

EDUCAÇÃO FINANCEIRA A PARTIR DA EXPERIÊNCIA PROPOSTA POR INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS

PABIS, Maria Gabriela¹
HOCAYEN-DA-SILVA, Antônio João²

Recebido em: 2020.03.10

Aprovado em: 2020.03.24

ISSUE DOI: 10.3738/1982.2278.3752

RESUMO: O presente estudo teve como objetivo identificar as ações de Educação Financeira promovidas por instituições bancárias, a fim de direcionar os grupos que apresentam maiores dificuldades na gestão. Para isso, realizou-se uma pesquisa documental, teórico-empírica, indutiva, exploratória e qualitativa, com a análise das propostas apresentadas pelas principais entidades bancárias brasileiras. Com isso, foi possível identificar que existe uma diversidade de ações, abrangendo desde cursos até atendimentos personalizados. O destaque foi para a Caixa Econômica Federal, Bradesco e Sicredi. Assim, foi possível constatar que há mobilização para disseminar a alfabetização financeira, com o desenvolvimento de projetos distintos, apresentando focos e interesses específicos, conteúdos diversos e formas de aplicações diferenciadas. Propostas que vão desde cursos até atendimentos personalizados, com estratégias amplas sem restrições de públicos, organizadas por práticas que variam entre simples aplicações de conhecimentos genéricos, até complexas ferramentas de gestão.

Palavras-chave: Programa de Alfabetização Financeira. Finanças Pessoais. Bancos Públicos e Privados.

FINANCIAL EDUCATION FROM THE EXPERIENCE PROPOSED BY BANKING INSTITUTIONS

SUMMARY: The present study aimed to identify the Financial Education actions promoted by banking institutions, in order to target groups that present greater difficulties in management. For this, a documentary, theoretical-empirical, inductive, exploratory and qualitative research was carried out, with the analysis of the proposals presented by the main Brazilian banking entities. Thus, it was possible to identify that there is a diversity of actions, ranging from courses to personalized attendance. The highlight was Caixa Econômica Federal, Bradesco and Sicredi. Thus, it was found that there is mobilization to disseminate financial literacy, with the development of different projects, presenting specific focuses and interests, diverse content and different forms of applications. Proposals range from courses to personalized attendance, with broad, unrestricted audience strategies, organized by practices ranging from simple applications of generic knowledge to complex management tools.

Keywords: Financial Literacy Program. Personal Finances. Public and Private Banks.

INTRODUÇÃO

No contexto atual, está havendo um intenso processo de globalização, fazendo com que o cenário econômico se torne cada vez mais complexo (SILVA *et al.*, 2016; SANTOS; ARAÚJO, 2017; SILVA; CASTRO; BERNARDES, 2018). Complexidade que tem implicações diretas no cotidiano das pessoas, exigindo que tenham certo nível de alfabetização financeira para que suas decisões sejam mais eficazes (LUCCI *et al.*, 2006; SILVA; CASTRO; BERNARDES, 2018), a partir da conscientização em torno de decisões envolvendo cotidiano financeiro (AUGUSTINIS; COSTA; BARROS, 2012). Desse modo, o tema tem sido frequentemente debatido e analisado entre pesquisadores e discutido entre a população em geral.

¹ Graduanda em Administração pela Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO, Campus Irati/PR

² Professor Adjunto na Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO, Campus Irati/PR.

Assunto que se insere no contexto da sociedade por apresentar um alinhamento direto entre processo de formação e instrução e a maior capacidade de organização financeira das pessoas (METTE; MATOS, 2015). A possibilidade de ações e reações conscientemente direcionadas com relação aos aspectos ligados a controle financeiro ou investimentos tende a contribuir com a obtenção de resultados que garantem um equilíbrio cotidiano, bem como, um bem estar social das populações. Conforme discutido por Mette e Matos (2015), no Brasil o andamento das pesquisas ainda apresenta certa incipiência, com alguns estudos relevantes, concentrados na área de Finanças Comportamentais, mas ainda um campo de investigação em estágio de consolidação. O que no âmbito internacional já se revela uma área de pesquisa expressiva e madura.

Apesar da preocupação constante, Potrich, Vieira e Kirch (2015) destacam que muitas pesquisas apontam o aumento dos índices de analfabetismo financeiro em todo o mundo. Especificamente no Brasil, a situação tem se agravado nos últimos tempos, sendo que os resultados são verificados em curto prazo, com o nível de endividamento crescente, e em longo prazo, com as dificuldades na aposentadoria. Mesmo com esse cenário preocupante, as pessoas vêm comprometendo cada vez mais suas economias (MONTEIRO; FERNANDES; SANTOS, 2011; SILVA; LEAL; ARAÚJO, 2017).

Com isso, o principal motivo de se abordar e promover discussões sobre a Educação Financeira é devido à influência que exerce, nos âmbitos individuais e coletivos. Essa realidade provocou a preocupação do governo, que vem buscando alternativas para contribuir com o seu desenvolvimento, ainda que de forma lenta (SAITO, 2007). De acordo com Calado (2016), os principais motivos para essa ocorrência são a baixa educação formal, fatores culturais e a grande dimensão da população e do território. Apesar dessas dificuldades, Monteiro, Fernandes e Santos (2011) salientam que estratégias emergenciais precisam ser aplicadas, justamente em virtude dos índices alarmantes encontrados, que refletem em toda a economia.

Mette e Matos (2015) destacam ainda a necessidade de uma reflexão acerca dos conceitos de Educação Financeira, Alfabetização Financeira e Conhecimento Financeiro, cuja confusão tende a prejudicar a aprendizagem da população. Uma das propostas foi a exigência do pagamento mínimo referente ao cartão de crédito, além do desenvolvimento da ENEF (Estratégia Nacional de Educação Financeira), por meio do decreto 7.397/2010, e da AEF-Brasil (Associação de Educação Financeira do Brasil). Esses órgãos disseminaram o tema no Brasil, com o intuito de promover a conscientização financeira das pessoas. Para isso, essas instituições possuem parcerias e alianças, como por exemplo, com a Comissão de Valores Mobiliários e Bolsa de Valores, Mercados e Futuros (MONTEIRO; FERNANDES; SANTOS, 2011; MILAN, 2015).

Nesse contexto, Matta (2007) afirma que as alianças permitem o desenvolvimento de estratégias para que as pessoas tenham acesso ao máximo possível de informações que levem a um equilíbrio financeiro. Nesse sentido, o presente estudo buscou como objetivo central analisar as ações de educação financeira realizadas por entidades bancárias, com o intuito de promover e ampliar o conhecimento da população sobre assunto. Assim, justifica-se a pesquisa por contribuir de forma significativa com o debate acerca do nível de conhecimento financeiro das pessoas, tendo em vista a lacuna evidenciada nos estudos de Mette e Matos (2015).

As reflexões dos autores revelam que a dificuldade enfrentada pela maioria dos países, é o fato de não apresentarem programas adequados para promover a Educação Financeira e conscientização das pessoas (METTE; MATOS, 2015). O processo de conscientização das pessoas está atrelado a uma promoção de acesso a informações, atributos, conforme salientado por Silva *et al.* (2016), como elemento essencial no processo de tomada de decisões, seja em nível individual ou organizacional.

Com isso, pesquisadores, instituições públicas e privadas, bem como o governo reforçam a possibilidade de ampliar o material desenvolvido sobre o tema (AUGUSTINIS; COSTA; BARROS, 2012; METTE; MATOS, 2015), uma vez que parte das pesquisas se restringe a verificação da presença de Alfabetização Financeira, sem se preocupar com propostas de intervenção caso os resultados sejam negativos. Ainda que se perceba um contexto em que o discurso promove o consumo em massa (METTE; MATOS, 2015).

Para tanto, buscou-se refletir acerca da seguinte questão de pesquisa: como se configuram as ações de educação financeira promovidas por bancos destinadas a elevar o nível de conscientização da população? Portanto, tornam-se significativas pesquisas voltadas para o direcionamento de grupos que apresentam maiores dificuldades financeiras, facilitando o acesso ao suporte especializado. As pessoas podem receber informações adequadas para gerenciar suas finanças, bem como suas decisões cotidianas, contribuindo para redução do analfabetismo financeiro.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA: ASPECTOS CONCEITUAIS

Antes de analisar as propostas apresentadas pelas instituições bancárias, convém compreender o objeto de estudo, no que se refere aos aspectos conceituais, para que haja eficácia na investigação. Na atualidade, todas as pessoas devem desenvolver um amplo conhecimento sobre a gestão adequada de suas finanças. Caso contrário, estarão propícias ao constante endividamento e ausência de bem-estar econômico (SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007).

Braunstein e Welch (2002 apud VIEIRA *et al.*, 2011) complementam que deve haver a busca de informações. A conscientização gerada impacta no contexto pessoal e coletivo, sendo

que “consumidores conscientes demandam por produtos condizentes com suas necessidades financeiras de curto e longo prazo, exigindo que os provedores financeiros criem produtos com características que melhor correspondam a essas demandas” (BRAUNSTEIN; WELCH, 2002 apud VIEIRA *et al.*, 2011, p. 64). Assim, tal conscientização pode ser promovida pela Educação Financeira, que consiste na aquisição de conhecimento, por meio das informações financeiras oferecidas, refletindo nas atitudes e comportamentos dos indivíduos (OECD, 2013).

Segundo Augustinis, Costa e Barros (2012), essas informações permitem que as pessoas compreendam questões básicas, referentes ao orçamento doméstico, poupança, investimento e seguros. Mette e Matos (2015) ressaltam que, a partir desse entendimento, é possível realizar aplicações, por meio de decisões conscientes, baseadas em todo conhecimento acumulado.

Apesar de essa conclusão estar presente em um número considerável de estudos, Potrich, Vieira e Kirch (2015) defendem que a prática não faz parte da Educação Financeira, sendo a abordagem restringida apenas à presença de conhecimentos financeiros. A divergência entre as propostas se dá pelo fato de que há uma confusão entre alfabetização e educação financeira. Na pesquisa realizada por Huston (2010), esses termos foram utilizados como sinônimo em 47% dos casos, apesar de haver uma clara distinção.

De acordo com Silva *et al.* (2017), a educação financeira se configura como uma parte da alfabetização financeira, abrangendo os conhecimentos obtidos para tomada de decisão, sendo que todo o aprendizado não é necessariamente refletido nas atitudes e comportamentos financeiros, diferente da alfabetização financeira, que integra todos os elementos. Berteau e Zait (2014) pontuam que, apesar da dificuldade de se elaborar um conceito que consiga expressar toda a complexidade envolvente, está havendo uma aceitação cada vez maior de que a Educação Financeira envolve, essencialmente, a assimilação de conceitos-chaves para promover uma gestão financeira eficaz.

Finalmente, Savoia, Saito e Santana (2007) acrescentam que o propósito é facilitar o processo de tomada de decisão, para que as pessoas não apresentem tantas dificuldades no controle de seus recursos. Os resultados obtidos com essa proposta apresentam um reflexo positivo nas economias individuais e coletivas, o que exige o desenvolvimento de estratégias para estimular a sua disseminação.

INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS E A PROMOÇÃO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Em virtude de sua importância, torna-se necessário promover a disseminação da Educação Financeira. No Brasil, houve o crescente estudo desse tema nos últimos anos (METTE; MATOS, 2015), bem como o desenvolvimento de uma variedade de ações, que são promovidas pela Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (BM&F Bovespa) e instituições privadas (MILAN, 2015).

Silva e Cabral (2017) pontuam que, como o foco é em consumidores e investidores, diversas propostas vêm sendo desenvolvidas por entidades bancárias, devido o reconhecimento da responsabilidade que apresentam, em decorrência da oferta de produtos financeiros a seus clientes.

Justamente por esse motivo, o Banco Central do Brasil (2013 apud RAMPINI, 2015) salienta o dever das instituições financeiras em direcionar as pessoas, oferecendo informações que as auxiliem no gerenciamento de suas finanças, destacando que elas “[...] têm posição privilegiada para atuar como vetor de disseminação, uma vez que estão no ‘momento e no local certos’ para apresentar aos consumidores as opções de produtos e serviços financeiros” (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2013 apud RAMPINI, 2015, p. 5).

Especificamente no contexto bancário privado, Sant’Ana (2014) destaca as ações promovidas pelo Bradesco, que oferece orientação, programas e ferramentas para melhorar a gestão financeira das pessoas, como uma forma de cumprir a responsabilidade social corporativa. No entanto, Sant’Ana (2014) pontua que também existem propostas no contexto público, como é o caso do Banco do Brasil, que promove estratégias com o objetivo de permitir que as pessoas consigam “administrar seus recursos financeiros de maneira consciente e, dessa forma, contribuir para assegurar a estabilidade do poder de compra, da moeda, e do sistema financeiro” (SANT’ANA, 2014, p. 48).

Milan (2015) afirma que a iniciativa dos programas, referentes a finanças, foi em 2000, devido à diversidade de produtos financeiros ofertados, pelo fato de que a população carente e os empreendedores, grande segmento da organização, não conseguiam gerir adequadamente seus recursos.

Calado (2016) salienta que uma particularidade desse banco é desenvolver programas voltados especificamente para os universitários, pelo fato de ser um “público ávido por novos conhecimentos e que demonstra potencial de influência em suas famílias e demais círculos sociais” (CALADO, 2016, p. 9). Medeiros (2017) também identificou essa proposta, chamada “BC Universidade”, destacando que, além dos acadêmicos, as ações também são promovidas com os professores e funcionários, em escolas públicas e privadas.

Em uma perspectiva mais ampla, Rampini (2015) investigou as propostas oferecidas pelos cinco maiores bancos comerciais brasileiros, envolvendo Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Itaú, Bradesco e Santander. Na pesquisa, constatou-se que 60% dos conhecimentos necessários para uma adequada gestão são encontrados nos endereços eletrônicos dessas instituições bancárias, ainda que de forma escassa, pois a Educação Financeira não é vista como uma questão estratégica.

Apesar disso, Eid Junior (2017) destaca que pode haver um retorno do investimento, no sentido de as pessoas reconhecerem os esforços promovidos, por meio dos programas ofertados, sentindo-se confiantes para gerenciar suas finanças na instituição que lhes deu suporte.

Por outro lado, Calado (2016) aborda os aspectos gerais dos projetos. O levantamento identificou que as práticas menos encontradas foram o desenvolvimento de histórias em quadrinhos e cursos à distância. Quanto ao tempo de duração, o foco era no curto prazo, sendo que as propostas não ultrapassavam um ano de execução. Além disso, sem considerar as limitações apresentadas, foi verificado que há muitas iniciativas, com semelhanças em relação ao público-alvo, formas de financiamento e meios empregados, que têm potencial para auxiliar significativamente à gestão financeira das pessoas.

Savoia, Saito e Santana (2007) complementam que mesmo que as pessoas questionem a eficácia desses programas, a importância constatada faz com que devam ser identificadas as melhores propostas, que orientarão o progresso dos indivíduos em relação à administração de seus recursos, impactando de forma positiva em todas as esferas envolvidas.

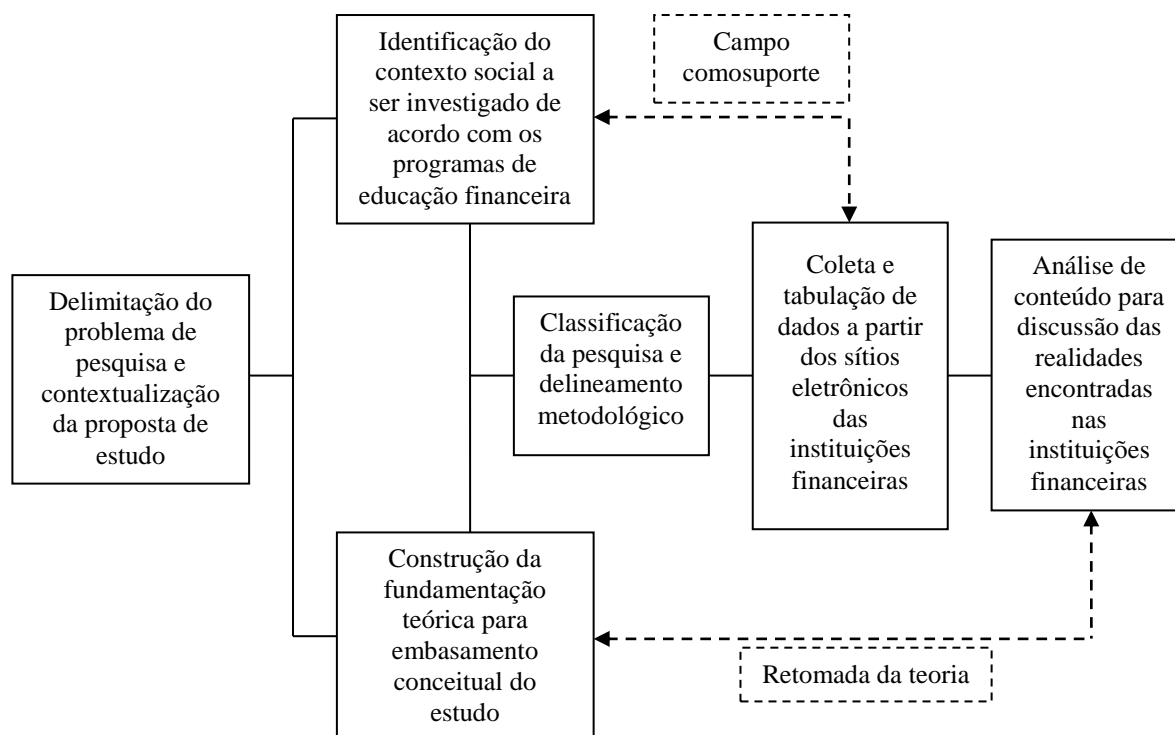
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No que concerne à classificação, caracteriza-se como um estudo teórico-empírico, visto que o principal objetivo da pesquisa foi analisar as ações apresentadas pelas instituições bancárias, relacionando-as com as concepções teóricas. Já em relação ao método, o estudo se configura como indutivo. Por sua vez, quanto ao nível a pesquisa pode ser caracterizada por ser exploratória, uma vez que o tema de investigação ainda se encontra incipiente e o intuito foi encontrar os elementos que pudessem caracterizar e contextualizar as propostas oferecidas nas instituições. Quanto ao delineamento, foi realizada uma pesquisa documental, buscando analisar as práticas promovidas pelas instituições bancárias, cujas informações estejam disponíveis nos respectivos meios de comunicação, ou seja, estejam no sítio eletrônico.

No que se refere à forma de abordagem, a natureza da pesquisa é qualitativa, pois não tem interesse em resultados quantitativos, mas em uma visão holística do processo (RICHARDSON, 2017). Para Gressler (2003), seu caráter amplo é pelo fato que tem como propósito elencar os fatores provenientes de um contexto social a partir de suas especificidades individuais e coletivas.

Levando em consideração o objetivo proposto, o delineamento metodológico é apresentado no Fluxograma 1 com as etapas metodológicas seguidas.

FLUXOGRAMA 1 – Etapas metodológicas assumidas para construção da pesquisa.



Fonte: Elaborado pelos Autores (2020).

Em relação ao contexto investigado, o estudo abrangeu a análise de documentos eletrônicos sobre as ações promovidas em relação à Alfabetização Financeira em bancos públicos, duas instituições; bancos privados, duas instituições; e bancos cooperativos, duas instituições. As seis organizações foram selecionadas pelo critério de apresentação no sítio eletrônico de Programas de Educação Financeira destinados aos clientes e também à população em geral.

Foram investigados bancos que possuem programas voltados a Alfabetização Financeira, de ordem pública, como o Banco do Brasil – BB e a Caixa Econômica Federal – CEF; privada, como o Bradesco e Santander; além de bancos cooperativos, como o Sistema de Crédito Cooperativo – SICREDI e o Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil – SICOOB. Os dados foram coletados no decorrer de 2018, sendo tabulados e analisados no ano de 2019.

Documentos referentes às seis propostas de Programas de Educação Financeira foram coletados nos respectivos sítios eletrônicos e analisados a partir das seguintes categorias teóricas: i) *Foco e interesse dos projetos* – propósitos e objetivos que estejam atrelados ao programa proposta pela instituição, bem como, o público-alvo a que se destinam esses programas; ii) *Conteúdo fornecido* – assuntos e temas abordados pelos programas propostos; e iii) *Aplicação e desenvolvimento* – ferramentas, instrumentos e mecanismos utilizados pelas instituições bancárias para condução dos programas de educação financeira.

Os resultados foram obtidos a partir de uma análise de conteúdo, buscando reconhecer se as propostas apontadas nas realidades investigadas apresentavam alinhamento com os elementos conceituais da teoria sobre o tema. Bardin (2004) destaca que, nessa análise, há a exploração dos materiais, tratamento e interpretação, na tentativa de verificar os elementos que compõem o conteúdo, forma de apresentação, contexto de concepção, bem como a quem estão endereçados os conteúdos propostos. Análise que permitiu identificar as instituições que desenvolvem ações a fim de disseminar a Alfabetização Financeira para o auxílio de grupos que apresentam dificuldades para promover a gestão adequada de suas finanças.

RESULTADO E DISCUSSÃO

A partir dos dados coletados foi possível constatar que nos bancos públicos o foco dos programas financeiros é a população em geral, envolvendo clientes e não clientes. No entanto, há estratégias voltadas para públicos específicos, como é o caso do BB, que oferece oportunidades para indivíduos que têm contato direto com finanças e precisam de suporte, corroborando assim com os apontamentos de Calado (2016) e Medeiros (2017). Os conteúdos desenvolvidos são citados no trecho abaixo:

Palestras para estudantes do Ensino Superior e público adulto em geral, abordando gestão das finanças pessoais, relacionamento do cidadão com o SFN, funcionamento do SFN e funções do Banco Central (ANBIMA, 2018).

Aspectos que retratam uma tendência a aproximação com pessoas que tenham um conhecimento mínimo sobre o assunto. Pessoas capazes, talvez, de tornarem especialistas, passando a realizar atividades corriqueiras como investimentos na bolsa de valores, de certa forma por intermédio da instituição financeira. A ação promovida alinha-se ao discurso econômico dos mercados financeiros, cujos propósitos giram em torno de maior expansão dos negócios.

Por sua vez, a CEF desenvolve ações visando o atendimento da população carente, ou de baixa renda. Fato que pode indicar uma preocupação em garantir acesso à informação a grupos que apresentam maiores dificuldades com gestão financeira, o que pode ser percebido a partir do trecho abaixo:

O objetivo é desenvolver novas soluções para a população de baixa renda, público que responde por 55% da carteira de pessoa física do banco. [...] A população de baixa renda tem uma dificuldade maior de ter acesso aos serviços financeiros e possui um alto índice de endividamento. Então há uma necessidade de educação financeira [...]. Pensando na ideia de proteção dessas pessoas contra os juros altos das dívidas, surgiu a oportunidade de um desafio de negócios que procurasse dar soluções inovadoras justamente em educação e serviços financeiros para todos (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL – CEF, 2018).

Apesar dos interesses semelhantes, com a propagação de conteúdos financeiros para auxiliar as pessoas, no BB a proposta é mais complexa e ampla, com projetos oferecendo todo tipo de informações financeiras, desde conceitos e princípios gerais sobre o assunto, até as boas práticas desenvolvidas no cotidiano, tudo com o intuito conscientizar as pessoas que participam, corroborando com as reflexões de Sant'Ana (2014). A instituição, com o apoio de órgãos públicos e privados, oferece em seu programa diversas possibilidades de aprendizado, disponibilizadas gratuitamente no sítio eletrônico, sem restrição de acesso, conforme trecho a seguir:

Os usuários têm acesso a planilhas para controle de gastos, cursos e guias de investimento, jogos educativos, simuladores, artigos de especialistas e sites de parceiros do BB, entre outros. [...] A página é de fácil navegação, com ferramentas e linguagem acessíveis a diferentes segmentos e oferece informações úteis para todos os perfis de consumidores (BANCO DO BRASIL, 2018).

Enquanto isso, na CEF o ensino é simples e prático, com aulas abordando finanças pessoais por meio de assessoria financeira, o que facilita a compreensão de todos os atores sociais envolvidos, mesmo que em distintas realidades, como relata o trecho abaixo:

Um novo canal de relacionamento que oferece serviços e consultoria financeira com comodidade e segurança. Com a Agência Digital Caixa você vai receber atendimento personalizado pelo telefone ou e-mail, em horário estendido (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL – CEF, 2018).

Apesar dessa oferta também ser gratuita, conta apenas com a modalidade digital. Fato que pode determinar uma limitação ao acesso de uma população mais carente em virtude de não possuírem equipamentos necessários, ou internet e ainda conhecimento para o manuseio da página eletrônica do programa ofertado. Portanto, pode-se perceber certa limitação na propagação do conhecimento em educação financeira.

Ainda assim, apresenta como diferencial o envio de mensagens com dicas financeiras e uma plataforma de renegociação de crédito. Ferramenta que permite, por um lado, maior aproximação com os clientes em potencial, uma vez que o representante da instituição pode efetuar a divulgação de outros produtos e serviços. Contudo, ao mesmo tempo, revela uma maior preocupação da instituição com a qualidade do aprendizado obtido pelos participantes, haja vista que, o atendente pode esclarecer dúvida que auxiliam na fixação dos conteúdos do programa ofertado.

Há também ações voltadas para públicos específicos, como comerciantes e microempreendedores individuais, corroborando com as reflexões promovidas por Milan (2015). Projetos que integram o Desafio de Negócios de Impacto Social, que envolve diferentes parcerias

com o propósito de oferecer ferramentas para elevar o nível de eficiência da gestão financeira dos empreendimentos dos participantes, como pode ser percebido no trecho na sequência:

O Desafio de Negócios de Impacto Social, programa da CAIXA com a organização sem fins lucrativos Artemisia, mapeou 460 empresas e selecionou as startups SmartMEI, QueroQuitar, Jeitto, DimDim e PoupeMais (MGOV). Cada empresa vai receber até R\$ 200 mil para desenvolver projetos pilotos, com [...] foco em beneficiários dos programas Minha Casa Minha Vida e Bolsa Família, que chegam a mais de 13 milhões de famílias (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL – CEF, 2018).

Com isso, percebe-se que não há apenas associações entre os bancos e os órgãos desenvolvidos pelo governo, mas também com empresas que oferecem propostas de melhorias para a população que apresenta dificuldades na gestão de suas contas.

Apesar da importante iniciativa, constatou-se que não há uma divulgação ampla de suas propostas, assim como o BB, o que dificulta o acesso às informações oferecidas. Essa limitação também é verificada na maioria dos bancos cooperativos, o que minimiza o impacto das estratégias, que são desenvolvidas essencialmente para uma parcela da comunidade que carece de informações consistentes para uma melhor qualidade de vida financeira. No caso das cooperativas, há práticas direcionadas apenas aos cooperados, como é constatado no Sicoob, com atendimento personalizado.

Independente do público, o foco principal desses bancos é inserir a educação financeira na cultura do país. Para isso, dedicam-se ao oferecimento de suporte aos indivíduos que atuam na área e querem se manter atualizados, assim como aqueles que querem estar preparados para o mercado de trabalho. Buscam ainda contribuir com aquelas pessoas que estão interessadas simplesmente em ajustar suas contas cotidianas com foco em uma melhor qualidade de vida.

Propósitos que corroboram com o que já foi salientado por Savoia, Saito e Santana (2007), Augustinis, Costa e Barros (2012) e Mette e Matos (2015), acerca da necessidade de maior promoção de programas focados na educação financeira para a população em geral. Necessidade crescente que se manifesta pelo processo de abertura de mercados e pelo maior acesso das pessoas aos mercados financeiros.

Desse modo, no Sicredi, foram identificadas propostas voltadas para o ambiente acadêmico, semelhante à proposta do BB, assim como para o público infantil, com o projeto “Cooperação na ponta do lápis”. Essas propostas promovem o ensino a alunos para que haja um contato imediato com o contexto financeiro, o que pode ser verificado no trecho abaixo:

Aprender a lidar com o dinheiro é um exercício para todos. Independente de idade, podemos sim, iniciar a educação financeira com nossas crianças e adolescentes para que no futuro possam se tornar adultos alfabetizados financeiramente (SICREDI, 2018).

Enquanto isso, o Sicoob desenvolveu diversas estratégias voltadas para a Semana Nacional de Educação Financeira, promovida pela Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF, como relatam Monteiro, Fernandes e Santos (2011) e Milan (2015).

Isso demonstra a importância das práticas governamentais voltadas para a educação financeira e da relevância de parcerias com as instituições bancárias, sendo que esses são os principais fatores para disseminação dos conteúdos financeiros pelo país. Ao todo, o banco cadastrou 1.200 ações, conforme trecho na sequência, na tentativa de ampliar o auxílio prestado.

[...] ações serão oferecidas gratuitamente em todo o país incluindo workshops, palestras, orientações financeiras, atendimento individual, formações online e campanhas de sensibilização via redes sociais, SMS, e-mail marketing, TV e rádio (SICOOB, 2018).

Conforme trecho acima, as estratégias de divulgação, por meio da sensibilização promovida pelas redes sociais – SMS, e-mail marketing – demonstram novamente o quanto é importante focar em grupos específicos, como os jovens, que irão participar ativamente no mercado de trabalho, bem como os adultos, gerando a consciência de uma gestão financeira adequada. Essa prática ocorre na iniciativa privada, sendo que o Bradesco também reconheceu a importância de divulgar o assunto, por considerar a alfabetização financeira um tema estratégico, não só para o setor, como para o desenvolvimento do país. Isso faz com que o banco alie seu negócio à causa, despendendo seu tempo e recursos na tentativa de auxiliar os clientes, para que consigam lidar com a complexidade do mercado financeiro, o que pode ser percebido a partir do trecho abaixo.

Consideramos a educação financeira um tema estratégico. Nesse sentido, oferecemos treinamentos aos nossos funcionários a fim de apoiar e orientar clientes por vários canais de relacionamento, em especial o portal de Educação Financeira. Também acessível na linguagem em Libras, ele reúne opções de capacitação em crédito responsável, planejamento financeiro e de orçamento doméstico. Há ainda acesso a guias, manuais, livros de referência e uma calculadora on-line dedicada ao controle financeiro (BRADESCO, 2018).

Uma de suas práticas é o oferecimento de certificados aos participantes que concluem as atividades. Fato que incentiva a realização dos cursos, fazendo com que as pessoas consigam identificar a preocupação da empresa com uma perspectiva social, como destacado por Sant’Ana (2014). Concomitantemente, tem-se a possibilidade de aumento no número de novos clientes que acabam se identificando com os propósitos da instituição financeira. As características do projeto são expressas no trecho abaixo:

[...] costumam fornecer certificados de qualificação profissional, com validade legal para diversos fins. Há opções de cursos em português e em outras línguas, especialmente o inglês. Boa parte deles, à distância, oferecidos gratuitamente por organizações e universidades do Brasil e do exterior (BRADESCO, 2018).

No contexto privado, o Santander também desenvolve diversas ações relacionadas à promoção da educação financeira. O destaque em relação às propostas oferecidas é a criação de um espaço colaborativo na internet, para haver trocas de experiências, como descrito abaixo:

Criamos o site Conta pra Mim, um espaço que convida pessoas de todo o Brasil, clientes ou não, a contarem suas histórias, aprendizados e dicas sobre como conquistar objetivos que exigem planejamento financeiro, como comprar uma casa, viajar, estudar ou abrir uma empresa, entre outros (SANTANDER, 2018).

Essa prática promove uma maior integração entre os participantes, alinhando-se às ideias de uma sociedade em rede em que as pessoas ao mesmo que são participantes de um curso, tornam-se instrutores na promoção de conhecimento. A coesão dessa rede de relacionamentos criados no contexto do programa tende a se lançar para além das atividades de educação financeira, criando um processo de ensino-aprendizagem que se multiplica no cotidiano das pessoas de forma positiva e enriquecedora. Essa gama de conhecimentos torna, conforme discutido por Mette e Matos (2015), os tomadores de decisões mais conscientes em termos dos fatores que devem ser levados em consideração quando atuam na organização e gestão financeira.

Como já evidenciado, em relação às propostas presenciais, o Santander promove ações, desenvolvidas por seus funcionários. Tem-se ainda o Sicredi, Sicoob e Bradesco, com atuação contínua em escolas públicas, ONG's e instituições de capacitação. Fato que se apresenta como um aspecto importante em relação ao fenômeno estudo, haja vista que, o objetivo, ao incentivar o voluntariado corporativo, é promover a cidadania, o que pode ser verificado no trecho a seguir:

[...] oferecemos aos nossos funcionários oportunidades estruturadas de exercício da cidadania, para que eles participem das mudanças necessárias na sociedade e também engajem outras pessoas nesse caminho (SANTANDER, 2018).

Por fim, considerando os dados investigados em relação às propostas e programas de educação financeira, é possível constar que as instituições bancárias analisadas demonstram uma responsabilidade social, devido à compreensão do impacto que podem causar sobre a vida financeira de todas as partes envolvidas, sejam pessoas físicas ou jurídicas. Propósitos que, mesmo dotados de um discurso e de uma intencionalidade empresarial, podem contribuir para minimizar os problemas ocorridos no contexto atual diante da incidência de um consumo de massa exacerbado na população mundial, como destacado por Savoia, Saito e Santana (2007), Augustinis, Costa e Barros (2012) e Mette e Matos (2015).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a relevância da Alfabetização Financeira enquanto objeto de investigação científica, como apontado por Potrich, Vieira e Kirch (2015), destaca-se o crescente aumento de estudos e pesquisas que têm buscado compreender as especificidades do assunto, como por

exemplo, os estudos de Mette e Matos (2015) e Milan (2015), bem como, os mecanismos, ferramentas e metodologias utilizadas por diferentes atores sociais e múltiplas instituições, financeiras ou não, para sua promoção. Propósito ao qual se alinha a presente pesquisa, que buscou analisar as ações de educação financeira promovidas por seis instituições bancárias, públicas, privadas e cooperativas, com o intuito de promover e ampliar o conhecimento da população acerca do assunto. Complementarmente, elevar a conscientização daqueles que estejam no papel de tomadores de decisões financeiras, individuais ou coletivas.

Após a análise e discussão dos dados coletados, foi possível constatar que há uma grande mobilização para disseminar a alfabetização financeira, com o desenvolvimento de projetos distintos, apresentando focos e interesses específicos, conteúdos diversos e formas de aplicações diferenciadas. Propostas que vão desde cursos até atendimentos personalizados, com estratégias amplas sem restrições de públicos, que são organizadas por práticas simples e complexas. Pode-se sugerir ainda que, de acordo com as reflexões de Santos e Araújo (2017), a configuração das propostas apresentadas pelas instituições financeiras analisadas pode levar em consideração, além de aspectos qualitativos, atributos quantitativos e financeiros, como riscos e incertezas, além de possíveis retornos decorrentes da inserção das propostas junto à população.

Além disso, as propostas alcançam uma diversidade de participantes, no ambiente interno e externo, com múltiplas modalidades e a presença de parcerias. As ofertas são gratuitas, com o propósito de auxiliar as pessoas que têm dificuldades em gerenciar suas finanças.

No entanto, há uma limitada divulgação, que prejudica as ações desenvolvidas, pelo fato de que as pessoas não têm conhecimento das oportunidades, o que deve ser corrigido para garantir a eficácia dos projetos. Porém, deve-se salientar que apresentam uma amplitude significativa de ofertas, contrariando a justificativa apresentada por Calado (2016), ao defender que existem poucas propostas disponíveis para a população, devido às dificuldades encontradas pelas instituições.

Percebe-se, ao contrário, que está havendo uma grande mobilização em decorrência da crise econômica que assola diversos países, exigindo que as pessoas sejam alfabetizadas financeiramente. A gama de programa de educação financeira é significativa, de modo que as pessoas possam ter acesso a conhecimentos diversos de acordo com seus interesses e suas necessidades.

Por fim, como destacado por Augustinis, Costa e Barros (2012) e Mette e Matos (2015) é crescente também o número de pesquisas que têm buscado compreender o fenômeno da educação financeira, no que se refere aos atores sociais participantes das propostas, propósitos e interesses dos envolvidos, conteúdos e mecanismos atrelados a promoção da alfabetização financeira, bem como atitudes e comportamentos das pessoas em relação a esse processo.

Assim sendo, visando contribuir com esse movimento científico crescente e significativo, sugerem-se como propostas para futuras pesquisas:

- A investigação de iniciativas sobre educação financeira propostas por governos, organismos internacionais ou escolas, tem em vista que não haveria nestes contextos um interesse racional de obtenção de resultados financeiros com a promoção de cursos, palestras e atividades direcionadas ao esclarecimento e conscientização da população;
- O estudo de outras experiências empresariais desenvolvidas por instituições bancárias ou não, com foco exclusivo em seus funcionários com interesses específicos na formação dessas pessoas de modo que possam tomar decisões mais equilibradas em torno da gestão financeira do lar, conquista assim melhor qualidade de vida;
- A análise da construção do discurso em torno das propostas de educação financeira também se apresenta como uma temática relevante para futuras pesquisas, considerando-se que temos inseridos nesse processo o agente interessado e proponente do programa, os atores também interessados e receptores do conhecimento, bem como, o contexto social em que se materializam e difundem os discursos em torno da educação financeira; e
- Em tempo, pesquisas envolvendo os atores sociais participantes dos programas de educação financeiras promovidos por governos, instituições de ensino e empresas privadas, com o intuito de aprofundar o conhecimento acerca de perfil, interesses, comportamentos, atitudes, aplicação dos conhecimentos adquiridos e mudanças conquistadas com o aprendizado.

AGRADECIMENTOS

Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico, por meio da concessão de Bolsa de Iniciação Científica no Programa Institucional de Apoio a Inclusão Social Pesquisa e Extensão Universitária - PIBIS.

REFERÊNCIAS

ANBIMA – Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais. **Estratégia Nacional de Educação Financeira:** Projetos setoriais realizados pelas instituições-membro do CONEF. Brasília: ANBIMA, 2017. Disponível em: <http://www.vidaedinheiro.gov.br/wp-content/uploads/2017/08/setoriais_com_ajustes.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2018.

AUGUSTINIS, V. F.; COSTA, A. de S. M. da; BARROS, D. F. Uma análise crítica do discurso de Educação Financeira: por uma educação para além do capital. **Revista ADM.MADE**, Rio de Janeiro, v.16, n. 3, p. 79-102, set./dez. 2012. Disponível em: <<http://revistaadmmade.estacio.br/index.php/admmade/index>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

BANCO DO BRASIL. **BB lança página de Educação Financeira no site Investimentos**. Disponível em: <<https://www.bb.com.br/portalbb/page251,139,10021,23,0,1,8.bb>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

BERTEA, P. E.; ZAIT, A. Financial Literacy: Conceptual Definition and Proposed Approach for a Measurement Instrument. **The Journal of Accounting and Management**, [S.I.], v. 4, n. 3, p. 37-42, jan. 2014. Disponível em: <<http://journals.univ-danubius.ro/index.php/jam/article/view/2712>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

BRADESCO. **Educação Financeira**. Disponível em: <[https://www.bradescosustentabilidade.com.br/site/\(X\(1\)S\(jdbotl55rrzbsyad2j5mki55\)\)/conteudo/templates/default.aspx?secaoId=599&idiomaId=2&AspxAutoDetectCookieSupport=1](https://www.bradescosustentabilidade.com.br/site/(X(1)S(jdbotl55rrzbsyad2j5mki55))/conteudo/templates/default.aspx?secaoId=599&idiomaId=2&AspxAutoDetectCookieSupport=1)>. Acesso em: 17 jul. 2018.

BRADESCO. **Estude e aumente as suas chances no mercado profissional**. Disponível em: <<https://banco.bradesco/html/classic/educacao-financeira/meus-projetos/estudos/invista-no-seu-maior-capital-voce.html>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL – CEF. **Agência Digital Caixa**. Disponível em: <<http://www.caixa.gov.br/agenciadigital/Paginas/default.aspx>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL – CEF. **Soluções de startups para baixa renda começam a ser pilotadas neste mês**. Disponível em: <<https://caixanoticias.caixa.gov.br/Paginas/Noticias/Noticia/Default.aspx?newsID=4776>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

CALADO, L. R. **Novas estratégias de Educação Financeira que possam ser adaptadas e implementadas no Brasil à luz do levantamento das iniciativas européias**. Brasília: Previdência Social, 2016. Disponível em: <<http://sa.previdencia.gov.br/site/2016/09/estudoprogeduart2.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

EID JUNIOR, W. **Educação Financeira: mil razões para estudar**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas – FGV, 2015. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/18932/GVcef_Eid%20Junior.%20Investimentos%20em%20foco%20%28III%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 17 jul. 2018.

GORLA, M. C.; DA SILVA, T. P.; DAL MAGRO, C. B.; NAKAMURA, W. T. Financial education level of high school students and its economic reflections. **Revista de Administração**, [S.I.], v. 52, n. 1, p. 285-303, 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rausp/v52n3/0080-2107-rausp-52-03-0285.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

GRESSLER, L. A. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. São Paulo: Loyola, 2003.

HUSTON, S. J. Measuring financial literacy. **The Journal of Consumer Affairs**, [S.I.], v. 44, n. 2, p. 296-316, jun. 2010. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

LUCCI, C. R.; ZERRENNER, S. A.; VERRONE, M. A. G.; SANTOS, S. C. 2006. A Influência da Educação Financeira nas Decisões de Consumo e Investimento dos Indivíduos. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 9, 2006, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: SEMEAD, 2006. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/266.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2018.

MATTA, R. O. B. **Oferta e demanda de informação financeira pessoal**: o programa de educação financeira do Banco Central do Brasil e os universitários do Distrito Federal. Brasília, 2007. 214f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Departamento de Ciência da Informação, Universidade de Brasília. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/5293>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

MEDEIROS, V. L. **Educação Financeira e Finanças Solidárias**: impasses conceituais; limites e avanços na prática. Salvador, 2017. 108 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/24523/1/VANESSA%20MEDEIROS.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

METTE, F. M. B.; MATOS, C. A. de. Uma análise bibliométrica dos estudos em Educação Financeira no Brasil e no mundo. **RIMAR**, Maringá, v.5, n. 1, p. 46-63, jan./jun. 2015. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/rimar/article/view/26616>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

MILAN, M. V. G. **O nível de alfabetização financeira de estudantes universitários**: um estudo sobre a Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado FECAP. São Paulo, 2015. 75 f. Dissertação (Mestrado em Administração Estratégica) – Faculdade Escola de Comércio Álvares Penteado. Disponível em: <<http://tede.fecap.br:8080/jspui/handle/tede/403>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

MONTEIRO, D. L.; FERNANDES, B. V. R.; SANTOS, W. R. Finanças Pessoais: Um Estudo dos seus Princípios Básicos com Alunos da Universidade de Brasília. In: CONGRESSO NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS, 2, 2011, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: AdCont, 2011. Disponível em: <<http://revistas.utfpr.edu.br/pb/index.php/CAP/article/view/1415>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

OECD. Alfabetização financeira e inclusão: levantamento de resultados da OECD/Inferioridade em todos os países e por sexo. **Alfabetização Financeira e educação**, Rússia, jun. 2013. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/TrustFund2013_OECD_INFE_Fin_Lit_and_Incl_SurveyResults_by_Country_and_Gender.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2018.

POTRICH, A. C. G.; VIEIRA, K. M.; KIRCH, G. Determinantes da Alfabetização Financeira: Análise da Influência de Variáveis Socioeconômicas e Demográficas. **Revista Contabilidade & Finanças – USP**, Santa Maria, v. 27, n. 69, p. 362-377, set. 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rcf/v26n69/1808-057x-rcf-26-69-00362.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

RAMPINI, M. de C. Contribuição dos Bancos Comerciais Brasileiros para a Educação Financeira. In: PRÊMIO INFI – FEBRABAN DE ECONOMIA BANCÁRIA, 7, 2015, São

Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: INFI, 2015. Disponível em: <https://www.academia.edu/34043147/CONTRIBUI%C3%87%C3%83O_DOS_BANCOS_COMERCIAIS_BRASILEIROS_PARA_A_EDUCA%C3%87%C3%83O_FINANCEIRA>. Acesso em: 17 jul. 2018.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas.** São Paulo: Atlas, 2017.

SAITO, A. T. **Uma contribuição ao desenvolvimento da educação em finanças pessoais no Brasil.** São Paulo, 2007. 152 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-28012008-141149/pt-br.php>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

SANT'ANA, M. V. S. **Educação Financeira no Brasil: um estudo de caso.** Belo Horizonte, 2014. 103 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) – Centro Universitário UNA. Disponível em: <<http://www.mestradoadm.com.br/wp-content/uploads/2015/01/Marcus-Vinicius-Sousa-Sant-Ana.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

SANTANDER. **Programa Escola Brasil.** Disponível em: <<https://voluntariadostd.v2v.net/pt-BR>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

SANTANDER. **Santander Sustentabilidade.** Disponível: <<https://www.santander.com.br/educacao-financeira>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

SANTOS, P. V. S.; ARAUJO, M. A. Análise de Investimentos Aplicado A Indústria: Um Estudo De Caso. In: II Simpósio Gaúcho de Engenharia de Produção - SIGEPRO, 2017, Novo Hamburgo – RS. **Anais eletrônicos...** Novo Hamburgo: SIGEPRO, 2017. v. 1. Disponível em: <<https://www.even3.com.br/anais/sigepro2017/50802-analise-de-investimentos-aplicado-a-industria--um-estudo-de-caso/>>. Acesso em: 18 mar. 2020.

SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. A. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **Revista ADM**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 6, p.1121-1141, nov./dez. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122007000600006>. Acesso em: 17 jul. 2018.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico.** São Paulo: Cortez, 2002.

SICCOOB. **SicoobNossacoop.** Disponível em: <<http://www.sicoobnossacoop.com.br/para-voce/educacao-financeira>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

SICCOOB. **Sicoob promove ações gratuitas de conscientização e gestão de finanças pessoais.** Disponível em: <https://www.sicoob.com.br/o-sicoob/imprensa/releases/-/asset_publisher/k9unaGn1CqIn/content/sicoob-promove-acoes-gratuitas-de-conscientizacao-e-gestao-de-financas-pessoa-1?inheritRedirect=false>. Acesso em: 17 jul. 2018.

SICREDI. **Sicred leva ações de educação financeira para escolas do Paraná e São Paulo.** Disponível em: <<https://www.sicredi.com.br/html/nossa-terra-pr-sp/noticia/sicredi-nossa-terra-pr-sp-semana-enef/>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

SILVA, G. de O. e; SILVA, A. C. M. da; VIEIRA, P. R. da C.; DESIDERATI, M. do C.; NEVES, M. B. E. das. Alfabetização financeira versus educação financeira: um estudo do comportamento de variáveis socioeconômicas e demográficas. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, Salvador, v. 7, n. 3, p. 279-298, set./dez., 2017. Disponível em: <<https://www.revistas.uneb.br/index.php/financ/article/view/3726>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

SILVA, G. R.; SANTOS NETO, E. M.; ARAUJO, M. A.; CEOLIN, A. C. Controladoria Empresarial E Formação De Preço De Venda À Luz Da Gestão De Custos: Um Estudo De Caso Em Um Supermercado Do Estado Da Paraíba. **Custos e @gronegocio Online**, v. 12, p. 352-373, 2016. Disponível em: <www.custoseagronegocioonline.com.br>. Acesso em: 18 mar. 2020.

SILVA, L. de S.; CASTRO, D. R. de; BERNARDES, J. R. Mensuração da alfabetização financeira e a influência do gênero e da idade: uma revisão da literatura. **Revista da FAESF**, Maranhão, v. 2, n. 2, p. 74-80, abr./jun. 2018. Disponível em: <<http://faesfpi.com.br/revista/index.php/faesf/article/view/46>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

SILVA, L. M. da; CABRAL, D. de F. S. Educação Financeira escolar no contexto educacional e científico. In: COLÓQUIO DE EDUCAÇÃO MATEMÁTICA, 5, 2017, Juiz de Fora. **Anais eletrônicos...** Juiz de Fora: CEMA, 2017. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/coloquioedumat/files/2017/10/EDUCACAO-FINANCEIRA-ESCOLAR-NO-CONTEXTO-EDUCACIONAL-E-CIENTIFICO.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

SILVA, M.; LEAL, E. A.; ARAÚJO, T. S. As influências dos fatores demográficos e socioeconômicos no conhecimento financeiro dos estudantes do ensino médio: um estudo nas escolas públicas de Uberlândia – MG. In: CONGRESSO UFU DE CONTABILIDADE, 2, 2017, Uberlândia. **Anais eletrônicos...** Uberlândia: UFU, 2017. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rco/article/view/147269>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

VIEIRA, S. F. A.; BATAGLIA, R. T. M.; SEREIA, V. J.; RIBEIRO, M. L.; LOHMANN, G. G. Educação financeira e decisões de consumo, investimento e poupança: uma análise dos alunos de uma universidade pública do Paraná. **Revista de Administração da UNIMEP**, [S.I.], v. 9, n. 3, p. 61-86, set./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.raunimep.com.br/ojs/index.php/regen/article/view/345/477>>. Acesso em: 17 jul. 2018.