sistema de informação. João Pessoa: IFPB, 2012.

CARVALHO, Camila. 2018. De Devedor a Pougador: Finanças Pessoais. 1 Ed. São Paulo: ASIN

CAMARGO,P.D. O barato das compras e curiosidades do comportamento humano:: por que comprar é tão bom?. [S.l]: Novo Conceito, 2013. Disponível em: file:///C:/Users/Windows/Downloads/O%20Barato%20das%20Compras%20e%20curiosidades%20do%20comportamento%20humano%20Por%20que%20comprar%20%C3%A9%20t%C3%A3o%20bom%20(de%20Camargo,%20Pedro)%20(z-lib.org).pdf. Acesso em: 14 abril. 2024.

COZER, Felipe. Como a educação financeira permitirá que você aproveite os prazeres da vida. 2021. Disponível em:<https://economia.uol.com.br/mais/pagbank/2021/11/04/educacaofinanceira-o-que-e-e-qual-a-sua-importancia.htm>. Acesso em: 15/04/2025

DEMO, Pedro. Metodologia científica em ciências sociais. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

FIGUEIREDO, Leiliane Kelma de Oliveira. Finanças Comportamentais e Endividamento Financeiro Emocional: Uma Análise da População da Cidade de Jericó-PB. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração)-Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande-PB, 2015.

Gathergood, J. (2012). Self-control, financial literacy and consumer overindebtedness. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 590-602.

GUIMARÃES, R. M. Quando muito não é o bastante: framework e reflexões sobre o estudo do Transtorno de Compra Compulsiva (TCC) sob a ótica do comportamento do consumidor. *CONTRIBUCIONES A LAS CIÊNCIAS SOCIALES*, [S. l.], v. 16, n. 10, p. 19776–19800, 2023.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HOLZMANN, R.; MIRALLES, M. P. The role, limits of, and alternatives to financial education in support of retirement saving in the OECD, Eastern Europe and beyond. The World Bank, Oct. 2005. Disponível em: . Acesso em: abril 2025.

KISTEMANN JR., Marco Aurélio; GIORDANO, Cassio Cristiano; SOUZA, Fabiano dos Santos. Pensamento Financeiro e Letramento Estatístico: teorizações iniciais, desafios e possibilidades. *Tangram*, v. 6, n. 1, p. 162-184, 2023.

LOPES, Paulo Alexandre de Oliveira. A iliteracia financeira como factor de risco para as instituições de crédito portuguesas. 2012. Dissertação (Mestrado em Contabilidade e Finanças) – Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa, Instituto Politécnico de Lisboa, Lisboa, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/2176>. Acesso em: 27 abr. 2025.

Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de metodologia científica* (5ª ed.). São Paulo: Atlas.

Miltenberger RG, Redlin J, Crosby R, Stickney M, Mitchell J, Wonderlich S, Faber R, Smyth J. Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *J Behav Ther Exp Psychiatry*. 2003;34(1):1-9.

McElroy SL, Keck PE Jr, Pope HG Jr, Smith JM, Strakowski SM. Compulsive buying: a report of 20 cases. *J Clin Psychiatry*. 1994;55(6):242-8.

OCDE. Minutes of the OECD-Brazilian International Conference on Financial Education, 15-16 December, 2009, Rio de Janeiro, Brasil. Paris, 2010.

Pacheco, L. M., Ribeiro, E., & Tavares, F. O. (2016). Literacia financeira: estudo aplicado a uma amostra de alunos de uma escola do 3.º ciclo do Ensino Básico e Secundário português. *População e Sociedade*, 1(26), 154-169.

Roberts, J. A., Manolis, C., & Pullig, C. (2014). Contingent self-esteem, self-presentational concerns, and compulsive buying. *Psychology & Marketing*, 31(2), 147–160

RODRIGUES, William Costa. Metodologia Científica, 2007. Disponível em: Acesso em: 17/05/2025.

SOARES NETO, J. J.; JESUS, G. R.; KARINO, C. A.; ANDRADE, D. F. Uma escala para medir a infraestrutura escolar. *Estudos em Avaliação Educacional*, São Paulo, v. 24, n. 54, p. 78-99, jan./abr. 2013.

Serasa Experian (2022). Inadimplência bate recorde e atinge 66,1 milhões de brasileiros em abril, revela Serasa Experian <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/analise-de-dados/inadimplencia-bate-recorde-e-atinge-661-milhoes-de-brasileiros-em-abril-revela-serasa-experian/>

SECCO, Renata Lima. Importância da educação financeira na infância: uma revisão de literatura. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, n. 203,2014. Disponível em:<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/14/educacao-financiera.html>. Acesso em: 27 abr. 2025.

SILVA, A. B. B. *Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras*. 1 ed. , São Paulo: Globo, 2014.

SOMAVILLA, Adriana Stefanello; BASSOI, Tânia Stella. A Literacia financeira: cenário e perspectivas. *Revista BOEM*, v. 4, n. 7, p. 7–22, dez. 2016. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/boem/article/view/8538>. Acesso em: 18 abril. 2025

Teixeira, S. S. (2020). A educação financeira como tema transversal na educação básica. 2020. 89 f. Dissertação (Mestrado em Matemática em Rede Nacional). Programa de Pós-Graduação em Matemática em Rede Nacional - Universidade Federal de Goiás. Goiânia: UFG. Recuperado de <http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/10692>

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VOLPE, R.; CHEN, H.; LIU, S. An analysis of the importance of personal finance topics and the level of knowledge possessed by working adults. *Financial Services Review*, v. 15, p. 81-98, 2006.

WISNIEWSKI, M. L. G. A importância da educação financeira na gestão das finanças pessoais: uma ênfase na popularização do mercado de capitais brasileiro. *Revista Intersaberes*, Curitiba, v. 6, n. 12, p.155-172, maio 2011

APÊNDICES**APÊNDICE A -****Alfabetização Financeira e Compras
Compulsivas**

Prezado(a) participante,

Esta pesquisa compõe o Trabalho de Conclusão de Curso - TCC de Matheus Pereira Paulino, estudante do curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal da Paraíba - IFPB e integrante do Núcleo de Pesquisas em Educação Financeira de Impacto - NUPEFI, certificado pelo mesmo instituto.

A pesquisa tem como objetivo verificar a relação entre educação financeira e o comportamento compulsivo de compra.

Esclarecemos que os resultados serão utilizados para ns exclusivamente acadêmicos e a sua participação, caso aceite, é voluntária e anônima.

Gratos,

Matheus Pereira

Odilon Saturnino

NUPEFI/IFPB

1. Você aceita participar?

Sim

Não

Parte 1 - Comportamento de Compra

2. A. Que motivo predominantemente o(a) leva a realizar uma compra? *

Marcar apenas uma oval.

- Atender a uma necessidade
 Aproveitar uma oportunidade
 Satisfazer um desejo

3. B. Você compra produtos em lojas de preço único? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não *Pular para a pergunta 8*
 Raramente

4. C. Com que FREQUÊNCIA você compra esses produtos/serviços: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Sempre
Elerodomésticos	<input type="radio"/>				
Eletrônicos	<input type="radio"/>				
Higiene/Cosméticos	<input type="radio"/>				
Hospedagem	<input type="radio"/>				
Livros	<input type="radio"/>				
Móveis	<input type="radio"/>				
Papelaria	<input type="radio"/>				
Passagens Aéreas	<input type="radio"/>				
Vestuário	<input type="radio"/>				

5. D. Em quais SITES você realiza ou já realizou compras? *

Marque todas que se aplicam.

- Aliexpress
- Amazon
- Americanas
- Booking
- Buscapé
- Casas Bahia
- Dafiti
- Decolar
- Magazine Luiza
- Mercado Livre
- Netshoes
- Saraiva
- Submarino
- Trivago
- Wish
- Outro: _____

6. E. Com que FREQUÊNCIA você realiza compras nesses sites? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Sempre
Aliexpress	<input type="radio"/>				
Amazon	<input type="radio"/>				
Buscapé	<input type="radio"/>				
Booking	<input type="radio"/>				
Dafiti	<input type="radio"/>				
Decolar	<input type="radio"/>				
Magazine Luiza	<input type="radio"/>				
Mercado Livre	<input type="radio"/>				
Netshoes	<input type="radio"/>				
Saraiva	<input type="radio"/>				
Submarino	<input type="radio"/>				
Trivago	<input type="radio"/>				
Wish	<input type="radio"/>				

7. F. Responda na escala: (1) Discordo plenamente; (2) Discordo parcialmente; (3) ***** Indiferente; (4) Concordo; (5) Concordo plenamente.

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Há sacolas de compras fechadas em meu armário	<input type="radio"/>				
Os outros consideram que compro em excesso	<input type="radio"/>				
Boa parte da minha vida se baseia em comprar	<input type="radio"/>				
Considero-me um(a) comprador(a) impulsivo(a) (não penso nas consequências)	<input type="radio"/>				
Compro coisas das quais não preciso	<input type="radio"/>				
Compro coisas que não planejei comprar	<input type="radio"/>				

Parte 2 - Perfil Socioeconômico

8. 1. Gênero *

Marcar apenas uma oval.

- Mulher Cis (Identifica-se como mulher, gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Mulher Trans (Identifica-se como mulher, diferente do gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Homem Cis (Identifica-se como homem, gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Homem Trans (Identifica-se como homem, diferente do gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Não binário (Pessoa que não se identifica com o binarismo Homem ou Mulher)
- Prefere não declarar
- Outros

9. 2. Ano de Nascimento *

10. 3. Estado Civil *

Marcar apenas uma oval.

- Solteiro(a)
- Casado(a)/União Estável
- Separado(a)/divorciado(a)
- Viúvo(a)
- Outro: _____

11. 4. Grau de instrução *

Marcar apenas uma oval.

- Sem Instrução
- Fundamental Incompleto
- Fundamental Completo
- Médio Incompleto
- Médio Completo
- Superior Incompleto
- Superior Completo
- Pós-Graduação Lato Sensu
- Mestrado
- Doutorado
- Outro: _____

12. 5. Quantos DEPENDENTES FINANCEIROS você tem? *

13. 6. Atualmente, você está em Atividade Profissional: *

Marcar apenas uma oval.

- Formal
- Informal
- Tanto Formal como Informal
- Não trabalho
- Outro: _____

14. 7. Em relação a essa atividade profissional, você é (atividade principal): *

Marcar apenas uma oval.

- Autônomo
- Aposentado/Pensionista
- Empregador/Proprietário
- Empregado c/ cart. assinada
- Empregado s/ cart. assinada
- Estudante / estagiário(a)
- Funcionário público
- Empregado público
- Desempregado +1ano
- Desempregado -1ano
- D. Casa
- Vive de renda
- Outro: _____

15. 8. Segmento profissional em que atua? *

Marcar apenas uma oval.

- Agronegócio
- Comércio
- Construção Civil
- Educação
- Indústria
- Saúde
- Segurança
- Serviços Gerais
- Tecnologia
- Terceiro Setor (ONG, OSCIP, Cooperativa...)
- Outro: _____

16. 9. O IMÓVEL onde mora atualmente é: *

Marcar apenas uma oval.

- Próprio quitado
- Próprio financiado
- Alugado
- Cedido
- Mora com os pais
- Outro: _____

17. 10. Quantas pessoas moram com você (incluindo o entrevistado): *

18. 11. Qual a sua RENDA FAMILIAR MENSAL? *

Marcar apenas uma oval.

- Até 1 salário mínimo (até R\$ 1.518)
- Mais de 1 a 2 salários mínimos (Mais de R\$ 1.518 a R\$ 3.036)
- Mais de 2 a 3 salários mínimos (Mais de R\$ 3.036 a R\$ 4.554)
- Mais de 3 a 5 salários mínimos (Mais de R\$ 4.554 a R\$ 7.590)
- Mais de 5 a 7 salários mínimos (Mais de R\$ 7.590 a R\$ 10.626)
- Mais de 7 a 10 salários mínimos (Mais de R\$ 10.626 a R\$ 15.180)
- Mais de 10 a 15 salários mínimos (Mais de R\$ 15.180 a R\$ 22.770)
- Mais de 15 a 20 salários mínimos (Mais de R\$ 22.770 a R\$ 30.360)
- Mais de 20 salários mínimos (Mais de R\$ 30.360)

26. Alimentação (Padaria, Feira, Supermercado) *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="radio"/>								

27. IPTU / ITR *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="radio"/>								

Gastos com LAZER

Para as opções a seguir, qual a faixa MENSAL de sua renda FAMILIAR comprometida com (em R\$)? Utilize a escala:

- (0) R\$ 0;
- (1) Até R\$ 100;
- (2) Mais de R\$ 100 a R\$ 200;
- (3) Mais de R\$ 200 a R\$ 300;
- (4) Mais de R\$ 300 a R\$ 500;
- (5) Mais de R\$ 500 a R\$ 1.000;
- (6) Mais de R\$ 1.000 a 1.500;
- (7) Mais de R\$ 1.500 a R\$ 2.000;
- (8) Mais de R\$ 2.000

33. PET *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="radio"/>								

34. Festas / Presentes *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="radio"/>								

Gastos com EDUCAÇÃO

Para as opções a seguir, qual a faixa MENSAL de sua renda FAMILIAR comprometida com (em R\$)? Utilize a escala:

- (0) R\$ 0;
- (1) Até R\$ 100;
- (2) Mais de R\$ 100 a R\$ 200;
- (3) Mais de R\$ 200 a R\$ 300;
- (4) Mais de R\$ 300 a R\$ 500;
- (5) Mais de R\$ 500 a R\$ 1.000;
- (6) Mais de R\$ 1.000 a 1.500;
- (7) Mais de R\$ 1.500 a R\$ 2.000;
- (8) Mais de R\$ 2.000

50. Academia / Pilates *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="radio"/>								

51. Médicos (Consultas/Procedimentos/Exames) *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="radio"/>								

Outros Gastos

Para as opções a seguir, qual a faixa MENSAL de sua renda FAMILIAR comprometida com (em R\$)? Utilize a escala:

- (0) R\$ 0;
- (1) Até R\$ 100;
- (2) Mais de R\$ 100 a R\$ 200;
- (3) Mais de R\$ 200 a R\$ 300;
- (4) Mais de R\$ 300 a R\$ 500;
- (5) Mais de R\$ 500 a R\$ 1.000;
- (6) Mais de R\$ 1.000 a 1.500;
- (7) Mais de R\$ 1.500 a R\$ 2.000;
- (8) Mais de R\$ 2.000

66. 14. Quais APLICAÇÕES você possui como forma de investimento ? Obs.: Pode responder mais de uma alternativa.

Marque todas que se aplicam.

- Nenhuma, não tenho o hábito de poupar/investir
- Ações
- Cademeta de Poupança
- Certificado de Depósito Bancário (CDB)
- Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI)
- Debêntures
- Derivativos
- Fundo de Ações
- Fundo de Renda Fixa
- Fundo de Previdência
- LCI/LCA
- Títulos Públicos
- Outro: _____

Fatores Psicológicos

67. 15. O quanto você estava entediado(a), ansioso(a) ou triste quando fez a sua última compra? *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Pou Muito entediado(a), ansioso(a) ou triste

68. 16. Já sentiu culpa ou arrependimento após uma compra? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

69. 17.As compras te ajudam a "fugir" de problemas ou preocupações?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

70. 18.Marque a alternativa que melhor representa o quanto você concorda com cada afirmação, considerando sua experiência pessoal. *

Escala:

1 – Discordo totalmente

2 – Discordo parcialmente

3 – Nem concordo nem discordo

4 – Concordo parcialmente

5 – Concordo totalmente

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Compro coisas sem pensar nas consequências.	<input type="radio"/>				
Tenho dificuldade em resistir a uma promoção, mesmo que eu não precise do item.	<input type="radio"/>				
Com frequência, percebo que comprei algo por impulso.	<input type="radio"/>				
Comprar me faz sentir melhor comigo mesmo(a).	<input type="radio"/>				

Sinto que
preciso de
coisas novas
para me sentir
valorizado(a).

Quando
compro algo
novo, me sinto
mais confiante.

Tenho
dificuldade em

controlar meu
impulso de
comprar.

Mesmo
sabendo que
não posso
gastar, às
vezes compro
para me sentir
melhor.

Comprar algo
novo me dá
uma sensação
de bem-estar
temporária.

O ato de
comprar me
traz mais
satisfação do
que o uso do
item em si.

Seção sem título

71. 19. Diante do termo Literacia Financeira, como você se posiciona? *

Marcar apenas uma oval.

- Nunca ouvi falar
- Já li algo. Porém, desconheço o assunto.
- Sei do que se trata, mas não aplico.
- Sei do que se trata e aplico no meu dia-a-dia

72. 20. A respeito do seu conhecimento sobre finanças pessoais, você se sente: *

Marcar apenas uma oval.

- Nada seguro – gostaria de ter um melhor nível
- Não muito seguro – gostaria de saber um pouco mais
- Razoavelmente seguro – conheço a maioria das coisas
- Muito seguro – Possuo conhecimento amplo

73. 21. Por qual(is) meio(s) você adquiriu conhecimento sobre como administrar seu dinheiro? *

Marque todas que se aplicam.

- Revistas de Notícias
- Jornais
- Televisão
- Rádio
- Redes Sociais
- Família
- Amigos
- Escola
- Faculdade/Universidade/Centro Universitário
- Experiências pessoais e profissionais
- Colegas de trabalho
- Outro: _____

74. 22. A respeito de sua Educação Financeira, responda: *

Marcar apenas uma oval por linha.

Sim Não

Já participou de algum curso, palestra, congresso ou seminário sobre educação financeira?

Já teve contato com algum material (livro, revista, Internet) sobre Educação Financeira?

75. 23. Com que frequência você utiliza as seguintes ferramentas de CONTROLE * de gastos? Responda na escala: (1) Nunca; (2) Raramente; (3) Algumas vezes; (4) Frequentemente; (5) Sempre.

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Caderno de Anotações	<input type="radio"/>				
Extrato Bancário	<input type="radio"/>				
Fatura do Cartão de Crédito	<input type="radio"/>				
Planilhas Eletrônicas	<input type="radio"/>				
Aplicativos	<input type="radio"/>				

76. 24. Responda na escala: (1) Discordo totalmente; (2) Discordo parcialmente; (3) Indiferente; (4) Concordo; (5) Concordo plenamente. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Tenho renda mensal suficiente para quitar obrigações e deixar reservas financeiras	<input type="radio"/>				
Tenho renda mensal suficiente apenas para quitar compromissos financeiros	<input type="radio"/>				
Minha renda é insuficiente para quitar obrigações e preciso recorrer ao crédito	<input type="radio"/>				

**Passarei a
fazer
planejamento
financeiro
quando
acumular mais
patrimônio.**

**Não acho
necessário
planejar
gastos**

**Pago o(s)
meu(s)
cartão(ões) de
crédito na data
de vencimento**

Prefiro

comprar um produto Prefiro comprar um produto financiado para tê-lo de imediato para tê-lo de imediato	<input type="radio"/>				
<hr/>					
dinheiro para comprar um produto à vista Prefiro juntar dinheiro para comprar um produto à vista	<input type="radio"/>				
<hr/>					
preços ao fazer uma compra Comparo preços ao fazer uma compra	<input type="radio"/>				
<hr/>					
estabelecer metas financeiras E importante estabelecer metas financeiras	<input type="radio"/>				
<hr/>					
Sigo um plano de gastos semanal ou mensal Sigo um plano de gastos semanal ou mensal	<input type="radio"/>				
<hr/>					
Poupo para comprar um produto mais caro Poupo para comprar um produto mais caro	<input type="radio"/>				
<hr/>					
Ao comprar a prazo, comparo as opções de crédito disponíveis Ao comprar a prazo, comparo as opções de crédito disponíveis	<input type="radio"/>				

identificar os custos que consigo identificar os custos que pago ao financiar um bem ou financiar um serviço bem ou	<input type="radio"/>				
serviço Pago o valor mínimo do(s) meu(s) cartão(ões) de crédito.	<input type="radio"/>				

77. 25. Em relação à sua aposentadoria, qual das alternativas abaixo melhor representa sua situação? *

Marcar apenas uma oval.

- Não me preocupei com isso ainda
- Pretendo ter apenas a aposentadoria do Governo
- Tenho um plano de previdência privada
- Tenho planos de começar a poupar para isso
- Não vejo necessidade de poupar para isso

78. 26. Tem dificuldade em resistir a promoções ou liquidações, mesmo sem precisar do item?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Parte 4 - Conhecimento Financeiro

Responda rapidamente, sem muitas análises.

77. 25. Em relação à sua aposentadoria, qual das alternativas abaixo melhor representa sua situação? *

Marcar apenas uma oval.

- Não me preocupei com isso ainda
- Pretendo ter apenas a aposentadoria do Governo
- Tenho um plano de previdência privada
- Tenho planos de começar a poupar para isso
- Não vejo necessidade de poupar para isso

78. 26. Tem dificuldade em resistir a promoções ou liquidações, mesmo sem precisar do item?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Parte 4 - Conhecimento Financeiro

Responda rapidamente, sem muitas análises.

79. 27.a) Suponha que você tenha R\$ 100,00 em uma conta poupança a uma taxa de juros de 10% ao ano. Depois de 5 anos, qual o valor que você terá na poupança? Considere que não tenha sido depositado e nem retirado dinheiro. *

Marcar apenas uma oval.

- Mais do que R\$ 150,00.
- Exatamente R\$ 150,00.
- Menos do que R\$ 150,00.
- Não sei.

80. 27.b) Suponha que José herde R\$ 10.000,00 hoje e Pedro herde R\$ 10.000,00 daqui a 3 anos. Devido à herança, quem ficará mais rico? *

Marcar apenas uma oval.

- José.
- Pedro
- São igualmente ricos.
- Não sei.

81. 27.c) Imagine que a taxa de juros incidente sobre sua conta poupança seja de 6% ao ano e a taxa de inflação seja de 10% ao ano. Após 1 ano, o quanto você será capaz de comprar com o dinheiro dessa conta? Considere que não tenha sido depositado e nem retirado dinheiro. *

Marcar apenas uma oval.

- Mais do que hoje.
- Menos do que hoje.
- Exatamente o mesmo.
- Não sei.

82. 27.d) Suponha que no ano de 2026 sua renda dobrará e os preços de todos os bens também dobrarão. Em 2026, o quanto você será capaz de comprar com a sua renda? *

Marcar apenas uma oval.

- Mais do que hoje.
- Menos do que hoje.
- Exatamente o mesmo.
- Não sei.

83. 27.e) Considerando-se um longo período de tempo (ex.: 10 anos), qual ativo, normalmente, oferece maior retorno? *

Marcar apenas uma oval.

- Poupança.
 Títulos públicos.
 Ações.
 Não sei.

84. 27.f) Normalmente, qual ativo apresenta as maiores oscilações ao longo do tempo? *

Marcar apenas uma oval.

- Poupança.
 Títulos públicos.
 Ações.
 Não sei.

85. 27.g) Quando um investidor distribui seu investimento entre diferentes ativos, o risco de perder dinheiro: *

Marcar apenas uma oval.

- Aumenta
 Diminui
 Permanece inalterado
 Não sei.

86. 27.h) Um empréstimo com duração de 15 anos normalmente exige pagamentos mensais maiores do que um empréstimo de 30 anos, mas o total de juros pagos ao final do empréstimo será menor. Essa afirmação é: *

Marcar apenas uma oval.

- Verdadeira
 Falsa
 Não sei.

87. 27.i) Suponha que você realizou um empréstimo de R\$ 10.000,00 para ser pago após um ano e o custo total com os juros é R\$ 600,00. A taxa de juros que você irá pagar nesse empréstimo é de: *

Marcar apenas uma oval.

- 0,3%
 0,6%
 6%
 Não sei.

88. 27.j) Suponha que você viu o mesmo televisor em duas lojas diferentes pelo preço inicial de R\$ 1.000,00. A loja A oferece um desconto de R\$ 150,00, enquanto a loja B oferece um desconto de 10%. Qual é a melhor alternativa? *

Marcar apenas uma oval.

- Comprar na loja A (desconto de R\$150,00).
 Comprar na loja B (desconto de 10%).
 Não sei.

89. 27.k) Imagine que cinco amigos recebem uma doação de R\$ 1.000,00 e precisam dividir o dinheiro igualmente entre eles. Quanto cada um vai obter? *

Marcar apenas uma oval.

- 100
 200
 5.000
 Não sei.

90. 27.l) Um investimento com alta taxa de retorno terá alta taxa de risco. Essa afirmação é: *

Marcar apenas uma oval.

- Verdadeira
 Falsa
 Não sei.

91. 27.m). Quando a inflação aumenta, o custo de vida sobe. Essa afirmação é: *

Marcar apenas uma oval.

- Verdadeira
 Falsa
 Não sei.

92. 28.Você deseja receber o resultado dessa pesquisa por e-mail?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

93. Caso SIM, informe seu E-MAIL por favor, para envio dos resultados da pesquisa: *

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
	Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, João Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC

Assunto:	TCC
Assinado por:	Matheus Pereira
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Matheus Pereira Paulino, DISCENTE (20212460015) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA, em 31/08/2025 11:22:02.

Este documento foi armazenado no SUAP em 31/08/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1591885

Código de Autenticação: 51d57f0140

