

A influência da educação financeira aos militares temporários do Exército Brasileiro

Daniel Mezzomo Halmenschlager¹

Introdução

Os indivíduos precisam realizar, ao longo da vida, diversas escolhas financeiras e, para isso, necessitam de informação e de algum conhecimento nessa área. Além disso, estamos envolvidos, diariamente, com finanças, seja no ambiente escolar, familiar ou profissional. Entretanto, a educação financeira tornou-se um tema bastante preocupante no Brasil, pois a população brasileira lida com o dinheiro de maneira desastrosa, levando às dívidas, às dificuldades em adquirir bens e à tomada de decisões sem foco.

O Brasil detém um contingente de analfabetos financeiros. A falta de equilíbrio nas finanças das famílias leva a um grande problema para o Brasil: a inadimplência. De acordo com pesquisa feita pela Serasa Experian, em abril de 2015, a inadimplência no Brasil cresceu 15,8% em um ano. Diante desse cenário preocupante, o Governo Brasileiro tem promovido iniciativas de educação financeira à população, através da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). Todavia, os agentes que mais promovem ações relacionadas aos temas financeiros são as instituições financeiras privadas, com o foco na

orientação e consumo de seus produtos, ou seja, com reflexões e orientações destinadas a objetivos, geralmente, bem particulares.

A partir disso, cabe verificar: as iniciativas do Governo, dos órgãos públicos e das instituições privadas, em relação à educação financeira, são eficazes na vida dos militares temporários do Exército Brasileiro que servem na cidade de Porto Alegre? A fim de responder à problemática de pesquisa, 60 militares temporários que servem na área militar do Centro Histórico de Porto Alegre responderam ao questionário da pesquisa. O questionário foi construído com o total de 42 questões de múltipla escolha, separadas em seis tópicos distintos:

- A. Informações pessoais – 7 questões
- B. Educação financeira no Brasil – 5 questões
- C. Salário, despesas e hábitos pessoais – 9 questões
- D. Investimentos e decisões para o futuro – 10 questões
- E. Economia brasileira – 5 questões
- F. Bancos – 6 questões

Houve a preocupação de não destinar a pesquisa para somente um nível hierárquico

¹ Soldado do Efetivo Profissional, graduado em Administração de Empresas e pós-graduando em Controladoria e Finanças pela PUCRS. Atualmente, serve na Divisão de Pessoal do Comando Militar do Sul.

dos militares. Haja vista as inúmeras divisões hierárquicas na estrutura organizacional do Exército, os 60 questionários confeccionados foram distribuídos a um número igual de militares em cada posto e graduação da referida Instituição. Dessa forma, os questionários foram respondidos por: primeiros-tenentes, segundos-tenentes, terceiros-sargentos, cabos, soldados do efetivo profissional e soldados do efetivo variável, dez de cada.

Esse estudo teve o objetivo de analisar a aptidão financeira dos militares temporários do Exército Brasileiro, a fim de constatar se a organização e o planejamento financeiro fazem parte do cotidiano dessa categoria de servidores, tendo em vista que ocupam função temporária da Administração Pública. Em cima disso, os objetivos específicos da pesquisa concentraram-se em explorar o comportamento de compra e de investimento dos militares da amostra e, também, as suas reais motivações no que se trata de planejamento financeiro.

Desenvolvimento

A pesquisa possui abordagem quantitativa e foi realizada no método *levantamento* (*survey*), com o intuito de buscar informação direta junto ao grupo de interesse, através da interrogação direta aos entrevistados. A análise de dados do estudo foi realizada através de análises estatísticas.

Sobre as diversas fontes de informação e de conteúdos a respeito de educação financeira divulgados no Brasil, apenas 10% dos entrevistados conhecem alguma estratégia ou algum plano do Governo Federal sobre o assunto. Na esfera privada (bancos, corretoras

de investimento), somente 20% dos respondentes já presenciaram algum projeto sobre educação financeira voltada aos cidadãos brasileiros.

Quando perguntados a respeito do modo como foram educados financeiramente, 80% dos militares afirmaram que a maior influência parte de casa, ou seja, através dos próprios pais e familiares; 12% disseram ser influenciados pela mídia; e somente 8% mediante os professores da escola.

Em relação aos aspectos financeiros, 62% dos militares temporários entrevistados estão satisfeitos com o salário atual, mas 15% se dizem insatisfeitos; outros 15% estão muito satisfeitos; e apenas 8% muito insatisfeitos.

A respeito do comportamento de compra e de decisão de investimento dos militares temporários, quando os entrevistados desejam comprar um produto e não possuem o dinheiro suficiente, 53% preferem poupar para pagar o valor à vista. O restante decide comprar logo e parcelar o valor em alguns meses. Quando perguntados se costumam pesquisar preços antes de realizar uma compra, 76% dos militares afirmaram que sim, e 24% pesquisam apenas em casos específicos.

No assunto sobre poupança, 77% dos entrevistados costumam, todos os meses, poupar uma parte de seu salário. O restante dos respondentes poupa às vezes, pois há momentos em que precisa destinar o dinheiro para outro fim. O resultado descrito se confronta com a pesquisa realizada pelo Ibope, no ano de 2013, a pedido da Serasa. Naquela ocasião, mais de 2.000 pessoas foram entrevistadas em 142 cidades brasileiras, e foi constatado que sete em cada dez brasileiros não fazem poupança. Na esfera do militar temporário do Exército Brasileiro, com base na

amostra pesquisada, podemos notar o inverso: a maioria possui capacidade de poupança.

De uma forma geral, quanto a investimento, o brasileiro não gosta de lidar com perdas. Conforme a pesquisa conduzida pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), a maioria dos brasileiros investe em poupança e escolhe a aplicação em vista da segurança. O militar temporário mantém-se, também, nessa linha de raciocínio, pois 40% dos entrevistados não entendem a respeito de investimentos e investem apenas na caderneta de poupança, pois se consideram conservadores. Para 35% dos militares, poupar já basta, haja vista que não sobram muitos recursos financeiros para investimento. Somente 25% dos respondentes não possuem aversão ao risco e investem, constantemente, em renda variável.

Tendo em vista os militares da amostra da pesquisa ocuparem funções públicas temporárias da Administração Pública, foi inserida uma pergunta no questionário: se há, na atual condição em que vivem, a preocupação de manter (ou melhorar) o atual padrão de vida após o licenciamento do Exército. As respostas obtidas foram: 53% preocupam-se parcialmente; 11% não possuem essa preocupação; e os outros 35% estão muito preocupados.

Militar temporário do Exército Brasileiro

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 estipulou, no inciso IX do artigo 37, que a lei estabelecerá os casos de contratação por tempo determinado para atender à necessidade temporária de excepcional interesse público. A legislação militar que aprovou as Normas Técnicas para a

Prestação do Serviço Militar Temporário é a Portaria nº 046, do Departamento-Geral do Pessoal do Exército, de 27 de março de 2012.

Atualmente, os cidadãos brasileiros podem ocupar os seguintes postos e graduações do Exército Brasileiro na condição de militar temporário: primeiro-tenente, segundo-tenente, aspirante-a-oficial, terceiro-sargento, cabo e soldado.

De acordo com o artigo 10 da referida Portaria, os militares temporários podem preencher, de forma transitória e por tempo determinado, os cargos existentes nos quadros de cargos previstos das organizações militares (QCP). Segundo o inciso I do parágrafo 1º do artigo 149, o contrato profissional do militar temporário tem duração de doze meses, que, de acordo com o interesse de ambas as partes, pode ser prorrogado. O contrato é prorrogado por períodos de doze meses, exceto a última prorrogação, que pode ser concedida por um período menor, de modo que a contagem de serviço do militar não ultrapasse o tempo máximo de oito anos.

O licenciamento do militar temporário pode ocorrer a pedido do próprio militar ou *ex officio*. O licenciamento a pedido pode ser concedido, desde que não haja prejuízo para o serviço. Além disso, o militar deve contar, no mínimo, com a metade do tempo de serviço a que se obrigou, ou seja, só pode pedir para sair depois de transcorridos seis meses do contrato em vigor. O licenciamento *ex officio* se realiza a partir de decisão da autoridade competente.

A remuneração dos militares das Forças Armadas do Brasil é regulada de acordo com a Medida Provisória nº 2.215, da Presidência da República, de 31 de agosto de 2010. O sa-

lário do militar caracteriza-se por ser fixo. Esse fator costuma influenciar o comportamento dos consumidores, e a educação financeira tem papel importante na vida do militar temporário, haja vista que a permanência desses servidores no Exército é limitada a oito anos de efetivo serviço. Sendo assim, é primordial que o temporário realize um planejamento financeiro adequado enquanto estiver servindo às Forças Armadas, buscando a correta aplicação de seus recursos, e invista, continuamente, em sua qualificação profissional — através de cursos de graduação, especialização, mestrado, doutorado etc. — a fim de que, no momento em que for licenciado, possa ser realocado no mercado de trabalho, com uma previsão ou perspectiva de renda para buscar a manutenção da qualidade de vida.

Educação financeira

Muitas definições sobre educação financeira podem ser encontradas na literatura. Saito (2008) entende o tema como um processo de transmissão de conhecimento, o qual permite o aprimoramento da capacidade financeira dos indivíduos. Costa e Miranda (2013) afirmam que uma pessoa educada financeiramente consegue um bom aproveitamento do fluxo de caixa familiar e o melhor acesso a produtos financeiros, pois está apto a tomar decisões fundamentadas e seguras. Lopes et al. (2011) consideram que o objetivo principal do planejamento financeiro pessoal é equilibrar receitas e despesas das pessoas, de forma que haja *superavit* nas contas pessoais.

Cury (2014) faz uma comparação entre herdeiros e sucessores. Para o autor, todos co-

meçam a vida como herdeiros. Para o autor, a marca do sucessor é fazer muito do pouco, enquanto a dos herdeiros é fazer pouco do muito. Haja vista que os bens não são eternos, Cury (2014) alerta que, para o herdeiro tornar-se um sucessor, ele deve ter muita disciplina financeira, a fim de que seus bens não se esgotem, devendo sempre ser renovados.

Duarte et al. (2012) ponderam que a matemática financeira nem sempre é trabalhada nas escolas de ensino fundamental e médio e, quando é oferecida, muitas vezes, fica longe do contexto em que o aluno está inserido. Segundo os autores, os conteúdos são oferecidos de forma a levar o aluno à memorização de fórmulas, utilizadas sem saber o porquê e sem uma ligação com o dia a dia das pessoas. Pelicioli (2011) relata que, na educação básica, os estudantes têm de dar conta de muitas disciplinas, mas, em geral, dispõem de pouco tempo para refletir sobre seu futuro socioeconômico.

De acordo com os parágrafos anteriores, constata-se que é de suma importância o processo de educação financeira fazer parte da formação escolar dos indivíduos, pois o conhecimento a respeito de gastar e investir o seu próprio dinheiro está intimamente ligado à construção da cidadania. Além disso, uma pessoa educada financeiramente consegue melhorar, substancialmente, a sua qualidade de vida.

Comportamento de compra e de investimento

Medeiros e Cruz (2009) evidenciam que se torna fundamental conhecer o comportamento de compra dos indivíduos.

Os autores listaram quatro fatores que influenciam o processo de decisão de compra: culturais, sociais, pessoais e psicológicos. De acordo com Sheth et al. (2009, p. 29):

O comportamento do cliente são as atividades físicas e mentais realizadas por clientes de bens de consumo e industriais que resultam em decisões e ações, como comprar e utilizar produtos e serviços, bem como pagar por eles.

Mosca (2009) afirma que somos “maria vai com as outras”, pois agir em conformidade com o grupo no qual estamos inseridos é uma necessidade natural que todo indivíduo tem, gerando sensação de conforto, aceitação e segurança. O autor revela que, do ponto de vista evolucionista, todo mamífero copia o comportamento de seus pares como parte essencial do processo de aprendizagem.

Stefano et al. (2009) ponderam que o Brasil passa por uma transformação no perfil de seus consumidores. Segundo os autores, nota-se no Brasil, atualmente, um fenômeno típico de sociedades avançadas: a criação de um mercado consumidor de massa, forte e cada vez mais complexo.

Lewis e Bridges (2010) destacam as diferenças entre os velhos e os novos consumidores. Os velhos consumidores buscavam conveniência enquanto que os novos buscam autenticidade nos produtos. Os novos consumidores são considerados independentes; já os velhos podem ser nominados como conformistas. A facilidade pela informação leva os novos consumidores a serem bem informados, além de serem individualistas. De acordo com Lewis e Bridges (2010, p. 2):

No mundo do velho consumidor, todo aspecto importante de uma transação, desde o preço pago até os canais de distribuição disponíveis, foi ditado pelos fabricantes e fornecedores. Na nova economia, o poder passa cada vez mais aos consumidores, que são progressivamente mais capazes de escolher não só o que compram, mas também como e onde essas compras são feitas.

A partir dessas definições, torna-se perceptível que, apesar da evolução dos produtos e serviços oferecidos no Brasil e dos diferentes comportamentos de compra dos brasileiros apresentados nas últimas décadas, o grupo social em que a pessoa está inserida continua sendo o fator de maior influência para a questão do consumo e do investimento.

Conclusão

O estudo teve como pergunta de pesquisa: as iniciativas do Governo, dos órgãos públicos e das instituições privadas, em relação à educação financeira, são eficazes na vida dos militares temporários do Exército Brasileiro que servem na cidade de Porto Alegre? Visando responder à problemática de pesquisa, objetivos foram propostos.

O objetivo principal desta pesquisa concentrava-se em analisar a aptidão financeira dos militares temporários. A remuneração fixa faz com que os militares se concentrem em uma zona de conforto, levando à satisfação com o soldo que recebem mensalmente. Dessa forma, os entrevistados apresentam grande capacidade de poupança e de planejar os seus gastos.

A partir desse contexto, foi possível atingir o primeiro objetivo específico do estudo, que se preocupava em explorar o com-

portamento de compra e de investimento dos militares temporários. De acordo com a pesquisa, constatou-se que os entrevistados costumam pesquisar os preços antes de efetuar a compra dos produtos e serviços, e a pesquisa revelou que não há diferença de comportamento de consumo entre os militares temporários em diferentes patentes do Exército Brasileiro, pois as respostas das questões concentraram-se, em sua grande maioria, nas mesmas opções. Quanto a investimento, os entrevistados, de uma forma geral, mostram-se conservadores em suas aplicações financeiras, tendo em vista que o portfólio de investimento da maioria dos respondentes encontra-se concentrado somente na caderneta de poupança e em outras rendas fixas.

Por fim, o outro objetivo específico do estudo buscava saber a motivação da amostra da pesquisa em realizar um planejamento financeiro. Os militares temporários entrevistados reconhecem a importância de se planejar financeiramente, pois se preocupam em manter futuramente, ou até melhorar, o padrão de vida que conquistaram servindo ao Exército. Contudo, essa preocupação não se caracteriza como obsessiva, e sim como parcial, tendo em vista que os entrevistados não desejam grandes preocupações durante a vida. Esse comportamento quanto à tomada de decisões financeiras é consequência da forte influência que receberam dos próprios pais e familiares, tendo em vista que não possuem disciplinas sobre o assunto no currículo escolar.

Após o alcance dos objetivos, foi possível chegar à resposta da pergunta de pesquisa: as estratégias do Governo e os projetos de instituições privadas, relacionados à educa-

ção financeira, não são eficazes na vida dos militares temporários, pois os entrevistados possuem pouco conhecimento das iniciativas disponíveis à população de um modo geral. Para a eliminação dos *gaps*, é necessário melhorar a forma de divulgação da educação financeira. Nesse aspecto, a construção do conhecimento voltado às finanças pessoais dentro do ambiente escolar torna-se muito importante.

Finalizando este trabalho, são apresentados alguns posicionamentos acerca do problema exposto, no âmbito da caserna. Do mesmo modo que existe Programa de Educação Financeira para o militar de carreira, o Exército Brasileiro poderia desenvolver um projeto relacionado ao tema voltado exclusivamente para o militar temporário, cuja missão deve estar relacionada à preparação financeira do militar temporário, de modo que o mesmo possa ser licenciado das Forças Armadas de forma sustentável e com liberdade financeira. É evidente que tais mudanças relacionadas ao aspecto financeiro não podem ocorrer de um momento para o outro, haja vista que o processo da educação financeira é lento e gradual, mas oito anos é tempo suficiente para que o militar se conscientize a respeito de suas finanças e aprenda mais sobre o tema.

A forma de integrar o militar ao assunto seria mediante divulgação de materiais e informações durante o período destinado à Instrução individual básica das organizações militares, a fim de conscientizá-lo acerca da importância do planejamento financeiro durante os anos em que prestará serviço público temporário. Nesse ínterim, a tecnologia seria aliada na divulgação e no uso de ferramen-

tas voltadas à realidade do militar temporário, com o intuito de auxiliá-lo no planejamento financeiro (como os aplicativos para *smartphone*, por exemplo). Aconselhamentos a respeito de orçamento pessoal, de melhores investimentos disponíveis no mercado e de tendências econômicas no Brasil e no mundo estariam na pauta de orientações financeiras marcadas conforme necessidade do militar, durante os anos em que permanecer no Exército.

As limitações deste estudo referem-se ao fato de que a amostra foi formada apenas por pessoas que trabalham em uma área militar de uma cidade específica. Caso a pesquisa fosse aplicada, também, a militares temporários de outras guarnições do Brasil, existiria a possibilidade de fazer um delta destas comparações, de forma a obter resultados mais condizentes com a situação real. **REB**

Referências

BRASIL. Medida provisória nº 2215-10, de 31 de agosto de 2001. Dispõe sobre a reestruturação da remuneração dos militares das Forças Armadas, altera as Leis Nr 3765, de 4 de maio de 1960, e Nr 6880, de 9 de dezembro de 1980, e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 01 set. 2001. Seção 1, p.1.

BRASIL. Portaria nº 046, de 27 de março de 2012. Aprova as Normas Técnicas para Prestação do Serviço Militar Temporário (EB 30-N-30.009), 1ª Edição, 2012. **Boletim do Exército**, Brasília, DF, 5 abr. 2012. Disponível em: <<http://www.sgex.eb.mil.br/sistemas/be/boletins.php>> Acesso em: 12 abr. 2015.

COSTA, Cristiano Machado; MIRANDA, Cléber José. Educação Financeira e Taxa de Poupança no Brasil. **Gestão, Finanças e Contabilidade**, Salvador, v. 3, n. 3, p.57-74, dez. 2013.

CURY, Augusto. **Pais inteligentes formam sucessores, não herdeiros**. São Paulo: Saraiva, 2014. 145 p.

DUARTE, P. C. X. et al. **Matemática Financeira: Um alicerce para o exercício da cidadania**, Ituverava, v. 9, n. 1, p. 36-51, abr. 2012.

LEWIS, David; BRIDGES, Darren. **A Alma do Consumidor**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2010. 214 p.

LOPES, Júlio César da Cunha et al. Finanças Pessoais: Como administrar o consumo e gerar poupança. In: SIMPÓSIO DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 8., 2011, Resende. **Artigo**. Resende: AEDB, 2011. p. 1 - 10.

MEDEIROS, Janine Fleith de; CRUZ, Cassiana Maris Lima. **Comportamento do Consumidor: Fatores que influenciam no Processo de Decisão de Compra dos Consumidores**, Passo Fundo, v. 14, n. 8, p.167-190, nov. 2006.

MOSCA, Aquiles. **Finanças Comportamentais**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2009. 141 p.

PELICIOLI, Alex Ferranti. A relevância da Educação Financeira na Formação dos jovens. 2011. 136 f. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências e Matemática) - Faculdade de Física, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

SAITO, André. Uma contribuição ao desenvolvimento da educação em finanças no Brasil. 152 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - USP, São Paulo, 2008.

SHETH, Jagdish N.; MITTAL, Banwari; NEWMAN, Bruce I. **Comportamento do Cliente**. São Paulo: Atlas S.A., 2009. 795 p.

SPOTORNO, Karla. **Inadimplência do consumidor cresce 15,8% no 1º trimestre, segundo a Serasa**. 2015. Disponível em: <<http://atarde.uol.com.br/economia/noticias/1673941>>. Acesso em: 22 maio 2015.

STEFANO, Fabiane; SANTANA, Larissa; ONAGA, Marcelo. **O retrato dos novos consumidores brasileiros**, São Paulo, v. 42, n. 7, p. 20-30, 24 abr. 2009.

UOL (São Paulo). **Sete em cada dez brasileiros não fazem poupança, mostra pesquisa**. 2013. Disponível em: <economia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/07/sete-em-cada-dez-brasileiros-nao-fazem-poupanca-mostra-pesquisa.htm>. Acesso em: 10 out. 2015.

NR: A adequação do texto e das referências às prescrições da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) é de exclusiva responsabilidade dos articulistas.