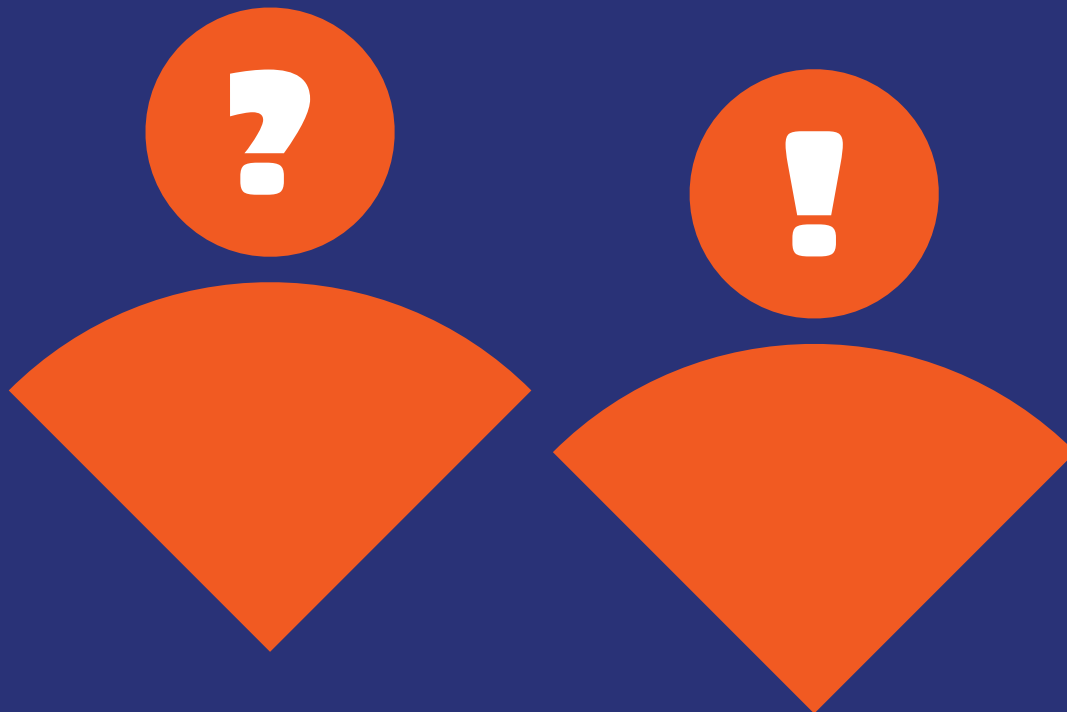


caderno
do aluno

Curso de Gestão de Finanças Pessoais

consumo



cidadania
financeira

Curso de Gestão de Finanças Pessoais

consumo

Nome

Local de realização do curso

Data de realização do curso



Gestão de Finanças Pessoais – Consumo Caderno do Aluno

Banco Central do Brasil

Diretor de Relacionamento Institucional e Cidadania

Luiz Edson Feltrim

Chefe do Departamento de Educação Financeira

Elvira Cruvinel Ferreira

Chefe-Adjunta do Departamento de Educação Financeira

Marusa Vasconcelos Freire

Chefe da Divisão de Educação Financeira

Silvio Carlos Arduini

Coordenador de Assuntos Setoriais

Marcelo Junqueira Angulo

Equipe técnica:

Elaboração do texto base

Rodrigo Octavio Beton Matta

Marcos Aguerri Pimenta de Souza

Revisão técnica e conceitual

Sabrina Sorgi Parada – Módulo Nossa Relação com o Dinheiro

Edilson Rodrigues de Sousa – Módulo Orçamento Pessoal e Familiar

Paula Ono Martins – Módulo Crédito e Endividamento

Maria de Fátima Cavalcante Tosini – Módulo Consumo

Jean Márcio de Melo - Módulo Investimentos, Seguros e Aposentadoria

Revisão gerencial e complementação do texto

João Evangelista de Sousa Filho

Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – SESCOOP

Presidente do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo

– SESCOOP

Márcio Lopes de Freitas

Superintendente do SESCOOP

Renato Nobile

Gerente-Geral do SESCOOP

Karla Tadeu Duarte de Oliveira

Gerência de Desenvolvimento Social

Maria Eugênia Ruiz Borba

Equipe técnica:

Divani Ferreira de Souza Matos – Módulo Cooperativismo – SESCOOP Nacional

Emerson Barcik – Módulo Cooperativismo – SESCOOP PR

Humberto César Bridi – Módulo Cooperativismo – SESCOOP PR

Ilana Maria de Oliveira Maciel – Módulo Cooperativismo – SESCOOP CE

Sheila Malta Santos – Módulo Cooperativismo – SESCOOP Nacional

Ficha catalográfica elaborada por:

Banco Central do Brasil – Departamento de Educação Financeira e Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – Gerência de Desenvolvimento Social
Gestão de Finanças Pessoais – Consumo – Brasília: BCB,
2015 –

ISBN 978-85-92566-04-3

1. Educação financeira 2. Finanças Pessoais 3. Consumo. 4. Dívida. 5. Dinheiro 6. Bem Estar Financeiro 7. Endividamento

CDU XXX.YY(I)

Departamento de Educação Financeira

Banco Central do Brasil

SBS, Quadra 3, Bloco B, Edifício-Sede, 1SS Mezanino Leste

Caixa Postal: 8.670

CEP: 70074-900, Brasília - DF

Tel.: (61) 3414-4020

E-mail: educacaofinanceira@bcb.gov.br

cidadaniafinanceira.bcb.gov.br

Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo

Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – SESCOOP

SAS, Quadra 04, Bloco “I”

Caixa Postal: S/N

CEP: 70070-936, Brasília - DF

Tel.: (61) 3217-2100 / Fax: (61) 3217-2121

E-mail: gedes@sescop.coop.br

www.brasilcooperativo.coop.br

apresentação

No cenário internacional e também no Brasil, há consenso de que a educação financeira é um processo que propicia ao cidadão melhores condições para efetuar suas escolhas financeiras, de forma responsável, trazendo benefícios para seu bem-estar pessoal e o de sua família. Há, também, uma visão consensual quanto a sua contribuição para a eficiência do sistema financeiro, na medida em que possibilita à população inclusão financeira mais adequada às suas reais necessidades.

Nesse sentido, o Banco Central do Brasil (BCB) desenvolve desde 2013 o Programa Cidadania Financeira, voltado à promoção dos direitos e deveres do cidadão com relação à sua vida financeira. A ideia é contribuir para o pleno exercício da cidadania financeira e, conseqüentemente, melhorar a qualidade de vida das pessoas.

O Programa Cidadania Financeira – alinhado às diretrizes da Estratégia Nacional de Educação Financeira, instituída pelo Decreto nº 7.397, de 2010, que garante a gratuidade das ações e a prevalência do interesse público –, é executado a partir de parcerias interinstitucionais. Dentre essas, destaca-se a cooperação técnica entre o Banco Central e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop). Trata-se de uma aliança que colabora com os esforços para que seja concretizada a missão do Sescoop, de promover a cultura cooperativista e o aperfeiçoamento da gestão para o desenvolvimento das cooperativas brasileiras. E isso, cabe ressaltar, é feito com um olhar atento à felicidade interna

dos cooperados e familiares, bem como de colaboradores do sistema cooperativista, pensando no bem-estar social das comunidades onde vivem.

Assim, a parceria entre o Sescoop e o Banco Central inaugura um programa de formação em Gestão de Finanças Pessoais, com foco no hábito de poupar e na responsabilidade no uso do crédito. Direcionada especialmente a multiplicadores e a facilitadores, a proposta é formar uma rede cooperativa para a cidadania financeira. Para isso, destaca-se a importância do envolvimento das unidades estaduais do Sescoop como fator fundamental e da formação de Redes junto a outros Sistemas organizados.

O material ora apresentado tem por objetivo ser utilizado como base para cursos presenciais, com abordagem para estimular atenção, conhecimento, habilidades, atitudes e comportamentos que contribuam para o pleno exercício do conjunto de direitos e deveres do cidadão em relação a sua vida financeira. É, portanto, uma ação eminentemente cooperativa, calcada nos princípios da educação e do interesse pela comunidade, muito embora os resultados desse trabalho tenham potencial para atingir também outros segmentos populacionais.

Que a utilização do conteúdo aqui oferecido seja de grande utilidade para toda a comunidade e produza os frutos esperados!

Márcio Lopes de Freitas e Luiz Edson Feltrim

mensagem ao aluno

Prezado Aluno,

Este é o seu caderno do módulo Consumo, do Curso de Gestão de Finanças Pessoais. Seu professor irá discutir com você aspectos essenciais para uma boa gestão do seu dinheiro e propor algumas atividades em sala de aula, além de deixar exercícios para você fazer em casa.

Este caderno auxiliará você a fixar as informações abordadas no curso, a aprofundar seus conhecimentos e a aplicá-los em sua vida. Servirá também para ajudá-lo a verificar se compreendeu todos os tópicos tratados neste módulo.

Aproveite esta oportunidade para rever seus conceitos sobre finanças pessoais e para colocar em prática os ensinamentos do curso.

Bons estudos e um excelente trabalho!

estrutura do caderno

Seu caderno está organizado em quatro seções: Conteúdo, Atividades de sala de aula, Exercícios de síntese e Autoavaliação.

1. Conteúdo

Nesta seção, encontra-se o conteúdo do módulo, incluindo as atividades e exercícios de fixação. O conteúdo deste módulo compreende os seguintes tópicos:

- Introdução;
- Planejamento do consumo;
- Técnicas de vendas;
- Consumo consciente.

1.1 Atividades

As atividades são exclusivamente de caráter pessoal, portanto não possuem uma única resposta. Cada aluno terá a liberdade de responder de acordo com seus interesses, reflexões ou intenções. Isso significa que não há resposta certa ou errada para as atividades.

As atividades não serão trabalhadas em sala de aula.

1.2 Exercícios de fixação

Por sua vez, os exercícios de fixação servem para você verificar se está assimilando corretamente os conceitos deste módulo. Ao final desta seção, você encontrará as respostas corretas, para que possa conferir se respondeu acertadamente aos exercícios.

2. Atividades de sala de aula

Seu professor irá conduzir as atividades em sala de aula durante este módulo do Curso de Gestão de Finanças Pessoais. Esta seção disponibiliza as regras e os formulários para essas atividades.

3. Exercícios de síntese

Esta seção aborda alguns conceitos que sintetizam o módulo. Os exercícios de síntese servirão para que você retome os pontos principais deste módulo e fixe melhor as informações.

4. Autoavaliação

Na seção de autoavaliação, ao final deste módulo do curso, você poderá refletir sobre tudo o que aprendeu nele. Trata-se de algumas afirmativas que se referem aos principais conteúdos apresentados e discutidos. Você deverá ler as afirmativas e selecionar aquelas que se referirem aos tópicos que julgar que aprendeu. O objetivo da autoavaliação é você se certificar de que acompanhou e assimilou bem os conceitos do módulo. Caso não se sinta seguro para afirmar que aprendeu um ou mais dos temas listados em na autoavaliação, retorne aos trechos do módulo que retomam os temas. Se ainda restarem dúvidas, recorra ao seu facilitador!

sumário

Apresentação.....	3
Mensagem ao aluno.....	5
Estrutura do caderno.....	6
Consumo.....	9
Introdução.....	9
Planejamento do consumo.....	10
Exercício de fixação – Memória inflacionária.....	12
Pouca formação em gestão financeira.....	12
Controle do endividamento pessoal.....	13
Eliminação de gastos desnecessários.....	13
Maximização dos recursos financeiros disponíveis.....	14
Exercício de fixação – Vantagens de planejar o consumo.....	14
Caso prático – Vantagens de planejar o consumo.....	15
Técnicas de vendas.....	19
Consumo consciente.....	23
Consumo x consumismo.....	24
Respostas dos exercícios de fixação.....	26
exercícios de síntese.....	27
Exercício 1 – Resumindo.....	27
Exercício 2 – Jogo dos sete erros.....	28
Respostas dos exercícios de síntese.....	29
Autoavaliação.....	30

consumo

INTRODUÇÃO



Quem não gosta de consumir? O consumo faz parte do nosso dia a dia e sempre existiu, até mesmo quando não havia dinheiro. Quando nossos ancestrais colhiam frutos das árvores para se alimentar, quando iam até um rio beber água, quando aproveitavam galhos e folhas para fazer um abrigo para si, eles estavam consumindo – a diferença em relação aos dias de hoje é que, no passado,

não havia dinheiro. O ato de consumir, entretanto, não é diferente. Hoje em dia, com o dinheiro como moeda de troca, continuamos precisando consumir produtos e serviços para nossa sobrevivência... e também para nosso prazer. Por isso, quanto melhor aprendermos a lidar com nosso dinheiro, mais sabiamente o utilizaremos para consumir o que precisamos e o que queremos.

Este módulo do curso de Gestão de Finanças Pessoais tratará do consumo. Você aprenderá que é importante pensar com antecedência no que vai querer consumir amanhã, ou seja, aprenderá a importância e as vantagens de planejar o consumo. O planejamento do consumo irá ajudá-lo na elaboração do seu orçamento e, ainda, o auxiliará a fazer melhores escolhas quando chegar o momento de comprar um produto ou serviço de que você precisa ou que você deseja.

Outro ponto importante a ser tratado neste módulo diz respeito às técnicas de vendas que são utilizadas pelo comércio para fazer com que você compre. Você verá que, para quase tudo o que há no comércio, existem técnicas explícitas ou implícitas com o propósito de estimulá-lo a consumir.

Por fim, você irá ler e descobrir um pouco mais sobre o consumo consciente. Consumir é bom, mas consumir de modo consciente é melhor e mais proveitoso para você, para a sociedade em que você vive e para o próprio planeta.

PLANEJAMENTO DO CONSUMO

O planejamento está intimamente ligado a uma boa gestão financeira pessoal. O caderno de orçamento familiar deste curso menciona que o planejamento é o primeiro passo para fazer um bom orçamento financeiro pessoal. O orçamento é o instrumento que o ajuda a manter uma vida financeira saudável, pois maximiza o poder de compra do seu dinheiro, possibilitando que você consuma mais e melhor. Se é difícil discordar sobre a importância do planejamento, por que, então, temos tanta dificuldade de pensar antecipadamente sobre o uso dos nossos recursos financeiros?

Bem, essa dificuldade pode ser em parte explicada pela existência de barreiras educacionais, culturais e psicológicas que nos impedem ou nos desestimulam a planejar. Vamos saber um pouco mais sobre elas?

Busca pelo prazer imediato

Responda com sinceridade às duas perguntas que virão a seguir. Você está livre para escolher a resposta que entender ser a melhor.

1. Imagine que uma criança de sete anos de idade tenha que passar por algo bem desagradável, como receber uma injeção ou ficar de castigo. Ela não tem a opção de evitar essa experiência, mas pode adiá-la: ela tem a opção de escolher se passará pela situação desagradável hoje ou amanhã. Qual resposta você acha que ela daria?

- a)** Eu quero ficar de castigo hoje e tomar logo essa injeção, assim me livro do incômodo.
- b)** Hoje, eu não quero tomar injeção, nem ficar de castigo. Prefiro que fique para depois – para amanhã ou, se possível, para nunca.

2. Agora, imagine que você diga à mesma criança que a levará ao zoológico para passear e ver os animais. Você lhe pergunta quando ela vai querer fazer isso: hoje ou amanhã. Qual resposta você acha que ela daria?

- a)** Eu quero ir hoje! Pode ser agora?
- b)** Eu prefiro ir amanhã.

O ser humano tem reações muito interessantes quando lida com dor e prazer. Quando se trata de algo ruim, que nos traz dor ou sensações desagradáveis, tendemos a desejar que isso nunca aconteça; se for inevitável e tiver que

acontecer, que seja o mais no futuro possível. No entanto, quando se trata de coisas agradáveis, que nos dão prazer, alegria e sensações boas, tendemos a querer o máximo possível daquilo – e que seja o quanto antes! Essas são características inerentes a nós, seres humanos, e refletem-se na forma como consumimos. Quer saber como?

Consumir é agradável. Comprar coisas para nós ou para presentear alguém querido é muito prazeroso e, se temos a tendência de antecipar o prazer e querer o máximo possível de sensações boas, é natural que não queiramos parar para pensar se um determinado consumo é ou não aconselhado para aquele momento. Se assim fizermos, é possível que cheguemos à conclusão de que aquele prazer não é adequado para hoje e, sim, para amanhã. Ora, naturalmente (e muitas vezes inconscientemente), deixamos de planejar nossa vida financeira – e, em especial, nosso consumo – para evitar a dor de deixar de ter um determinado prazer que seria proporcionado por uma compra impensada.

Memória inflacionária

Desde meados dos anos 1990, vivemos um período de estabilidade econômica em que a inflação no país está sob controle. No entanto, houve um período em que a inflação no Brasil era muito alta. A consequência direta para o consumidor era que o preço dos produtos aumentava muito em um curto período de tempo. Por exemplo, era muito comum ir ao supermercado e ver os produtos custando um valor que aumentava em questão de dias ou mesmo horas. A remarcação dos preços – sempre por um preço maior – acontecia rotineiramente com a quase totalidade dos produtos e serviços. O aumento dos preços era tão rápido que era muito difícil saber o real valor dos produtos e serviços. Em um cenário desse tipo, ou seja, naquela situação de inflação alta, os consumidores precisavam desenvolver comportamentos de consumo que os fizessem aproveitar ao máximo seu dinheiro antes que ele desvalorizasse. Era muito difícil pensar em planejamento do consumo, pois, se não se utilizasse o dinheiro na hora, comprando as coisas de que se precisava ou queria, era bem provável que no dia seguinte a mesma quantia de dinheiro já não conseguisse mais comprar a mesma coisa.

Lá se vão duas décadas desde que terminou esse cenário de alta inflação. Ainda assim, para muita gente a memória permanece viva. A memória inflacionária nada mais é do que um fenômeno que ocorre na mente e no comportamento das pessoas que vivenciaram um período de grande inflação. O mais curioso é que ela, algumas vezes, está presente até mesmo nos hábitos de pessoas que não vivenciaram esse período, mas que, de alguma forma, foram influenciadas por pessoas que vivenciaram períodos de alta inflação. Esse fenômeno faz com que os hábitos que eram adotados para o consumo durante o período de alta inflação sejam mantidos, mesmo em períodos em que a inflação esteja controlada. Isso leva muita gente a não utilizar seu dinheiro da melhor forma possível.

Vamos explicar melhor: o modo como você consome e utiliza seu dinheiro pode estar mesmo relacionado ao cenário econômico em que vive, ou seja, se você está experimentando um período com alta inflação ou um período de estabilidade econômica. Por um lado, durante o período de inflação alta, os produtos aumentavam de valor do dia para a noite. Em um cenário assim, era mais do que razoável que as pessoas corressem para consumir enquanto tinham dinheiro suficiente para comprar o que desejavam ou necessitavam. Se assim não fizessem, com o mesmo dinheiro não conseguiriam pagar o produto ou o serviço mais tarde. Por outro lado,

em um período de inflação controlada, como nos dias de hoje, o preço de um determinado produto tende a não aumentar tão rapidamente. Em períodos estáveis, pode-se planejar a compra do produto ou serviço e, inclusive, em muitos casos, pagar mais barato amanhã do que hoje. Isso pode acontecer caso se encontre um preço promocional no futuro ou o comércio lance um novo produto tecnologicamente mais avançado, fazendo cair o preço do produto que se deseja, que já não será mais de última geração. Até mesmo a maior competição entre estabelecimentos comerciais ou produtos semelhantes faz com que os preços caiam ao longo do tempo.

Para que fique mais claro, a tabela seguinte faz uma comparação entre os hábitos de consumo que eram adotados pelo brasileiro quando a inflação era alta e os hábitos de consumo que são razoáveis hoje em dia, tempo em que enfrentamos um período de estabilidade econômica, com inflação sob controle.



MEMÓRIA INFLACIONÁRIA (ATÉ MEADOS DOS ANOS 1990)

Gastar imediatamente

- Havia o estímulo para gastar o dinheiro logo após recebê-lo, pois o poder de compra era rapidamente reduzido pelo aumento acelerado do preço dos produtos e serviços.

Fazer estoques

- Como os preços aumentavam muito, as pessoas realizavam estoques, como, por exemplo, da comida que sabiam que consumiriam no futuro.

ESTABILIDADE ECONÔMICA E INFLAÇÃO CONTROLADA (CENÁRIO ATUAL)

Planejar as compras

- Com o controle da inflação, os preços estão mais estáveis. Esperar para consumir um determinado produto ou serviço pode levar a uma economia ou uma compra mais inteligente.

Não fazer estoques

- Aconselha-se a compra daquilo que for necessário hoje ou no futuro próximo, sem a formação de grandes estoques. Isso porque há boas chances de encontrar o mesmo produto no futuro pelo mesmo preço de hoje ou até por um preço menor. Não gastando dinheiro com a formação de estoque, podem-se manter recursos financeiros em mãos para consumir outros produtos e serviços necessários para o momento presente.



EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

<p>Postergar pagamentos</p> <ul style="list-style-type: none"> Era comum atrasar o pagamento de contas, até para uma data posterior à data de vencimento, pois os encargos (juros, multas, impostos) pelo atraso não eram sentidos fortemente. 	<p>Quitar os compromissos em sua respectiva data de vencimento</p> <ul style="list-style-type: none"> Deve-se procurar quitar cada compromisso financeiro até sua data de vencimento, para evitar os encargos – que são muito altos.
<p>Pagar a prazo</p> <ul style="list-style-type: none"> Comprar a prazo parecia vantajoso, pois, se as prestações fossem fixas, a cada mês esse valor pesaria menos no orçamento do consumidor, sendo comum o salário ter vários reajustes ao longo do ano para tentar manter o poder de compra – isso fazia com que ficasse mais fácil pagar as prestações. Mesmo que as prestações não fossem fixas e sofressem correção monetária, não era raro essa correção ser proporcionalmente menor que os reajustes salariais. 	<p>Pagar à vista e com desconto</p> <ul style="list-style-type: none"> Em períodos de inflação controlada, como hoje, o peso que uma prestação tem no orçamento tende a se manter ao longo do tempo, uma vez que reajustes salariais são mais raros e pequenos quando comparados ao passado. É mais interessante planejar a compra e pagar à vista, pleiteando descontos vantajosos junto aos vendedores e obtendo juros pela aplicação do dinheiro poupado.

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO – MEMÓRIA INFLACIONÁRIA

Marque com um X as sentenças que expressam um comportamento típico de quem tem memória inflacionária.

- () Ter um *freezer* para fazer estoque de carne.
- () Poupar para pagar à vista.
- () Gastar imediatamente, assim que receber o salário.
- () Atrasar o pagamento das contas (postergar pagamentos), além de sua respectiva data de vencimento.
- () Pagar as contas em dia.
- () Planejar o consumo de bens e serviços.

Como se pode notar, os comportamentos de consumo aceitáveis em períodos com muita inflação são bem diferentes daqueles adequados aos tempos de inflação controlada. Caso uma pessoa continue adotando comportamentos e hábitos de consumo não adequados à realidade econômica em que vive, poderá ter sérios problemas financeiros. É justamente isso que fazem as pessoas que ainda possuem essa memória inflacionária, expressando sua dificuldade de planejar o consumo nos dias de hoje, com base em um tempo que já se foi há mais de duas décadas, quando planejar era mesmo bem mais complicado.

POUCA FORMAÇÃO EM GESTÃO FINANCEIRA

Infelizmente, são poucas as pessoas que possuem muito conhecimento formal sobre finanças pessoais. Apesar de já haver cursos, palestras e bastante informação disponível a respeito do tema, o número de pessoas que tiveram algum ensino formal sobre como melhor administrar seus recursos financeiros ainda é pequeno no Brasil. Esse desconhecimento acontece em todas as classes sociais e atinge dos mais ricos aos mais pobres.

Essa carência de formação em gestão financeira pessoal faz com que as pessoas não compreendam a importância e as vantagens de planejar o uso do dinheiro. Na verdade, são poucas as pessoas que fazem ideia de que é necessário

fazer um planejamento financeiro. Assim, sem saber por que ou para que se deve planejar, as pessoas simplesmente seguem sua vida lidando de modo improvisado com a administração do seu dinheiro.

Apesar de todos esses motivos para dificultar que você tenha o hábito de planejar financeiramente, saiba que é possível superá-los e iniciar o saudável hábito do planejamento financeiro pessoal. Para isso, a primeira coisa que você deve ter em mente diz respeito às vantagens que poderá obter ao decidir dedicar tempo para suas finanças.

CONTROLE DO ENDIVIDAMENTO PESSOAL

As pessoas se endividam por diversos motivos. Quando se faz qualquer tipo de compra a prazo, ou seja, quando se consome algum produto ou serviço e deixa-se para pagar por ele depois, adquire-se uma dívida. Esse fato em si não é um problema. O problema começa a surgir quando há um descontrole nesse processo de endividamento. Uma compra a prazo aqui, outra compra ali, um empréstimo acolá e isso pode se transformar em uma grande dívida ao longo do tempo. Quando alguém se propõe a planejar melhor seu consumo, está fazendo uma espécie de tratamento preventivo contra o excesso de endividamento. Não são raros os casos de pessoas que costumam cair em situações de grande endividamento apenas pelo fato de não dedicar tempo para conhecer suas contas, para conhecer de fato

as dívidas que já fez. Essa situação é agravada pelo fato de a pessoa não planejar suas compras e seguir simplesmente gastando um dinheiro que pensa que possui, mas que já está comprometido com as compras anteriores.

Dedicar tempo para o planejamento do consumo pode ajudar você a não cair nesse tipo de situação. Uma coisa é certa: juntando tudo que você precisa ou deseja consumir, não haverá recursos financeiros para adquirir tudo de uma vez. Por isso, um bom planejamento é necessário e pode fazer com que você avalie prioridades e métodos mais eficazes, decidindo o que vai adquirir e quando e encontrando a melhor maneira de fazer seu dinheiro render o máximo possível nesse processo de consumo.

ELIMINAÇÃO DE GASTOS DESNECESSÁRIOS

Uma vantagem de planejar o consumo consiste na oportunidade de identificar gastos que você pode estar tendo hoje ou que iria ter no futuro e que, na verdade, são totalmente desnecessários. No módulo “Crédito e endividamento” deste curso, tratamos do desperdício. Vamos relembrar o conceito? O desperdício acontece quando você gasta seu dinheiro em algo que não é necessário nem lhe traz benefício ou prazer algum. Por exemplo, o desperdício acontece quando você compra uma camisa e não a usa. Você gastou dinheiro em um produto que não está lhe trazendo nenhuma vantagem, pois a camisa fica sem utilidade no armário, ou seja, aquela compra não era necessária e não está lhe dando qualquer prazer. O mesmo acontece quando você paga a mensalidade de uma academia ou de um clube e não o frequenta.

Ao planejar o consumo, você tem a oportunidade de avaliar e corrigir os gastos que já está tendo e são desnecessários. Ao fazer essa avaliação, você pode, por exemplo, começar a ir à academia e fazer valer seu dinheiro ou, então, cancelar sua matrícula e gastar seu dinheiro em outra coisa. O planejamento financeiro também pode alertá-lo a não fazer um gasto que seria desnecessário, como, por exemplo, adquirir mais uma peça de roupa – que você não irá utilizar.





MAXIMIZAÇÃO DOS RECURSOS FINANCEIROS DISPONÍVEIS

Outra vantagem de planejar o consumo está no fato de que você terá a oportunidade de maximizar seus recursos financeiros.

Imagine a seguinte situação: duas pessoas solteiras moram sozinhas, cada uma em seu apartamento. Elas são vizinhas e possuem a mesma idade e gostos parecidos. Ambas possuem uma televisão com seis anos de uso e decidem que querem uma nova. No entanto, uma delas é impulsiva e, no momento em que conclui que sua TV está muito velha, vai ao comércio e rapidamente adquire uma nova, pagando da forma que couber no seu orçamento: faz parcelamento, não atenta muito se o período do comércio é bom ou ruim para esse tipo de compra, não presta atenção à taxa de juros nem ao valor que está pagando a mais por comprar a prazo; simplesmente vai até a loja e compra o produto. Já a outra pessoa, que não é tão impulsiva, resolve planejar seu consumo. Sim, sua TV está usada e ela quer, assim como o vizinho, trocar de televisão; no entanto, ela gosta de utilizar seu dinheiro sabiamente e resolve planejar essa compra. Ela vai até o comércio, faz um levantamento de preços da televisão que pretende comprar e verifica as condições de pagamento existentes.

Depois, apesar de os vendedores terem sempre falado que era uma ótima compra, verifica com calma se de fato as propostas são boas para ela. Como não está afobada para adquirir o produto, tem a oportunidade de verificar se há a possibilidade de surgirem períodos promocionais dentro de um curto período de tempo. Quem sabe, se ela esperar um pouco, poderá adquirir a televisão com um grande desconto (por exemplo, em épocas após as festas de fim de ano, costuma haver promoções e o fato de esperar uma ou duas semanas para a compra pode ser interessante). Enfim, a pessoa que planeja sua compra tem a oportunidade de observar tudo isso e tomar uma decisão mais sábia ao finalmente comprar sua televisão. Agora, imagine: as duas pessoas acabaram por adquirir o mesmo produto, mas qual delas tende a ter feito o melhor negócio? Aquela que de súbito, sem pensar muito, foi ao comércio e adquiriu a televisão ou a outra que planejou seu consumo e verificou as melhores oportunidades e condições para efetuar a compra?

Lembre-se de que é importante sempre pensar antes de consumir. Você tem a oportunidade de aproveitar oportunidades e fazer compras melhores.

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO – VANTAGENS DE PLANEJAR O CONSUMO

Assinale com um X as sentenças que representam uma vantagem de planejar o consumo.

- () Usar o dinheiro disponível da melhor forma.
- () Evitar entrar em dívidas descontroladas.
- () Diminuir as opções de consumo.
- () Demonstrar um baixo nível de educação financeira.
- () Reduzir os gastos com despesas desnecessárias.



CASO PRÁTICO – VANTAGENS DE PLANEJAR O CONSUMO

De fato, muitas são as vantagens de pensar antes de consumir, ou seja, de planejar o consumo. Consumir de forma planejada não significa deixar de comprar as coisas, tampouco tornar-se uma pessoa ranzinza que não gasta seu dinheiro com nada. Não, não é isso. Na verdade, o que acontece é que, com o planejamento do seu consumo, você pode fazer mais com o mesmo dinheiro, ou seja, você consegue fazer seu dinheiro valer o máximo. Vamos ver isso em um exemplo prático?

Imagine um casal de namorados que decidiu dar um passo além e optou por se casar, tendo marcado o casamento para daqui a um ano. Existe um ditado popular que diz “quem casa quer casa”, sendo essa casa própria ou não. Mas o que o ditado não diz é que essa casa precisa ter algumas coisas dentro dela... É preciso que haja móveis, eletrodomésticos, utensílios de cozinha e tudo mais. Em resumo, nosso apaixonado casal precisará fazer compras para a casa nova. Agora, vejamos duas situações, dois tipos de comportamento que eles podem ter em relação a essas compras:

1. eles têm a opção de comprar os produtos a prazo, quando chegar próximo à data do casamento. Com isso, eles não se preocupam agora, um ano antes, com essas compras. Vão vivendo e, quando se aproximar a data do casamento, eles começam a se preocupar com isso;

2. diferentemente, eles podem planejar seu consumo futuro. Como já sabem que vão precisar adquirir produtos para a casa nova e o casamento é só para daqui a um ano, iniciam uma poupança, pensando naquilo que precisarão comprar.

Vamos ver qual comportamento traz melhores resultados financeiros para esse casal?

Para o nosso exemplo, vamos imaginar que eles desejam ter na futura casa três produtos: uma máquina de lavar roupas, uma geladeira e um aparelho de ar-condicionado. Suponhamos que tenha chegado o grande dia da compra. Quase um ano já se passou após a decisão de se casarem e o casamento será na semana que vem. Eles precisam adquirir esses produtos já. Nesse momento, o casal estará em uma das duas situações seguintes, a depender da decisão que tomaram um ano atrás:

1. se não pouparam os recursos para a compra, terão que comprar os produtos a prazo, pois há um ano decidiram não planejar o consumo e deixaram para se preocupar com essas compras próximo ao casamento. Como não têm uma reserva financeira, precisarão parcelar as compras, ou seja, vão comprar a prazo;

2. se optaram por comprar os produtos à vista com o dinheiro que pouparam ao longo do ano, fruto do planejamento que fizeram no momento em que decidiram se casar, dispõem hoje de uma reserva financeira.

Na tabela seguinte, estão apresentadas as melhores condições de pagamento encontradas no comércio para os três produtos desejados (os dados apresentados são reais e foram coletados em folhetos de publicidade).



PRODUTO	COMPRA A PRAZO			COMPRA À VISTA (PLANEJADA)	
	Nº DE PARCELAS	VALOR DA PARCELA	TOTAL PAGO A PRAZO	VALOR À VISTA	ECONOMIA
	12	R\$ 79,08	R\$ 949,00	R\$ 835,12	R\$ 113,88
	12	R\$ 183,25	R\$ 2.199,00	R\$ 1.935,12	R\$ 236,88
	12	R\$ 149,92	R\$ 1.799,00	R\$ 1.583,12	R\$ 215,88
TOTAL			R\$ 4.947,00	R\$ 4.353,36	R\$ 593,64

Agora, vejamos qual é a melhor das duas opções para o casal: consumir com planejamento ou sem planejamento.

Analisando a tabela, você pode notar que, ao optar pelo pagamento à vista, o casal receberia um desconto. No caso de as compras serem feitas a prazo, o total que o casal gastaria com os três produtos seria de R\$ 4.947,00, ou seja, a soma de todas as prestações para pagar o parcelamento dos três produtos totalizaria esse montante.

Por outro lado, caso eles tivessem planejado sua compra e poupado o dinheiro para fazê-la à vista, o valor pago pelos três produtos seria menor (R\$ 4.353,36). Observe que o casal faria uma economia de R\$ 593,64 apenas pelo fato de ter pensado na compra desses produtos que **já sabia** que iria comprar. Com isso, conseguiu obter condições de compra mais favoráveis.



Vamos, agora, falar um pouco mais sobre essa economia?

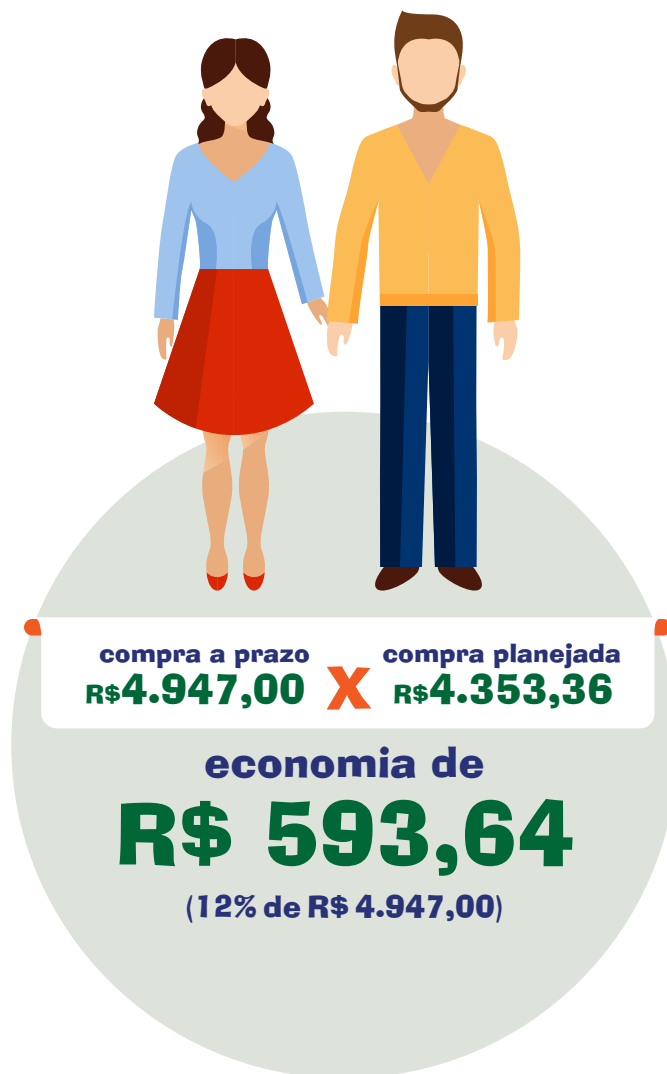
O principal motivo para o casal ter economizado ter dinheiro foi o planejamento da compra – isso já foi dito. O ato de planejar permitiu que o casal separasse dinheiro ao longo do ano para conseguir comprar os produtos perto da data do casamento. Com o dinheiro na mão, tiveram um poder maior de “barganha” com o vendedor – e essa é uma regra geral. Você não precisa depender da “boa vontade” da loja de permitir comprar um produto a prazo ou deixar você dar um cheque pré-datado para 30 dias. Às vezes, quando não temos o dinheiro necessário para uma compra, acabamos por comprar em uma loja com preço mais alto que as demais apenas pelo fato de vender com um prazo maior de pagamento, não é mesmo?

Ao comprar a prazo, acabamos pagando muito mais do que deveríamos pelo produto adquirido, mas, com dinheiro na mão, isso muda de figura. Se a loja não quiser lhe oferecer um desconto pela compra, é ela quem sairá perdendo, pois você irá à loja ao lado e comprará o produto lá. Isso só exigirá de você uma pesquisa de preços, em busca do melhor valor para os produtos que serão adquiridos.

No caso da compra à vista do casal, a economia de R\$ 593,64 que a compra à vista lhe proporcionou é devida à pura existência dessa lei. Pense bem... Para poder comprar os produtos à vista, o casal teve que fazer uma economia durante os 12 meses anteriores, até chegar o dia da compra. Com isso, deixou de consumir alguma coisa com aquele dinheiro que ia poupando, fazendo uma troca intertemporal. Eles deixaram de consumir por um momento, para poder consumir mais no futuro – um caso típico de troca intertemporal. Refresque sua memória sobre o tema “troca intertemporal” nos cadernos “Nossa relação com o dinheiro” e “Orçamento pessoal e familiar”.

E você sabe o que é melhor em toda essa história? Ao contrário do que prega o conceito popular de que, para ter alguma coisa, é preciso se endividar, na verdade, o melhor que se pode fazer é planejar – aí, sim, se obtêm muito mais coisas do que quando se endivida. Quer ver como?

Digamos que o casal tenha sido sábio e optado pelo planejamento da compra. Portanto, ele comprou os três produtos (máquina de lavar roupas, geladeira e ar-condicionado) à vista e economizou R\$ 593,64.



Veja que interessante: eles estão se casando e montando sua casa nova, não é mesmo? Logo, eles vão precisar comprar outras coisas além dos três produtos que já compraram. Com essa economia, poderão comprar, por exemplo, os seguintes produtos para sua casa nova:

ECONOMIA de R\$ 593,64

PRODUTO	PREÇO	
Fogão de quatro bocas		R\$ 263,00
Forno de micro-ondas		R\$ 201,52
Liquidificador		R\$ 71,90
Grill		R\$ 44,90
3 sorvetes		R\$ 12,32 (troco)

Você entendeu? Eles iriam comprar esses outros produtos de qualquer forma, mas, com planejamento, com o mesmo dinheiro que seria gasto para comprar apenas os três produtos originais, puderam comprar mais quatro produtos além da máquina de lavar roupas, da geladeira e do aparelho de ar-condicionado. E ainda puderam comemorar a boa compra tomando sorvete! Foram sete produtos pelo preço de três.

Então, vale ou não a pena planejar o consumo?

Na verdade, quem pensa antes de comprar não é “pão-duro”, “sovina”, “muquirana”, “mão de vaca”. Ela é uma pes-

soa muito esperta, porque, no fim das contas, consumirá mais produtos com o mesmo dinheiro. Portanto, o planejamento permite consumir **mais e melhor** com a mesma quantia de dinheiro. Isso não é bom?

Faça você a sua parte: procure não comprar por comprar, mas pense como e por que está comprando um determinado produto. Analise, antes de retirar seu suado dinheirinho da carteira, se aquele produto realmente será utilizado por você, se não será um desperdício. Se julgar que vale a pena comprar, procure verificar as melhores formas de fazê-lo e pesquise sempre os preços antes de qualquer compra. Você só tem a se beneficiar com isso.

TÉCNICAS DE VENDAS

Agora que você viu a importância de planejar o consumo, evitando comprar por impulso ou sem antes refletir, é necessário atentar para uma prática do comércio que procura influenciar diretamente nosso modo de consumir.

As indústrias fabricam produtos que são repassados ao comércio. Os comerciantes compram esses produtos e precisam vendê-los a nós, consumidores, para que eles sobrevivam e se mantenham no mercado, dando lucro e conseguindo pagar suas despesas. Do nosso lado, nós, consumidores, precisamos de diversos produtos para nossa subsistência. Também desejamos produtos e serviços de que não precisamos, mas que simplesmente queremos ter, pois nos trarão prazer. É assim que o mercado funciona: de um lado, pessoas querendo vender produtos e serviços; do outro, pessoas querendo adquirir esses produtos. Nós não somos consumidores por profissão. Consumimos porque precisamos e/ou queremos consumir algo. Por outro lado, as lojas, o comércio e os vendedores vendem por profissão, ou seja, vender é seu ganha-pão. Com isso, as empresas e o comércio estão constantemente concentrados em como melhorar suas vendas. Preocupam-se em como melhorar seus produtos e como fazer com que eles sejam oferecidos a cidades distantes da fábrica. Concentram-se, também, em como fazer você, consumidor, comprar o produto que eles vendem. E esse é o ponto em que você deve prestar atenção! Ao pensar em como fazer você se interessar pelos produtos e em como convencê-lo a comprá-los, o

mercado realiza diversos estudos para saber identificar seu comportamento, seu modo de pensar, seu modo de sentir e agir. Com base nisso, o mercado cria técnicas que conseguem aumentar mais e mais as chances de fazer com que você não resista a este ou aquele produto. São as chamadas técnicas de vendas.

Esse nome pode até assustar você e, de início, fazê-lo pensar que falaremos de coisas complicadas de que você nunca ouviu falar, mas aí vão uma boa e uma má notícia. A boa notícia é que você não precisará se esforçar muito para identificar algumas dessas técnicas de que falaremos aqui, pois você é alvo delas no dia a dia e se depara com elas diariamente. A má notícia é que, justamente por serem tão comuns e darmos pouca atenção a elas, muitas vezes essas técnicas de vendas conseguem nos influenciar a comprar. Em alguns casos, conseguem até nos influenciar a comprar produtos e serviços que nem sequer queríamos...

Mas é possível diminuir o impacto dessa má notícia conhecendo algumas dessas técnicas e sabendo perceber quando uma ou a combinação de várias delas está sendo utilizada nas propagandas ou aplicada por um vendedor durante uma conversa.

A seguir, são expostas três técnicas muito comuns utilizadas em propagandas com o objetivo de facilitar o processo de vendas e fazer com que você fique mais inclinado ao consumo.

Tamanho e disposição das letras nos anúncios

Dos nossos cinco sentidos (audição, olfato, visão, tato e paladar), a visão é um dos que mais utilizamos em nossa vida cotidiana. Os comerciantes, vendedores e profissionais de propaganda também sabem disso e se concentram nessa característica para influenciar o consumidor na sua decisão de compra.

Preste atenção neste anúncio:

Perceba que interessante! No anúncio, você pode observar duas características principais ao olhar para as letras. A primeira é que elas estão dispostas de um modo atrativo. As letras estão graficamente bem dispostas no



IMPRESSORA MULTIFUNCIONAL
à vista: R\$ 369,00
ou 12X de **37,25**
Total a prazo no cartão R\$ 447,00

anúncio, mas atente para o que acontece com o tamanho, a presença ou não de negrito e a posição das palavras e números no quadro. Note que informações como o preço total do produto à vista e a prazo estão em tamanhos bem menores do que a quantidade de parcelas – informação que, por sua vez, está bem menor que o valor de cada parcela. Você consegue perceber que as letras foram colocadas no anúncio de modo a dar destaque para a informação que mais poderia convencer o consumidor a comprar a impressora? Justamente o menor valor foi o que recebeu o maior destaque. Se uma pessoa está passando longe da vitrine, qual preço causará mais impacto a ela e lhe chamará mais a atenção? Não serão os R\$ 37,25 da parcela? Talvez a pessoa nem note o preço real que será pago pela impressora, que é a soma de todas as parcelas, ou seja, R\$ 447,00, pois está com letra bem menor e sem nenhum grifo. Será que a pessoa não fica mais predisposta a comprar essa impressora depois de ser fisgada pela primeira impressão com o valor da prestação (que é bem

mais baixo do que o valor da compra em si)? Claro que sim. Lembra-se daquele ditado que diz que “a primeira impressão é a que fica”? Pois é exatamente isso que essa técnica de venda procura fazer: causar uma primeira impressão de que você irá pagar pouco. Ela procura desviar sua atenção de que você irá pagar R\$ 447,00 pela impressora. O que fica na sua mente é que você terá que pagar apenas R\$ 37,25. Fica bem mais simpático e bem mais fácil de nós querermos comprar, não é mesmo?

Atente para outro aspecto: você viu que o preço à vista está o mais longe possível do preço a prazo? Se você fosse comprar o produto à vista, pagaria por ele R\$ 369,00. São R\$ 78,00 a menos do que pagaria caso comprasse a prazo, ou seja, comprando a prazo, pagaria mais – o equivalente a mais de duas prestações de R\$ 37,25. Sabendo disso, a propaganda não coloca os dois preços próximos. Se os colocasse próximos, talvez você percebesse que poderia ser mais interessante planejar a compra, existindo a hipótese de decidir adiar a compra dessa impressora e, assim, poupar para poder comprá-la à vista, economizando um bom dinheiro. No entanto, se você tomasse essa decisão, o vendedor, a loja e o fabricante da impressora teriam um problema: você deixaria de comprar naquela loja, naquele momento, e ninguém veria a cor do seu dinheiro. Isso não seria bom para eles, mas talvez fosse muito bom para você. Sendo assim, eles procuram dificultar que você faça essa comparação, modificando o tamanho e a disposição das letras no anúncio. Interessante, não?

Portanto, fique sempre atento ao tamanho das letras e à maneira como as informações são dispostas em um anúncio. Saiba que tudo está ali – e naquele formato – por um bom motivo. E, normalmente, o motivo é convencer você a consumir.

Dividir o valor em unidades de tempo menores

Essa é uma técnica muito interessante e largamente utilizada, principalmente quando se quer disfarçar o real custo de um produto ou serviço que está sendo oferecido. Veja este exemplo:

Aqui, podemos identificar a técnica anterior da disposição e tamanho das letras também. Mas atente, agora, para o preço: R\$ 3,00 por dia para ter todos esses serviços. Que maravilha! Um monte de serviços por R\$ 3,00. Será



mesmo? É aqui que está a técnica de venda: na sua mente, você fica impactado com a grande quantidade de produtos e o preço pequeno. Logo, suas emoções afloram com a expectativa de consumir muita coisa por um valor pequeno. Só que os serviços são cobrados mensalmente e o valor a ser pago é de R\$ 90,00 por mês. Esse é o preço.

Sim, não houve uma mentira no anúncio. De fato, o serviço sai mesmo a R\$ 3,00 por dia, mas, quando o preço é exposto assim, o impacto que o valor real (R\$ 90,00) causaria em você e na sua decisão de compra é diluído, tornando-o bem mais disposto a adquirir o produto. Consegue perceber que mudanças simples podem nos tornar mais ou menos dispostos a gastar? Fique atento!

Se você fizesse o raciocínio inverso e, em vez de dividir o custo por dia, se concentrasse no impacto ao ano, veria que o custo anual do serviço ficaria em R\$ 1.095,00. Talvez agora o valor não seja assim tão atrativo, embora seja exatamente isso que você gastaria em um ano se contratasse esse serviço.

Apelo emocional

Já deu para perceber que emoção é um dos segredos das técnicas de vendas, certo? O apelo emocional existe com o intuito de gerar no consumidor, ou seja, em você, sensações ou emoções que o tornem mais propenso a consumir. Pode ser uma sensação de urgência, por exemplo. Ao ouvir um anúncio na televisão dizendo frases do tipo “este preço é só até acabar o estoque” ou “este preço é só hoje” ou mesmo quando lhe falam: “Olha, eu

tenho esse apartamento aqui disponível para negócio hoje; amanhã, eu já não sei...”, você se sente motivado a “aproveitar logo a oportunidade”? Pois saiba que todas essas frases buscam gerar em você um sentimento de urgência para a decisão e fazê-lo crer que perderá uma oportunidade se não fechar o negócio.

A propósito, o sentimento de perda também é outra emoção que pode ser explorada. Ninguém gosta de perder. Já pensou se você deixa de comprar aquele produto hoje por um preço e, amanhã, ele já está mais caro? Ah, ninguém quer essa sensação! Então, você logo pensa: “por que não comprar agora mesmo?”, ainda que não tenha feito pesquisa de preços ou visto se na loja vizinha o preço é até mais baixo que o da “promoção” da loja em que você está. Pensando assim e deixando-se levar pelo momento, você já terá sido fisgado pela técnica de venda.

Para ficar mais claro, veja este anúncio:



CONSUMO CONSCIENTE

Agora, você já conhece a importância e os benefícios de planejar o consumo, bem como os riscos para suas finanças pessoais caso não planeje suas compras. Pois saiba que existe uma linha de pensamento relacionada ao consumo que, além de auxiliá-lo no controle e bom uso de seus recursos financeiros, considera as consequências que o consumo pode trazer para o meio ambiente. Estamos falando do “consumo consciente”.

Consumir de forma consciente visa a reduzir o impacto negativo do consumo resultante da atividade humana sobre o meio ambiente. O consumo consciente, portanto, também contribui para melhorar a qualidade de vida e o bem-estar das gerações presentes e futuras.

Vale ressaltar que a constante inovação tecnológica ajuda a incentivar o consumo exagerado, com o lançamento de novos produtos a cada estação. Também, o hábito de uso de produtos descartáveis implica altos níveis de consumo de produtos industrializados e, no caso das embalagens descartáveis, de gasto de matérias-primas. Esses hábitos da cultura moderna têm levado gerações inteiras a consumir sem pensar nos impactos que o exagero do consumo pode trazer, no médio e longo prazo, para os próprios indivíduos e para seus filhos e netos. Por isso, deve-se ter em mente que, assim como os recursos financeiros disponíveis, incluindo o dinheiro, são finitos e precisam ser usados com planejamento para não faltarem, os recursos naturais – ar, água, minerais, florestas, peixes, aves – também são finitos. Assim, se usados de forma impensada e não consciente, os recursos naturais podem mesmo chegar ao fim, prejudicando nossa qualidade de vida e, até mesmo, nossa sobrevivência e das gerações futuras.

Enquanto as novas tecnologias, inclusive dos aparelhos usados para comunicação, favorecem o estímulo ao consumo não consciente, os meios de comunicação têm nos trazido informações sobre as grandes transformações por que o planeta tem passado. Dentre elas, destacam-se as mudanças climáticas, com a ocorrência de secas prolongadas, chuvas torrenciais e nevascas catastróficas. Tudo isso tem impacto negativo na nossa qualidade de vida, ocasionando escassez de alimentos e racionamento de energia e água. As mudanças no clima decorrem, principalmente, da ação descontrolada do ser humano e do crescimento exponencial da população. Em 1900, a população mundial era de, aproximadamente, 1,5 bilhão

de pessoas; no ano 2000, chegou a seis bilhões, ou seja, em apenas cem anos a população quadruplicou.

Se, por um lado, o desenvolvimento da ciência e da indústria e o avanço tecnológico trouxeram benefícios à sociedade, como o aumento da expectativa de vida do ser humano, por outro, essas inovações trouxeram aumento da produção, do consumo e da geração de resíduos, com impactos negativos no meio ambiente.



As consequências desses “hábitos modernos” são rios cada vez mais poluídos; florestas cada vez mais devastadas em função da agricultura, da exploração madeireira e da criação de pastos; níveis cada vez mais altos de emissão de gases de efeito estufa, que produzem o aquecimento da Terra. O aumento do lixo urbano e do despejo de matéria nos esgotos – especialmente quando não tratados – produz a contaminação do solo e outros impactos negativos no meio ambiente. Enfim, o contínuo aumento da produção e do consumo tem gerado sérios problemas para o meio ambiente de nosso planeta, alguns até irreversíveis, como a destruição de ecossistemas fundamentais para a preservação de determinadas espécies de plantas e animais.

Portanto, pensar em consumir de maneira mais consciente, ou mais responsável, pode ser o primeiro passo para reduzir os impactos negativos que o desenvolvimento humano tem trazido para o mundo. O consumo consciente é um largo passo rumo ao desenvolvimento sustentável – socialmente justo, economicamente viável e ambientalmente correto. Ainda, é um excelente caminho para um desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da sociedade atual, sem comprometer a capacidade dos ecossistemas de atender às necessidades das futuras gerações, ou seja, sem esgotar os recursos para o futuro.

Para alcançar esse desenvolvimento, é necessário adotar um estilo de vida em que a prioridade para o consumo seja a necessidade, e não apenas o contrário do prazer; a qualidade, e não necessariamente a quantidade. Procurar ter consciência de que o consumo faz parte da nossa existência, mas não é a razão do nosso viver, é a chave para o consumo consciente.

CONSUMO X CONSUMISMO

Não há dúvidas de que o ser humano não pode viver em sociedade sem consumir. No entanto, há grandes diferenças entre ser um consumidor consciente e um consumista. O quadro seguinte compara o comportamento do consumidor consciente com o do consumista, para ilustrar as duas posturas.

 CONSUMISTA	 CONSCIENTE
Gasta compulsivamente.	Pondera antes de comprar.
Pensa apenas em si próprio.	Pensa em si, na sociedade atual e nas futuras gerações.
Compra tudo o que deseja.	Compra o necessário.
Descarta qualquer tipo de resíduo no lixo.	Procura reutilizar e reciclar.
Desperdiça – deixa a torneira aberta sem usar a água, deixa a lâmpada acesa sem estar no ambiente, deixa aparelhos eletrônicos ligados sem usá-los.	Evita desperdícios – utiliza efetivamente o que compra.
Orienta-se pelo <i>status</i> .	Orienta-se por um estilo de vida saudável e sustentável.
Faz “ <i>shopping</i> terapia”.	Satisfaz suas necessidades.
É imediatista e não pensa muito no futuro.	É previdente e tem consciência de que o futuro é consequência das escolhas no presente.

Fonte: Adaptado dos 12 princípios do consumo consciente do Instituto Akatu (disponível em www.akatu.com.br).

Tente perceber a diferença entre o raciocínio do consumidor consumista e do consumidor consciente. A diferença básica está nos motivos que levam um e outro a consumir.

Mas há, também, uma questão de ordem prática para a presença do tema neste curso: o relacionamento que temos com o consumo impacta tanto o meio ambiente quanto nossas finanças pessoais. Reflita um pouco. Quem você acha que tem maior probabilidade de entrar em um superendividamento e ter problemas financeiros: o consumista, que gasta de modo compulsivo ou sem pensar nas consequências de seus atos de consumo, ou a pessoa que reflete antes de comprar? A pessoa que utiliza as compras como fuga dos problemas ou aquela que utiliza o consumo para satisfazer suas necessidades e está ciente do impacto negativo de seu consumo no futuro?

O consumo consciente desenvolve em nós o senso de responsabilidade para com o próximo e o ambiente que nos cerca, algo que tem sido alterado ao longo das últimas décadas, em que tem prevalecido o individualismo.

Você leu o Caderno do Aluno relativo ao módulo “Nossa relação com o dinheiro” deste curso e vai se lembrar de que a gestão financeira está relacionada às suas escolhas e o ato de escolher envolve diversos aspectos racionais e emocionais. Ser um consumidor consciente também é uma questão de escolha, de estilo de vida. A ideia é que você não gaste seu dinheiro de maneira automática, sem pensar nas consequências do ato. Ao contrário, o ideal é consumir tendo a consciência de que sua escolha terá consequências no presente e no futuro, tanto para a sociedade e meio ambiente quanto para você próprio e suas finanças pessoais.

O tema “finanças pessoais” envolve diretamente o consumo. Neste módulo do curso, você aprendeu a importância de fazer a gestão de suas finanças pessoais, planejar seu futuro e consumir de maneira consciente. Você já sabe que consumir é algo agradável e que faz parte de nossa vida. No entanto, existem diversas maneiras de fazê-lo e o importante é ter consciência de que “consumimos para viver” e “não vivemos para consumir”. É importante que haja um equilíbrio entre o TER e o SER. Ter isso em mente ao tomar suas decisões de consumo aumenta muito suas chances de ter uma vida financeira equilibrada e saudável.





RESPOSTAS DOS EXERCÍCIOS DE FIXAÇÃO

Exercício de fixação – Memória inflacionária

Marque com um X as sentenças que expressam um comportamento típico de quem tem memória inflacionária.

- (X) Ter um freezer para fazer estoque de carne.
- () Poupar para pagar à vista.
- (X) Gastar imediatamente assim que receber o salário.
- (X) Atrasar o pagamento das contas (postergar pagamentos) além de sua respectiva data de vencimento.
- () Pagar as contas em dia.
- () Planejar o consumo de bens e serviços.

Exercício de fixação – Vantagens de planejar o consumo

Assinale com um X as sentenças que representam uma vantagem de planejar o consumo.

- (X) Usar o dinheiro disponível da melhor forma.
- (X) Evitar entrar em dívidas descontroladas.
- () Diminuir as opções de consumo.
- () Demonstrar seu baixo nível de educação financeira.
- (X) Reduzir os gastos com despesas desnecessárias.

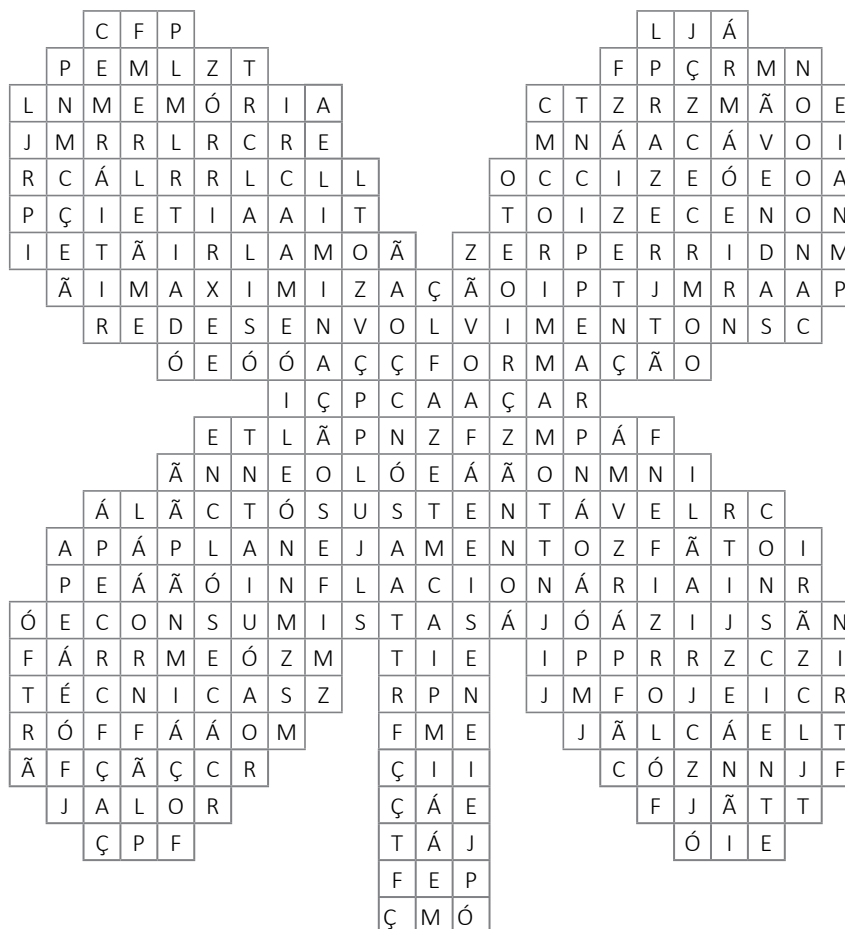


exercícios de síntese

EXERCÍCIO 1 – RESUMINDO...

As finanças pessoais envolvem **planejamento**, inclusive do que se vai consumir. Existem barreiras que tentam atrapalhar o hábito de planejar o consumo, como a **memória inflacionária**, a busca pelo **prazer** imediato, a pouca **formação** em gestão financeira, além das **técnicas** de **vendas**, mas, tendo em mente as vantagens que o consumo planejado traz, como a **eliminação** de desperdícios e a **maximização** dos recursos disponíveis, encontra-se o estímulo necessário que nos ajudará a não necessariamente gastar mais, mas a fazer mais com o mesmo. Além disso, devemos ter em mente que o consumo faz parte da vida e não é a própria vida. Com isso, ser um consumidor **consciente**, que renega hábitos puramente **consumistas**, auxilia a boa gestão financeira pessoal, bem como contribui para o **desenvolvimento sustentável** da sociedade.

Encontre as palavras em **destaque** no trevo-de-quatro-folhas formado pelas letras.





EXERCÍCIO 2 – JOGO DOS SETE ERROS

Ser um consumidor consciente pode ajudá-lo a manter suas finanças em ordem e a contribuir para o desenvolvimento sustentável. Na figura a seguir, identifique sete erros cometidos por quem não pratica o consumo consciente.

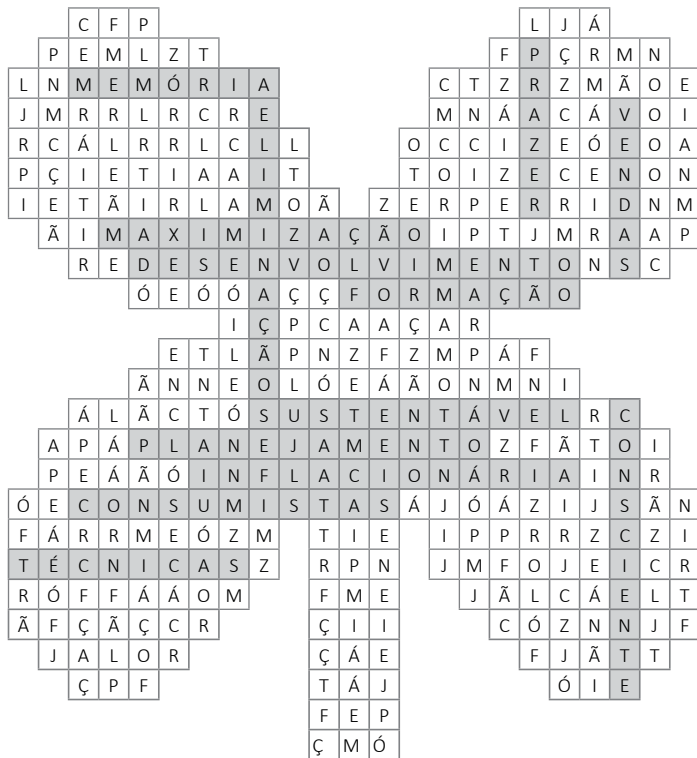




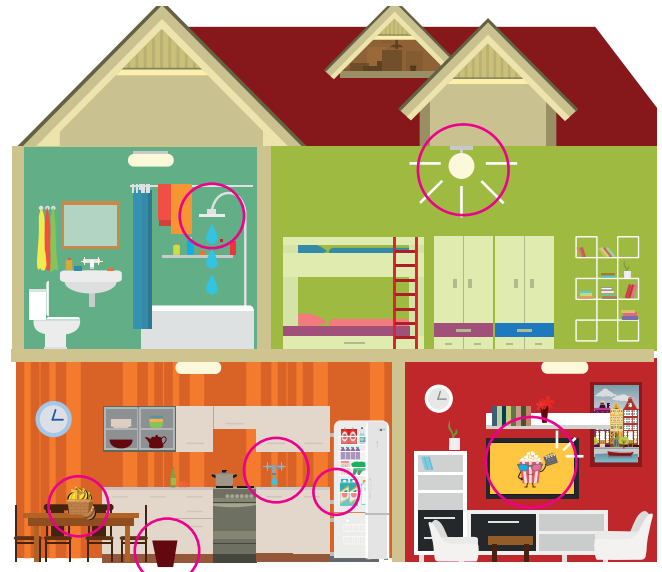


RESPOSTAS DOS EXERCÍCIOS DE SÍNTESE

Exercício 1 – Resumindo...



Exercício 2 – Jogo dos sete erros



	Erro	Acerto
1	Torneira aberta na cozinha, sem uso (desperdício de água).	Torneira fechada.
2	Quarto das crianças iluminado pela janela aberta, porém com a luz desnecessariamente acesa (desperdício de energia).	Luz apagada em ambiente iluminado pela janela aberta.
3	Lixeira única na casa (sem coleta seletiva de lixo).	Lixeiras para coleta seletiva de lixo seco e lixo orgânico.
4	Grande quantidade de alimentos estragados (cachos de banana apodrecendo na fruteira).	Alimentos organizados, em quantidade adequada para o consumo (apenas um cacho, bem conservado).
5	Vazamento de água (chuveiro).	Tubulação sem vazamento.
6	Geladeira com porta aberta.	Geladeira com porta fechada.
7	Televisão ligada sem ninguém assistindo.	Televisão desligada.



autoavaliação

Neste módulo, aprendi que:

- () é importante planejar o consumo.
- () planejar não é apenas deixar de gastar dinheiro, mas utilizá-lo com sabedoria. É fazer mais com o mesmo.
- () os hábitos de consumo em períodos de grande inflação podem ser bem diferentes dos hábitos que devemos ter em períodos de estabilidade, como o que vivemos atualmente.
- () planejando o consumo e tendo como comprar à vista, possuo maior poder de barganha e de compra, podendo encontrar condições mais favoráveis para o pagamento.
- () existem diversas técnicas de venda que têm como objetivo influenciar meus sentimentos e meu poder de decisão, para me induzir a consumir. Por isso, tenho que estar atento ao seu emprego.
- () consumo para viver e não vivo para consumir.
- () tenho responsabilidade com a sustentabilidade ambiental e social. Por meio do consumo consciente, posso contribuir para melhorar minhas finanças e a qualidade de vida da sociedade, além de preservar o meio ambiente.

Um projeto em parceria
entre o Banco Central do Brasil e o
Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo.



Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-92566-04-3



9 788592 566043