

## **Inovação no Mercado Financeiro por meio do Uso de Painel Etnográfico<sup>1</sup>**

### *Innovation in Financial Market through the Usage of Ethnographic Panel*

Submissão: 28/mar./2013 - Aprovação: 22/abr./2014

#### **Luciana Aguiar<sup>2</sup>**

Doutora em Antropologia pela Universidade de Cornell. Mestre em Antropologia Visual pela Universidade de Cornell. Graduada em Ciências Sociais pela Universidade de Brasília - UnB. Sócia-Diretora da Plano CDE. Professora associada da Fundação Dom Cabral. Há 20 anos atua em pesquisa sobre o público da base da pirâmide socioeconômica, particularmente junto ao setor privado e instituições multilaterais.

**E-mail:** luciana.aguiar@planocde.com.br

**Endereço profissional:** Rua Álvaro Anes - 46 cj. 113 - Pinheiros - 05421-010 - São Paulo/SP – Brasil.

#### **Camilo Tellez-Merchan**

Mestre em Relações Internacionais e Estudos Latino-Americanos pela Universidade de Johns Hopkins. Mestre em Sistemas de Informação e Desenvolvimento Econômico pela London School of Economics and Political Science. Graduado em International Studies pelo Institut d'Etudes Politiques de Paris. Especialista do setor financeiro para CGAP no Banco Mundial. Atua na área de pesquisa que enfoca o uso da infraestrutura de pagamentos digitais em setores como energia e água.

**E-mail:** ctellez@worldbank.org

#### **Helen Wernik Nascimento**

Mestre em Políticas Públicas pela Victoria University of Wellington. Pós-Graduada em Gestão Pública pela Universidade Cândido Mendes. Graduada em Ciência Política pela Universidade de Brasília - UnB. Consultora em microfinanças Realizou trabalhos voltados à inclusão social para a UNESCO e a OEI e à inclusão financeira para o Banco Mundial (CGAP).

**E-mail:** helen.cgap@gmail.com

#### **Mario Mattos**

Mestre em Ciências Políticas pela Universidade de São Paulo. Possui MBA Executivo pelo Insper. Graduado em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo. Diretor Executivo da Plano CDE. Trabalha há mais de 22 anos na área de pesquisa acadêmica e de mercado, atuando em empresas como EP, CBPA, Indicator, GFK.

**E-mail:** mario.mattos@planocde.com.br

<sup>1</sup> Este foi um dos trabalhos apresentados no 6º Congresso Brasileiro de Pesquisa - Mercado, Opinião e Mídia da ABEP (realizado em 24 e 25 de março de 2014), transformado em artigo por seu(s) autor(es), submetido à PMKT e aprovado para publicação.

<sup>2</sup> Os autores agradecem à equipe do *Consultative Group to Assist the Poor* - CGAP, em particular ao Kabir Kumar, pela oportunidade de desenvolver este projeto. Vale destacar a inestimável contribuição de Camila Antonino Pinto na análise dos dados.

### **Suzana Amalfi**

Especializada em Varejo para Baixa Renda pela Fundação Getúlio Vargas-SP. Graduada em Publicidade pela Faculdade Cásper Líbero. Gerente de Atendimento e Planejamento na Plano CDE. Atuou em empresas como a Nestlé e nos Institutos Ipsos Marketing e TNS RI.

**E-mail:** [suzana.amalfi@planocde.com.br](mailto:suzana.amalfi@planocde.com.br)

### **Mariel Deak**

Graduada em Sociologia pela Universidade de São Paulo. Analista de pesquisa na Plano CDE. Atuou em empresas de pesquisa como a Milward-Brown e Teko Antropologia. Foi Assistente de pesquisa no Centro de Estudos da Metrópole no CEBRAP.

**E-mail:** [Mariel.deak@planocde.com.br](mailto:Mariel.deak@planocde.com.br)

## **RESUMO**

Este artigo debate o potencial de aplicação da abordagem etnográfica por meio de painéis etnográficos em contraposição à abordagem etnográfica usualmente aplicada pela pesquisa de mercado que, por suas características, dificilmente consegue apreender a realidade em sua totalidade. O painel etnográfico demonstra potencial para explorar, em profundidade, a realidade do consumidor para além dos limites do tema em estudo, particularmente quando associado à aplicação de diários financeiros. Pelos resultados e descobertas do estudo pretende-se ilustrar de que forma esta abordagem é rica para captar informações sobre a dinâmica de vida e lógica de consumo de famílias de menor renda, gerando informações amplas e profundas que subsidiam a construção de produtos e serviços aderentes à realidade e à necessidade desses consumidores.

## **PALAVRAS-CHAVE:**

Painel etnográfico, comportamento do consumidor, gestão de inovação, diários financeiros, mercado CDE.

## **ABSTRACT**

*This article discusses the potential application of ethnographic approach through use of ethnographic panels as opposed to ethnographic approach commonly applied in the market research which, due to its characteristics, can hardly grasp reality in its totality. Ethnographic panel demonstrates potential to explore in depth the reality of the consumer, beyond the limits of the subject under study, especially when combined with the application of financial diaries. The results and findings of the study is intended to illustrate how this approach can capture rich information about the dynamics of social life and the consumption logic of lower-income families, generating broad and deep information to support the development of products and services acceding the reality and needs of these consumers.*

## **KEYWORDS:**

*Ethnographic panel, consumer behavior, innovation, financial diaries, low-income market.*

## 1. INTRODUÇÃO

As oportunidades de negócios apresentadas pela recente ascensão dos segmentos médios da população têm sido amplamente difundidas pelos meios de comunicação e incorporadas pelas empresas (SOUZA; LAMOUNIER, 2009). Este movimento surge a partir da ascensão de, aproximadamente, 28 milhões de pessoas de menor renda para a classe média.

O crescimento da classe média brasileira e do seu poder de consumo, resultante entre outros fatores do aumento do salário mínimo acima da inflação, levou os agentes financeiros a desenvolverem produtos para atender a essa nova classe média, que hoje responde por quase a metade da população (mais exatamente 46%) do total de população do país (PNAD, 2011). Alguns dos maiores bancos do país e suas redes de agentes focam cada vez mais na oportunidade de atender a um público expressivo em número de domicílios e renda.

Porém, ainda resta o desafio de desenvolver produtos financeiros alinhados ao perfil e às necessidades dos segmentos de menor renda que compreende famílias de baixa classe média, vulneráveis e pobres. Para atender a este segmento que corresponde a 87.9 milhões de pessoas (PNAD, 2011), o desafio está em criar produtos com alta percepção de valor que leve este público a recuperar sua confiança e transacionar com os instrumentos financeiros formais. Outro elemento-chave para servir a este público e ganhar escala encontra-se em desenvolver uma ampla rede de distribuição (PRAHALAD; HART 2002). Neste aspecto, o país oferece um universo amplo de possibilidades à medida que possui a maior rede de correspondentes e produtos financeiros eletrônicos em escala.

Muito se sabe sobre os dados que comprovam o amplo espectro de oportunidades que este mercado apresenta. No entanto, poucos estudos apresentam um olhar detalhado e comparativo sobre as práticas financeiras e de consumo dos segmentos médios da população e as famílias de menor renda ao longo do tempo.

Apesar desse interesse emergente em canais e produtos adequados para atender aos clientes de menor renda, raras são as organizações do setor público e privado que têm um entendimento contextualizado de como clientes e potenciais clientes se relacionam com produtos financeiros formais e informais, gerenciam seu orçamento e operam o milagre de sustentar uma família com poucos recursos.

## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA E METODOLOGIA

Para entender em profundidade como as famílias de menor renda administram seu orçamento familiar e lutam para acumular ativos, escolheu-se trabalhar com uma combinação de metodologias. Para isso, adotou-se a etnografia como um método de coleta de dados que envolve uma observação participante e leva ao entendimento da realidade social em sua totalidade, como um sistema articulado de dimensões: econômica, religiosa, comportamental, familiar, entre outras (MALINOWSKI, 1978).

Diferentemente das rápidas entrevistas *in loco* feitas em pesquisa de mercado e denominadas por etnográficas, neste caso, foram feitas visitas recorrentes a um grupo de famílias no formato de um painel. Ao incorporar essa técnica, foi possível praticar a etnografia no seu sentido mais amplo, isto é, como um método de coleta de dados que garante uma aproximação maior dos contextos que

imprimem o comportamento ou que produzem esses discursos (BOURDIEU, 2009). Mais que isso, o painel etnográfico ajuda a compreender o significado das ações das pessoas e a fazer uma descrição densa que envolve um esforço intelectual e analítico (GEERTZ, 1977).

Combinar a etnografia com a aplicação de diários financeiros permite investigar um tema delicado como o gerenciamento das finanças domésticas. Afinal, a coleta deste tipo de dado requer o estabelecimento de um vínculo de confiança entre entrevistador e entrevistado que dê segurança ao entrevistado para compartilhar detalhes da sua vida financeira.

Para alcançar este objetivo, organizou-se um painel etnográfico com visitas etnográficas recorrentes a 123 famílias ao longo de seis meses. O painel consistiu na observação de diversas variáveis de comportamento de um mesmo grupo de famílias por um período de seis meses. As visitas recorrentes permitiram acompanhar a trajetória, as transformações no comportamento das famílias e sua habilidade em lidar com imprevistos. Além disso, produziram uma visão aprofundada sobre as prioridades, a percepção de valor e a lógica que orienta as substituições relacionadas ao consumo.

As narrativas etnográficas contextualizam a dinâmica social vivenciada pelos domicílios na sua interação com a comunidade. Essa técnica, quando aplicada em um painel com 123 famílias, acrescenta uma perspectiva longitudinal para a compreensão do comportamento financeiro. Afinal, acompanhar os mesmos domicílios por um longo período de tempo cria proximidade e evidencia as nuances da dinâmica financeira das famílias de menor renda.

A etnografia também contribui para dissociar o discurso da prática e compreender aspectos inconscientes do comportamento. Como diria Margaret Mead (1977), ajuda a entender “o que as pessoas dizem, o que fazem e o que elas dizem que fazem”. Afinal, estas são dimensões totalmente diferentes do comportamento.

Particularmente, neste caso, os discursos produzidos pelas famílias tornaram-se compreensíveis a partir de suas práticas. Além disso, possibilitou revisitar informações pouco assimiladas na correria do cotidiano e entender seu significado em um contexto ampliado. A combinação de conversas semiestruturadas com diários financeiros ampliou o diálogo sobre temas complexos com pessoas de baixa escolaridade.

Estudos etnográficos examinam o comportamento em profundidade, mas raramente conseguem registrar ou mensurar as evidências que orientam o comportamento econômico de forma estrita ao longo do tempo. Para contornar estas questões e ganhar uma perspectiva microscópica sobre as práticas financeiras cotidianas das famílias, utilizou-se uma técnica de pesquisa denominada “diários financeiros” (COLLINS et al., 2009). A aplicação desta técnica já apresentou resultados significativos no entendimento das estratégias financeiras das populações de menor renda em países da África e da Ásia. Porém, até então esta técnica não havia sido utilizada para mapear o comportamento financeiro dessas populações no Brasil.

Da mesma forma, o uso das técnicas de etnografia, quando aplicadas em pesquisa de mercado, perde a perspectiva longitudinal, por se restringir a um curto espaço de tempo, em apenas poucas horas ou dias. Da mesma forma, não constrói um olhar comparativo entre grande número de famílias, pois em geral, as amostras são pequenas.

O uso de diários financeiros como instrumento de coleta de dados nas visitas etnográficas permite acompanhar o orçamento familiar de forma detalhada mês a mês. Mais do que isto, apoia no entendimento das oscilações da renda e oferece uma visão granular das estratégias financeiras e de consumo. Os diários financeiros combinam dados econométricos do orçamento familiar, acompanham o fluxo de entradas e saídas e medem as mudanças ocorridas nos ativos das famílias.

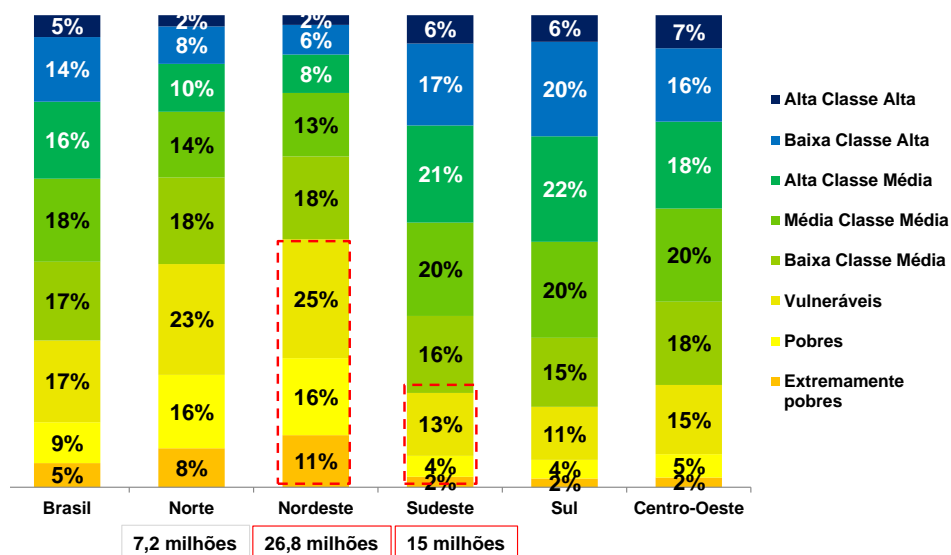
Afinal, os diários financeiros oferecem uma estrutura que ordena informações sobre receitas e despesas (recibos, contas, dívidas, entre outros) e motiva o entrevistado a ter um olhar analítico sobre suas práticas cotidianas. Desta forma, contribuem para identificar os vetores e as barreiras relacionadas à mobilidade social dos mais pobres (MOSER, 2009).

Ao fazer esta escolha metodológica, procurou-se contornar as limitações da análise de dados relacionados à pobreza, pois muitas vezes tais métodos desconsideram o contexto das famílias entrevistadas e não conseguem entender os fatores que levam à pobreza ou à sua manutenção.

### 3. COMPOSIÇÃO DA AMOSTRA

As entrevistas foram realizadas na região Sudeste, nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Também foram conduzidas entrevistas na região Nordeste nas praças de Recife e Salvador. A seleção das praças foi baseada na distribuição da população brasileira de acordo com seu perfil socioeconômico em que pese a maior proporção de pessoas vulneráveis e pobres nas regiões norte e nordeste.

Com respectivamente, 47% e 52% da população pertencente a estes segmentos, a região Sudeste se destaca na participação desta população em números absolutos por ser uma região com alta concentração populacional (PNAD, 2011), como mostra o Gráfico 1.



**Fonte:** PNAD. Análise do Plano CDE. Dados de 2011. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=40](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40)>. Acessado em: 29 abr. 2012.

#### GRÁFICO 1

Distribuição da população brasileira por região – 2011.

O público-alvo do projeto foi composto por mulheres de menor renda, beneficiárias de programas sociais, que se encontram na faixa etária de 18 a 50 anos e que têm filhos. Considerando essas variáveis, a seleção da amostra foi distribuída, conforme mostra a Tabela 1.

**TABELA 1**

Distribuição da amostra por praça.

PÚBLICO	PRAÇA				TOTAL
	SALVADOR	RIO DE JANEIRO	SÃO PAULO	RECIFE	
Famílias de menor renda que recebem benefícios sociais	32	32	30	29	123

O percentual de perda dos participantes do painel foi de 3,9%, que é significativamente baixo. Do total de 128 famílias que iniciaram o painel, houve uma perda de apenas cinco famílias que, por razões adversas (mudança de praça, impossibilidade de participar de todas as entrevistas), não conseguiram permanecer no painel. Isto indica que a interação de longo prazo garante a construção de um vínculo expressivo entre observador e observado.

Nas praças selecionadas, a distribuição das famílias foi feita de acordo com as diferentes regiões da cidade. As famílias residem em um amplo espectro de bairros e comunidades que totalizaram 68 bairros e comunidades onde residem famílias de classe média baixa e menor renda assim distribuídas: 17 comunidades em São Paulo, 8 no Rio de Janeiro, 20 em Salvador e 23 em Recife.

Em relação ao critério de classificação econômica, utilizou-se como referência neste estudo o critério de classificação proposto pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República - SAE, que considera a renda *per capita* mensal dos indivíduos. Este valor é calculado a partir da divisão da renda familiar pelo número de indivíduos que compõem a família. Na Tabela 2 está sua equivalência com o Critério Brasil.

**TABELA 2**

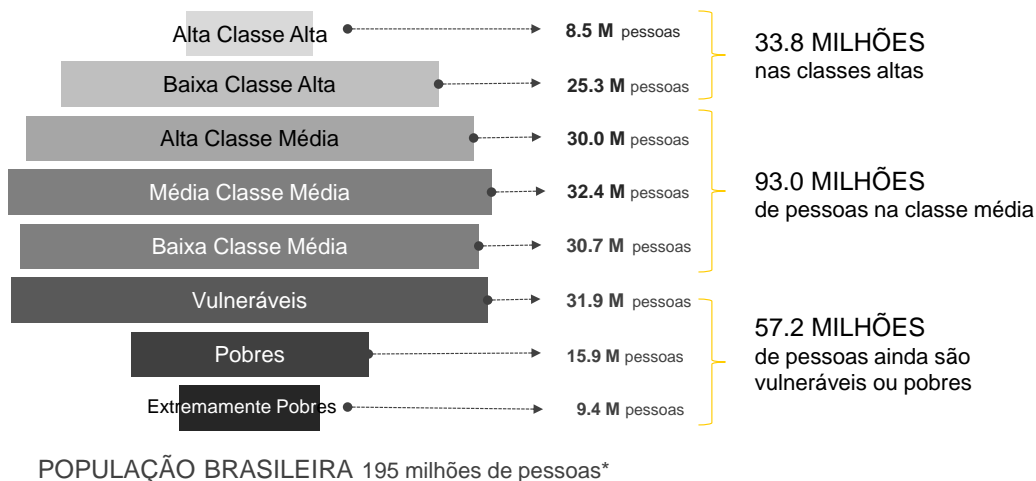
Equivalência entre os Critérios de Classificação Econômica SAE e Brasil.

CLASSES		RENDA MENSAL FAMILIAR <i>PER CAPITA</i> – FAIXAS*	NÚMERO MÉDIO DE MORADORES POR DOMICÍLIO	EQUIVALÊNCIA – CRITÉRIO BRASIL
ALTA	Alta Classe Alta	Acima de R\$ 2.480	2,3	A
	Baixa Classe Alta	De R\$ 1.020 a R\$ 2.480	2,6	B1
MÉDIA	Alta Classe Média	De R\$ 642 a R\$ 1.019	2,9	B2
	Média Classe Média	De R\$ 442 a R\$ 641	2,9	C1
	Baixa Classe Média	De R\$ 292 a R\$ 441	3,5	C2
BAIXA	Vulneráveis	De R\$ 163 a R\$ 291	4,2	D
	Pobres	De R\$ 82 a R\$ 162	4,5	E
	Extremamente pobres	Até R\$ 81	3,3	E

\*Valores expressos em R\$, abril de 2012.

Fonte: SAE. *Critério de Classificação Econômica*. Disponível em: <<http://www.sae.gov.br/site/?p=17821>>. Acessado em: 29 abr. 2014.

Estes estratos de renda estão distribuídos da seguinte forma na pirâmide socioeconômica do país: a baixa classe média responde por 30.7 milhões de pessoas, os vulneráveis por 31.9 milhões, os pobres por 15.9 milhões e os extremamente pobres por 9.4 milhões de pessoas. No total, estes segmentos respondem por 87.9 milhões de pessoas ou 46% do total de população brasileira, como mostra o Gráfico 2.

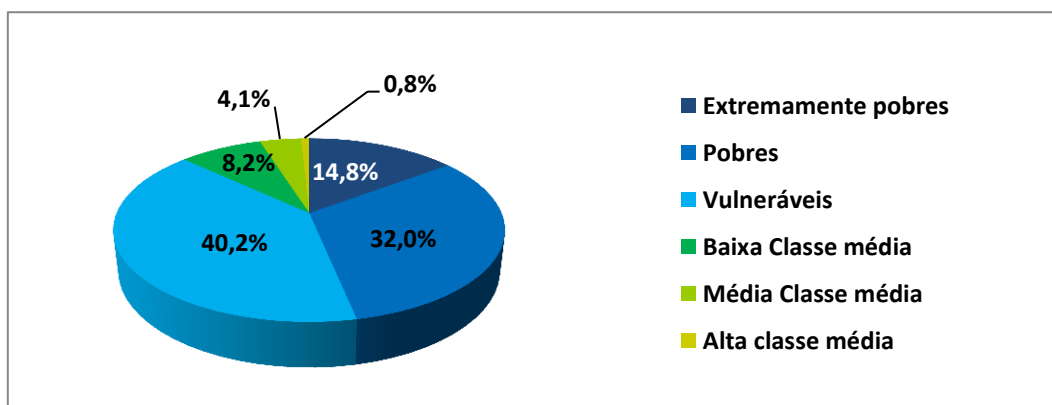


**Fonte:** PNAD. Análise do Plano CDE. Dados de 2011. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=40](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40)>. Acessado em: 29 abr. 2012.

### GRÁFICO 2

População Brasileira X Renda *per capita* (Critério SAE).

De acordo com o critério SAE, a amostra deste estudo foi composta por 86,9% de pessoas que pertencem ao segmento de renda vulneráveis, pobres e extremamente pobres. A maioria se concentra na faixa de renda vulnerável e pobre (72%). A amostra também contempla 13,1% de pessoas pertencentes à baixa e média classe média (Gráfico 3).



Base: 123.

**Fonte:** CGAP. *Financial Diaries in Brazil*, 2013. Disponível em: <<http://www.cgap.org/>>. Acessado em: 29 abr. 2014.

### GRÁFICO 3

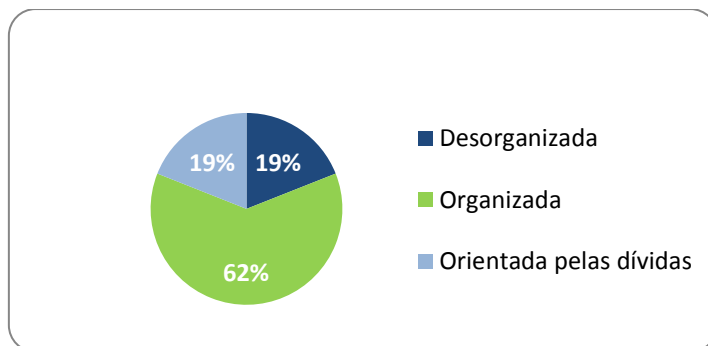
Amostra X Renda *per capita* (Critério SAE) – Dezembro.



A seleção da amostra de 123 casos é expressiva para uma pesquisa qualitativa que utiliza a técnica de etnografia. Esta é uma amostra robusta não só pelo número de domicílios a serem entrevistados, mas também pelo número de entrevistas que foram feitas em cada domicílio, totalizando nove entrevistas por domicílio. Ao final do estudo, foram conduzidas 1.107 entrevistas considerando o total da amostra.

#### 4. PRINCIPAIS RESULTADOS

Em relação à organização do orçamento familiar, foram identificados três padrões comportamentais: Organizada, Desorganizada e Orientada pelas dívidas. Neste universo, é interessante observar que a maioria das entrevistadas (62%) classifica-se no perfil Organizada, isto é, têm controle do orçamento doméstico e conseguem se planejar, mesmo no curto prazo, para responder às necessidades da família. As famílias classificadas no perfil Desorganizada e Orientada pelas dívidas respondem, cada uma, por 19% da amostra, como mostra o Gráfico 4.

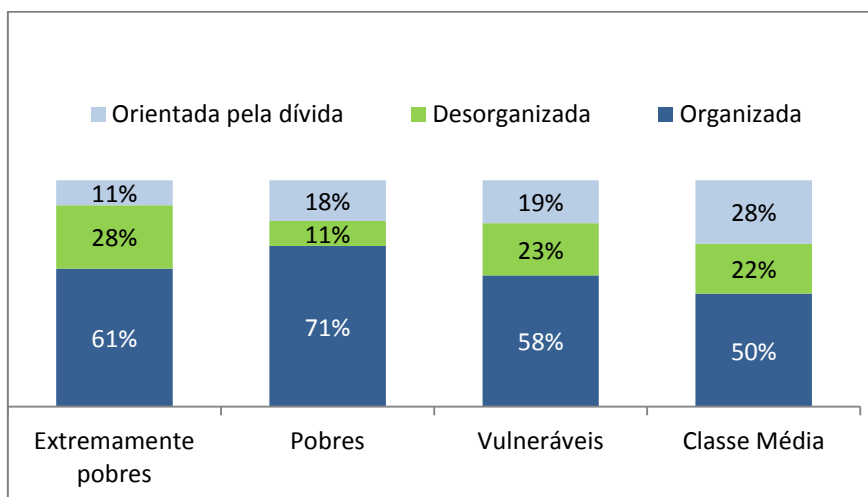


Base: 123.

Fonte: CGAP. *Financial Diaries in Brazil*, 2013. Disponível em: <<http://www.cgap.org/>>. Acessado em: 29 abr. 2014.

#### GRÁFICO 4

Perfil de gestão do orçamento familiar.



Base: 123

Fonte: CGAP. *Financial Diaries in Brazil*, 2013. Disponível em: <<http://www.cgap.org/>>. Acessado em: 29 abr. 2014.

#### GRÁFICO 5

Perfil de gestão do orçamento familiar.

Em relação à distribuição destes perfis por renda, existe uma proporção maior de Organizada entre as famílias pobres (71%) e extremamente pobres (61%), conforme mostra o Gráfico 5.

Enquanto entre os extremamente pobres encontrou-se maior proporção de Desorganizados, provavelmente em função da vulnerabilidade. Porém, é neste segmento que se encontra a menor proporção de famílias Orientadas pela dívida.

#### 4.1 FAMÍLIA ORGANIZADA

Para o primeiro perfil, denominou-se **Organizada** aquelas famílias que mantêm controle do fluxo de entradas e saídas do orçamento doméstico, demonstrando um comportamento prevenido em relação aos gastos.

Conforme as contas chegam, são somadas e é feita a previsão de gastos, sendo mantido o básico, ou seja, os gastos são controlados segundo uma ordem de prioridades.

Em geral, não se arriscam, têm receio de pedir dinheiro emprestado ou usar o cartão de crédito e, quando fazem tais usos, há preocupação em finalizar o pagamento rapidamente.

Tentam poupar uma quantia todo mês, pois pensam em situações emergenciais em que possam precisar de dinheiro de forma repentina como casos de doenças, principalmente.

Assim que recebo o dinheiro da minha faxina eu separo... e não tiro para nada. (SALVADOR).

Sempre tem uns 40 reais que vou guardando, de repente alguém sente uma dor e se precisar de um táxi? Sempre tenho uma reservinha graças a Deus. Hoje eu tenho ali R\$ 30,00. Eu peço sempre que Deus me dê o dom da administração. (RIO DE JANEIRO).

Só compro quando eu tiver o dinheiro. Eu vou economizando e depois compro. (RIO DE JANEIRO).

#### Exemplo 1:

Auxiliadora tem 35 anos, é casada, tem quatro filhos, possui renda familiar de R\$ 1.082. Gosta de comprar, mas não se considera consumista, pois não ultrapassa os limites.

Não tem dívidas em cartões. Ela vai comprando uma coisa de cada vez e, de preferência, paga à vista.

Ou seja, compra de acordo com o que tem. Só se compromete com o cartão de crédito se for um item que valha a pena.

Nenhuma conta é deixada para depois. Eu tenho medo de cortarem. Eu pego em dinheiro e pago as contas para não estar aperreada. (RECIFE).

Veja, no Quadro 1, como exemplo de Família Organizada, o Diário Financeiro da Auxiliadora nos meses de Fevereiro, Abril, Junho e Dezembro.

**QUADRO 1**

Exemplo de Família Organizada - Diário Financeiro da Auxiliadora.

DIÁRIO FINANCEIRO – FAMÍLIA ORGANIZADA					
AUXILIADORA – RECIFE		DEZEMBRO	FEVEREIRO	ABRIL	JUNHO
ENTRADAS	Salário	R\$ 860,00	R\$ 702,00	R\$ 770,00	R\$ 678,00
	Bico	-	R\$ 7,00	R\$ 30,00	-
	13º salário	R\$ 375,00	-	-	-
	Vale refeição	R\$ 130,00	R\$ 130,00	R\$ 150,00	R\$ 130,00
	Vale transporte	R\$ 46,00	-	-	-
	Empréstimos informais	-	-	-	R\$ 200,00
	Benefício Social	R\$ 262,00	R\$ 262,00	R\$ 262,00	R\$ 162,00
	Incentivo de pesquisa	-	R\$ 50,00	-	-
<b>SUB-TOTAL</b>		<b>R\$ 1.673,00</b>	<b>R\$ 1.151,00</b>	<b>R\$ 1.212,00</b>	<b>R\$ 1.170,00</b>
SAÍDAS	Moradia - reparos/reformas	R\$ 220,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	-
	Serviços Públicos	R\$ 70,00	R\$ 92,00	R\$ 97,00	-
	Transporte	R\$ 46,00	R\$ 134,00	R\$ 100,00	R\$ 110,00
	Compras gerais	R\$ 474,00	R\$ 406,00	R\$ 470,00	R\$ 330,00
	Outras compras	R\$ 730,00	R\$ 35,00	R\$ 100,00	-
	Educação	R\$ 30,00	R\$ 35,00	R\$ 35,00	-
	Saúde	R\$ 67,00	-	-	-
	Prestações	R\$ 56,00	-	-	-
	Empréstimo formal	-	-	R\$ 50,00	R\$ 728,00
	Alimentação fora de casa	-	-	R\$ 50,00	-
	Lazer	R\$ 20,00	-	R\$ 60,00	-
	Outras despesas	R\$ 53,00	-	-	-
	Economias	R\$ 200,00	-	-	-
<b>SUB-TOTAL</b>		<b>R\$ 1.966,00</b>	<b>R\$ 952,00</b>	<b>R\$ 1.212,00</b>	<b>R\$ 1.168,00</b>
<b>TOTAL GERAL</b>		<b>-R\$ 293,00</b>	<b>R\$ 199,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 2,00</b>

Fonte: CGAP. *Financial Diaries in Brazil*, 2013. Disponível em: <<http://www.cgap.org/>>. Acessado em: 29 abr. 2014.

**4.2 FAMÍLIA DESORGANIZADA**

O segundo perfil, **Desorganizada**, caracteriza famílias sem planejamento ou definição prévia sobre a utilização da renda. Essas famílias, em geral, não têm uma rotina de controle orçamentário e costumam gastar o dinheiro que recebem à medida que as necessidades aparecem. Em geral, não utilizam formas de controle, como anotar gastos ou guardar notas. O comportamento é imediatista e costumam resolver os problemas financeiros no momento em que aparecem. Muitas estão endividadadas, contam com o empréstimo de amigos ou familiares, utilizam o cartão de crédito de terceiros e têm muita dificuldade em guardar dinheiro.

Não tem gestão, o dinheiro vai entrando e saindo. (RECIFE).

Sou péssima em administrar. Fico no vermelho. Vou gastando e daí acabou. Não tenho muito controle, mas tenho que aprender a ter. Sou gastadeira, não sei falar não [para as crianças]. Sou péssima em guardar. Quando eu tenho eu dou, quando não tem espera. (RIO DE JANEIRO).

Nunca tenho nada guardado, se tiver uma dor de madrugada a gente não tem dinheiro nem para um táxi, (RECIFE).

Muitas vezes a desorganização está mais relacionada à dificuldade de gerir uma renda restrita e informal do que propriamente um traço comportamental da pessoa. Isto é o que ilustra o caso a seguir.

### Exemplo 2:

Maria Célia mora em um cômodo com os quatro filhos. Já trabalhou como faxineira em uma casa, mas foi dispensada e passou a viver de bicos de faxina e de lavagem de roupas.

Sua renda é muito irregular e os benefícios sociais proveem a renda mais importante da casa, pois é a única constante. Com isso, ela não consegue gerenciar seu orçamento e está constantemente endividada. Pelo Quadro 2 é possível ver em seu diário que ela procura economizar dinheiro, mesmo que fique com o saldo negativo no final do mês.

Isso indica que ela prioriza algumas dívidas a outras e guarda dinheiro para aquelas despesas em que não é possível negociar ou adiar mais.

### QUADRO 2

Exemplo de Família Desorganizada - Diário Financeiro da Maria Célia.

DIÁRIO FINANCEIRO - FAMÍLIA DESORGANIZADA							
MARIA CÉLIA – RIO DE JANEIRO		JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO
ENTRADAS	Bicos	-	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	-	R\$ 150,00
	Benefício Social	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 234,00	R\$ 234,00	R\$ 214,00	R\$ 496,00
	Outros benefícios	-	-	R\$ 151,00	R\$ 151,00	R\$ 151,00	-
	Empréstimo informal	R\$ 50,00	-	-	-	R\$ 100,00	R\$ 20,00
	Incentivo de pesquisa	R\$ 50,00	R\$ 100,00	R\$ 50,00	R\$ 100,00	-	-
<b>SUB-TOTAL</b>		<b>R\$ 250,00</b>	<b>R\$ 350,00</b>	<b>R\$ 535,00</b>	<b>R\$ 585,00</b>	<b>R\$ 465,00</b>	<b>R\$ 666,00</b>
SAÍDAS	Moradia – reparos	-	-	-	-	R\$ 2,50	R\$ 50,00
	Serviços Públicos	R\$ 80,00	-	R\$ 150,00	-	R\$ 10,00	R\$ 55,00
	Transporte	R\$ 305,00	R\$ 5,00	R\$ 31,50	R\$ 12,40	R\$ 10,00	R\$ 12,00
	Compras (casa)	R\$ 474,00	R\$ 251,81	R\$ 318,43	R\$ 272,50	R\$ 298,00	R\$ 502,95
	Outras compras	-	-	R\$ 10,00	-	R\$ 65,00	R\$ 40,00
	Educação	R\$ 50,00	R\$ 100,00	R\$ 6,00	-	-	R\$ 6,00
	Economias	-	R\$ 200,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	-	-
	Pgto. Empréstimos	-	R\$ 80,00	-	-	-	R\$ 20,00
	Outras despesas	-	-	R\$ 2,00	R\$ 22,00	-	R\$ 42,00
<b>CONTAS EM ATRASO</b>		<b>R\$ 230,00</b>	<b>R\$ 100,00</b>	<b>R\$ 20,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>
<b>SUB-TOTAL</b>		<b>R\$ 909,00</b>	<b>R\$ 636,81</b>	<b>R\$ 617,93</b>	<b>R\$ 406,90</b>	<b>R\$ 385,50</b>	<b>R\$ 727,95</b>
<b>TOTAL GERAL</b>		<b>-R\$ 659,00</b>	<b>-R\$ 286,81</b>	<b>-R\$ 82,93</b>	<b>R\$ 178,10</b>	<b>R\$ 79,50</b>	<b>-R\$ 61,95</b>

Fonte: CGAP. *Financial Diaries in Brazil*, 2013. Disponível em: <<http://www.cgap.org/>>. Acessado em: 29 abr. 2014.

### 4.3 FAMÍLIA ORIENTADA PELA DÍVIDA

O terceiro perfil, **Orientada pela dívida**, tem como comportamento comum, pagar a dívida do cartão de crédito ou do agiota para, na sequência, redistribuir o que resta para o pagamento das demais contas. Há casos de entrevistadas que mantêm um padrão de consumo alto para a renda que

têm, justamente por terem boas noções do fluxo de receita e despesas da casa, se organizando para iniciar prestações somente após conseguir uma receita mensal fixa (novo emprego, por exemplo) e quitando as mesmas assim que recebem um dinheiro inesperado. Por outro lado, também existem casos de famílias descontroladas com as despesas, sem controle das entradas e saídas, mas focadas na necessidade prioritária de pagar o cartão ou o agiota.

Depois do cartão de crédito a gente faz a compra do mês. (RECIFE).

As dívidas eu não esqueço nunca. Prefiro nem ficar olhando no caderno para não ver os balanços e ficar maluca. Se ficar anotando sofro mais, com certeza. (SALVADOR).

### Exemplo 3:

Evandete tem 49 anos, é casada, tem três filhos e é revendedora de produtos de beleza. O marido faz bicos. Deve para os agiotas do bairro, mesmo sabendo do risco que isso envolve. Sofre quando atrasa o pagamento diário de R\$ 50,00 a esses agiotas, pois quando não paga, precisa pagar em dobro no dia seguinte.

Ressalta que, como o seu nome está negativado, teve que pedir a uma amiga para fazer cadastro com a empresa de venda direta e, por isso, não pode atrasar o pagamento. Lamenta não conseguir se livrar desses empréstimos, pois o que recebe não é suficiente para pagar a fatura das encomendas e precisa recorrer ao empréstimo de agiotas para saldar a dívida com a fornecedora de produtos de beleza (Quadro 3).

### QUADRO 3

Exemplo de Família Orientada pela dívida - Diário Financeiro da Evandete.

DIÁRIO FINANCEIRO - FAMÍLIA ORIENTADA PELA DÍVIDA								
EVANDETE - SALVADOR	DEZEMBRO	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	
ENTRADAS	Salários	R\$ 435,00	R\$ 250,00	R\$ 700,00	R\$ 1.000,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 65,00
	Bicos	-	-	-	R\$ 70,00	-	-	-
	Benefício Social	R\$ 254,00	-	R\$ 238,00	R\$ 134,00	R\$ 134,00	R\$ 134,00	R\$ 132,00
	Outros benefícios	-	-	-	-	-	R\$ 152,00	R\$ 112,00
	Retira da poupança	R\$ 35,00	-	-	-	-	-	-
	Empréstimo informal	R\$ 800,00	R\$ 2.100,00	R\$ 1.500,00	R\$ 2.100,00	R\$ 1.000,00	R\$ 600,00	-
	Doações	-	-	-	R\$ 200,00	-	-	-
	Incentivo de pesquisa	-	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 50,00	R\$ 100,00	R\$ 50,00	-
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>R\$ 1.524,00</b>	<b>R\$ 2.450,00</b>	<b>R\$ 2.638,00</b>	<b>R\$ 3.554,00</b>	<b>R\$ 1.434,00</b>	<b>R\$ 1.136,00</b>	<b>R\$ 309,00</b>	
SAÍDAS	Moradia – reparos	-	R\$ 40,00	R\$ 100,00	-	R\$ 30,00	-	-
	Serviços Públicos	R\$ 20,00	R\$ 86,59	R\$ 148,10	R\$ 81,60	R\$ 7,00	R\$ 121,65	R\$ 1,20
	Transporte	R\$ 10,00	-	R\$ 22,40	R\$ 31,20	R\$ 11,20	R\$ 17,00	R\$ 100,00
	Compras (casa)	R\$ 335,00	R\$ 280,00	R\$ 450,00	R\$ 625,00	R\$ 120,00	R\$ 100,00	-
	Outras compras	R\$ 35,00	-	-	R\$ 180,00	-	-	-
	Produtos para vender	-	-	-	-	R\$ 1.000,00	-	-
	Educação	-	-	-	R\$ 50,00	-	-	-
	Dízimo	R\$ 15,00	R\$ 12,00	R\$ 27,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	R\$ 10,00	-
	Saúde	-	-	-	R\$ 25,00	-	R\$ 25,00	-
	Prestações	-	-	-	R\$ 1.488,00	-	-	-
	Pgto. Empr. agiota	R\$ 1.000,00	R\$ 2.960,00	R\$ 2.000,00	R\$ 4.390,00	R\$ 126,00	R\$ 720,00	R\$ 164,00
	Outras despesas	-	R\$ 4,00	R\$ 11,00	-	-	-	-
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>R\$ 1.415,00</b>	<b>R\$ 3.382,59</b>	<b>R\$ 2.736,10</b>	<b>R\$ 6.880,80</b>	<b>R\$ 1.304,20</b>	<b>R\$ 993,65</b>	<b>R\$ 265,20</b>	
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>R\$ 109,00</b>	<b>-R\$ 932,59</b>	<b>-R\$ 98,10</b>	<b>-R\$ 3.326,80</b>	<b>R\$ 129,80</b>	<b>R\$ 142,35</b>	<b>R\$ 43,80</b>	

Fonte: CGAP. *Financial Diaries in Brazil*, 2013. Disponível em: <<http://www.cgap.org/>>. Acessado em: 29 abr. 2014.

Considerando que, 62% do perfil do público é Organizado, esses dados sinalizam que o problema enfrentado pelo endividamento pode ter uma relação maior com as experiências mal sucedidas no uso dos instrumentos financeiros, enfatizadas pela falta de informação, do que pela inabilidade em administrar o orçamento doméstico.

Como revela Atkinson, McKay e Kempson (2006) “os gestores mais hábeis do dinheiro estavam situados nas faixas de renda mais baixas e, quando eles falhavam em fechar as contas, era mais por falta de dinheiro do que por falta de capacidade financeira”.

Informações levantadas pelo estudo revelam que a vulnerabilidade ainda está presente entre os segmentos médios. Os segmentos mais pobres muitas vezes apresentam maior resiliência para lidar com a incerteza da renda.

Afinal, os desafios para equacionar necessidades e desejos com a irregularidade da renda exigem um comportamento financeiro sofisticado e envolve a adoção de estratégias particulares.

## **5. CONCLUSÕES E LIMITAÇÕES**

O uso do painel etnográfico permite ampliar o potencial de compreensão do comportamento financeiro, contribuindo para trazer um olhar inovador sobre o consumidor de menor renda. Esta metodologia permite observar que, apesar das restrições colocadas pela baixa escolaridade, o público CDE tem habilidades gerenciais e financeiras sofisticadas.

Na prática, gerencia gastos, gere uma economia compartilhada com os diversos membros da família, administra o fluxo de caixa para garantir o básico, cria estratégias para poupar e consumir, entre outras. O racional e as práticas apresentam particularidades, mas estão organizadas dentro de uma lógica pragmática.

A vulnerabilidade e a escassez servem como pano de fundo para entender sua realidade, mas não excluem o papel do consumo como um orientador importante deste racional. Em muitas situações, a dificuldade em gerenciar a renda acontece mais por falta dela do que por habilidade para lidar com o orçamento.

A multidimensionalidade da pobreza somada ao uso inadequado de produtos financeiros formais e informais pouco adequados ao seu perfil (trabalho, escolaridade, vulnerabilidade e comportamento) amplia o impacto negativo na vida das pessoas de menor renda.

O desconhecimento das regras e mecânicas dos produtos é decisivo neste processo, pois a falta de informação perpetua o processo de endividamento de longo prazo. Porém, quando bem utilizados, esses instrumentos financeiros servem como aliados para apoiar o processo de melhoria de vida e de mobilidade do público, principalmente entre as famílias mais organizadas financeiramente e os empreendedores.

Como o estudo envolve o uso misto de metodologias, também foi considerado um desenho amostral com parâmetros de análise confiáveis, pois o uso dos diários financeiros utiliza instrumentos quantitativos para processamento e análise.

Vale lembrar que este estudo não se propôs a ter representatividade nacional, pois teve como objetivo entender em profundidade o comportamento financeiro dos mais pobres e levantar dados relevantes sobre a complexidade que envolve administrar a vida cotidiana entre as populações mais pobres. Ao valer-se do uso misto de metodologias, este estudo serve como ponto de partida para novos estudos sobre o tema.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ATKINSON, A.; MCKAY, S.; KEMPSON, E.; Collard, S. *Levels of financial capability in the UK: results of a baseline survey prepared for the financial services authority by personal finance research centre*. University of Bristol, 2006.

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

COLLINS, D.; MORDUCH, J.; RUTHERFORD, S.; RUTHVEN, O. *Portfolios of the poor*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2009.

CONSULTATIVE GROUP TO ASSIST THE POOR - CGAP. *Financial Diaries in Brazil*, 2013. Disponível em: <<http://www.cgap.org/>>. Acessado em: 29 abr. 2014.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens - Para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

GEERTZ, Clifford. *The interpretation of cultures*. New York: Basic, 1977.

KANBUR, R. *Conceptual challenges in poverty and inequality: one development economist's perspective*. Ithaca: Cornell Papers, 2002.

MALINOWSKI, B. Introdução: tema, método e objetivo desta pesquisa. In: *Os Argonautas do Pacífico Ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova-Guiné - Melanésia*, São Paulo: Abril Cultural, pp. 17-34, 1978.

MAS, I.; MORAWCZYNSKI, O. Lessons from M-PESA. *Innovations*. MIT Press, 2009.

MEAD, M. *Letters from the field: 1925-1975*. New York: Harper & Row, 1977.

MOSER, C. *Ordinary families, extraordinary lives: assets and poverty reduction in Guayaquil, 1978-2004*. Washington: Brookings Institution Press, 2009.

PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICILIO – PNAD. *Análise do Plano CDE*. Dados de 2011. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=40](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40)>. Acessado em: 29 abr. 2012.

PRAHALAD, C. K.; HART, Stuart. The fortune at the Bottom of the pyramid. *Strategy+Business*, Issue 26, pp. 2-14, 2002.

SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA – SAE. *Critério de Classificação Econômica*. Disponível em: <<http://www.sae.gov.br/site/>>. Acessado em: 29 abr. 2014.

SOUZA, A.; LAMOUNIER, B. *Classe média brasileira: as ambições, valores e projetos de sociedade*. Rio de Janeiro: Campus, 2009.