

## GESTÃO E CONTROLE DE GASTOS SUPÉRFLUOS NA REGIÃO NOROESTE PAULISTA

Izadora Dhéssica Florêncio Lima<sup>1</sup>

Rafaela de Almeida Antoniassi<sup>2</sup>

Suéllen Danúbia da Silva<sup>3</sup>

Ijosiel Mendes<sup>4</sup>

Elimeire Alves de Oliveira<sup>5</sup>

Glaucimarcos Fakine Marsoli<sup>6</sup>

**RESUMO:** O presente trabalho aborda a importância da gestão financeira na melhoria da qualidade de vida da população da região Noroeste Paulista. Baseado em conceitos de autores renomados como Peter Drucker, Henry Fayol e Warren Bennis, investiga-se a relação entre o endividamento da população e sua gestão financeira, bem como caracterizar os tipos de consumo, como impulsivo, compulsivo ou supérfluo. A pesquisa utiliza uma abordagem descritiva bibliográfica, combinando métodos mistos quali-quantitativo, e os objetivos é identificar se a população da região Noroeste Paulista está endividada e o seus impactos na gestão financeira, destacando a necessidade de conscientização financeira e controle de gastos para promover um desenvolvimento pessoal e profissional satisfatório. Conclui-se que a educação financeira e o planejamento são fundamentais para alcançar uma melhor qualidade de vida e evitar problemas relacionados ao endividamento. Este estudo tem relevância para a compreensão dos desafios enfrentados pela população da região e contribui para a promoção de uma cultura de responsabilidade financeira.

7464

**Palavras-chave:** Gestão financeira. Endividamento. Qualidade de vida. Tipos de consumo. Educação financeira.

<sup>1</sup>Graduanda em Administração pela Faculdade Futura. Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-7822-2642>

<sup>2</sup>Graduanda em Administração pela Faculdade Futura. Orcid: <https://orcid.org/0009-0007-6914-137X>

<sup>3</sup>Docente nos Cursos de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade Futura, graduada em Ciências Contábeis (UNIFEV), graduada em Administração pela Faculdade Futura, Especialista em Administração Estratégica com ênfase em Marketing e Gestão de Recursos Humanos (UNILAGO), Mestre em Administração (UNIMEP), Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2202-309X>.

<sup>4</sup>Docente nos Cursos de Administração e Pedagogia da Faculdade Futura. Graduado em Matemática, (UNIFEV), Especialista em Matemática (UNICAMP), Especialista em Matemática no Ensino Médio (UFSCAR), Mestrado em Matemática (UNESP) Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0238-5058>

<sup>5</sup>Docente e Coordenadora no Curso de Pedagogia na Faculdade Futura. Graduada em Direito (UNIFEV). Graduada em Pedagogia (Faculdade de Antônio Augusto Reis Neves). Graduada em Letras (UNIFEV) Especialista em Gestão Escolar (UNICAMP). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4672-6013>.

<sup>6</sup>Docente Universidade Brasil Fernandópolis - SP e Faculdade Futura (Grupo Educacional Faveni) Votuporanga - SP. Graduado em Ciências Econômicas pela Fundação Educacional de Fernandópolis (2004), em Administração de Empresas pela Fundação.

**ABSTRACT:** This work addresses the importance of financial management in improving the quality of life of the population in the Northwest region of São Paulo. Based on concepts from renowned authors such as Peter Drucker, Henry Fayol and Warren Bennis, the relationship between the population's debt and their financial management is investigated, as well as the types of consumption, such as impulsive, compulsive and superfluous. The research uses a descriptive approach, combining qualitative and quantitative methods, and highlights the need for financial awareness and expense control to promote satisfactory personal and professional development. It is concluded that financial education and planning are fundamental to achieving a better quality of life and avoiding problems related to debt. This study is relevant to understanding the challenges faced by the region's population and contributes to promoting a culture of financial responsibility.

**Keywords:** Financial management, Debt, Quality of life, Types of consumption, Financial education.

## INTRODUÇÃO

De acordo com Robert Kiyosaki em sua obra "Pai Rico, Pai Pobre", "O segredo para uma boa saúde financeira está na administração do dinheiro, e não apenas na quantidade que se ganha" (Kiyosaki, 1997). Neste sentido, a pesquisa enfatiza a importância da educação financeira, disciplina e planejamento de gastos, corroborando com as conclusões de especialistas como Warren Buffett, que ressaltam que o controle dos gastos exerce um papel essencial ao longo da vida das pessoas. (Buffett, 2016),

7465

Parte-se do pressuposto de que a obtenção de recursos estratégicos com controle de gastos aliada à conscientização financeira levará a uma melhoria significativa no desenvolvimento pessoal e profissional, como salienta o economista comportamental Daniel Kahneman, "Quando o indivíduo compreende que abrir mão de gastos supérfluos hoje é necessário para uma vida estável no futuro, ele consegue desenvolver e equilibrar suas finanças" (Kahneman, 2011).

Como destacado por estudos recentes de economistas renomados, "a inadimplência da população impacta significativamente na economia como um todo de forma negativa, pois pessoas endividadas têm menos capacidade de gastar, poupar e investir" (Buffet, 2016).

Desta forma, o presente estudo tem como objetivo geral identificar se a população de um município da região do noroeste paulista está endividada e os impactos desse endividamento na gestão financeira, sua relação de hábitos de gastos. Como objetivos específicos apresentar os conceitos de gestão, gastos e seus princípios, conceituar e caracterizar os tipos de consumo da população para avaliar se contribuem para o endividamento.

## DESENVOLVIMENTO

### 1. CONCEITO DE GESTÃO

Segundo Drucker (1954) "A gestão é a arte de fazer com que as coisas aconteçam". Isso implica em um processo que se desdobra em várias etapas:

O conceito de gestão, fundamental para uma prática eficaz em diversas áreas, incluindo a gestão financeira abordada neste estudo, pode ser definido como o processo de planejar, organizar, coordenar, liderar e controlar recursos para alcançar metas e objetivos específicos de uma organização ou indivíduo.

1. Planejamento: Este primeiro passo, envolve "decidir antecipadamente o que deve ser feito" (Drucker, 1954). Ou seja, é necessário definir metas claras, identificar recursos necessários e elaborar estratégias para alcançar os resultados desejados.

2. Organização: Uma vez estabelecido o plano, é necessário organizar os recursos disponíveis de maneira eficiente. Fayol (2014), pioneiro da teoria clássica da administração, enfatiza que a organização consiste em fornecer tudo o que é útil para o funcionamento das organizações

3. Coordenação: A coordenação, conforme observado, envolve a harmonização de atividades de forma a facilitar o alcance de objetivos comuns (Follett, 2014). Nesse estágio, é crucial garantir que todas as partes envolvidas trabalhem em conjunto na direção das metas estabelecidas.

4. Liderança: A liderança é fundamental para inspirar e motivar as pessoas a trabalharem em prol dos objetivos comuns. Como ressalta Bennis (2014), "A função de um líder é produzir mais líderes, não mais seguidores". Isso implica em capacitar e motivar os membros da equipe para alcançar resultados excepcionais.

5. Controle: Por fim, o controle, consiste em "verificar se tudo ocorre de acordo com o plano adotado" (Fayol, 2014). Envolve o monitoramento do desempenho, análise de desvios e ajustes necessários para garantir que o plano seja executado conforme o planejado.

A gestão é um processo dinâmico e multifacetado, essencial para o sucesso em diversas áreas da vida. Ao aplicar os princípios de planejamento, organização, coordenação, liderança e controle, os indivíduos e organizações podem alcançar maior eficiência, eficácia e sucesso em suas atividades financeiras e além. Originário do latim *gestione*, o conceito de gestão refere-se

à ação e ao efeito de gerir ou de administrar, muitas concepções foram dadas para o tema no decorrer dos anos.

Andrade (2001), alerta que, embora a palavra portuguesa *gestão*, em seu sentido original, expresse a ação de dirigir, de administrar e de gerir a vida, os destinos, as capacidades das pessoas, uma parcela da sociedade compreende *gestão* como funções burocráticas, destituídas de uma visão humanística, e como uma ação voltada à orientação do planejamento, da distribuição de bens e da produção desses bens. Segundo o autor, a *gestão* é uma prática distinta, essencial para a sustentação das organizações, enfatizando o papel da *gestão* na definição de objetivos, na organização do trabalho e na motivação e comunicação com os trabalhadores. Para Drucker (1954), a *gestão* eficaz é medida pela contribuição para a organização e envolve criar um cliente, inovar e gerar recursos.

## 1.1 O PRINCÍPIO DA GESTÃO

O princípio da *gestão*, conforme delineado por diversos estudiosos ao longo do tempo, é um elemento fundamental para o sucesso organizacional e pessoal. Considerado o pai da administração moderna, "A *gestão* é a arte de fazer com que as coisas aconteçam" (Drucker, 1954). Essa definição destaca a importância da *gestão* como um processo dinâmico e proativo.

7467

Um dos pioneiros da teoria clássica da administração, enfatizou que a *gestão* envolve uma série de funções, incluindo o planejamento, organização, coordenação, liderança e controle. Essas funções formam a base para o efetivo gerenciamento de recursos e atividades para alcançar os objetivos estabelecidos, (Fayol, 1916).

Mary Parke Follett (1924), uma das primeiras teóricas da administração, contribuiu com a compreensão da *gestão* como um processo de coordenação de esforços entre pessoas. Segundo ela, "A coordenação é a harmonização de atividades de forma a facilitar o alcance de objetivos comuns" Esse princípio destaca a importância da colaboração e do trabalho em equipe na *gestão* eficaz.

Bennis (1989), renomado estudioso de liderança, ressaltou a importância da liderança na *gestão*, afirmando que "A função de um líder é produzir mais líderes, não mais seguidores" Essa perspectiva destaca o papel essencial da liderança na inspiração e motivação das equipes para alcançar resultados excepcionais.

*Gestão* é uma soma de princípios relacionados às funções de planejar, organizar, dirigir e controlar, segundo Drucker (1954), que é frequentemente citado por sua abordagem

pragmática à gestão, o qual vê o planejamento como um elemento crucial para definir a direção de uma organização. Ele realça a necessidade de estabelecer objetivos claros e mensuráveis e de planejar ações para alcançá-los. O planejamento é menos sobre prever o futuro e mais sobre criar um caminho para alcançar a visão desejada da organização.

Fayol (1916), um dos pioneiros na definição do método de organizar dentro da teoria clássica da administração, descreveu organizar como o processo de estabelecer a estrutura formal da organização através do design de cargos, definição de responsabilidades e autoridades, e a distribuição de recursos. Aponta a importância da clareza na divisão do trabalho, na hierarquia de autoridade e na relação entre gestores e subordinados para a eficiência organizacional.

A função de direcionar está diretamente ligada à autoridade e ao poder no sentido de atingir os objetivos visados, trata-se de executar o que precisa ser realizado, de forma clara e concisa com os desejos da alta administração.

Fayol (1916) definiu o controle como uma atividade que assegura que tudo ocorra conforme as regras estabelecidas e as ordens dadas, destacando a importância de o controle abranger tudo na organização, desde as operações financeiras até a eficácia dos funcionários, para garantir que os objetivos da empresa fossem atingidos,

**Figura 1-** Conceito de Gestão



**Fonte:** Autoras, 2024

## 1.1 CONCEITO DE GASTOS

Os gastos referem-se à utilização de recursos financeiros para adquirir bens, serviços ou alcançar objetivos financeiros. São fundamentais em economias, sistemas empresariais e gestão financeira pessoal. Os gastos envolvem a troca de dinheiro por produtos ou serviços e refletem escolhas sobre alocação de recursos limitados. Seu impacto econômico é significativo, influenciando a demanda agregada e a atividade econômica.

Gerenciar os gastos eficazmente é essencial para alcançar objetivos financeiros pessoais e organizacionais, requerendo planejamento, controle e monitoramento cuidadosos, entender e gerenciar os gastos são práticas fundamentais para o sucesso financeiro e organizacional.

Drucker (1954) aponta os gastos como parte da gestão eficaz de recursos em organizações, enfatizando a importância de alocar recursos de maneira eficiente para maximizar o desempenho organizacional,

## 1.2 GESTÃO DE GASTOS

A gestão de gastos é uma prática essencial para indivíduos, empresas e governos controlarem seus recursos financeiros de forma eficaz. Envolve o planejamento cuidadoso dos gastos, a definição de metas financeiras e a alocação de recursos com prioridades estabelecidas.

A criação de orçamentos, o controle e monitoramento regulares dos gastos, a busca por oportunidades de redução de custos e a tomada de decisões baseadas em dados são aspectos-chave da gestão de gastos.

A gestão de gastos é um processo contínuo que visa garantir a sustentabilidade financeira e o alcance de objetivos financeiros e organizacionais. Para Izidoro (2016), gasto é todo e qualquer sacrifício financeiro feito pela empresa para adquirir um produto ou um serviço qualquer. O gasto representa uma entrega, ou uma promessa de entrega, de dinheiro em troca do que está sendo comprado.

7469

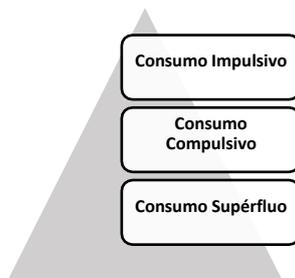
Martins e Rocha (2015) consideram gasto ou dispêndio a compra de bens ou serviços, como equipamentos, de materiais, de energia, de pacotes de software, contratação de serviços de terceiros etc. O gasto, por ser uma aquisição onerosa de recursos econômicos, sempre provoca, necessariamente, a obrigação de pagar.

## 2. TIPOS DE CONSUMO

O conceito de consumo pode ser entendido e aplicado de diversas maneiras, dependendo do contexto em que é utilizado. De forma geral, consumo refere-se ao ato de utilizar bens ou serviços para atender a necessidades ou desejos. Essa utilização pode resultar na diminuição ou esgotamento do bem consumido ou na realização de um serviço. O consumo é um componente fundamental da economia, influenciando a produção, o emprego e a distribuição de recursos em uma sociedade.

Miller (2002), destaca consumo como fatores sociais, culturais e históricos específicos, ele argumenta que o consumo não é apenas uma atividade econômica, mas também uma forma de expressão cultural e identidade social.

**Figura 2-** Tipos de Consumos.



**Fonte:** Autoras. 2024.

## 2.1 CONSUMO IMPULSIVO

Em se tratando de consumo impulsivo, Stern (1962) salienta vários tipos de consumo impulsivo: consumo impulsivo de lembrete, consumo impulsivo sugestivo, consumo impulsivo planejado e consumo impulsivo puro.

7470

Chang, Stansbie e Rood (2014) constatam que o consumo impulsivo do lembrete faz com que os compradores, adquiram um produto, lembrando uma necessidade ao vê-lo. O consumo impulsivo sugestivo, é caracterizado pela situação em que o indivíduo, ao se deparar com um produto pela primeira vez, sente uma necessidade de realizar a compra. O consumo por impulso planejado ocorre quando os indivíduos decidem gastar determinada quantia em dinheiro, mas não possuem nenhum tipo de produto específico em mente para comprar,

Conforme Lades (2014), o consumo impulsivo puro resulta de impulsos repentinos e poderosos que induzem os consumidores a adquirir os produtos imediatamente. Para ele, as inovações tecnológicas, atreladas às compras de quase todos os produtos de maneira rápida, prática e sem esforço, contribuem para o consumo impulsivo.

## 2.2 CONSUMO COMPULSIVO

O consumo compulsivo, segundo Rindfleisch, Burroughs e Denton (1997), é motivado por alguns fatores, tais como impulsos, sentimentos, tensão, anseios, e, pode ser definido como

uma resposta incontrolável ou desejo de obter, usar ou experimentar um sentimento, produto ou atividade que leva o indivíduo a se engajar repetidamente em um comportamento que pode causar danos a si mesmo ou a outras pessoas. Assim, os compradores compulsivos estão interessados em alcançar interações interpessoais positivas e aumento da autoestima em suas compras em detrimento ao valor econômico ou utilitário.

Consumo compulsivo é uma compra por impulso feita de forma repetitiva, em alguns casos tem o poder de acalmar, diminuir a ansiedade, depressão ou tédio. Supõe-se que os itens que chamam mais atenção das mulheres são roupas e cosméticos, esses itens são usados pelo público feminino de certo modo para melhorar as relações interpessoais. Ainda segundo Solomon (2016), os terapeutas afirmam que as mulheres são as que possuem um transtorno maior quando comparado aos homens, são quatro mulheres para um homem que compram compulsivamente.

### 2.3 CONSUMO SUPÉRFLUO

Para entender o consumo supérfluo, em seu trabalho, Matsuyama (2002) faz distinção entre produtos em que considera como sendo de luxo (supérfluo) e os ditos de necessidades. Desta forma, o autor frisa que um mesmo bem pode ser considerado supérfluo por famílias pobres que auferem rendas menores, mas como uma necessidade para as famílias que detêm maior renda familiar ou individual, atrelando, assim, o consumo ao nível de renda.

Diante deste ponto, enfatiza-se que, para este trabalho, ficam designados como consumo supérfluo (necessidades secundárias), aqueles produtos que não suprem as necessidades básicas dos consumidores, ou seja, que são adquiridos sem a real necessidade ou que são consumidos em detrimento a um bem essencial.

**Quadro 1:** Tipos de consumos.

Autor	Ano	Tipos de Consumo	
Engel	1995	Impulsivo	O comportamento de compra por impulso ocorre quando o consumidor adquire algo de forma repentina e sem controle sobre seus atos, obtendo produtos de forma puramente emocional, desconsiderando as conseqüências do seu feito (Engel et al., 1995)

Bauman	2008	Supérfluo	Apresenta a distinção entre o consumo e consumismo, estabelecendo que, ao contrário do consumo, o consumismo é o ato de adquirir produtos supérfluos.
Soares	2017	Compulsivo	A compra compulsiva pode ocorrer devido a diversos motivos, podendo, inclusive, a falta de atenção recebida durante a infância levar o indivíduo a fazer compras sucessivas para preencher seu vazio interior

Fonte: Autoras, 2024.

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia empregada neste estudo baseia numa pesquisa descritiva, tendo em vista que busca descrever as características do fenômeno, estabelecendo relações entre variáveis, como gestão, gastos e consumo (Silva & Menezes (2000)

Mattar (1999) enfatiza a relação da pesquisa descritiva com o problema de pesquisa, indicando sua aplicação quando o objetivo é descrever as características de grupos, estimar proporções de elementos com determinadas características ou comportamentos em uma população específica, ou descobrir e verificar relações entre variáveis.

7472

A pesquisa qualitativa foi empregada na fase inicial deste estudo, com o intuito de obter informações relevantes da população de um município do noroeste paulista, por meio de entrevistas, visando a compreensão e resolução dos objetivos propostos.

Strauss e Corbin (1998) definem pesquisa qualitativa como aquela que produz descobertas não obtidas por métodos estatísticos ou outras formas de quantificação, abrangendo pesquisas sobre a vida das pessoas, experiências, comportamentos, emoções, funcionamento organizacional, fenômenos culturais e interações entre nações.

A pesquisa também possui caráter bibliográfico, utilizando teses, dissertações, artigos, livros, jornais e recursos online para desenvolver e embasar os objetivos deste estudo.

## RESULTADOS

Tabela 1: Gênero dos participantes

Feminino	Masculino
38	21
64,41%	35,59%

**Fonte:** dados da pesquisa. Autores, 2024.

De acordo com a tabela apresentada, foram identificadas diferenças significativas entre os gêneros dos participantes. Quando questionados sobre seu gênero, 64,41% dos respondentes identificaram-se como mulheres (38 participantes), enquanto 35,59% identificaram-se como homens (21 participantes). Esses dados indicam uma predominância feminina na amostra. Além disso, todos os 59 participantes responderam a essa pergunta, totalizando 100% de participação nessa parte da pesquisa, o que reforça a relevância e a representatividade dos resultados obtidos.

Tabela 2: Faixa etária

18 a 24 anos	25 a 30 anos	31 a 35 anos	36 a 40 anos	41 a 50 anos	acima de 51 anos
18,64%	22,03%	20,34%	8,47%	13,56%	16,95%

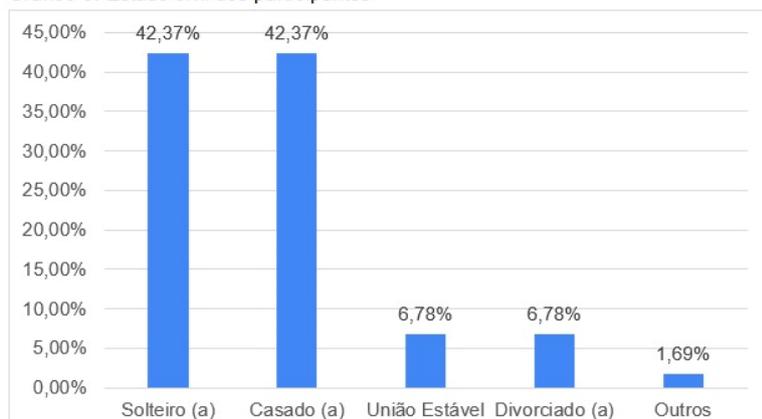
7473

**Fonte:** dados da pesquisa. Autores, 2024

De acordo com a tabela apresentada, a distribuição dos participantes por faixa etária revela uma diversidade significativa, 18 a 24 anos: 18,64%, 25 a 30 anos: 22,03%, 31 a 35 anos: 20,34%, 36 a 40 anos: 8,47%, 41 a 50 anos: 13,56% e acima de 51 anos: 16,95%.

Observa-se uma maior concentração de participantes nas faixas etárias de 25 a 30 anos (22,03%) e 31 a 35 anos (20,34%), enquanto a menor representação é encontrada na faixa de 36 a 40 anos, com 8,47%. Todos os participantes responderam a essa pergunta, assegurando uma taxa de participação de 100% nessa parte da pesquisa. Esse alto nível de engajamento reforça a relevância e a representatividade dos dados coletados.

Gráfico 3: Estado civil dos participantes



Fonte: dados da pesquisa. Autores, 2024.

De acordo com o gráfico apresentado, a distribuição dos participantes por estado civil é a seguinte, solteiro(a): 42,37%, casado(a): 42,37%, união estável: 6,78%, divorciado(a): 6,78%, outros: 1,69%. A amostra apresenta uma igualdade notável entre participantes solteiros e casados, cada grupo representando 42,37% do total. Participantes em união estável e divorciados representam cada um 6,78% da amostra, enquanto o grupo classificado como "Outros" constitui 1,69%. Todos os participantes responderam a essa pergunta, totalizando 100% de participação nesta parte da pesquisa, o que reforça a precisão e a representatividade dos resultados obtidos.

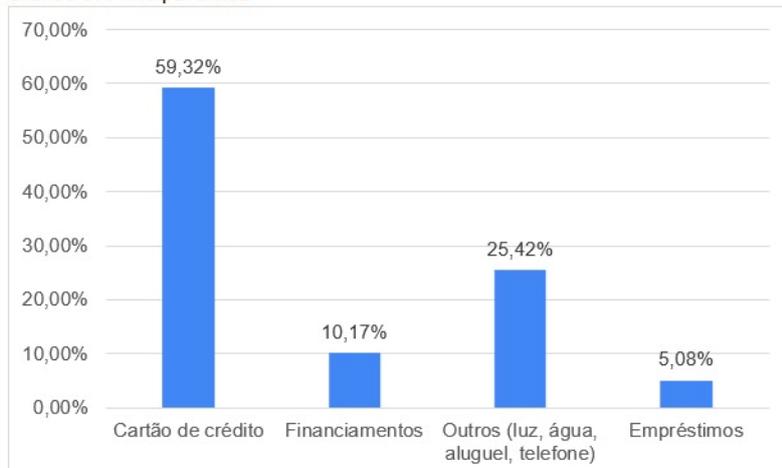
Qual seu grau de escolaridade?

Ensino fundamental incompleto	Ensino fundamental completo	Ensino médio completo	Superior incompleto	Superior completo	Pós graduação
11,86%	6,78%	23,73%	28,81%	18,64%	10,17%

Fonte: dados da pesquisa. Autores, 2024.

De acordo com a tabela 4, a distribuição dos participantes por grau de escolaridade foi a seguinte: 11,86% possuíam apenas o ensino fundamental incompleto, 6,78% tinham o ensino fundamental completo, 23,73% concluíram o ensino médio, 28,81% possuíam ensino superior incompleto, 18,64% tinham ensino superior completo e 10,17% tinham pós-graduação. Todos os participantes responderam a esta questão, totalizando 100% de participação.

Gráfico 5: Principal dívida



Fonte: dados da pesquisa. Autores, 2024.

A pesquisa revelou que a maioria dos participantes é do gênero feminino (64,41%), enquanto 35,59% eram do gênero masculino. A análise das principais dívidas mostrou que 59,32% dos respondentes identificaram o cartão de crédito como sua principal preocupação financeira. Outras dívidas mencionadas incluíram financiamentos (10,17%), despesas com serviços essenciais como luz, água, aluguel e telefone (25,42%), e empréstimos (5,80%). Esses resultados destacam o cartão de crédito como a dívida predominante entre os participantes, independentemente do gênero.

7475

De acordo com Silva (2023), "o cartão de crédito frequentemente emerge como a principal fonte de endividamento devido à facilidade de acesso ao crédito e às altas taxas de juros associadas". Este estudo corrobora essa observação, enfatizando a importância de uma gestão financeira eficaz para evitar o endividamento excessivo, corroborando com dados nacionais que demonstram que o "cartão de crédito, desde 2010, é a maior causa de endividamento familiar, sendo, em 2021, responsável por 81,8% do total de famílias endividadas." (Gonçalves, 2022).

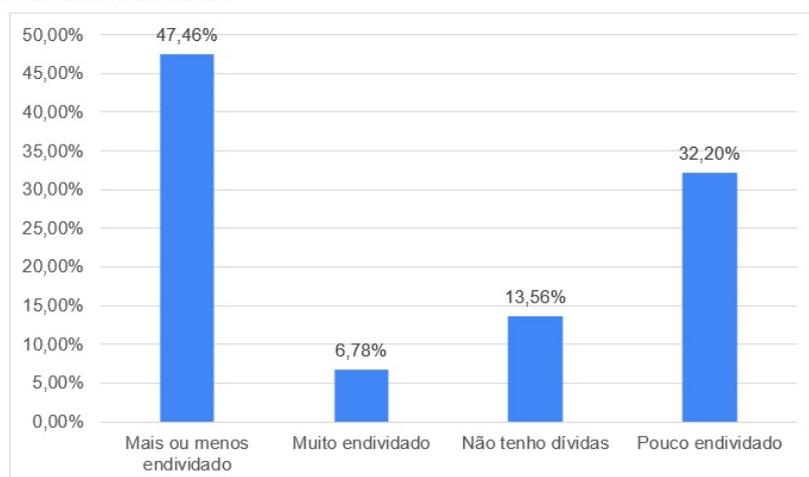
Tabela 6: Planejamento financeiro

Sim	Parcialmente	Não
19	18	22
32,20%	30,51%	37,29%

Fonte: dados da pesquisa. Autores, 2024.

A tabela 6 da pesquisa revelou que 32,20% dos participantes afirmaram possuir um planejamento financeiro, 30,51% disseram ter um planejamento financeiro parcial, e 37,29% indicaram não possuir nenhum tipo de planejamento financeiro. Segundo Franco e Silva (2022), o planejamento financeiro é crucial para a estabilidade econômica individual e familiar, permitindo um melhor controle sobre os gastos, investimentos e economias. A ausência de um planejamento adequado pode levar a dificuldades financeiras significativas, como o endividamento excessivo e a incapacidade de lidar com emergências financeira.

Gráfico 7: Renda mensal



Fonte: dados da pesquisa. Autores, 2024.

De acordo com os dados do Gráfico 7, a pesquisa revelou que, em relação à renda mensal de suas famílias, 47,46% dos participantes se consideram mais ou menos endividados, 6,78% se classificam como muito endividados, 13,56% afirmam não ter dívidas e 32,20% se consideram pouco endividados. Esses resultados indicam que a maioria dos indivíduos enfrenta algum nível de endividamento, com uma significativa parcela (47,46%) sentindo-se moderadamente endividada e um notável grupo (32,20%) apresentando um endividamento leve.

Conforme Souza e Carvalho (2021), o endividamento pode ser uma consequência de uma má gestão financeira e falta de planejamento adequado, resultando em dificuldades para cumprir com compromissos financeiros e aumentando o risco de inadimplência. A alta taxa de endividamento moderado e leve observada na pesquisa sugere que, embora muitas pessoas estejam lidando com dívidas, a maioria ainda consegue gerenciar suas finanças sem chegar a um estado crítico de endividamento.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que há uma necessidade urgente de conscientização financeira no município pesquisado, seguindo a lógica nacional, uma vez que muitos dos problemas econômicos enfrentados pelas famílias podem ser mitigados com uma gestão financeira adequada, sobressaindo o uso de cartão de crédito. A implementação de programas de educação financeira pode proporcionar às pessoas o conhecimento necessário para gerir seus recursos de forma mais eficaz, contribuindo para a redução do endividamento e melhoria da qualidade de vida.

Este estudo, ao iluminar os desafios enfrentados pela população de um município da região do noroeste paulista, espera contribuir para a promoção de políticas públicas e iniciativas privadas que incentivem a educação financeira e a gestão responsável dos recursos. Em última análise, uma população financeiramente educada e consciente é capaz de tomar decisões mais informadas, evitando armadilhas do consumo compulsivo e supérfluo, e assim, construindo um futuro mais seguro e sustentável.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Daniely; PIACENTE, Fabricio José. A inserção da variável ambiental no ambiente empresarial: Uma breve evolução histórica. In: **XII Workshop de Pós-Graduação e Pesquisa do Centro Paula Souza**. 2017.

7477

BENNIS, Warren. *On Becoming a Leader*. Addison-Wesley Publishing Company. **Reading, Mass**, 1989.

BUFFETT, Bruce; KNEZEK, Nicholas; HOLME, Richard. Evidence for MAC waves at the top of Earth's core and implications for variations in length of day. **Geophysical Journal International**, v. 204, n. 3, p. 1789-1800, 2016.

CHANG, Seohee; STANSBIE, Paul; ROOD, A. Scott. Impulsive consumption in the experiential context. **Current Issues in Tourism**, v. 17, n. 2, p. 145-163, 2014.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **The practice of management: A study of the most important function in America society**. Harper & Brothers, 1954.

ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D. Miniard., *PW Consumer Behavior*. 1995.

FAYOL, Henry. *Administration*. **Dunod, Paris**, 2014.

FOLLETT, Mary Parker. **Creative experience**. Longmans, Green and company, 1924.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GONCALVES, S. de. **A educação financeira frente ao consumo e endividamento das famílias brasileiras** TCC (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina. Centro Sócio-Econômico. Economia. 2022.

ISIDORO, Claudinei et al. A utilização de artefatos de contabilidade gerencial em cooperativas agropecuárias. **Revista de Contabilidade da UFBA**, v. 6, n. 2, p. 39-55, 2012.

KAHNEMAN, Daniel. Of 2 minds: How fast and slow thinking shape perception and choice [Excerpt]. **Scientific American**, v. 15, 2012.

KIYOSAKI, Robert T.; LECHTER, Sharon L. Pai rico pai pobre. **Rio de Janeiro: Campus**, 2000.

Lades, L. K. (2014). O papel da tecnologia na educação: desafios e perspectivas. *Revista Brasileira de Educação*, 20(40), 123-136.

LEE, Grace Yuna; YI, Youjae. The effect of shopping emotions and perceived risk on impulsive buying: The moderating role of buying impulsiveness trait. **Seoul journal of business**, v. 14, n. 2, p. 67-92, 2008.

MALLET, Estêvão. O novo código civil e o direito do trabalho. **Revista da Amatra II**, p. 22-9, 2003.

Martins, A. C., & Rocha, M. C. (2015). O impacto das redes sociais na comunicação organizacional. *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, 12(24), 55-70.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing: Metodologia. **Execução, Planejamento e Análise-Editora Atlas**, v. 350, 1994.

MIYAGAWA, Yusuke et al. Fate of hepatocyte and sinusoidal lining cell function and kinetics after extended cold preservation and transplantation of the rat liver. **Liver Transplantation**, v. 8, n. 4, p. 370-381, 2002.

MILLER, Daniel. Consumption: critical concepts in the social sciences. **(No Title)**, 2001.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. In: **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 1992. p. 269-269.

RINDFLEISCH, Aric; BURROUGHS, James E.; DENTON, Frank. Family structure, materialism, and compulsive consumption. **Journal of consumer research**, v. 23, n. 4, p. 312-325, 1997.

OLIVEIRA, Lívia; REAL, Erica. Publicidade, consumo e comportamento infantil. **In: Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.** 2011.

DA SILVA, Edna Lucia; MENEZES, Estera Muszkat. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. **UFSC, Florianópolis, 4a. edição**, v. 123, n. 4, p. 138, 2005.

STERN, Hawkins. The significance of impulse buying today. **Journal of marketing**, v. 26, n. 2, p. 59-62, 1962.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. Basics of qualitative research techniques. 1998.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa. **São Paulo: Atlas**, v. 34, p. 38, 2006.

WARREN, Carl S.; REEVE, James M.; DUCHAC, Jonathan. Financial and Managerial Accounting, 12e. **South-Western, Cengage Learning**, 2014.