

COMPORTAMENTO E CONHECIMENTO FINANCEIRO: UMA ANÁLISE DO PERFIL DO INVESTIDOR BRASILEIRO QUANDO SE TRATA DE INVESTIMENTOS

Paulo Henrique Riotinto Lima (IC) e Denis Forte (Orientador)

Apoio: PIVIC Mackenzie

RESUMO

A ANBIMA em seu estudo “A trajetória financeira do brasileiro” apresenta 5 formas diferentes dos brasileiros se relacionarem com o dinheiro, o sociólogo Schwartz determina dez valores motivacionais dos seres humanos. Os dois assuntos relacionados ajudam a compreender como o investidor brasileiro determina seus investimentos pessoais. Para desenvolver este trabalho foram abordadas teorias de literacia financeira, finanças comportamentos, perfis de investimentos, e valores motivacionais. Os dados foram empregados por meio de estatística descritiva seguida por análise fatorial exploratória extraídos de 200 questionários respondidos via Google Docs. Os resultados obtidos mostram que os assuntos não se relacionam apenas na teoria, mas também na prática e trazem uma forma de entender de uma maneira mais clara as formas de como tratar pessoas distintas financeiramente e como este estudo pode ajudar a contribuir para educação financeira da população brasileira.

Palavras-chave: Finanças comportamentais. Perfil do investidor brasileiro. Literacia financeira.

ABSTRACT

The ANBIMA in its study entitled "The financial trajectory of the Brazilian" presents 5 different ways Brazilians relate to money, the sociologist Schwartz determines ten motivational values of human beings. The two related topics helps to understand how the Brazilian investors determines their personal investments. To develop this work theories of financial literacy, finance behaviors, investment profiles, and motivational values were taken into account. The data was used by a descriptive statistics followed by an exploratory factorial analysis extracted from 200 questionnaires answered via Google Docs. The results show that the issues are not only related in just theory but also in practice and they provide a way to understand in a clearer manner the ways to treat people financially in different ways and how this study can help to contribute to the financial education of the Brazilian population.

Keywords: Behavioral finance. Profile of the Brazilian investor. Financial literacy.

1 INTRODUÇÃO

Como os brasileiros tomam decisões financeiras? Esta complexa pergunta é o ponto de partida para o desenvolvimento deste artigo. Para chegar a uma resposta é preciso analisar diversos fatores: cultura local, idade, sexo, escolaridade, valores pessoais entre outros. Cada brasileiro possui uma motivação específica quando se trata de finanças pessoais e suas formas de usar seu próprio dinheiro; para algumas pessoas pode ser prioridade ter uma reserva de dinheiro para emergências como desemprego ou problemas de saúde, enquanto para outras a premissa é de que só se vive uma vez e dinheiro serve para trazer conformo momentâneo. Nenhuma das duas decisões é errada, mas as duas geram consequências diferentes: a pessoa que escolhe viver terá incríveis histórias para contar e nenhum dinheiro; a que prefere poupar poderá ter uma vida estável no futuro, com poucas preocupações financeiras.

O estudo tem o objetivo de entender tais decisões do ponto de vista acadêmico, abordando teorias de finanças comportamentais e literacia financeira.

Para se aprofundar no assunto, será utilizado o relatório desenvolvido pela ANBIMA denominado “A trajetória financeira do brasileiro” que, de forma lúdica e pouco acadêmica, traz com uma metodologia própria como o brasileiro se comporta financeiramente, mostrando sua trajetória em um formato de linha do tempo com suas principais conquistas e perdas financeiras para, assim, chegar a cinco perfis que caracterizam os brasileiros financeiramente.

Para tornar este aprofundamento acadêmico foram utilizados os dez valores motivacionais de Schwartz para entender e categorizar a veracidade das informações com base no sociólogo e seu estudo.

Para testar empiricamente os dados, foi realizada uma pesquisa com 200 pessoas para entender e analisar as informações estudadas com perguntas que relacionam comportamento, atitude e conhecimento e, com estas informações, chegou-se a uma análise estatística.

Por fim, nas considerações finais será exposto qual o resultado da análise de dados, incluindo as limitações desta pesquisa e correspondentes sugestões para trabalhos futuros e como isto pode ser abordado no mercado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 LITERACIA FINANCEIRA: CONHECIMENTO, COMPORTAMENTO E ATITUDE

2.1.1 Comportamento, conhecimento e atitude

De acordo com a OECD (2015), a literacia financeira é definida como uma combinação de consciência, conhecimento, habilidade, atitude e comportamento necessários para

produzir decisões financeiras e, finalmente, alcançar o bem-estar financeiro individual. Zokaityte (2017) completa que literacia financeira pode ser definida como a capacidade de ler, entender e processar tais informações, além de atuar sobre essas escolhas.

Para Mota, Trindade e Silva (2017), o conceito de literacia financeira vai além dos conhecimentos sobre matérias financeiras, envolvendo também a forma como esses conhecimentos afetam os comportamentos e atitudes dos cidadãos no momento da tomada de decisões.

Lusardi e Mitchell (2014) estabelecem uma relação entre a literacia financeira e o comportamento econômico, na qual a literacia exerce um papel relevante na tomada de decisões financeiras, e que a causalidade vai do conhecimento ao comportamento.

Segundo a OECD (2013), uma pessoa financeiramente alfabetizada possui um conhecimento dos conceitos financeiros e a capacidade de monitorar os seus controles.

O conhecimento financeiro para Huston (2010) é uma dimensão integral da literacia financeira, no qual a define como uma dimensão de aplicação adicional, o que implica o indivíduo a possuir habilidade e confiança para usufruir o seu conhecimento para tomar decisões financeiras.

De acordo com Janor *et al.* (2016), quanto maior o conhecimento da literacia financeira, maior o seu grau de conhecimento em finanças, que está diretamente relacionado ao comportamento financeiro e de seu bem-estar.

Segundo a análise da Lusardi e Mitchell (2014), o conhecimento da literacia financeira é baixo entre os jovens, idosos e mulheres, não desprezando a variação da mesma para cada etnia.

Com base na OECD (2013), o comportamento é o elemento mais importante da literacia, impulsionando resultados positivos quando bem utilizados.

Complementando, Kadoya e Khan (2017) descrevem o comportamento financeiro como medidor das transações realizadas através do seu conhecimento financeiro para a tomadas de decisão.

Segundo Mandell e Klein (2009), as pessoas que possuem baixo nível de literacia financeira se opõem a estabelecer comportamentos através de conselhos próximos e apresentam um perfil menos propenso em investir em ações.

A OECD (2016) afirma que para a tomada de decisão é necessário a combinação entre conhecimento, comportamento e atitude para o alcance do bem-estar financeiro individual, pois justifica que a atitude influencia na tomada de decisão mesmo que o indivíduo tenha conhecimento e o comportamento para agir.

A OECD (2013), considera a atitude e a preferência elementos fundamentais para a literacia financeira. Contudo, afirma que as pessoas que expressam priorizar investimento de curto prazo estão menos inclinadas ao empreendimento ao longo prazo.

Segundo a OECD (2016), pessoas que apresentam atitudes em relação ao planejamento para o futuro são aquelas que obtêm o bem-estar financeiro.

Segundo Henriques (2010), os jovens com conhecimento em literacia e produtos financeiros têm tendência ao aperfeiçoamento da atitude em gestão de dinheiro, no que resulta a maior probabilidade de segurança financeira em longo prazo.

A tabela 1 apresenta o modelo de capacidade financeira segundo Kempson *et al.* (2005):

Tabela 1 - Modelo financeiro segundo Kempson et al. (2009)

	1	2	3	4	5
	Equilibrar o orçamento	Manter o controle	Escolher Produtos	Planejar o Futuro	Manter-se Informado/ a obtenção de ajuda
Conhecimento	A compreensão de como equilibrar o orçamento	A compreensão de como controlar	A compreensão de como escolher produtos	A compreensão de como planejar o futuro na prática	Como apreender onde obter informações de ajuda
Atitude	Motivação e confiança em equilibrar o orçamento	A motivação e a confiança em manter o controle	Motivação e confiança nos produtos que escolhem	Motivação e confiança no planejamento do futuro	A motivação e a confiança na obtenção de informações e ajuda
Comportamento	Equilibrar o orçamento na prática	Manter o controle na prática	A escolhas de produtos na prática	Planejamento do futuro na prática	Manter-se informado e buscando ajuda na prática

Fonte: Autores (2018).

No seu modelo, Kempson *et al.* (2009) identificaram os componentes conhecimento; atitude; e comportamento. Identificaram, também, cinco domínios das finanças pessoais:

1. Equilibrar o orçamento;
2. Manter o controlo;
3. Escolher produtos;
4. Planear o futuro;
5. Manter-se informado e obter ajuda.

Cada um destes domínios é composto por conhecimentos, atitudes financeiras e práticas financeiras que, juntas, aumentam a capacidade financeira individual. No entanto, Kempson *et al.* (2009) sugerem que é o elemento do comportamento que pode ser mais importante.

2.1.2 Comportamento Financeiro

Comportamentos são ações observáveis e representam a forma como pessoas ou grupos agem sob determinadas condições (SCHRADER; LAWLESS, 2004) e tomar decisões é o “coração” da gestão financeira (REMUND, 2010). Portanto, numa pesquisa sobre literacia

financeira é essencial avaliar o processo decisório das pessoas, a fim de que seja possível investigar se apresentam comportamentos financeiramente positivos, o que pode resultar numa maior resiliência em momentos de crise (OECD, 2016), na promoção do bem-estar financeiro (HUSTON, 2010; OECD; 2013, 2016), e numa maior satisfação financeira (JOO; GRABLE, 2004).

Seguindo essa linha de pensamento, o comportamento financeiro representa um elemento essencial e determinante (POTRICH; VIEIRA; SILVA, 2015), e talvez o mais verdadeiro (HOGARTH; HILGERT, 2002) de literácia financeira.

A OECD (2016), no que diz respeito às finanças pessoais, justifica que podem ser mensurados e analisados os seguintes tipos de comportamento:

Orçamento: ferramenta de gestão financeira, importante para o gerenciamento de receitas e despesas;

Poupança: acúmulo de recursos de forma ativa, ou seja, por meio da ação (comportamento) das pessoas em alocar parte dos seus recursos em aplicações financeiras (exceto conta corrente³) de curto e longo prazos;

Compras: análise prévia, por parte das pessoas, se terão condições de pagar suas compras;

Pagamentos: pagamentos de contas em dia, sem a necessidade de contrair empréstimos;

Seleção e escolha de produtos financeiros: aquisição recente (nos últimos dois anos) de produtos financeiros mediante formas seguras e bem informadas, ou seja, por meio de aconselhamento qualificado e o mais independente possível. Sobre isso, Collins (2012) afirma que pessoas com dificuldade para tomar decisões relacionadas à finanças podem utilizar o aconselhamento financeiro para suprir deficiências em seus conhecimentos financeiros;

Objetivos: estabelecimento de objetivos de longo prazo e ações (comportamentos) para alcançá-los;

Controle: controle rotineiro das finanças pessoais, importante para a identificação de eventuais erros e fraudes, e monitoramento do progresso relacionado aos objetivos estabelecidos para o longo prazo.

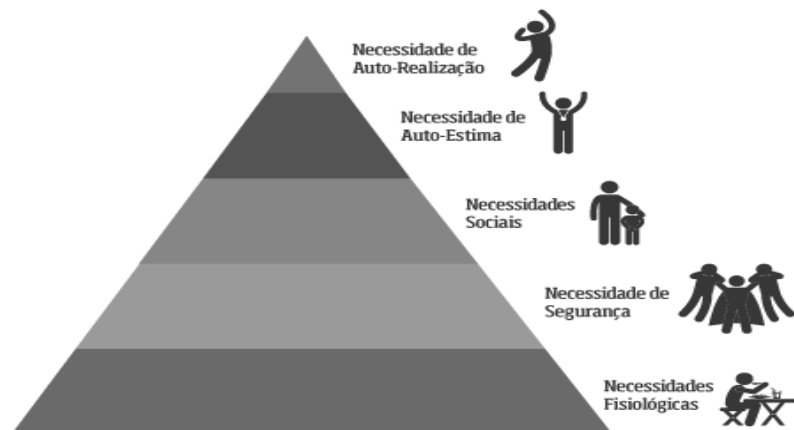
2.1.3 Finanças Comportamentais

As Finanças Comportamentais estão relacionadas com elementos da Psicologia Cognitiva, da Economia e das Finanças, visando estabelecer uma compreensão do comportamento humano nos mercados financeiros (PASSOS; PEREIRA; MARTINS, 2012). Essa área tem como objetivo complementar o entendimento do processo decisório dos

agentes de mercado, não substituindo as teorias já existentes. Esse campo de estudo demonstra que alguns fenômenos financeiros são mais bem-entendidos à luz de algumas teorias que não são consideradas completamente racionais. Essa teoria tem se concentrado em compreender as ilusões cognitivas e de que forma elas afetam o comportamento dos tomadores de decisão (PIMENTA *et al.*, 2012 *apud* ROSS; NORA; MILANI, 2015).

É notório que as pessoas reagem de formas diferentes em uma situação de ganho em relação a uma situação de perda – se for comparar o mesmo valor. Nesse sentido, é possível analisar o viés comportamental da situação, o medo de arriscar (ou de perder determinado valor) está diretamente relacionado com a necessidade de se sentir seguro, o primeiro item da pirâmide de Maslow, conforme abaixo na figura 1.

Tabela 2 - Pirâmide de Maslow



Fonte: Adaptado de Maslow (2009).

Segundo Peterson (2008), se dá o nome de “Efeito da propriedade” para a propensão das pessoas de se tornarem apegadas aos itens que possuem, isso é caracterizado pelo fato de as pessoas supervalorizam seus bens. Esse fenômeno faz com que estas valorizem os itens que possuem muito mais que os não proprietários e, como resultado, tornam-se relutantes em se separar de seus objetos. Esse efeito é o resultado facilmente mensurável da aversão à perda. O medo de sentir arrependimento pode explicar o motivo pelo qual tantos investidores perdem a oportunidade de ganhar grandes quantias por medo de arriscar.

2.1.4 Perfis de Investidores - ANBIMA

No relatório “A trajetória financeira do brasileiro”, desenvolvido pela ANBIMA, mostra a relação do brasileiro com o dinheiro. Uma consultoria especializada em pesquisas foi às ruas de quatro grandes capitais, sendo estas São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Porto Alegre, durante três meses, e entrevistaram 400 pessoas, dentre diferentes idades e classes sociais.

Descobriu-se que, ao perguntar sobre dinheiro, a resposta sempre se relacionava ao que as pessoas fazem com ele: compra de bens, financiamento de cursos, viagens, ajuda a familiares, e por aí vai. Ou seja, para a grande maioria da população, o dinheiro em si não tem muito significado se for dissociado em que ele se transforma: na vida de cada pessoa (ANBIMA, 2017, p. 4).

Para desenvolver a pesquisa, a empresa “Na rua” usou um método pouco convencional e utilizaram do exercício de montanhas, que pede que cada participante desenhe uma montanha demonstrando sua trajetória financeira destacando os principais pontos.

Em cada situação mencionada era necessário indicar o ano em que aconteceu, os sentimentos daquele período e a forma com que o participante lidava com o dinheiro naquela época. Ao final, as pessoas definiam, em uma única frase, a essência da relação que tiveram com o dinheiro ao longo de suas vidas (ANBIMA, 2017, p. 4).

Após as análises dessas 400 montanhas, os pesquisadores perceberam que estas apresentavam padrões semelhantes, independente das variáveis como cidade, idade ou classe social. Então, as montanhas foram separadas de acordo com as características em comum, chegando a um resultado final de cinco pilhas de montanhas. Este foi o primeiro indício de que há cinco formas diferentes pelas quais os brasileiros se relacionam com o dinheiro ao longo da vida.

O próximo passo para comprovarem a tese foi realizar 24 vivências, seis em cada cidades onde foram realizadas as pesquisas. Nesses encontros, que duravam em média seis horas, os pesquisadores analisavam a fundo a vida dos entrevistados, acompanhando sua rotina de perto, em casa, no trabalho e nas atividades de lazer.

Além de desenhar a “montanha”, cada entrevistado foi convidado a outro exercício lúdico: o de detalhar sua linha da vida. Com um novelo de lã em mãos, o participante ia desenrolando o fio e pendurava, em uma espécie de varal, fotos que representassem suas memórias, objetos, documentos, momentos importantes em ordem cronológica, junto com textos e vinhetas (ANBIMA, 2017).

Naturalmente, o despreocupado não está atento ao que acontece com o dinheiro, e isso molda a forma como ele vive a vida, ainda que esteja no vermelho. Sabe os valores por alto e não tem prazer em lidar com atividades financeiras nem com o banco (ANBIMA, 2017).

O despreocupado não tem grande preocupação com dinheiro, sabe que da mesma forma que ele entra, sai. Essas pessoas gostam muito de se auto recompensar e, com isso, quase não veem o dinheiro em mãos e não sabem o que é ter um grande valor acumulado; gostam de viver dos prazeres como: viagens, compras, diversões e experiências.

O despreocupado, em sua maioria, possui alguém que pode socorrer-lo em uma grande necessidade financeira, como um amigo ou um parente, por exemplo.

O quinto perfil é o sonhador. Algumas palavras que o define é: curioso, grandioso, idealista, intuitivo, visionário, futurista, empreendedor, otimista, diferenciado, envolvente, sedutor, livre.

O excesso de confiança faz com que ele seja envolvente e convença as pessoas a compartilharem do seu sonho e com isso tenta fazer o universo conspirar a seu favor. No fundo, esse é um perfil impulsivo, que se joga em um caminho que nem sempre é muito racional (ANBIMA, 2017).

Os sonhadores prezam a liberdade, veem no dinheiro a forma de realizar seus sonhos e fazer coisas grandiosas; são ousados e confiam no futuro; perdem a oportunidade de construir uma poupança por acreditar que pequenos valores não irão fazer a diferença. Geralmente, sonhadores contam com algum “pé no chão” para funcionar como porto seguro caso as suas empreitadas deem errado.

Sempre sujeitos a altos e baixos, seus investimentos financeiros envolvem grande ousadia e risco. Para esse perfil, as ofertas de crédito e investimentos sempre estarão abaixo de sua expectativa; possui visão maior que a realidade gerando pequeno nível de frustração quando se depara com limitações impostas a seus objetivos.

O sonhador, como o nome já diz, é movido por sonhos. Ele é impulsionado por uma grande força interior: uma ideia ou um plano grandioso, que desenvolve a partir de uma intuição e no qual acredita que terá muito sucesso, ganhando o reconhecimento de todos a sua volta quando realizado (ANBIMA, 2017).

2.1.5 Perfis sociológicos - Schwartz

Segundo Schwartz (1987), existe um conjunto de motivações universais que dão origem e organizam os diversos valores nas diferentes culturas. Sua teoria define um valor como um conceito ou crença do indivíduo sobre uma meta (terminal, instrumental) que ultrapassa as situações e expressam interesses individuais, coletivos ou mistos, correspondentes a um domínio motivacional (hedonismo, poder, tradição, universalismo etc.), sendo avaliadas em uma escala de importância (nada importante, muito importante) como um princípio que guia a sua vida (SCHWARTZ; BILSKY, 1987).

Excetuando o atributo “escala de importância”, que representa uma opção do autor, os demais compreendem facetas que Schwartz e seus colaboradores procuram comprovar empiricamente. No caso das metas, embora inicialmente tenha se argumentado a seu favor (SCHWARTZ; BILSKY, 1987), logo se concluiu que expressavam principalmente uma questão de semântica e que valores terminais poderiam ser entendidos como instrumentais e vice-versa (SCHWARTZ, 1992).

O tipo de interesse a que servem os valores tem sido objeto de diversas pesquisas, sendo os resultados, no geral, consistentes com o modelo teórico (OISHI, SCHIMMACK,

DIENER & SUH, 1998; ROS & GÓMEZ, 1997; SCHWARTZ, 1990). Quanto aos tipos motivacionais, compreendem o ponto central da sua teoria e em torno dos quais Tamayo *et al.* (1998) elabora a crítica antes descrita. Schwartz (1992, 1994) não supõe que os valores humanos individualmente sejam universais, senão seriam universais as motivações que os sustentam. Estas dariam origem aos tipos de valores ou tipos motivacionais, os quais são tratados em termos do seu conteúdo e da sua relação dinâmica de compatibilidade e conflito entre si.

São dez os tipos motivacionais de valores, a saber: autodireção, estimulação, hedonismo, realização, poder, benevolência, conformidade, tradição, segurança e universalismo. Cada um destes dá origem a um grupo de valores que, por se correlacionarem diretamente entre si, formariam uma região em uma representação espacial ou propriamente um fator, no caso de uma análise fatorial.

Na Tabela 2, é definido cada tipo de valor com seus valores específicos mais representativos.

Tabela 3 - Tipos motivacionais de de Schwartz.

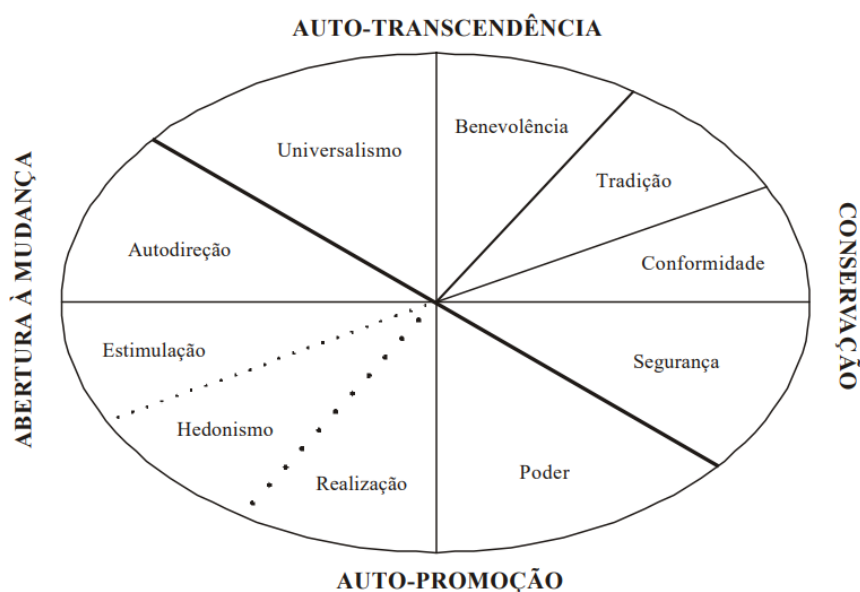
Definição dos tipos motivacionais de valores universais (com exemplo de valores entre parênteses)	
Autodireção (AD)	Independência no pensamento e na tomada de decisão, criação e exploração (criatividade, independente, liberdade).
Estimulação (ES)	Ter excitação, novidade e mudança na vida (ser atrevido, uma vida excitante, uma vida variada).
Hedonismo (HE)	Prazer ou gratificação sensual para a própria pessoa (desfrutar da vida, prazer)
Realização (RE)	Êxito pessoal como resultado da demonstração de competência segundo as normas sociais(ambicioso, capaz, obter êxito).
Poder (PO)	Posição e prestígio social, controle ou domínio sobre pessoas e recursos (autoridade, poder social, riqueza).
Benevolência (BE)	Preservar e reforçar o bem-estar das pessoas próximas com quem se tem um contato pessoal frequente e não casual (ajudando, honesto, não rancoroso, ter sentido na vida).
Conformidade (CO)	Limitar as ações, inclinações e impulsos que possam prejudicar a outros e violar expectativas ou normas sociais (auto disciplina, bons modos, obediência).
Tradição (TR)	Respeitar, comprometer-se e aceitar os costumes ou ideias que a cultura tradicional ou a religião impõem à pessoa (devoto, honra aos pais e mais velhos, humilde, respeito, pela tradição, vida espiritual).
Segurança (SE)	Conseguir segurança, harmonia e estabilidade na sociedade nas relações interpessoais e na própria pessoa (ordem social, segurança, familiar, segurança nacional).
Universalismo (UM)	Compreensão, apreço, tolerância e proteção em direção ao bem-estar de toda a gente e da natureza (aberto, amizade verdadeira, igualdade, justiça social, protetor do meio ambiente, sabedoria, um mundo em paz, um mundo de beleza).

Fonte: Autores (2018).

Estes tipos de valores são derivados de três requerimentos humanos universais (SCHWARTZ; BILSKY, 1987, 1990): as necessidades básicas (organismo), os motivos sociais (interação) e as demandas institucionais para o bem-estar e a sobrevivência dos grupos. Em função de quem se beneficia quando a pessoa adota ou se comporta de acordo com cada tipo de valor, estes autores definem os diferentes interesses que podem cumprir: individualista (poder, realização, hedonismo, estimulação e autodireção), coletivista (tradição, conformidade e benevolência) ou misto (segurança e universalismo). Uma outra forma de considerar os tipos de valores é em razão das suas dimensões de ordem superior, a saber (SCHWARTZ, 1994): autopromoção vs. autotranscendência e abertura à mudança vs. conservação (ver Figura 2).

2.1.5 Estrutura de Compatibilidade

Tabela 4 - Dimensões de ordem superior



Fonte: Adaptado de Almeida e Sobral (2009).

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada para confecção desse trabalho foi semelhante a pesquisa de Chang (2011). A amostra será selecionada a partir dos dados selecionados.

Antes de enviar para os entrevistados, o questionário foi aplicado para dois especialistas acadêmicos como pré-teste, para contribuir com a objetividade das questões a fim de que as perguntas não tenham desvio de compreensão, além da validação do mesmo.

Após, o questionário foi enviado para duzentas pessoas. Buscando identificar entre elas qual é a sua relação com o dinheiro, a fim de comprovar se os brasileiros realmente são

divididos em cinco perfis de investimento ou investidores de mais de uma modalidade. Em sua maioria no estado de São Paulo, podendo conter algumas pessoas de outras regiões. Os respondentes preencheram o questionário em um período de duas semanas por meio do serviço em nuvem Google Docs.

Quanto ao questionário, segundo Nederhof (1985), o desvio da desejabilidade social afetaria a validade de pesquisa por questionário. Essa desejabilidade social significa a tendência dos entrevistados em preencher questionários de forma enviesada para gerar a boa impressão do pesquisador. A fim de reduzir este desvio, este estudo utiliza o anonimato, prometendo confidencialidade (NANCARROW; BRACE; WRIGHT, 2001).

Segundo Randall e Fernandes (1991), o desvio varia de acordo com o nível de anonimato nos questionários. Quanto mais a pessoa estiver assegurada do anonimato, menos desvio é detectado.

Para mensuração dos itens do questionário, será abordado na primeira parte perguntas de conhecimento pessoal e sociais dos entrevistados; na segunda parte serão abordadas questões para mensurar o conhecimento financeiro dos entrevistados; por fim, na terceira parte serão abordadas questões relacionadas aos perfis de investimento e questões relacionadas à valores com base em Schwartz.

Para as perguntas relacionadas ao perfis de investimentos, será utilizada a escala Likert de cinco pontos. As medições das partes são desenvolvidas da forma abaixo.

Será considerado no questionário questões sociais que exploram idade, de acordo com Rambo (2014); sexo, segundo Gava e Vieira (2008); e formação, como afirma Vieira, Sereia e Bataglia (2011), as quais ajudarão a comparar o entendimento dos perfis socioeconômicos e dos investimentos disponibilizados.

Essas questões apontam dados importantes na mensuração, pois, segundo Lusardi e Mitchell (2014), o conhecimento da literacia financeira é baixo entre os jovens, idosos e mulheres, não desprezando a variação da mesma para cada etnia.

De acordo com a OECD (2015), o conhecimento em literacia induz um caminho diferente na decisão financeira. Isso mostra a importância de mensurar o nível de conhecimento em investimentos em uma pesquisa de perfil de investidor, pois entende-se que literacia financeira é uma combinação de consciência, conhecimento, habilidade, atitude e comportamentos necessários para produzir decisões financeiras. Segundo a ANBIMA (2017), a classificação do perfil do investidor é dividido em: (1) Despreocupado, (2) Camaleão, (3) Construtor, (4) Sonhador e (5) Planejador, e, com base nisso, foram elaboradas questões da relação do brasileiro com o dinheiro.

3.1 ANÁLISE FATORIAL

De acordo com Bartholomew (1984 *apud* FIGUEIREDO FILHO; SILVA JUNIOR, 2010), “a análise fatorial é uma técnica amplamente estatística, mas seus fundamentos teóricos são um tanto obscuros e sujeitos a disputa” (BARTHOLOMEW, 1984 *apud* FIGUEIREDO FILHO; SILVA JUNIOR, 2010, p. 163). No entanto, atribui-se aos trabalhos de Charles Spearman e Karl Pearson os primeiros passos da análise fatorial (ZELLER; CARMINES, 1980 *apud* FIGUEIREDO FILHO; SILVA JUNIOR, 2010). Spearman (1904) testou a hipótese de que diferentes testes de habilidade mental - habilidades em matemática, verbais, raciocínio lógico, entre outras - poderiam ser explicadas por um fator comum de inteligência que ele denominou “g”.

De acordo com Kaplunovsky (2009 *apud* FIGUEIREDO FILHO; SILVA JUNIOR, 2010), outra contribuição relevante foi feita por Thurstone (1935 *apud* FIGUEIREDO FILHO; SILVA JUNIOR, 2010) ao desenvolver a ideia de “multiple factor analysis”. Outras contribuições significativas podem ser creditadas a Hotelling ao propor “o método de componentes principais que permite o cálculo da única matriz de fatores ortogonais” (KAPLUNOVSKY, 2009 *apud* FIGUEIREDO FILHO; SILVA JUNIOR, 2010). Dessa forma, o desenvolvimento das diferentes técnicas de análise fatorial pode ser explicado a partir do acúmulo de diferentes trabalhos.

Mas para que serve a análise fatorial? De acordo com King (1986, p. 682), “no modelo da análise fatorial, há muitas variáveis observadas cujo objetivo é gerar fatores subjacentes não observados”. Em outras palavras, a principal função das diferentes técnicas de análise fatorial é reduzir uma grande quantidade de variáveis observadas em um número menor de fatores. Mas o que são fatores? Hair (2009) define fator como a combinação linear das variáveis (estatísticas) originais.

A análise fatorial é uma técnica estatística multivariada utilizada para identificar um número reduzido de fatores latentes a partir de um número de variáveis observadas e correlacionadas. Neste trabalho foi utilizada a análise fatorial para determinar os perfis do investidor brasileiro.

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

4.1 CONFIABILIDADE: ALFA DE CRONBACH

O coeficiente alfa de Cronbach foi apresentado por Lee J. Cronbach, em 1951, como uma forma de estimar a confiabilidade de um questionário aplicado em uma pesquisa (HAIR, 2009). O alfa mede a correlação entre respostas em um questionário através da análise do perfil das respostas dadas pelos respondentes. Trata-se de uma correlação média entre perguntas. Dado que todos os itens de um questionário utilizam a mesma escala de medição,

o coeficiente α é calculado a partir da variância dos itens individuais e da variância da soma dos itens de cada avaliador.

No nosso caso, temos o seguinte resultado na tabela abaixo:

Tabela 5 - Saída SPSS.

Estatísticas de confiabilidade	
Alfa de Cronbach	N de itens
,845	21

Fonte: Autores (2018).

Que é classificado como bom. Portanto, pode-se seguir com a análise.

4.2 KAISER-MEYER-OLKIN (KMO) - MEDIDA DE ADEQUAÇÃO DA AMOSTRA

A medida KMO é usado como um índice da existência de relações lineares entre as variáveis e, assim, se é adequado para executar uma análise fatorial em seu conjunto de dados atual. O seu valor pode variar de 0 a 1, com valores acima de 0,6 sugerido como um requisito mínimo para a adequação da amostra, mas valores acima de 0,8 são considerados bons e indicativo de que a análise fatorial será útil.

A medida global KMO é fornecida na tabela de Teste de KMO e Bartlett, como destacado a seguir:

Tabela 6 - Saida SPSS.

Teste de KMO e Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,815
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	1723,429
	gl	210
	Sig.	,000

Fonte: Autores (2018).

Neste caso, o KMO é 0,815, o que é muito bom na escala de méritos de Kaiser-Meyer-Olkin (1974).

4.3 TESTE DE ESFERICIDADE DE BARTLETT

O teste de esfericidade de Bartlett testa a hipótese nula de que a matriz de correlação é uma matriz de identidade (HAIR, 2009). Uma matriz de identidade é aquela que tem 1 na diagonal e 0 sobre todos os elementos fora da diagonal. Efetivamente, ele está dizendo que não existem correlações entre qualquer uma das variáveis. Isto é importante porque se não há correlação entre as variáveis, não se é capaz de reduzir as variáveis a um número menor

de componentes (ou seja, não há nenhum ponto na gestão de uma análise fatorial). Como tal, se quer rejeitar a hipótese nula. O resultado deste teste está contido dentro da segunda parte da tabela Teste de KMO e Bartlett acima.

Pode-se ver que o teste de esfericidade de Bartlett é estatisticamente significativa (ou seja, $p < 0,05$). Neste caso, é referido como "000", o que significa, na verdade, $p < 0,0005$. Se o teste de esfericidade de Bartlett é estatisticamente significativa (ou seja, $p < 0,05$), seus dados estão adequados para a análise fatorial e se pode prosseguir para a próxima seção.

4.4 ANÁLISE DOS COMPONENTES EXTRAÍDOS

A análise fatorial produzirá tantos componentes quanto variáveis. Há 21 variáveis nesta análise, por isso há 21 componentes. Se mantiver todos os componentes em sua análise, é possível explicar toda a variância em suas variáveis. No entanto, o propósito da análise fatorial é explicar tanto da variância quanto possível, utilizando o menor número de componentes possível. O primeiro componente irá explicar a maior quantidade de variância total, com cada componente de contabilidade subsequente de relativamente menos da variação total. De um modo geral, apenas os primeiros componentes terão de ser retidos para interpretação, e estes componentes contribuem para a maioria da variância total (HAIR, 2009).

A quantidade de variância de cada componente é responsável por sua contribuição para variância total e é apresentado na variância total explicada sob o título "valores próprios iniciais", conforme a tabela abaixo:

Tabela 7 - Saída SPSS.

Componente	Variância total explicada								
	Autovalores iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somadas de rotação de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	5,670	26,998	26,998	5,670	26,998	26,998	3,242	15,437	15,437
2	2,882	13,724	40,722	2,882	13,724	40,722	3,145	14,975	30,412
3	1,889	8,994	49,715	1,889	8,994	49,715	3,039	14,471	44,884
4	1,386	6,599	56,315	1,386	6,599	56,315	1,774	8,449	53,333
5	1,138	5,420	61,734	1,138	5,420	61,734	1,764	8,401	61,734
6	1,004	4,781	66,515						
7	,812	3,869	70,384						
8	,767	3,653	74,037						
9	,683	3,251	77,288						
10	,662	3,154	80,442						
11	,557	2,654	83,096						
12	,502	2,391	85,487						
13	,483	2,302	87,789						
14	,434	2,068	89,857						
15	,388	1,850	91,707						
16	,352	1,676	93,383						
17	,338	1,610	94,993						
18	,321	1,527	96,521						
19	,296	1,411	97,932						
20	,230	1,095	99,027						
21	,204	,973	100,000						

Método de Extração: análise de Componente Principal.

Fonte: Autores (2018).

Autovalor é uma medida da variância que é explicada por um componente. Um autovalor representa a variância que aquele componente (associado) consegue reter, então com 21 variáveis, há um total de 21 autovalores que somados dará a variância total explicada. Portanto, se examinar o primeiro componente, vai ser possível descobrir que ele explica 5,670 do total de 21, significando aproximadamente 27% da variação da variância total, conforme relatado na coluna "% da variância".

Cada percentagem de variância explicada sucessiva é calculada da mesma maneira, com a percentagem cumulativa gravada na coluna "% cumulativa". É possível ver na tabela acima que todos os 21 componentes explicam tudo da variância total. A menos que se remova casos (por exemplo, os participantes) ou variáveis a partir da análise fatorial, os valores contidos nessas três colunas nunca vai mudar, independentemente de quantos componentes se decide manter ou como se decide rodar a solução.

4.5 CRITÉRIOS PARA A ESCOLHA DE QUANTOS COMPONENTES RETER

Agora que foram extraídos todos os componentes, é preciso determinar quantos componentes serão mantidos para rotacionar e interpretar. Apesar de existirem algumas considerações estatísticas para decidir este número, também terá de ser feito julgamentos subjetivos. Se deve lembrar que para a análise fatorial não existe uma resposta objetiva correta; o número correto de componentes para reter é algo que se tem que decidir. Para esse trabalho, foi determinado a priori que o número de fatores seria 5.

4.6 CRITÉRIO DE INTERPRETABILIDADE

O critério de interpretabilidade é, sem dúvida, o mais importante critério e, em grande parte, gira em torno do conceito de "estrutura simples" e se a solução final faz sentido. Para obter o número de componentes capaz de influenciar a interpretação da solução final, primeiro é preciso inspecionar a matriz componente rotacionada, o que é apresentado na tabela abaixo:

Tabela 8 - Saida SPSS.

Matriz de componente rotativa^a

	Componente				
	1	2	3	4	5
Você controla seus gastos?		,657			
Como você considera seu planejamento financeiro?		,672			
Você compara as opções de crédito antes de realizar uma compra?			,548		
Comprometo com compras a prazo o dinheiro que recebo pelo meu trabalho					,641
Guardo o dinheiro que posso todos os meses para uma necessidade.		,854			
Poupo visando a compra de um produto de maior valor no futuro (ex: Carro/moto/apartamento/casa)		,768			
Prefiro juntar dinheiro para comprar algo à vista a comprar um produto financiado" (Ex: Eletrodomésticos, eletrônicos)		,592			
Negocio descontos para pagamento à vista			,636		
Analisar minhas finanças antes de fazer comprar um produto de alto valor			,692		
Eu acho importante estabelecer metas financeiras para o futuro			,769		
Eu acho importante comparar as ofertas de crédito disponível quando compro a prazo			,753		
Poder comprar, comer, gastar dinheiro como quiser, sem precisar consultar extrato bancário e/ou terceiros					,758
Comprar roupas, comidas, bebidas ou qualquer produto/serviço como recompensa por algo realizado					,758
Poder doar dinheiro a igreja/instituição de caridade como forma de sentir-se próximo a Deus				,616	
Exercer influência financeira sobre outras pessoas				,722	
Sentir-se seguro financeiramente, ter uma reserva financeira, e não se preocupar com desemprego/aposentadoria	,729				
Conseguir cumprir seus objetivos financeiros, seja guardar dinheiro ou comprar um bem, dentro do prazo esperado	,783				
Demonstrar boas intenções e manter pensamentos positivos perante situações difíceis	,743				
Seguir padrões culturais e familiares financeiros ex: viajar, guardar dinheiro, comprar bens, fazer intercâmbio, etc	,708				
Acreditar que independente de qualquer bondade realizada na terra estamos todos destinados a um reino sagrado				,690	
Sentir-se realizado financeiramente por meio de: Trabalho remunerado/investimentos	,760				

Método de Extração: análise de Componente Principal.
Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.

Fonte: Autores (2018).

A Matriz de componentes rotacionada mostra como o componente retido está "carregado" em cada variável. Cada componente retido será carregado em cada variável. Coeficientes inferiores a 0,4 foram suprimidos.

A partir dos dados analisados acima e as questões da figura 6, matriz de componente rotativa, e de acordo com a análise feita entre o comportamento do brasileiro com relação ao dinheiro e os perfis motivacionais de Schwartz, é possível direcionar 5 formas diferentes de investimentos para a população brasileira que podem ser denominadas de: Planejador, Construtor, Despreocupado, Camaleão e o Sonhador. Abaixo, como os temas se relacionam:

1. Construtor - As questões que tratam de segurança financeira e cumprimento de metas, as perguntas que se adequam são: 18, 19, 20, 21 e 23.
2. Despreocupado – Questões relacionadas a controle de gastos, formam as características deste perfil, as questões mais adequadas são: 1, 2, 5, 6 e 7.
3. Planejador – As questões que tratam de análise financeira, e pensamento racional, abordam este tipo de perfil nas questões: 3, 8, 9, 10,11.

4. Sonhador – Questões relacionadas a realização, se adequam as questões: 16, 17 e 22.

5. Camaleão – Questões que visam o imediatismo, e facilidade de adaptação, usam o que tem disponível, de acordo com as questões: 4, 12 e 13.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa se propôs a analisar a relação do brasileiro com o dinheiro quando se trata de investimentos com base no comportamento e conhecimento financeiro.

O comportamento financeiro é medido por meio de ações observáveis e representam a forma como pessoa ou grupos agem sob determinadas condições (SCHRADER; LAWLESS, 2004) e tomar decisões é o “coração” da gestão financeira (REMUND, 2010), na promoção do bem-estar financeiro (HUSTON, 2010; OECD; 2013, 2016), e numa maior satisfação financeira (JOO; GRABLE, 2004).

Seguindo essa linha de pensamento, o comportamento financeiro representa um elemento essencial e determinante (POTRICH; VIEIRA; SILVA, 2015) e, talvez, o mais verdadeiro (HOGARTH; HILGERT, 2002) de literacia financeira.

O conhecimento financeiro para Huston (2010), é uma dimensão integral da literacia financeira, no qual a define como uma dimensão de aplicação adicional, o que implica o indivíduo a possuir habilidade e confiança para usufruir o seu conhecimento para tomar decisões financeiras.

Segundo Awais *et al.* (2016), possuir um bom conhecimento da literacia financeira leva o investidor a uma tomada de decisão mais confiante, dispondo maior controle e gerenciamento dos riscos. De acordo com Janor *et al.* (2016), quanto maior o conhecimento da literacia financeira, maior o seu grau de conhecimento em finanças, o que está diretamente relacionado ao comportamento financeiro e de seu bem-estar.

A relação do brasileiro com o dinheiro foi analisada através de dois aspectos, os valores motivacionais de Schwartz (1987) e a trajetória financeira do brasileiro (ANBIMA, 2017).

Neste artigo, o foco foi analisar a relação dos brasileiros financeiramente, com base no relatório desenvolvido pela ANBIMA que divide os brasileiros quando se trata de investimentos em 5 perfis: construtor, planejador, camaleão, sonhador e despreocupado.

Os valores de Schwartz mostram que podem ser realizadas análises mais profundas e se chegar a perfis mais próximos à realidade da população brasileira. Entretanto, para este artigo, um estudo em menor escala destes valores foi suficiente para o objetivo proposto.

Em todo caso, a conclusão deste artigo é de que os brasileiros podem ser divididos em perfis de investimentos distintos da mesma forma que foram abordados no decorrer deste estudo.

Por se tratar de uma pequena amostra de apenas 200 respondentes, o questionário não pode abordar a total realidade da população. Porém, é suficiente para validar de forma científica os resultados atingidos pela ANBIMA (2017) em sua exposição. Abre-se um campo para uma abordagem mais profunda no qual o perfil do investidor brasileiro pode ser caracterizado com mais exatidão e em mais perfis.

6 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. J. R.; SOBRAL, F. J. B. A. O sistema de valores humanos de administradores brasileiros: adaptação da escala de PVQ para estudos de valores no Brasil. **RAM – Revista De Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 101-126, maio/jun. 2009.

ANBIMA. **O dinheiro na trajetória da vida do brasileiro**. 2017. Disponível em: <http://www.ANBIMA.com.br/pt_br/especial/relacao-do-brasileiro-com-o-dinheiro.html>. Acesso em: 30 mar. 2018.

AWAIS, M. et al. Impact of Financial Literacy and Investment Experience on Risk Tolerance and Investment Decisions: Empirical Evidence from Pakistan. **International Journal of Economics and Financial issues**, Mersin, v. 6, n. 1, p. 73-79, 2016.

BRAUNSTEIN, S. F.; WELCH, C. Financial literacy: an overview of practice, research, and policy. **Federal Reserve Bulletin**, p. 445-457, nov. 2002. Disponível em: <<https://www.federalreserve.gov/pubs/bulletin/2002/1102lead.pdf>> Acesso em: 13 dez. 2018.

CHANG, C. H. The Influence of Corporate Environmental Ethics on Competitive Advantage: The Mediation Role of Green Innovation. **Journal of Business Ethics**, Taiwan, v. 104, n. 3, p. 361-370, 2011.

FIGUEIREDO FILHO, D. B.; SILVA JUNIOR, J. A. da. Visão além do alcance: uma introdução à análise factorial. **Opin. Pública**, Campinas, v. 16, n. 1, p. 160-185, jun. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/op/v16n1/a07v16n1.pdf>> Acesso em: 16 dez. 2018.

GAVA, A. M., VIEIRA, K. M. Risco e gênero: medindo a tolerância ao risco e as diferenças entre os gêneros. **Revista de Ciências da Administração**, v. 10, n. 20, p. 114-138, 2008.

HAIR, J. F. **Análise Multivariada de Dados**. São Paulo: Bookman, 2009.

HENRIQUES, S. C. M. **Aspectos da literacia financeira dos portugueses. Um estudo empírico**. 2010. 255p. Dissertação (Mestrado em Contabilidade e Auditoria) - Universidade de Aveiro (UA), Aveiro, 2010. Disponível em: <<https://ria.ua.pt/bitstream/10773/3736/1/Tese%20Final.pdf>> Acesso em: 16 dez. 2018.

HOGARTH, J. M.; HILGERT, M. A. Financial knowledge, experience and learning preferences: Preliminary results from a New Survey on financial literacy. **Consumer Interest Annual**, v. 48, p. 1-7, mar. 2002. Disponível em: <> Acesso em: 16 dez. 2018.

HUSTON, S.J. Measuring financial literacy. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 44, n. 2, p. 296-316, 2010. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>> Acesso em: 16 dez. 2018.

JANOR, H et al. Financial literacy and investment decisions in Malaysia and United. **Malaysian Journal of Society and Space**, Bangi, v. 12, n. 2, p.106-118, 2016.

Disponível em: <<http://ejournal.ukm.my/gmjss/article/view/17739/5476> > Acesso em: 16 dez. 2018.

JOO, S. H.; GRABLE, J. E. An exploratory framework of the determinants of financial satisfaction. **Journal of Family and Economic Issues**, v. 25, n. 1, p. 25-50, 2004.

KADOYA, Y.; KHAN, M. **Explaining Financial Literacy in Japan: New Evidence Using Financial Knowledge, Behavior, and Attitude**, nov. 2017.

KEMPSON E. et al. Framework for the development of financial literacy baseline surveys: a first international comparative analysis, **OECD working papers on finance, insurance and private pensions**, n. 1 dez. 2009. Disponível em: <<http://www.oecd.org/pensions/insurance/45153314.pdf>> Acesso em: 16 dez. 2018.

KING, G. How not to lie with statistics: avoiding common mistakes in quantitative political science. **American Journal of Political Science**, New York, v. 30, p. 666-687, 1986. Disponível em: <<https://gking.harvard.edu/files/gking/files/mist.pdf>> Acesso em: 24 jun. 2018.

LUSARDI, A.; MITCHELL, O. S. The economic importance of financial Literacy: Theory and evidence. **Journal of Economic Literature**, v. 52, n 1, p 5-44, 2014. Disponível em: <<http://gflec.org/wp-content/uploads/2014/12/economic-importance-financial-literacy-theory-evidence.pdf>> Acesso em: 16 dez. 2018.

MANDELL, L.; KLEIN, L. S. The Impact of Financial Literacy Education on Subsequent Financial Behavior. **Journal of Financial Counseling and Planning**, Alexandria, v. 20, n. 1, p. 15-24, 2009.

MOTA, C.; TRINDADE, A.; SILVA, E.S. Literacia do depositante e disciplina do risco bancário: contributos de um inquérito on-line. **Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting**, Douro e Vouga, v. 3, n. 5, p. 133-173, jan./mar. 2017. Disponível em: <<http://u3isjournal.isvouga.pt/index.php/PJFMA/article/view/221/118>> Acesso em: 16 dez. 2018.

NANCARROW, C.; BRACE, I.; WRIGHT, L. T. Tell me lies, tell me sweet little lies: Dealing with socially desirable responses in market research. **The Marketing Review**, v. 1, n. 2, p. 55-69, 2001. Disponível em: <<http://eprints.uwe.ac.uk/21895/>> Acesso em: 16 dez. 2018.

NEDERHOF, A. J. Methods of coping with social desirability bias: A review. **European Journal of Social Psychology**, jul/ set. 1985.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). PISA 2012. **Assessment and analytical framework: Mathematics, reading, science, problem solving and financial literacy**. Paris, 2013. Disponível em: <https://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/PISA%202012%20framework%20ebook_final.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2017.

_____. International Network on Financial Education (INFE). **Toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion**. Paris, 2015.

_____. International Network on Financial Education (INFE). **International survey of adult financial literacy competencies**. Paris, 2016.

PASSOS, J. C.; PEREIRA, V. S.; MARTINS, V. F. Contextualizando a pesquisa em finanças comportamentais: uma análise das principais publicações nacionais e internacionais que abrange o período de 1997 a 2010. **Revista de Auditoria, Governança e Contabilidade**, v.1, n. 1, p. 38-60, 2012. Disponível em:

<<http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/ragc/article/view/279/239>> Acesso em: 16 dez. 2018.

PETERSON, R. **Desvendando a mente do investidor**: o domínio da mente sobre o dinheiro. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

POTRICH, A. C. G.; VIEIRA, K. M.; SILVA, W. M da. Development of a financial literacy model for university students. **Management Research Review**, v. 39, n. 3, p. 356- 376, 2016.

RAMBO, A. C. **O Perfil do Investidor e Melhores Investimentos: da teoria à prática do mercado brasileiro**. 2014, 86p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, 2014.

RANDALL, D.; FERNANDES, M. The social desirability response bias in ethics research. **Journal of Business Ethics**, v. 10, n. 11, p. 805-817, nov. 1991. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/BF00383696>> Acesso em: 16 dez. 2018.

REMUND, D. L. Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. **Journal of Consumer Affairs**, v. 44, n. 2, p. 276-295, 2010.

ROSS, G. D.; NORA, B. D.; MILANI, B. Aversão ao risco em profissionais do setor financeiro. **Rev. ADM. UFSM**, Santa Maria, v. 8, edição especial, p. 104-118, ago. 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/viewFile/16344/pdf>> Acesso em: 16 dez. 2018.

SAGIV, L.; SCHWARTZ, S. H. Value priorities and subjective well-being: Direct relations and congruity effects. **European Journal of Social Psychology**, 30, 177-198. 2000.

SCHRADER, P. G.; LAWLESS, K. A. The knowledge, attitudes, & behaviors approach how to evaluate performance and learning in complex environments. **Performance Improvement**, v. 43, n. 9, p. 8-15, set. 2004. Disponível em: <http://www.academia.edu/30996312/The_knowledge_attitudes_and_behaviors_approach_how_to_evaluate_performance_and_learning_in_complex_environments> Acesso em: 16 dez. 2018.

SCHWARTZ, S. H. Are there universal aspects in the content and structure of values? **Journal of Social Issues**, v. 50, p. 19-45.1994.

SCHWARTZ, S. H.; BILSKY, W. Toward a universal psychological structure of human values. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 53, p. 550-562, 1987.

TAMAYO, Á. et al. Diferenças nas prioridades axiológicas de músicos e advogados. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 281-294, 1998. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-79721998000200008&script=sci_abstract&lng=pt> Acesso em: 16 dez. 2018.

VIEIRA, S. F.; BATAGLIA, R. T.; SEREIA, V. J. Educação Financeira e Decisões de Consumo, Investimento e Poupança: uma análise dos alunos de uma universidade pública do norte do Paraná. **Revista de Administração da UNIMEP**, Piracicaba, v. 9, n.3. p. 61- 86, set/dez. 2011. Disponível em: <<http://www.raunimep.com.br/ojs/index.php/regen/article/view/345>> Acesso em: 16 dez. 2018.

ZOKAITYTE, A. Financial Literacy Education. **Springer International Publishing**. AG: Canterbury, 2017.

Contatos: paulohenriquerl@hotmail.com e denis.forte@mackenzie.br