

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA ESCOLAR:**  
**OS RISCOS E AS ARMADILHAS PRESENTES**  
**NO COMÉRCIO, NA SOCIEDADE**  
**DE CONSUMIDORES**

Vivian Helena Brion da Costa Silva

Prof. Dr. Amarildo Melchiades da Silva





UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS EXATAS



Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática  
Mestrado Profissional em Educação Matemática

12X | SEM JUROS  
A PROVEITE

GARANTIA ESTENDIDA

LIQUIDAÇÃO



BLACK FRIDAY

PROMOÇÃO



VENDA CASADA

Vivian Helena Brion da Costa Silva – Mestranda/UFJF  
Prof. Dr. Amarildo Melchiades da Silva – Orientador/UFJF

## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	2
AS TAREFAS PROPOSTAS.....	3
Tarefa 1 - O Comércio e Seus Atrativos .....	3
Tarefa 2 - Liquidação .....	5
Tarefa 3 - Desconto Falso .....	6
Tarefa 4 - Black Friday .....	7
Tarefa 5 - Ilusão dos ...,99 .....	8
Tarefa 6 - Garantia Estendida .....	9
Tarefa 7 - Venda Casada .....	10
Tarefa 8 - Compras no Supermercado .....	11
Tarefa 9 - Compra à vista X Compra a prazo .....	15
ANEXO – Encarte com as Tarefas .....	18
SUGESTÕES .....	43



## APRESENTAÇÃO

O presente material constitui de um conjunto de tarefas que foram elaboradas para a sala de aula do Ensino Médio, abordando temas sobre os riscos e as armadilhas presentes no comércio, no âmbito da Educação Financeira Escolar.

Esse conjunto de tarefas faz parte do Produto Educacional, resultado de uma pesquisa do curso de Mestrado Profissional em Educação Matemática, da Universidade Federal de Juiz de Fora. Em nossa pesquisa de campo, aplicamos essas tarefas para dois sujeitos de pesquisa de uma escola pública de Juiz de Fora/MG.

Compras por impulso, liquidações, descontos falsos, *Black Friday*, ilusão dos noventa e nove centavos, garantia estendida, venda casada, armadilhas no supermercado e compras à vista ou a prazo foram os temas abordados nas tarefas, totalizando nove tarefas.

As tarefas são fundamentadas teoricamente a partir do Modelo dos Campos Semânticos, referencial teórico desenvolvido pelo educador matemático Rômulo Campos Lins, pela concepção de consumismo e sociedade de consumidores propostas pelo sociólogo Zigmunt Bauman e pela proposta de Educação Financeira Escolar apresentada pelos educadores matemáticos Amarildo Silva e Arthur Powell.

Esse Produto Educacional é destinado a professores da Educação Básica, especialmente para professores que lecionam em turmas do 2º ano do Ensino Médio, que tenham interesse em trabalhar Educação Financeira com seus alunos e que desejam abordar o tema “Riscos e Armadilhas presentes no comércio”.

É importante ressaltar, aos professores que utilizarão essas tarefas em sala de aula, que essas tarefas são para estimular a produção de significados dos estudantes, levando-os a refletirem sobre o assunto de modo a estarem conscientes e evitarem cair nessas ciladas presentes no comércio.

## AS TAREFAS PROPOSTAS

### Tarefa 1 - O Comércio e Seus Atrativos

A primeira tarefa, foi elaborada com a proposta de ser uma tarefa “disparadora”, cujo objetivo é estimular os estudantes a falar sobre as compras e refletir sobre suas consequências, em lugar e situações que lhes são familiares.



Fonte: <http://fuchsia.com.sg/previous/living-in-a-material-world/>

*“Consumir é preciso e deve ser uma atividade salutar como tantas outras que fazem parte do cotidiano humano. A questão é se estamos preparados para ser bons consumidores. [...]”*

*Muitos de nós já passamos por situações semelhantes a esta: você vai ao shopping assistir a um filme, compra o ingresso e descobre que a sessão seguinte só começa dentro de uma hora. Decide então dar uma voltinha para passar o tempo. E, entre uma vitrine e outra, depara-se com uma roupa incrível que, de alguma forma, parece ter sido colocada ali especialmente para você. Entra na loja com a convicção de que só vai olhar e, em poucos segundos, a vendedora, com uma voz supergentil, dispara: “Vi a senhora olhando a vitrine; posso ajudá-la?”, “Se quiser experimentar algo, fique à vontade: estas roupas chegaram ontem e só restam poucas peças... a procura está enorme”. Diante da possibilidade de aquela roupa tão a sua cara acabar, você não pensa duas vezes: “O.k., vou experimentar aquele vestido estampado em tons de azul”. Você vai para o provador e, em poucos minutos, a vendedora lhe traz o vestido solicitado e mais cinco peças igualmente lindas e perfumadas. Das cinco, três lhe caem muito bem, apesar de a vendedora dizer que todas foram feitas sob medida para o seu corpo!”*

*A tentação é grande, e, quando você diz: “Não, vou levar somente o vestido”, a vendedora pondera: “Mas se você levar as três peças, podemos parcelar em seis vezes no cartão”.*

*Você olha o relógio e faltam cinco minutos para o filme começar. Num impulso, aceita a proposta irrecusável e compra as três peças incríveis, sai correndo e entra no cinema com a sacola repleta de coisas que nem sequer havia pensado em comprar naquele dia. Tudo o que queria era ver um bom filme no escurinho do cinema – isso, sim, era felicidade para você naquela tarde tranquila de uma terça-feira qualquer. Tudo não passou de um ato de total impulsividade, e, por isso mesmo, denominamos esse tipo de consumo de compra impulsiva.*

*A compra impulsiva é feita sem nenhum planejamento prévio, de maneira totalmente irracional, e tem como único objetivo a satisfação imediata de uma vontade momentânea e, com certeza, passageira. Como diz o ditado popular, “vontade dá e passa!”.*

*Podemos afirmar que o grande comércio vive das compras impulsivas, e, para que isso ocorra, investe pesadamente em estratégias de publicidade e marketing, que incluem belas vitrines, aromas personalizados nas lojas, vendedores educados e treinados para despertar seus desejos, malas-diretas, telefonemas, anúncios de revistas e de TV etc.*

*Tudo é feito para você se encantar, não pensar por alguns segundos e se permitir àquele prazer. As compras impulsivas podem não gerar grandes transtornos às pessoas quando são eventuais e não chegam a comprometer o orçamento. Mas sempre representam gastos desnecessários, que poderiam ter seu valor mais bem empregado em coisas de fato necessárias ou mesmo úteis, ou, ainda, poupado para melhor uso futuro.”*

(Trecho tirado do livro “Mentes Consumistas: do consumismo à compulsão por compras”, de Ana Beatriz Barbosa Silva, páginas 44-46).

A partir do texto acima e da sua vivência com compras, responda:

- a) Qual é a informação que a autora do texto pretende passar ao leitor?
  
- b) O texto afirma que o comércio “investe pesadamente em estratégias de publicidade e marketing, que incluem belas vitrines, aromas personalizados nas lojas, vendedores educados e treinados para despertar seus desejos, malas-diretas, telefonemas, anúncios de revistas e de TV (...)”. Para você, quais são outras estratégias, utilizadas pelo comércio, para atrair clientes e vender seus produtos?

- c) Você acredita neste “poder” que o comércio tem para fazer as pessoas comprarem, mesmo sem necessidade? Explique sua resposta.
- d) Você já passou por situação parecida com a descrita no texto? Se sim, como foi?

## Tarefa 2 - Liquidação

A segunda tarefa traz o tema liquidação, muito presente no comércio. Destacamos uma situação para que, a partir dela, os alunos pensem em outras situações e reflitam se sempre vale a pena comprar em liquidações.



Fonte: <http://www.tudodesenhos.com/coracao>

Eduarda estava fazendo compras no supermercado e se deparou com uma prateleira com caixas de bombons, de uma marca famosa, a R\$1,99, a unidade (sem limite de compra). Ela observou que o prazo de validade expirava em dois dias, mas mesmo assim comprou 15 caixas.

Além disso, Eduarda mandou mensagem para alguns de seus amigos informando da liquidação.

- a) Se você fosse um dos amigos de Eduarda, pediria para comprar alguma caixa de bombons? Quantas?
- b) Por que tendo o vencimento tão próximo, há pessoas que compram muita quantidade de um determinado produto?
- c) Sempre vale a pena comprar em liquidações? Quais são as vantagens e desvantagens?



### Tarefa 3 – Desconto Falso

Muitos consumidores são enganados com falsas oportunidades, uma delas é o anúncio de certos descontos que não são exatamente o que o consumidor lê e entende. Pensando nisso, a terceira tarefa aborda essa temática do desconto falso.

Ao passar em frente a uma perfumaria, Bruna vê o seguinte anúncio: “ Compre um perfume e ganhe 50% de desconto na segunda unidade”.



Fonte: <http://www.perfumariainova.com.br/homem/perfume-47/c>

Bruna fica super empolgada e compra os dois perfumes, já que estava levando pela metade do preço.

- a) Para Bruna, ela comprou os dois perfumes pagando 50% de desconto no total da compra. Você concorda com ela? Por quê?
- b) Se você respondeu no item anterior que o desconto obtido por Bruna ao final da compra não foi de 50%, informe qual foi a verdadeira porcentagem do desconto.



## Tarefa 4 – *Black Friday*

Um dos temas mais polêmicos a ser discutido em uma tarefa é a *Black Friday*, já que, ao pesquisarmos sobre o tema, aparecem muitas reclamações referente às armadilhas que o comércio faz neste dia. Devido a esse fato, a Tarefa 4 traz o tema *Black Friday* para ser discutido com os alunos.

Você já ouviu falar sobre a *Black Friday*? Acredito que já.

A *Black Friday* é uma tradição estadunidense, mas que se espalhou por todo o mundo. Nos Estados Unidos, acontece na última sexta-feira do mês de novembro.

Neste dia o comércio anuncia promoções e liquidações para atrair o público, propiciando uma intensificação de suas vendas. Ela foi criada com a finalidade dos consumidores comprarem seus presentes de Natal antecipadamente.

Podemos conversar um pouco sobre a *Black Friday* no Brasil, já que em algum momento tivemos acesso a informações sobre esse acontecimento através dos enfeites e cartazes nas lojas, panfletos nas ruas e propagandas em TV e internet.

- Você e sua família tem o hábito de aguardar o dia da *Black Friday* para fazer compras? Já compraram algum produto na *Black Friday*?
- Observe as duas situações abaixo, apresente o que você achou sobre elas e comente se já viu situações semelhantes:

### Situação 1:

26 de novembro	27 de novembro
<p>NA QUINTA: TV 40" R\$1.500,00</p>	<p>NA SEXTA: TV 40" De: R\$2.300,00 <b>Por:</b> <b>R\$1.500,00</b></p>

Fonte: <https://professorrafaelporcari.com/2016/11/26/foi-black-friday-ou-black-fraude/> (editado)

Situação 2:



26 de novembro



27 de novembro (*Black Friday*)

Fonte: <https://pescadordebites.com.br/como-as-promoco-es-funcionam/> (editado)

c) No dia da *Black Friday*, no Brasil, veiculou a seguinte imagem numa rede social:



Fonte: <https://gppaschoal.jusbrasil.com.br/artigos/260273090/black-friday-ou-black-fraude> (editado)

Para você, o que a pessoa que postou queria dizer?

d) O que podemos fazer para não cairmos neste tipo de armadilhas?

### Tarefa 5 – Ilusão dos ...,99

Elaboramos a Tarefa 5, abordando a ilusão dos noventa e nove centavos. Os comerciantes e donos de empresas e supermercados anunciam os preços de seus produtos, em grande parte, a R\$...,99, com a finalidade do consumidor achar que está pagando mais barato ou para obter mais lucros, já que, na maioria das vezes, não é entregue o troco ao cliente. Essa tarefa foi elaborada para que os estudantes pense nessa estratégia do comércio.

Observe os preços de alguns produtos no supermercado:

Biscoito:	Leite:	Suco:	Geleia:
			
R\$1,99 (a unidade)	R\$2,99 (a unidade)	R\$5,99 (a unidade)	R\$10,99 (a unidade)

Fonte: [http://br.freepik.com/vetores-gratis/prateleiras-de-alimentos-supermercado-vetor\\_724033.htm](http://br.freepik.com/vetores-gratis/prateleiras-de-alimentos-supermercado-vetor_724033.htm) (editado)

- Por qual motivo esses valores não são anunciados à R\$2,00, R\$3,00, R\$6,00 e R\$11,00, respectivamente?
- Se você fosse comprar um produto que numa loja custa R\$59,99 e na outra loja R\$60,00, em qual loja você compraria? Por quê?
- Você já parou para pensar que o troco de R\$ 0,01 é dinheiro? Comente o que você acha sobre isso.

## Tarefa 6 – Garantia Estendida

A sexta tarefa, foi elaborada com o objetivo dos alunos pensarem sobre a garantia estendida e o porquê do comércio oferecer esse seguro.

Os pais de Bernardo decidiram comprar um “*Vídeo Game*” de última geração para ele como presente de aniversário, no valor de R\$1.150,00. Ao final da compra, o vendedor ofereceu uma garantia estendida de 2 anos, tendo um aumento de R\$100,00 no valor total, ou seja, ao invés de pagar R\$1.150,00, pagaria R\$1.250,00.



Fonte: <https://gartic.com.br/bruna94/desenho-jogo/video-game>

- a) Se você estivesse no lugar dos pais de Bernardo, você aceitaria a garantia estendida oferecida pelo vendedor? Por quê?
- b) Se os pais de Bernardo tivessem uma opinião contrária à sua, respondida no item a, o que levaria eles a tomarem essa decisão?
- c) Para você, qual é o motivo que vendedores tem para oferecer a garantia estendida num produto que está sendo adquirido?

## Tarefa 7 – Venda Casada

Algumas vezes, queremos algum produto ou serviço, mas quando perguntamos o valor, dizem que o mesmo só é vendido junto de um outro, que você nem estava interessado, isso acontece muito em vendas de *kits*. Quando isso acontece, dar-se o nome de venda casada, uma prática ilegal e que hoje é considerada crime.

Na venda casada, as empresas nos obrigam a adquirir outros bens sem necessitarmos e quando vendem separadamente jogam o valor dos produtos individuais lá em cima, para termos a sensação que estamos ficando em desvantagem com apenas a aquisição de um produto.

Na tarefa 7, trouxemos essa prática em que vemos muito em redes de *fastfood*, ainda mais tendo as crianças como alvo.

Joana foi ao *shopping center* com sua filha Júlia e resolveu fazer um lanche na praça de alimentação. Júlia se deparou com um *banner* de uma rede de *fast food* que dizia que ao comprar um “combo X” (com um *hambúrguer*, um refrigerante médio e uma porção de

batatas fritas), levaria de brinde uma boneca miniatura do filme que estava em cartaz no cinema.



Fonte: <http://oqueevenda.com.br/o-que-e-venda-casada/> (editado)

Júlia bateu o pé querendo a boneca, mas nem a mãe nem a filha comem *hambúrguer*, nem tomam refrigerante. Ao questionar no caixa sobre a venda apenas da boneca, informaram que não a vende separadamente e que também não poderia trocar os itens do “combo X”.

Desta forma, Joana não comprou o combo e nem Júlia ficou com a boneca, saindo chorando por esse motivo.

- a) O que se pode dizer sobre a atitude da rede de *fast food* ao dar a boneca apenas com a compra do combo?
- b) É honesto e legal fazer esse tipo de venda? Por quê?

## Tarefa 8 – Compras no Supermercado

Um lugar onde há um grande número de armadilhas para fazer o consumidor comprar mais e sem necessidade é o supermercado, e a maioria das pessoas não percebem e caem em várias. Quem nunca entrou no supermercado para comprar um item e saiu com a cestinha ou com o carrinho cheio? Ou quem não aproveitou a fila do caixa para comprar um chocolatinho, um chiclete ou uma revista?

É sobre essas e outras armadilhas que abordamos na Tarefa 8, alertando os alunos e procurando saber quais delas eles conhecem ou não.

A Tarefa 8 tem duas partes: a primeira para saber o que os alunos tem a dizer e a segunda, intitulada “Você sabia?” para tirar dúvidas, apresentando algumas curiosidades a respeito das armadilhas abordadas.



Fonte: <http://iconswebsite.com/index.php?str=3&search=supermarket&stock=depositphotos> (editado)

- a) Pense nos supermercados que você já foi e apresente as possíveis armadilhas que te estimule a comprar sem necessidade.
- b) Abaixo, listamos algumas informações a respeito dos supermercados. Complete as frases com um motivo para cada uma delas.
- Os itens mais básicos, como por exemplo pão, leite e margarina, ficam no fundo do mercado, porque...
  - Alguns mercados mudam a posição de suas seções frequentemente, porque...
  - Chocolates, balas e chicletes ficam próximos aos caixas, porque...
  - As entradas dos supermercados são, na maioria das vezes, pela direita porque...
  - Os produtos de marca e maiores preços ficam nas prateleiras à altura dos olhos, porque...
  - Doces e brinquedos costumam ficar nas prateleiras mais baixas, porque...
  - Nas esquinas, no interior dos supermercados, é comum encontrar prateleiras com produtos em ofertas ou lançamentos, porque...
  - Frutas, flores e hortaliças, em alguns mercados, são postos logo na entrada, porque...
  - Na maioria das vezes, nos supermercados não existem janelas, nem relógios, porque...
- c) Como você poderia evitar cair nessas armadilhas? Liste suas sugestões.

Agora, observe essas curiosidades:

## Você sabia?

(Extraído das Revistas SUPER e GALILEU)

- 1- Mercados tendem a colocar a entrada à direita. Acredita-se que forçar a pessoa a andar num sentido anti-horário a deixa desorientada e suscetível a comprar mais (gastamos 7% de tempo a mais, mas sentimos mais confortáveis andando neste sentido).
- 2- Chocolatinhos, chicletes e bombons não são itens realmente necessários. Por isso eles ficam na boca do caixa, para as pessoas comprarem por impulso, enquanto aguardam na fila sem ter o que fazer.
- 3- Alguns mercados mudam a posição de suas seções frequentemente. Quem fica perdido passa mais tempo por lá e pode comprar mais.
- 4- Os itens mais básicos, como leite, queijo e margarina, ficam no fundo do mercado. A ideia é simples: fazer as pessoas andarem mais, expondo-se por mais tempo às tentações.
- 5- As coisas que dão mais lucro ficam à altura dos olhos. As *super premium*, consideradas de melhor qualidade e mais caras, na parte da frente da prateleira. O que é barato fica lá embaixo – mesmo se alguém interessar, é um inconveniente se abaixar. E o que está a preço de banana fica no topo, fora do alcance de algumas pessoas. Os próprios fornecedores negociam com os mercados para expor seus produtos nas partes melhores. Quem não colabora acaba fora do campo de visão dos consumidores.
- 6- Doces e brinquedos contrariam a regra geral de deixar o que interessa à altura das mãos. Esses ficam embaixo, aos olhos das crianças, seu verdadeiro alvo. Que acabam jogando no carrinho ou “fazendo cena”, forçando os pais a comprar.



- 7- Frutas são postas logo na entrada para dar uma imagem saudável ao ato de comprar – mesmo que, no final, você vá encher o carrinho de chocolate e bacon. Também para dar uma recepção “natural”, são postas flores na entrada. O mercado não tem a menor intenção de vendê-las, e nem é bom comprar: muitas vezes, são tratadas para ficarem vistosas e não sobrevivem em casa.
  - 8- Frutas e vegetais são colocados em cestos ou caixas de madeira, para dar a impressão de que foram recém-colhidos. Quando colocamos coisas saudáveis primeiro no carrinho, liberamos nossa consciência para comprar produtos como salgadinhos e refrigerantes.
  - 9- Bebidas alcoólicas, refrigerantes e leite, itens quase obrigatórios, ficam nas extremidades, nos obrigando a circular por toda a loja. Pela mesma razão, o açougue fica ao fundo.
  - 10- Nas esquinas do mercado, é comum encontrar gôndolas com produtos em oferta ou lançamento. Naquele espaço aumentam de preço em até 30%.
  - 11- Produtos relacionados são colocados lado a lado. É o clássico: macarrão + molho de tomate. Aí você já leva os dois.
  - 12- Promoções abusam da palavra “grátis” – compramos mais quando tem brinde no meio. Preços como R\$4,99 em vez de R\$5,00 são comuns porque, em vez de converter, guardamos só o primeiro número.
  - 13- Para chamar nossa atenção para um produto em especial, são usados displays ou pequenos cartazes nas gôndolas. Suas vendas podem crescer até 300%.
  - 14- Os supermercados não costumam ter relógios, nem janelas, para que você não veja o tempo passar.
  - 15- Todos os sentidos são explorados pelo mercado, seja as músicas ambientes ou os aromas de cada seção, como o pão saindo do forno.
- d) Após observar os itens acima, diga quais deles te surpreendeu ou chamou mais sua atenção. O que você tem a dizer sobre eles?

## Tarefa 9 - Compra à vista X Compra a prazo

A Tarefa 9 traz a temática da compra à vista ou a prazo, acreditamos que muitas pessoas questionam-se sobre qual forma de pagamento utilizar.

Muitas pessoas acreditam que o pagamento à vista, quando se tem desconto, é sempre mais vantajoso, para outros, o pagamento à vista pode ser por não gostar de parcelar, já que estariam contraindo uma dívida. Assim como para outras pessoas o parcelamento é o que cabe em seu orçamento, entre outros motivos.

Decidimos, então, elaborar uma tarefa abordando esse tema para conhecer o que os alunos tem a dizer e apresentar a eles que se há condições para pagar à vista ou a prazo, podemos analisar cada situação e ver o que realmente é mais vantajoso.

Essa tarefa também tem dois momentos, o primeiro perguntando a opinião dos mesmos a respeito de algumas situações e outra apresentando alguns resultados usando a matemática financeira para saber como eles interpretam.

*Gustavo e Mariana gostaram de um mesmo modelo de moto, no valor de R\$12.000,00. Ambos tinham esse valor em dinheiro para a aquisição da moto.*



Fonte: <http://www.novasdodia.com.br/honda-bros-2017-com-novas-cores-e-preco-veja-fotos/>

*Gustavo comprou a moto na Loja A, na qual foi oferecido, pelo vendedor, duas opções de pagamento: 10% de desconto para pagamento à vista ou 12 vezes de R\$1.000,00 (sem juros).*

*Já Mariana acabou comprando na Loja B, na qual o vendedor ofereceu também duas opções de pagamento: 5% de desconto para pagamento à vista ou 24 vezes de R\$500,00 (sem juros).*

Agora responda:

- a) Fazendo as contas, Gustavo deveria comprar à vista ou a prazo? Por que essa seria a melhor escolha?

- b) Fazendo as contas, Mariana deveria comprar à vista ou a prazo? Por que essa seria a melhor escolha?
- c) Nas duas lojas é dito “sem juros” para o pagamento parcelado. Você concorda com essa afirmação? Justifique sua resposta.
- d) Em que condições a melhor forma de pagamento na compra de um produto é à vista? E a prazo?

Agora, observe os resultados abaixo e responda o que se pede:

**Loja A:**

*10% de desconto para pagamento à vista:*

*Valor da moto: R\$12.000,00*

*Valor do desconto: R\$1.200,00*

*Valor a ser pago com desconto: **R\$10.800,00***

*Parcelado em 12 vezes de R\$1.000,00 (sem juros):*

*Como o valor à vista é R\$10.800,00 e não R\$12.000,00, vamos utilizá-lo para os cálculos. Dessa forma:*

**Valor presente da moto: R\$ 10.800,00**

**Período (parcelas): 12 meses**

**Prestação Mensal: R\$ 1.000,00**

**Resultado: os juros da operação são de **1,66% ao mês****

**Se na opção parcelada, Gustavo colocasse os R\$10.800,00 rendendo numa poupança com uma taxa entre 0,5% e 0,7% ao mês. O que você diria sobre a melhor opção de pagamento, à vista ou a prazo? Por que?**

## **Loja B:**

*5% de desconto para pagamento à vista:*

*Valor da moto: R\$12.000,00*

*Valor do desconto: R\$600,00*

*Valor a ser pago com desconto: **R\$11.400,00***

*Parcelado em 24 vezes de R\$500,00 (sem juros):*

*Como o valor à vista é R\$11.400,00 e não R\$12.000,00, vamos utilizá-lo para os cálculos. Dessa forma:*

**Valor presente da moto: R\$ 11.400,00**

**Período (parcelas): 24 meses**

**Prestação Mensal: R\$ 500,00**

**Resultado: os juros da operação são de 0,41% ao mês**

**Se na opção parcelada, Mariana colocasse os R\$11.400,00 rendendo numa poupança com uma taxa entre 0,5% e 0,7% ao mês. O que você diria sobre a melhor opção de pagamento, à vista ou a prazo? Por que?**

# Anexo

## Encarte com as Tarefas



## Tarefa 1: O Comércio e Seus Atrativos



Fonte: <http://fuchsia.com.sg/previous/living-in-a-material-world/>

*“Consumir é preciso e deve ser uma atividade salutar como tantas outras que fazem parte do cotidiano humano. A questão é se estamos preparados para ser bons consumidores. [...]”*

*Muitos de nós já passamos por situações semelhantes a esta: você vai ao shopping assistir a um filme, compra o ingresso e descobre que a sessão seguinte só começa dentro de uma hora. Decide então dar uma voltinha para passar o tempo. E, entre uma vitrine e outra, depara-se com uma roupa incrível que, de alguma forma, parece ter sido colocada ali especialmente para você. Entra na loja com a convicção de que só vai olhar e, em poucos segundos, a vendedora, com uma voz supergentil, dispara: “Vi a senhora olhando a vitrine; posso ajudá-la?”, “Se quiser experimentar algo, fique à vontade: estas roupas chegaram ontem e só restam poucas peças... a procura está enorme”. Diante da possibilidade de aquela roupa tão a sua cara acabar, você não pensa duas vezes: “O.k., vou experimentar aquele vestido estampado em tons de azul”. Você vai para o provador e, em poucos minutos, a vendedora lhe traz o vestido solicitado e mais cinco peças igualmente lindas e perfumadas. Das cinco, três lhe caem muito bem, apesar de a vendedora dizer que todas foram feitas sob medida para o seu corpo!*

*A tentação é grande, e, quando você diz: “Não, vou levar somente o vestido”, a vendedora pondera: “Mas se você levar as três peças, podemos parcelar em seis vezes no cartão”.*

*Você olha o relógio e faltam cinco minutos para o filme começar. Num impulso, aceita a proposta irrecusável e compra as três peças incríveis, sai correndo e entra no cinema com a sacola repleta de coisas que nem sequer havia pensado em comprar naquele dia. Tudo o que queria era ver um bom filme no escurinho do cinema – isso, sim, era felicidade para você naquela tarde tranquila de uma terça-feira qualquer. Tudo não passou de um ato de total impulsividade, e, por isso mesmo, denominamos esse tipo de consumo de compra impulsiva.*

*A compra impulsiva é feita sem nenhum planejamento prévio, de maneira totalmente irracional, e tem como único objetivo a satisfação imediata de uma vontade momentânea e, com certeza, passageira. Como diz o ditado popular, “vontade dá e passa!”.*

*Podemos afirmar que o grande comércio vive das compras impulsivas, e, para que isso ocorra, investe pesadamente em estratégias de publicidade e marketing, que incluem belas vitrines, aromas personalizados nas lojas, vendedores educados e treinados para despertar seus desejos, malas-diretas, telefonemas, anúncios de revistas e de TV etc.*

*Tudo é feito para você se encantar, não pensar por alguns segundos e se permitir àquele prazer. As compras impulsivas podem não gerar grandes transtornos às pessoas quando são eventuais e não chegam a comprometer o orçamento. Mas sempre representam gastos desnecessários, que poderiam ter seu valor mais bem empregado em coisas de fato necessárias ou mesmo úteis, ou, ainda, poupado para melhor uso futuro.”*

*(Trecho tirado do livro “Mentes Consumistas: do consumismo à compulsão por compras”, de Ana Beatriz Barbosa Silva, páginas 44-46).*

A partir do texto acima e da sua vivência com compras, responda:

a) Qual é a informação que a autora do texto pretende passar ao leitor?



b) O texto afirma que o comércio “investe pesadamente em estratégias de publicidade e marketing, que incluem belas vitrines, aromas personalizados nas lojas, vendedores educados e treinados para despertar seus desejos, malas-diretas, telefonemas, anúncios de revistas e de TV (...)”. Para você, quais são outras estratégias, utilizadas pelo comércio, para atrair clientes e vender seus produtos?

c) Você acredita neste “poder” que o comércio tem para fazer as pessoas comprarem, mesmo sem necessidade? Explique sua resposta.

d) Você já passou por situação parecida com a descrita no texto? Se sim, como foi?

## Tarefa 2: Liquidação



Fonte: <http://www.tudodesenhos.com/coracao>

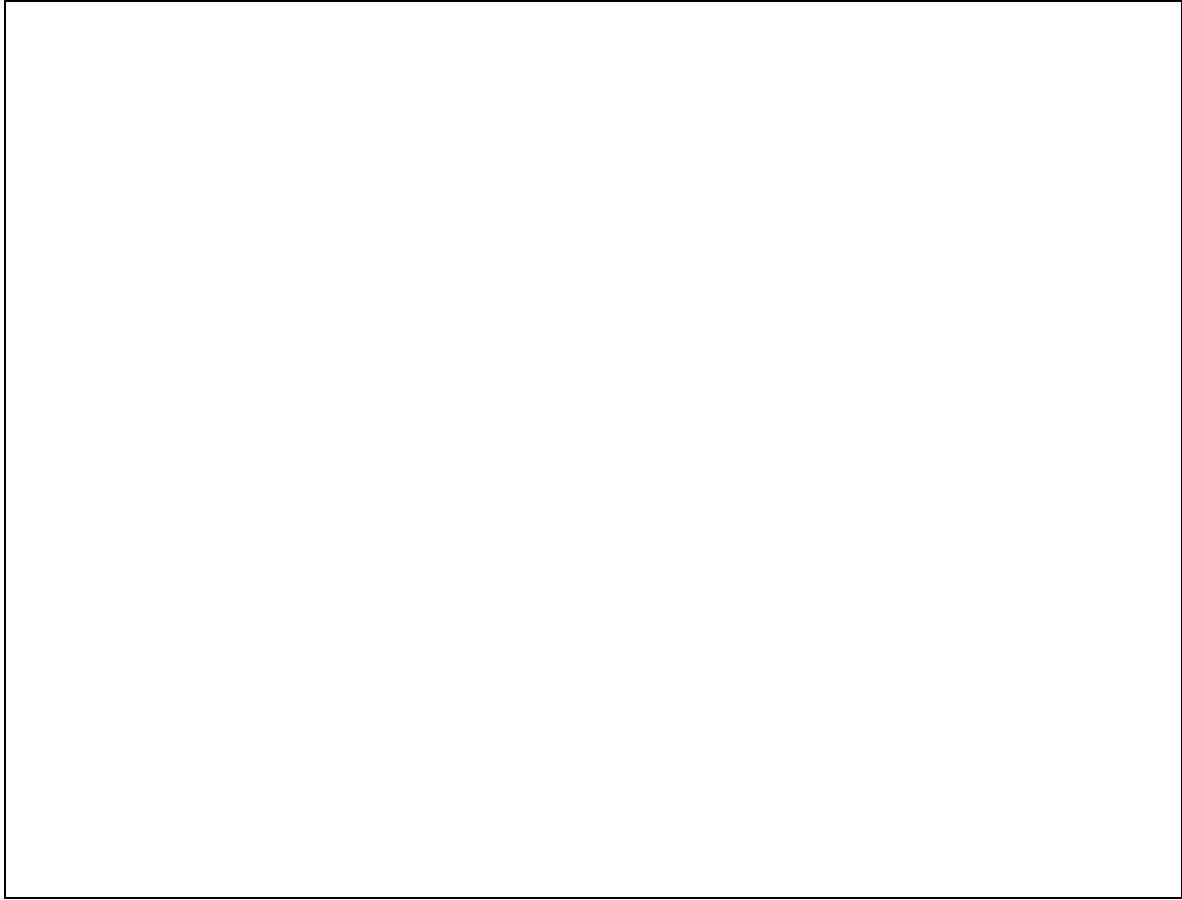
Eduarda estava fazendo compras no supermercado e se deparou com uma prateleira com caixas de bombons, de uma marca famosa, a R\$1,99, a unidade (sem limite de compra). Ela observou que o prazo de validade expirava em dois dias, mas mesmo assim comprou 15 caixas.

Além disso, Eduarda mandou mensagem para alguns de seus amigos informando da liquidação.

- a) Se você fosse um dos amigos de Eduarda, pediria para comprar alguma caixa de bombons? Quantas?

- b) Por que tendo o vencimento tão próximo, há pessoas que compram muita quantidade de um determinado produto?

c) Sempre vale a pena comprar em liquidações? Quais são as vantagens e desvantagens?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the student to write their answer to the question above. The box is currently blank.

### Tarefa 3: Desconto Falso

Ao passar em frente a uma perfumaria, Bruna vê o seguinte anúncio: “ Compre um perfume e ganhe 50% de desconto na segunda unidade”.



Fonte: <http://www.perfumariainova.com.br/homem/perfume-47/c>

Bruna fica super empolgada e compra os dois perfumes, já que estava levando pela metade do preço.

- a) Para Bruna, ela comprou os dois perfumes pagando 50% de desconto no total da compra. Você concorda com ela? Por quê?

- b) Se você respondeu no item anterior que o desconto obtido por Bruna ao final da compra não foi de 50%, informe qual foi a verdadeira porcentagem do desconto.

#### Tarefa 4: *Black Friday*

Você já ouviu falar sobre a *Black Friday*? Acredito que já.

A *Black Friday* é uma tradição estadunidense, mas que se espalhou por todo o mundo. Nos Estados Unidos, acontece na última sexta-feira do mês de novembro.

Neste dia o comércio anuncia promoções e liquidações para atrair o público, propiciando uma intensificação de suas vendas. Ela foi criada com a finalidade dos consumidores comprarem seus presentes de Natal antecipadamente.

Podemos conversar um pouco sobre a *Black Friday* no Brasil, já que em algum momento tivemos acesso a informações sobre esse acontecimento através dos enfeites e cartazes nas lojas, panfletos nas ruas e propagandas em TV e internet.

a) Você e sua família tem o hábito de aguardar o dia da *Black Friday* para fazer compras? Já compraram algum produto na *Black Friday*?

b) Observe as duas situações abaixo, apresente o que você achou sobre elas e comente se já viu situações semelhantes:

##### Situação 1:

26 de novembro

27 de novembro



Fonte: <https://professorrafaelporcari.com/2016/11/26/foi-black-friday-ou-black-fraude/> (editado)

Situação 2:



26 de novembro



27 de novembro (*Black Friday*)

Fonte: <https://pescadordebites.com.br/como-as-promocoes-funcionam/> (editado)

c) No dia da *Black Friday*, no Brasil, veiculou a seguinte imagem numa rede social:

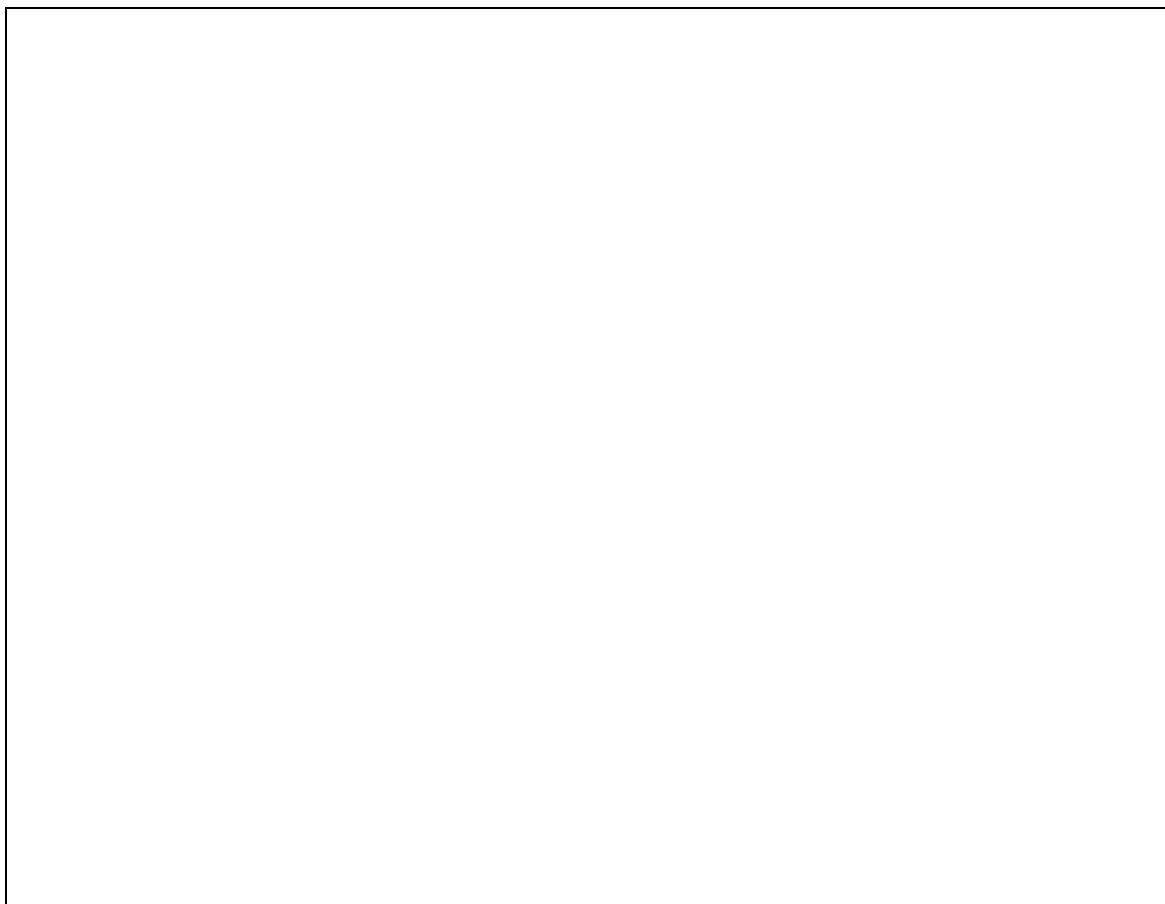


Fonte: <https://gppaschoal.jusbrasil.com.br/artigos/260273090/black-friday-ou-black-fraude> (editado)

Para você, o que a pessoa que postou queria dizer?



d) O que podemos fazer para não cairmos neste tipo de armadilhas?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write their response to the question above it.

### Tarefa 5: Ilusão dos ...,99

Observe os preços de alguns produtos no supermercado:

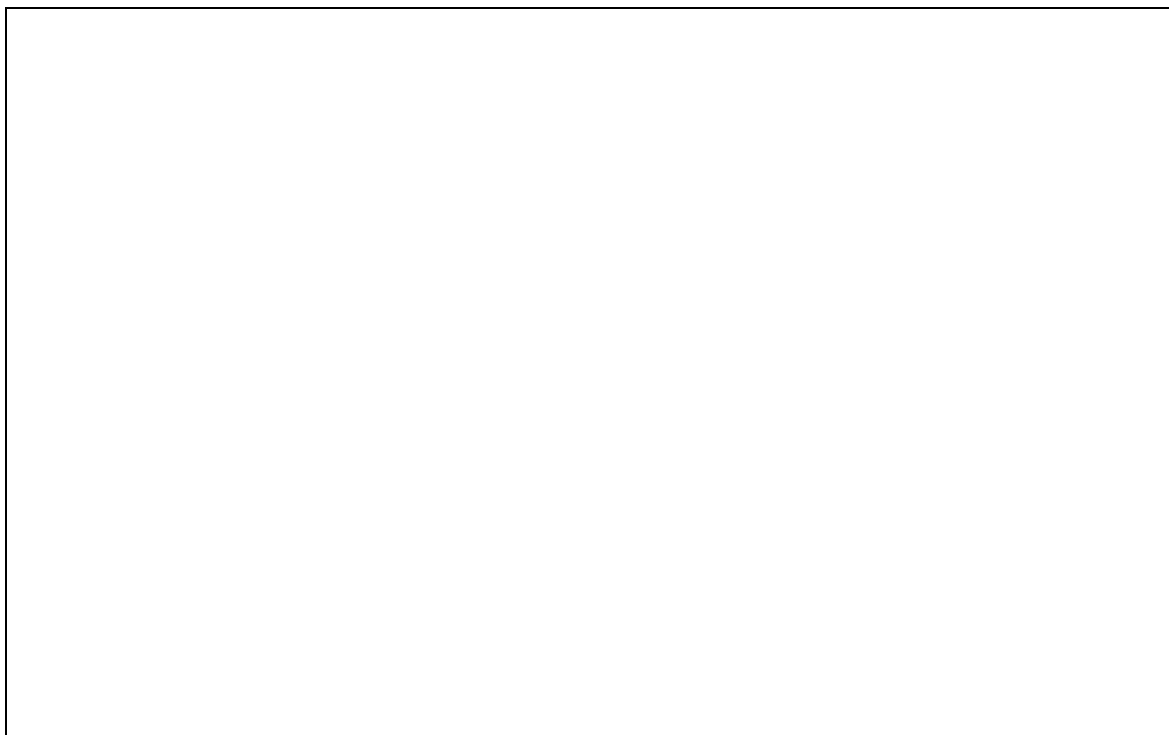
Biscoito:	Leite:	Suco:	Geleia:
			
R\$1,99 (a unidade)	R\$2,99 (a unidade)	R\$5,99 (a unidade)	R\$10,99 (a unidade)

Fonte: [http://br.freepik.com/vetores-gratis/prateleiras-de-alimentos-supermercado-vetor\\_724033.htm](http://br.freepik.com/vetores-gratis/prateleiras-de-alimentos-supermercado-vetor_724033.htm) (editado)

- a) Por qual motivo esses valores não são anunciados à R\$2,00, R\$3,00, R\$6,00 e R\$11,00, respectivamente?

- b) Se você fosse comprar um produto que numa loja custa R\$59,99 e na outra loja R\$60,00, em qual loja você compraria? Por quê?

c) Você já parou para pensar que o troco de R\$ 0,01 é dinheiro? Comente o que você acha sobre isso.

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write their response to the question above.

### Tarefa 6: Garantia Estendida

Os pais de Bernardo decidiram comprar um “*Video Game*” de última geração para ele como presente de aniversário, no valor de R\$1.150,00. Ao final da compra, o vendedor ofereceu uma garantia estendida de 2 anos, tendo um aumento de R\$100,00 no valor total, ou seja, ao invés de pagar R\$1.150,00, pagaria R\$1.250,00.



Fonte: <https://gartic.com.br/bruna94/desenho-jogo/video-game>

- a) Se você estivesse no lugar dos pais de Bernardo, você aceitaria a garantia estendida oferecida pelo vendedor? Por quê?

- b) Se os pais de Bernardo tivessem uma opinião contrária à sua, respondida no item a, o que levaria eles a tomarem essa decisão?

- c) Para você, qual é o motivo que vendedores tem para oferecer a garantia estendida num produto que está sendo adquirido?

## Tarefa 7: Venda Casada

Joana foi ao *shopping center* com sua filha Júlia e resolveu fazer um lanche na praça de alimentação. Júlia se deparou com um *banner* de uma rede de *fast food* que dizia que ao comprar um “combo X” (com um *hambúrguer*, um refrigerante médio e uma porção de batatas fritas), levaria de brinde uma boneca miniatura do filme que estava em cartaz no cinema.



Fonte: <http://oqueevenda.com.br/o-que-e-venda-casada/> (editado)

Júlia bateu o pé querendo a boneca, mas nem a mãe nem a filha comem *hambúrguer*, nem tomam refrigerante. Ao questionar no caixa sobre a venda apenas da boneca, informaram que não a vende separadamente e que também não poderia trocar os itens do “combo X”.

Desta forma, Joana não comprou o combo e nem Júlia ficou com a boneca, saindo chorando por esse motivo.

- a) O que se pode dizer sobre a atitude da rede de *fast food* ao dar a boneca apenas com a compra do combo?

- b) É honesto e legal fazer esse tipo de venda? Por quê?

## Tarefa 8: Compras no Supermercado



Fonte: <http://iconswebsite.com/index.php?str=3&search=supermarket&stock=depositphotos> (editado)

- a) Pense nos supermercados que você já foi e apresente as possíveis armadilhas que te estimulem a comprar sem necessidade.

- b) Abaixo, listamos algumas informações a respeito dos supermercados. Complete as frases com um motivo para cada uma delas.

- Os itens mais básicos, como por exemplo pão, leite e margarina, ficam no fundo do mercado, porque...

- Alguns mercados mudam a posição de suas seções frequentemente, porque...

- Chocolates, balas e chicletes ficam próximos aos caixas, porque...

- As entradas dos supermercados são, na maioria das vezes, pela direita porque...

- Os produtos de marca e maiores preços ficam nas prateleiras à altura dos olhos, porque...

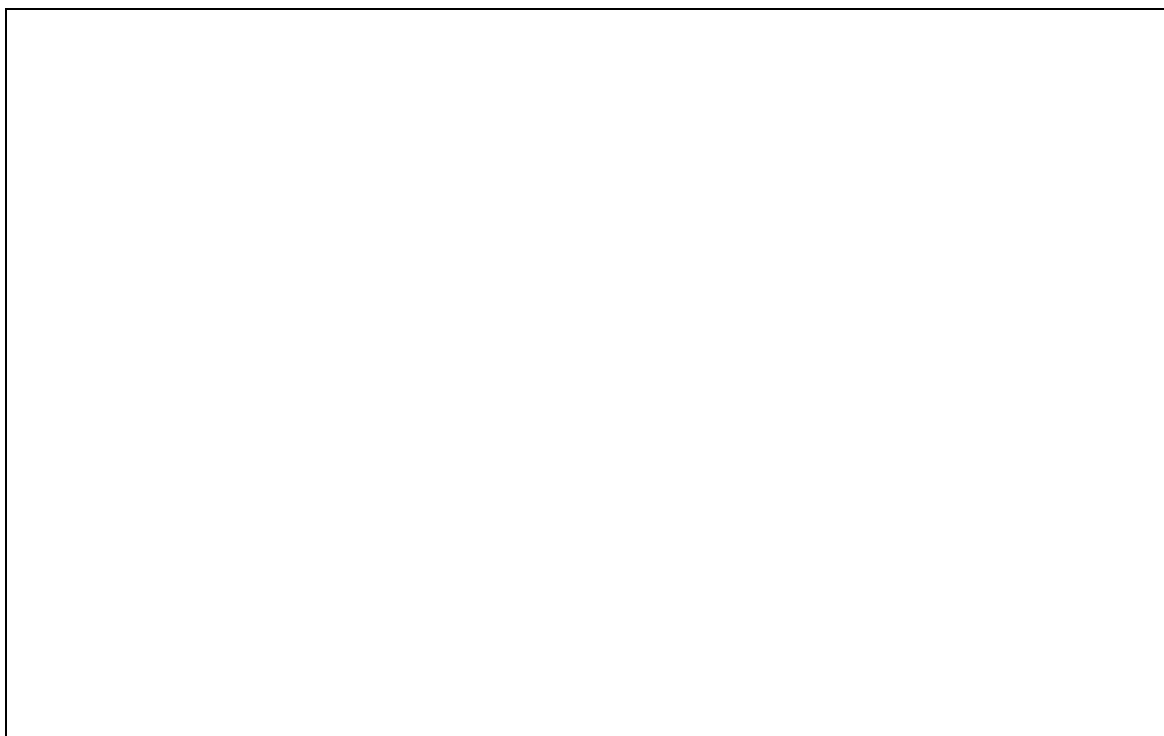
- Doces e brinquedos costumam ficar nas prateleiras mais baixas, porque...

- Nas esquinas, no interior dos supermercados, é comum encontrar prateleiras com produtos em ofertas ou lançamentos, porque...

- Frutas, flores e hortaliças, em alguns mercados, são postos logo na entrada, porque...

- Na maioria das vezes, nos supermercados não existem janelas, nem relógios, porque...

c) Como você poderia evitar cair nessas armadilhas? Liste suas sugestões.

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to list their suggestions for avoiding traps.



Agora, observe essas curiosidades:

## *Você sabia?*

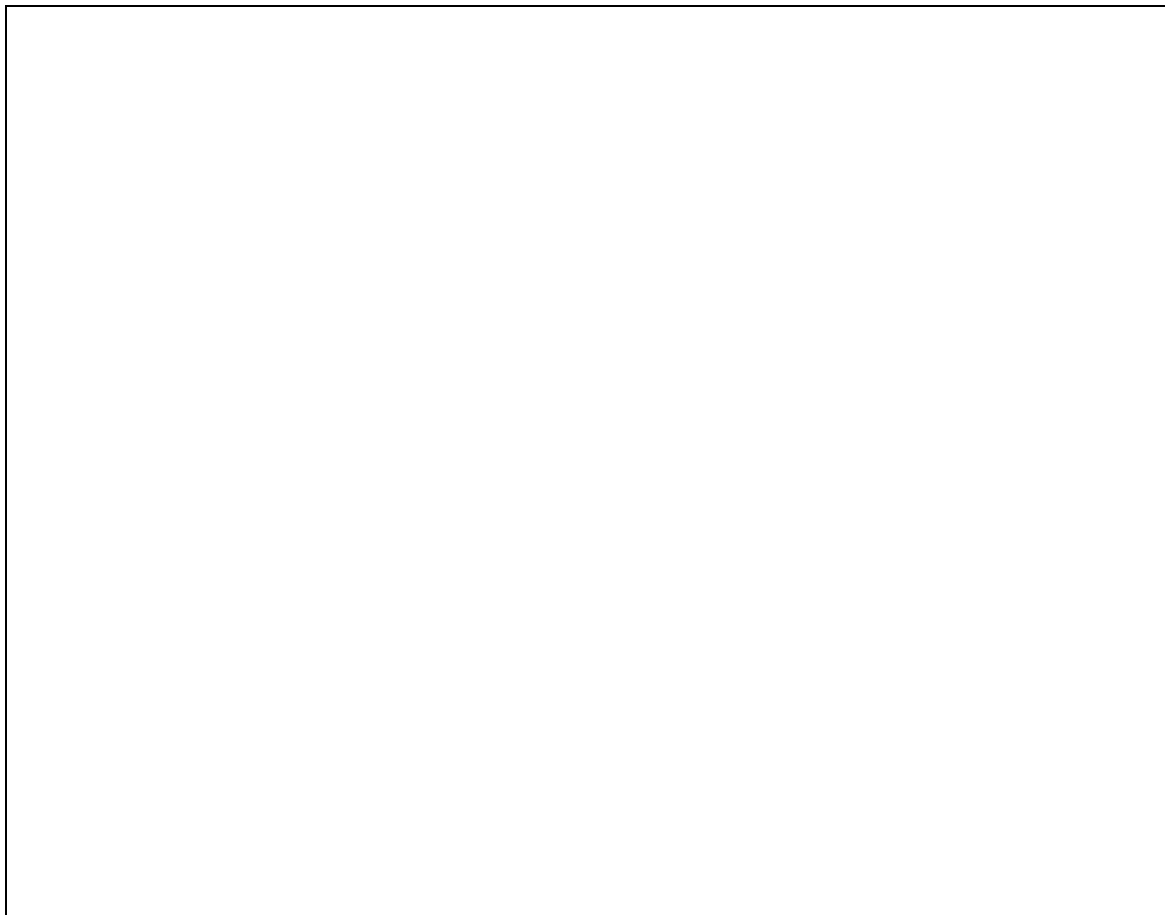
(Extraído das Revistas SUPER e GALILEU)

- 1- Mercados tendem a colocar a entrada à direita. Acredita-se que forçar a pessoa a andar num sentido anti-horário a deixa desorientada e suscetível a comprar mais (gastamos 7% de tempo a mais, mas sentimos mais confortáveis andando neste sentido).
- 2- Chococholatinhos, chicletes e bombons não são itens realmente necessários. Por isso eles ficam na boca do caixa, para as pessoas comprarem por impulso, enquanto aguardam na fila sem ter o que fazer.
- 3- Alguns mercados mudam a posição de suas seções frequentemente. Quem fica perdido passa mais tempo por lá e pode comprar mais.
- 4- Os itens mais básicos, como leite, queijo e margarina, ficam no fundo do mercado. A ideia é simples: fazer as pessoas andarem mais, expondo-se por mais tempo às tentações.
- 5- As coisas que dão mais lucro ficam à altura dos olhos. As super premium, na parte da frente da prateleira. O que é barato fica lá embaixo – mesmo se alguém interessar, é um inconveniente se abaixar. E o que está a preço de banana fica no topo, fora do alcance de algumas pessoas. Os próprios fornecedores negociam com os mercados para expor seus produtos nas partes melhores. Quem não colabora acaba fora do campo de visão dos consumidores.
- 6- Doces e brinquedos contrariam a regra geral de deixar o que interessa à altura das mãos. Esses ficam embaixo, aos olhos das crianças, seu verdadeiro alvo. Que acabam jogando no carrinho ou fazendo cena, forçando os pais a comprar.
- 7- Frutas são postas logo na entrada para dar uma imagem saudável ao ato de comprar – mesmo que, no final, você vá encher o carrinho de chocolate e bacon. Também para dar uma recepção “natural”, são postas flores na entrada. O mercado não tem a

menor intenção de vendê-las, e nem é bom comprar: muitas vezes, são tratadas para ficarem vistosas e não sobrevivem em casa.

- 8- Frutas e vegetais são colocados em cestos ou caixas de madeira, para dar a impressão de que foram recém-colhidos. Quando colocamos coisas saudáveis primeiro no carrinho, liberamos nossa consciência para comprar produtos como salgadinhos e refrigerantes.
- 9- Bebidas alcoólicas, refrigerantes e leite, itens quase obrigatórios, ficam nas extremidades, nos obrigando a circular por toda a loja. Pela mesma razão, o açougue fica ao fundo.
- 10- Nas esquinas do mercado, é comum encontrar gôndolas com produtos em oferta ou lançamento. Suas vendas ali sobem até 30%.
- 11- Produtos relacionados são colocados lado a lado. É o clássico: macarrão + molho de tomate. Aí você já leva os dois.
- 12- Promoções abusam da palavra “grátis” – compramos mais quando tem brinde no meio. Preços como R\$4,99 em vez de R\$5,00 são comuns porque, em vez de converter, guardamos só o primeiro número.
- 13- Para chamar nossa atenção para um produto em especial, são usados displays ou pequenos cartazes nas gôndolas. Suas vendas podem crescer até 300%.
- 14- Os supermercados não costumam ter relógios, nem janelas, para que você não veja o tempo passar.
- 15- Todos os sentidos são explorados pelo mercado, seja as músicas ambientes ou os aromas de cada seção, como o pão saindo do forno.

d) Após observar os itens acima, diga quais deles te surpreendeu ou chamou mais sua atenção. O que você tem a dizer sobre eles?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the student to write their response to the question above. The box is currently blank.

### Tarefa 9: Compra à vista X Compra a prazo

*Gustavo e Mariana gostaram de um mesmo modelo de moto, no valor de R\$12.000,00. Ambos tinham esse valor em dinheiro para a aquisição da moto.*



Fonte: <http://www.novasdodia.com.br/honda-bros-2017-com-novas-cores-e-preco-veja-fotos/>

*Gustavo comprou a moto na Loja A, na qual foi oferecido, pelo vendedor, duas opções de pagamento: 10% de desconto para pagamento à vista ou 12 vezes de R\$1.000,00 (sem juros).*

*Já Mariana acabou comprando na Loja B, na qual o vendedor ofereceu também duas opções de pagamento: 5% de desconto para pagamento à vista ou 24 vezes de R\$500,00 (sem juros).*

Agora responda:

- a) Fazendo as contas, Gustavo deveria comprar à vista ou a prazo? Por que essa seria a melhor escolha?

- b) Fazendo as contas, Mariana deveria comprar à vista ou a prazo? Por que essa seria a melhor escolha?

c) Nas duas lojas é dito “sem juros” para o pagamento parcelado. Você concorda com essa afirmação? Justifique sua resposta.



d) Em que condições a melhor forma de pagamento na compra de um produto é à vista? E a prazo?



Agora, observe os resultados abaixo e responda o que se pede:

**Loja A:**

*10% de desconto para pagamento à vista:*

*Valor da moto: R\$12.000,00*

*Valor do desconto: R\$1.200,00*

*Valor a ser pago com desconto: **R\$10.800,00***

*Parcelado em 12 vezes de R\$1.000,00 (sem juros):*

*Como o valor à vista é R\$10.800,00 e não R\$12.000,00, vamos utilizá-lo para os cálculos. Dessa forma:*

**Valor presente da moto: R\$ 10.800,00**

**Período (parcelas): 12 meses**

**Prestação Mensal: R\$ 1.000,00**

**Resultado: os juros da operação são de 1,66% ao mês**

**Se na opção parcelada, Gustavo colocasse os R\$10.800,00 rendendo numa poupança com uma taxa entre 0,5% e 0,7% ao mês. O que você diria sobre a melhor opção de pagamento, à vista ou a prazo? Por que?**

**Loja B:**

*5% de desconto para pagamento à vista:*

*Valor da moto: R\$12.000,00*

*Valor do desconto: R\$600,00*

*Valor a ser pago com desconto: **R\$11.400,00***

*Parcelado em 24 vezes de R\$500,00 (sem juros):*

*Como o valor à vista é R\$11.400,00 e não R\$12.000,00, vamos utilizá-lo para os cálculos. Dessa forma:*

**Valor presente da moto:** R\$ 11.400,00

**Período (parcelas):** 24 meses

**Prestação Mensal:** R\$ 500,00

**Resultado:** os juros da operação são de **0,41% ao mês**

**Se na opção parcelada, Mariana colocasse os R\$11.400,00 rendendo numa poupança com uma taxa entre 0,5% e 0,7% ao mês. O que você diria sobre a melhor opção de pagamento, à vista ou a prazo? Por que?**

## SUGESTÕES

### Filmes:

- Amor por Contrato



- Os Delírios de Consumo de Becky Bloom



### Livros:

- Mentos Consumistas: do Consumo à Compulsão por Compras





- Os Delírios de Consumo de Becky Bloom



- Pescando Tolos

