

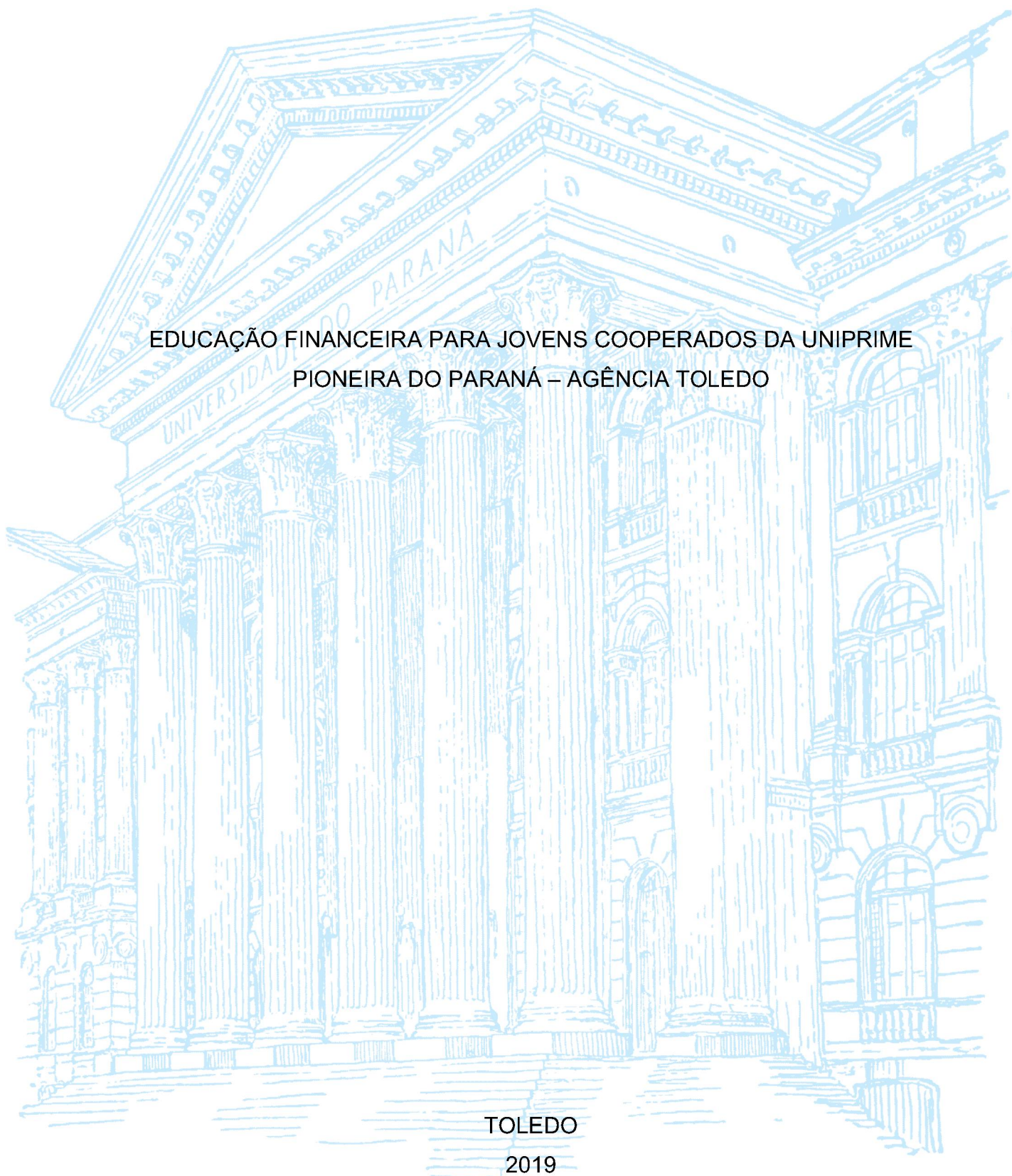
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LUANA RITZEL

EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA JOVENS COOPERADOS DA UNIPRIME  
PIONEIRA DO PARANÁ – AGÊNCIA TOLEDO

TOLEDO

2019



LUANA RITZEL

EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA JOVENS COOPERADOS DA UNIPRIME  
PIONEIRA DO PARANÁ – AGÊNCIA TOLEDO

TCC apresentado ao curso de MBA em Banking para Cooperativas de Crédito, Setor de Escola de Negócios, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Banking para Cooperativas de Crédito.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Wagner da Fonseca.

TOLEDO

2019

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo identificar o nível de educação financeira dos jovens cooperados da Uniprime Pioneira do Paraná, na agência de Toledo, para assim avaliar se é necessária a implantação de um projeto de educação financeira para jovens. O trabalho parte do conceito de educação financeira e a importância de se ter contato com este conteúdo o mais cedo possível, para que os jovens possam construir uma vida financeira saudável. Desta forma, eles entenderão sobre os serviços e produtos do mercado financeiro e os riscos de cada decisão tomada. Para mensurar o nível de educação financeira foram realizadas duas pesquisas, a primeira com os jovens, de forma quantitativa e a segunda, para os gerentes de contas, de forma qualitativa. A análise dos resultados das pesquisas mostrou que existe um conhecimento financeiro razoável, mas com lacunas que podem comprometer a gestão dos recursos dos jovens. Assim, foi sugerida a implantação de um projeto sobre educação financeira focada para o público jovem, com seminários e vídeos curtos divididos em etapas, para serem enviados via redes sociais. Pensando no jovem como o futuro da cooperativa, sugeriu-se que os colaboradores da agência participassem do projeto, para aproveitar a oportunidade e conquistar a confiança dos jovens na cooperativa.

Palavras-chave: Educação Financeira. Educação Financeira para Jovens. Nível de Educação Financeira. Finanças.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to identify the level of financial education of young membership in Uniprime Pioneira do Paraná, in the agency of Toledo, to assess whether it is necessary to implement a financial education project for young membership. The work is based on the concept of financial education and the importance of having this content as soon as possible so that young people can build a healthier lifestyle and your finances. In this way, understanding about the services and products of the financial market and the risks of each decision made. In order to measure the level of finances education, two surveys were applied, with young people, in a quantitative way and for account managers, in a qualitative way too. The analysis of the research results showed that there is a reasonable finances knowledge, but with gaps that can jeopardize the management of youth resources. Thus, it was suggested to implement a project on finances education focused on young membership, with short seminars and videos divided into stages to be sent via partner networks. Thinking of the young person as the future of the cooperative union, it was suggested that the agency's employees participate in the project, to seize the opportunity and gain the confidence of the young membership in the cooperative.

Keywords: Finances Education. Finances Education for Yuong Membership. Level of Finance Education. Finance.

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - SEGURANÇA EM RELAÇÃO AOS CONHECIMENTOS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS FINANCEIROS .....	17
GRÁFICO 2 – CONHECIMENTO SOBRE MOVIMENTAÇÃO DE CONTA CORRENTE .....	18
GRÁFICO 3 – CONHECIMENTO EM ADQUIRIR EMPRÉSTIMOS OU FINANCIAMENTOS .....	18
GRÁFICO 4 – CONHECIMENTO DO JOVEM EM RELAÇÃO A CONSÓRCIO .....	19
GRÁFICO 5 – CONHECIMENTO EM APLICAÇÕES FINANCEIRAS .....	19
GRÁFICO 6 – POSSUI PLANEJAMENTO DOS GASTOS CONFORME A RENDA	20
GRÁFICO 7 – OS JOVENS JÁ TIVERAM CONTATO COM EDUCAÇÃO FINANCEIRA .....	21
GRÁFICO 8 – PREFERÊNCIA DE ATENDIMENTO <i>ONLINE</i> OU NA COOPERATIVA .....	22

## LISTA DE TABELA

TABELA 1 – INFORMAÇÕES PESSOAIS.....	15
TABELA 2 – IDADE DOS ENTREVISTADOS .....	16
TABELA 3 – QUESTIONÁRIO SOBRE PRODUTOS .....	17
TABELA 4 – QUESTIONARIO SOBRE UTILIZAÇÃO DOS PRODUTOS .....	20

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
1.1 APRESENTAÇÃO .....	8
1.2 OBJETIVO GERAL .....	9
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	9
1.4 JUSTIFICATIVA DO OBJETIVO .....	10
<b>2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA</b> .....	<b>11</b>
2.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA .....	11
2.2 EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA JOVENS .....	12
2.3 FIDELIZAÇÃO .....	13
<b>3 DIAGNÓSTICO E DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA</b> .....	<b>13</b>
3.1 DESCRIÇÃO GERAL DA ORGANIZAÇÃO .....	14
3.2 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA.....	15
3.2.1 Pesquisa com os jovens cooperados.....	15
3.2.2 Pesquisa com gerentes de conta .....	23
<b>4 PROPOSTA TÉCNICA PARA SOLUÇÃO A SITUAÇÃO-PROBLEMA</b> .....	<b>25</b>
4.1 PROPOSTA TÉCNICA.....	26
4.1.1 Plano de implantação .....	26
4.1.2 Recursos .....	27
Recurso financeiro estimado por cooperado no valor de R\$ 120,00. ....	27
4.1.3 Resultados esperados.....	27
4.1.4 Riscos ou problemas esperados e medidas preventivas-corretivas .....	27
<b>5 CONCLUSÃO</b> .....	<b>28</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>30</b>

## 1 INTRODUÇÃO

### 1.1 APRESENTAÇÃO

A Uniprime Pioneira do Paraná é uma cooperativa de crédito, voltada para profissionais da área da saúde, que foi fundada em 15 de outubro 1996, por 20 sócios fundadores e com 2 colaboradores, com o nome de Unicred Pioneira do Paraná. Seu propósito desde o início até hoje é oferecer produtos e serviços de forma simples e vantajosa, com atendimento personalizado às necessidades dos profissionais da área da saúde. Por se tratar da primeira cooperativa do sistema a ser aberta no Paraná, recebeu o nome de “Pioneira”. Em 2012, passou a se chamar Uniprime Pioneira do Paraná. (Uniprime, 2019). Hoje a Cooperativa possui a Sede Administrativa e mais 9 agências, com 7.411 cooperados e 87 colaboradores.

A agência localizada em Toledo possui, 2230 cooperados, entre pessoas físicas e jurídicas, destes 71 são jovens. Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2019) jovens são aqueles que possuem idade de 15 a 24 anos e mais os cooperados entre 25 aos 28 anos. Este público começa a ter movimentação financeira independente ao entrarem no mercado de trabalho, geralmente entre 15 anos a 28 anos ou assim que terminam sua graduação ou especialização, passando a ter que tomar decisões financeiras sem muita experiência ou contato com educação financeira. Esta característica dificulta o entendimento do amplo leque de produtos e serviços disponíveis no mercado, causando por muitas vezes, decisões não tão assertivas e falta de planejamento financeiro.

O BACEN (2019) defende importância do conhecimento financeiro, por causa da grande oferta de produtos financeiros e sua complexidade. O difícil acesso a informações e a falta de conhecimento acabam dificultando a compreensão dos produtos, das oportunidades e riscos de cada decisão.

Pensando nesse público, que começa a ter movimentação financeira sem experiência ou contato com educação financeira, e, visualizando os jovens como futuro da cooperativa, quais serão responsáveis pelo contínuo crescimento da Uniprime, percebeu-se que a chegada do jovem até a cooperativa é de forma imatura, pela falta de informações e sendo que estes acabam não se beneficiando de todos os produtos e serviços, prejudicando-os também para que possam ter uma

vida financeira saudável. Ocasionalmente assim, a saída por insatisfação com a cooperativa. Desta forma, a melhoria da educação financeira dos jovens cooperados poderia contribuir para a fidelização na cooperativa?

## 1.2 OBJETIVO GERAL

Com o atendimento do dia a dia, da área de negócios assim como nos caixas, observou-se a dificuldade que os jovens cooperados tem na compreensão do universo financeiro. Pela falta de conhecimento e experiência, se torna mais difícil de fazer este público entender sobre produtos e serviços disponíveis, bem como a correta movimentação da conta. Também os deixam inseguros na tomada de decisões pela falta de compreensão, o que acabada dificultando uma negociação ou ainda, a não utilização de algum produto ou serviço pela insegurança do desconhecido.

Então o estudo sugerido é para avaliar o grau de educação financeira dos jovens e se a implantação de um projeto de educação financeira para jovens, proporcionando mais conhecimento para que possam avaliar e tomar suas decisões financeiras com segurança e instigá-los a realizar o planejamento financeiro.

O projeto tem a finalidade de contribuir com o conhecimento em educação financeira, para assim criar também um relacionamento de confiança e conhecer melhor o cooperado jovem a fim de contribuir para a futura fidelização na cooperativa.

## 1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para entender o grau de educação financeira foi realizada uma pesquisa com os jovens cooperados, com questões de múltipla escolha, sobre alguns conhecimentos de produtos e serviços.

Também foi realizada uma pesquisa com os gerentes de contas para comparar com o resultado da pesquisa dos jovens, a fim de identificar a realidade do dia a dia com o a visão dos jovens.

## 1.4 JUSTIFICATIVA DO OBJETIVO

Ao entender o grau de educação financeira dos jovens, podemos avaliar se estão preparados para entrar no mercado financeiro, preparando-os caso for necessário. A movimentação sem planejamento se torna ruim para os dois lados, pois o jovem acaba se tornando inadimplente, prejudicando além deles mesmos a cooperativa, já que a dívidas não são pagas.

Segundo pesquisas do Serviço de Proteção ao Crédito – Brasil (SPC Brasil) a inadimplência de jovens vem declinando desde 2010, chegando a janeiro com uma redução de 23,45%, porém a mesma pesquisa mostra que a maior concentração de dívida dos jovens está concentrada nos bancos, chegando a 45%, em seguida o comércio com 29%, depois o setor de comunicação com 14% e demais despesas como água e luz 1,8% (SPC, 2018).

A educação financeira é um direito de todos, mas ainda grande parte da população não tem esse contato. Segundo a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) (2005) a educação financeira deve ser promovida.

Essa construção de capacidade financeira, baseada em informação e instrução financeira adequada, deve ser promovida. A educação financeira deve ser oferecida de forma justa e imparcial. Os programas devem ser coordenados e desenvolvidos com eficiência.

A OCDE (2005) ainda defende a ideia de que as instituições financeiras devem desempenhar programas de educação financeira e que deve ser um processo contínuo.

Devem ser desenhados programas de educação financeira para atender as necessidades e o nível de alfabetização financeira do público alvo dos programas e que reflitam a forma como esse público alvo prefere receber informação financeira. A informação financeira deve ser vista como um processo contínuo, permanente e vitalício, especialmente a fim de capturar a maior sofisticação dos mercados, as necessidades variáveis em diferentes fases da vida e informações cada vez mais complexas.

Com o desenvolvimento do protejo, espera-se o aperfeiçoamento do planejamento financeiro e conhecimento dos produtos e serviços para que saibam sobre os riscos de cada decisão, com isso conquistar a confiança e fidelizá-los. Além

de contribuir com a sociedade, formando indivíduos mais conscientes financeiramente.

## **2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

Neste tópico será apresentada a revisão de bibliográfica que servirá de base para este trabalho.

### **2.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

A educação financeira é o processo de aprimorar o conhecimento, permitindo ao indivíduo melhorar suas habilidades financeiras, assim tomar decisões mais seguras, aperfeiçoando o gerenciamento de suas finanças. Quando isso acontece, o indivíduo se torna mais participativo no âmbito financeiro (SAITO; SAVOIA; SANTANA, 2007)

Segundo o Banco Central do Brasil (BACEN) (2019) educação financeira é uma maneira de levar a compreensão dos produtos financeiros, com informações e orientações claras, para que os indivíduos possam se tornar conscientes das oportunidades e dos riscos associados a elas, para que assim tomem decisões assertivas, tornando-se conscientes e comprometidos com o futuro.

Educação financeira é o processo de formação de consumidores e investidores financeiros, em que acontece a aprimoração do conhecimento dos produtos financeiros, desenvolvendo capacidade e compreensão financeira, para que se tornem indivíduos conscientes dos riscos e das oportunidades financeiras (OECD, 2005)

A educação financeira se tornou um complemento importante para melhorar o comportamento do indivíduo. A partir de 2010, o Brasil passou a promover a educação financeira, para capacitar o cidadão a fazer escolhas mais conscientes, assim, como o fortalecimento do mercado econômico, com o apoio da OCDE (OCDE, 2018)

Pode-se perceber a importância do tema, através da criação da Associação de Educação Financeira do Brasil (AEF – Brasil), qual defende a causa de que a educação financeira é importante para o sistema financeiro elevar a solidez no mercado, também para a qualidade de vida da sociedade brasileira. A AEF é

formada por quatro representantes do mercado financeiro, sendo elas: Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais (ANBIMA); Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (BM&FBOVESPA); Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNSeg), Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN). Estes representantes instituem a AEF-Brasil para que todo brasileiro tenha acesso a educação financeira e possam ter a oportunidade de tomar decisões financeiras saudáveis, fortalecendo assim a cidadania (AEF-BRASIL, 2019).

Também foi criado em parceria com órgãos e entidades governamentais e organizações da sociedade civil a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), para ajudar a população a tomar decisões mais conscientes em todo o Brasil (ENEF, 2019).

## 2.2 EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA JOVENS

Domingos (2015) defende a ideia de que já na infância as pessoas devem aprender a trabalhar com o dinheiro. Porém, a maioria dos adultos de hoje não tiveram contato com a formação de educação financeira.

A OCDE (2005) também defende que a educação financeira tem que começar desde cedo, “A educação financeira deve começar na escola. As pessoas devem ser educadas sobre questões financeiras o mais cedo possível em suas vidas”.

A AEF – Brasil desenvolveu projetos para o público jovem.

Por acreditar que a Educação Financeira contribui para a mudança da qualidade de vida de todos os envolvidos e se constitui em “uma estratégia fundamental para ajudar as pessoas a realizar seus sonhos individuais e coletivos”, tornou-se imprescindível pensar em atividades e metodologias pedagógicas que tivessem também alinhados ao conteúdo formal de educação financeira do currículo dos nove anos do Ensino Fundamental do país. (AEF – Brasil, 2019)

Os projetos atingem alunos do ensino fundamental e médio, por acreditar na contribuição positiva que a educação financeira pode oferecer aos indivíduos.

Segundo a ENEF, a educação financeira ajuda os jovens a enfrentar desafios do dia a dia assim como realizar seus sonhos.

A juventude corresponde ao ciclo de vida em que as escolhas são decisivas, novos projetos e novos hábitos estão em fase de construção e as decisões podem determinar não apenas o futuro dos jovens como da economia do país. Essas escolhas são feitas com base em valores, atitudes e preferências. Por isso, a viabilização de um programa de Educação Financeira voltado aos jovens das escolas de Ensino Médio se constitui numa estratégia fundamental para ajuda-los a enfrentar seus desafios cotidianos e a realizar seus sonhos individuais e coletivos (ENEF, 2019)

A ENEF diz que “Ser uma pessoa financeiramente educada significa muito mais do que dominar conceitos complexos, como juros, inflações e orçamentos; significa ter comportamentos que permitam levar a vida de modo financeiramente saudável” (ENEF, 2019)

Conforme exposto, a educação financeira deve começar desde cedo da vida do indivíduo, para aprender lidar com dinheiro, entender sobre o mercado financeiro e construir uma boa qualidade de vida.

### 2.3 FIDELIZAÇÃO

Fidelização são as ações que a empresa desempenha, para que os clientes continuem prestigiando a marca por um longo prazo, onde eles consomem preferencialmente os produtos e ainda recomendam a outras pessoas. (LOVELOCK E WRIGHT, 2002).

Fidelização “é o processo pelo qual um cliente se torna fiel, isto é, aquele cliente que sempre volta à empresa por estar satisfeito com os produtos ou serviços oferecidos”. (BOGMANN, 2002, p.21),

Para fidelização, o importante é encantar o cliente, construir um elo emocional, gerando confiança e deve fazer parte da cultura da empresa, já que é processo é de longo prazo. (KOTLER, 2009 p. 96).

A busca da fidelização é o conjunto de ações que busca a confiança, prestígio e a preferência da marca, o consumo repetitivo e também indicação para outras pessoas.

## 3 DIAGNÓSTICO E DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

Neste tópico serão apresentadas as pesquisas do projeto em relação ao nível de educação financeira dos jovens cooperados e o comportamento deles avaliados pelos seus gerentes de contas.

A situação-problema é a dificuldade de gerir a conta pela falta de conhecimento para tomar as corretas decisões em relação aos produtos e serviços.

### 3.1 DESCRIÇÃO GERAL DA ORGANIZAÇÃO

Esta pesquisa é sobre o tema educação financeira para jovens entre 15 a 28 anos e foi realizada na cooperativa de crédito, Uniprime Pioneira do Paraná, na agência situada na cidade de Toledo, com intuito de entender quanto de conhecimento sobre produtos e serviços financeiro o jovem possui, também foi perguntado sobre o planejamento financeiro e se estes já tiveram contato com educação financeira.

A agência de Toledo possui 2.230 cooperados, sendo pessoas físicas e jurídicas. O foco da pesquisa é ser aplicada na população jovem, sendo que a agência possui 71 contas correntes abertas até janeiro de 2019, para este público alvo, ou seja, indivíduos com idade entre 15 a 28 anos.

A agência possui 14 colaboradores, nas funções de recepcionista, caixas, tesoureiro, gerentes de negócios, assistentes de negócios, gerente de agência e administrativo. A área comercial possui três gerentes de negócios e três assistentes de negócios, totalizando em seis atendentes, que possuem contato direto com os jovens cooperados e suas movimentações. Devido ao aumento na admissão de cooperados, houve uma expansão do quadro de colaboradores em abril de 2019, aumentando de cinco para seis atendentes de negócio.

A Uniprime tem disponível um leque com diversos produtos e serviços, no qual todo cooperado tem acesso. É referente a esses produtos e serviços, que conforme discutido na revisão de bibliografia, os jovens por falta de conhecimento e inexperiência, tomam decisões divergentes com sua realidade ou ainda fora do seu planejamento financeiro, sem entender a fundo os riscos de cada produto ou serviço. Os assistentes e gerentes de negócios fazem a análise do que se enquadra com a realidade de cada cooperado, baseada nas informações obtidas com próprios cooperados e algumas ferramentas, como por exemplo, consultas a restrições, ao

Serviço de Proteção ao Crédito Brasil (SPC Brasil) e ao sistema financeiro através do Banco Central do Brasil (BACEN).

A Uniprime Pioneira do Paraná tem em seu leque produtos e serviços como, conta corrente, conta aplicação, investimentos em previdência, capitalização, débitos em conta, recebimentos de títulos, envio de valores através de transferências bancárias, consórcios, empréstimos, financiamentos, seguros de diversos ramos, cartão de débito e crédito, aplicativo para acompanhar a conta *online*.

### 3.2 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

As pesquisas foram realizadas com dois grupos e de formas diferentes. Aos jovens cooperados a mesma foi disparada de forma *online*, com perguntas de múltipla escolha. Na primeira parte, havia perguntas sobre dados pessoais como, estado civil, escolaridade, renda, fonte de renda, após foi questionado sobre alguns produtos, que no dia a dia, observa-se pouco contato e sobre cartão de crédito, que é o produto mais utilizado, solicitado já na abertura da conta. Para finalizar a pesquisa foi perguntado se os jovens já tiveram contato com a educação financeira.

A segunda pesquisa foi realizada com os gerentes de conta, em forma de entrevista aberta para que pudessem dar a opinião em relação ao conhecimento dos jovens sobre o universo financeiro.

#### 3.2.1 Pesquisa com os jovens cooperados.

Para a pesquisa com os jovens foram disparados *links* via WhatsApp, utilizando o Formulário Google para elaboração da pesquisa, para 50 cooperados entre 15 a 28 anos, tendo retorno de 25 respostas. A partir das respostas, os resultados foram tabuladas em tabelas e gráficos.

A Tabela 01 apresenta as informações referentes a sexo, estado civil, renda, fonte de renda e nível de escolaridade.

TABELA 1 – INFORMAÇÕES PESSOAIS

Sexo	64% feminino		36% masculino	
Estado civil	80% solteiro	8% casado	12% separado	
Qual sua faixa de renda	28% até um salário	40 % de um a dois salários	24% de dois a três salários	8% mais de três salários

Qual sua principal fonte de renda	68% Recursos próprios		32% Renda proveniente da família	
Nível de escolaridade	24% segundo grau incompleto	28% segundo grau completo	16% superior incompleto	32% superior completo

FONTE: O autor (2019)

A pesquisa obteve 64% das respostas de mulheres e 36% de homens, sendo 80% solteiros, 12% responderam outros e 8% casados. Quanto à renda, 40% dos entrevistados recebem de até 2 salários mínimos, 28% recebem até 1 salário mínimo, 24% recebem até 3 salários mínimos e apenas 8% mais que 3 salários. Sobre a fonte de renda, 68% possuem renda própria com trabalho formal e 32% possuem renda oriunda da família. Destes jovens, 32% possuem superior completo, 28% segundo grau completo, 24% segundo grau incompleto e 16% superior incompleto.

A Tabela 02 demonstra a idade dos entrevistados que responderam à pesquisa, com a maior porcentagem, 24% foram cooperados de 18 anos, depois com 20% cooperados com 28 anos, em seguida com 12% jovens cooperados com 26 anos, depois com 8% cooperados com 19, 21, 22 e 24 anos e com 4% cooperados com 15, 17 e 27 anos.

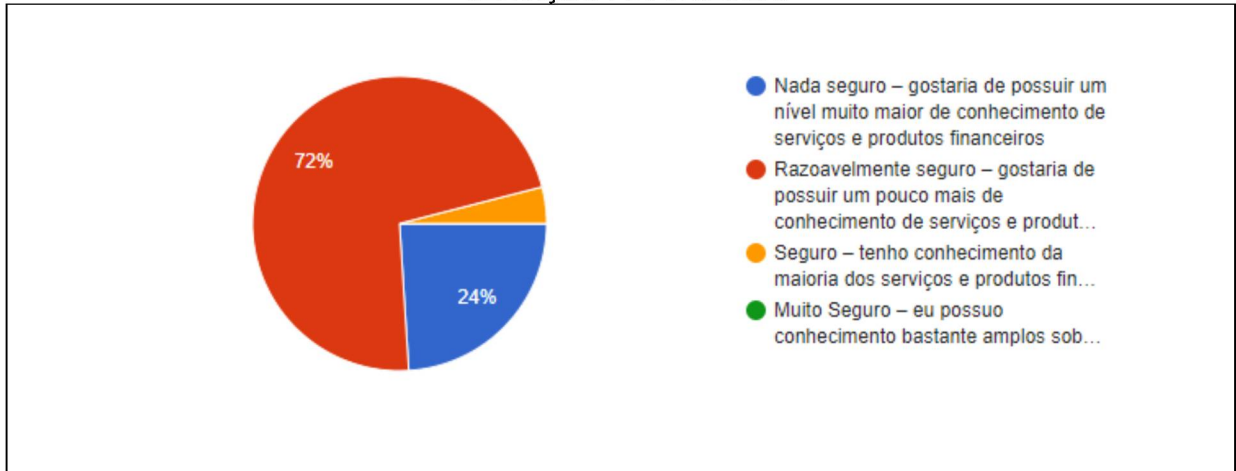
TABELA 2 – IDADE DOS ENTREVISTADOS

Idade	4% - 15 anos	4% - 17 anos	24% - 18 anos	8% - 19 anos	8% - 21 anos	8% - 22 anos	8% - 24 anos	12% - 26 anos	4% - 27 anos	20% - 28 anos
-------	--------------	--------------	---------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------	--------------	---------------

FONTE: O autor (2019)

O Gráfico 01, apresenta que a maioria dos entrevistados gostaria de possuir mais conhecimentos, os jovens cooperados estão com pouco conhecimento quando se trata de produtos e serviços financeiros.

GRÁFICO 1 - SEGURANÇA EM RELAÇÃO AOS CONHECIMENTOS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS FINANCEIROS



FONTE: O autor (2019).

Quando perguntados se se sentem seguros em relação ao seu conhecimento para tomar decisões sobre os serviços e produtos financeiros, responderam entre as quatro opções, nada seguro – gostaria de possuir um nível muito maior de conhecimento de produtos e serviços financeiros – 24%, razoavelmente seguro – gostaria de possuir um pouco mais de conhecimento de serviços e produtos financeiros – 72%, Seguro – tenho conhecimento da maioria dos serviços e produtos financeiros – apenas 4% e a opção bastante seguro – eu possuo conhecimento bastante amplo sobre serviços e produtos financeiros, não teve resposta.

Foi questionado sobre produtos que os jovens cooperados tem à disposição para adquirir na agência, pode-se observar na Tabela 3 que a opção em que o jovem possui todo o conhecimento é uma porcentagem bem menor.

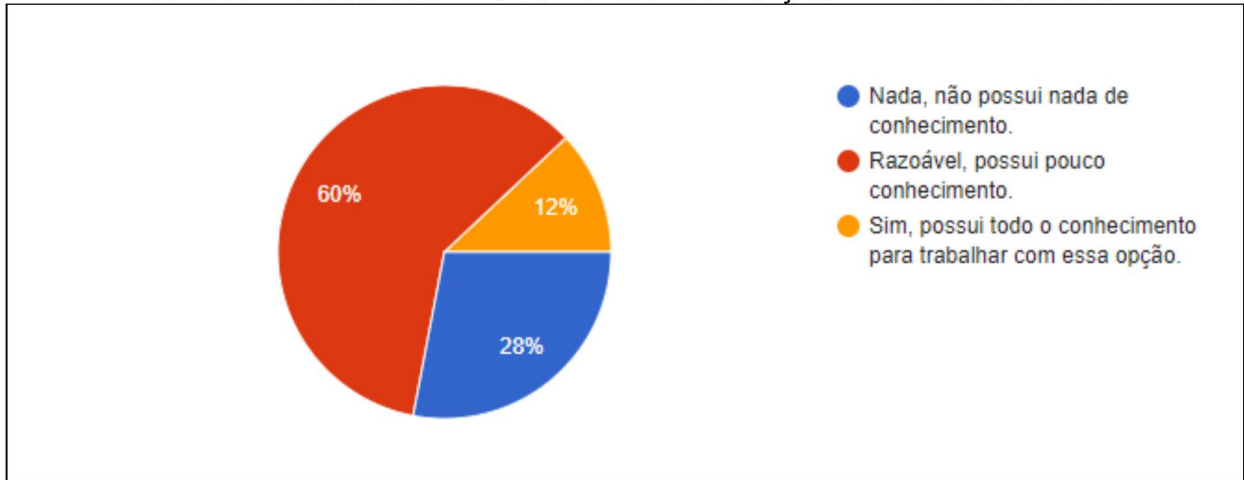
TABELA 3 – QUESTIONÁRIO SOBRE PRODUTOS

Descrição da questão	Nada, não possui conhecimento	Razoável, possui pouco conhecimento	Sim, possui todo o conhecimento
Você possui conhecimento para a correta movimentação de conta corrente, para que não precise pagar juros ou taxas desnecessárias, por exceder a conta?	28%	60%	12%
Tem conhecimento para adquirir empréstimos ou financiamentos?	24%	48%	28%
Possui conhecimento para adquirir consórcio?	32%	48%	20%
Tem conhecimento para trabalhar com investimentos em aplicações financeiras?	60%	28%	12%

FONTE: O autor (2019)

Quando questionados se possuem conhecimentos para correta movimentação de conta corrente, para que não precise pagar juros ou taxas desnecessárias, por exceder a conta, a maioria também respondeu que possui pouco conhecimento, chegando a 60% dos jovens, como pode-se observar no Gráfico 2.

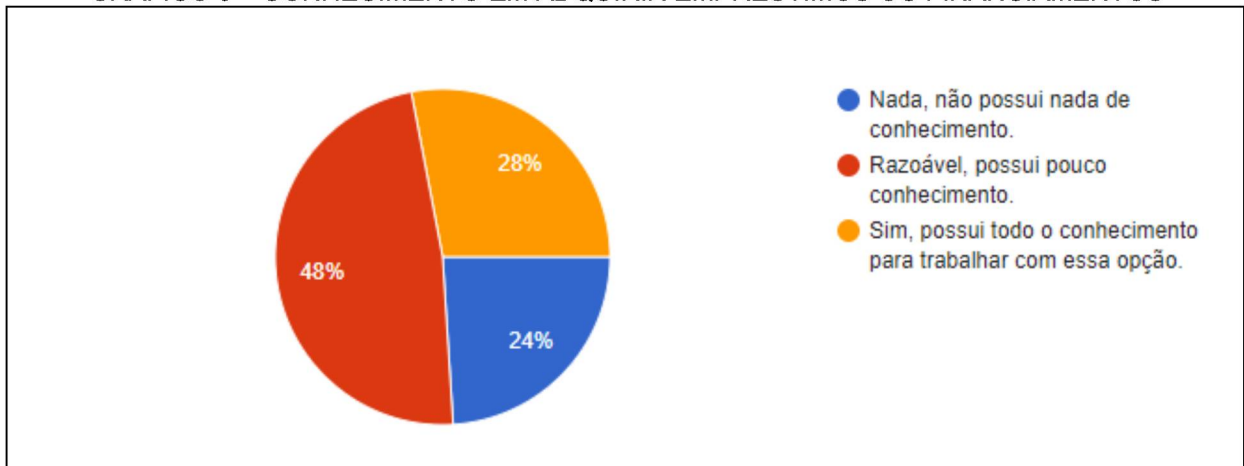
GRÁFICO 2 – CONHECIMENTO SOBRE MOVIMENTAÇÃO DE CONTA CORRENTE



FONTE: O autor (2019).

Na sequência foi questionado a respeito do conhecimento referente a alguns produtos e serviços que estão à disposição dos jovens ao abrir a conta. No Gráfico 3, estão dispostas informações sobre a pergunta referente aos conhecimentos para adquirir empréstimos ou financiamentos. A maior parte dos cooperados possui pouco conhecimento.

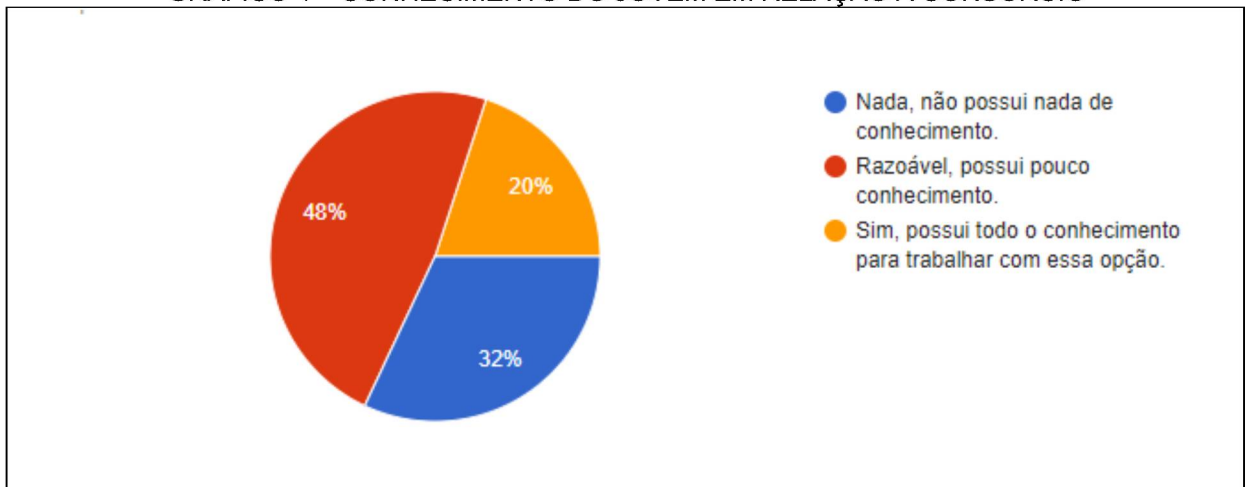
GRÁFICO 3 – CONHECIMENTO EM ADQUIRIR EMPRÉSTIMOS OU FINANCIAMENTOS



FONTE: O autor (2019).

No Gráfico 4 está esboçado se o jovem possui conhecimento sobre consórcio, seguindo as respostas anteriores, em que 48% dos jovens possui conhecimento razoável. O consórcio é um produto que ajuda na aquisição de bens e que possui menos juros, um produto importante para os jovens que possuem planos no longo prazo para aquisição de patrimônio, também se faz necessário que eles tenham mais informações conforme resultado da pesquisa.

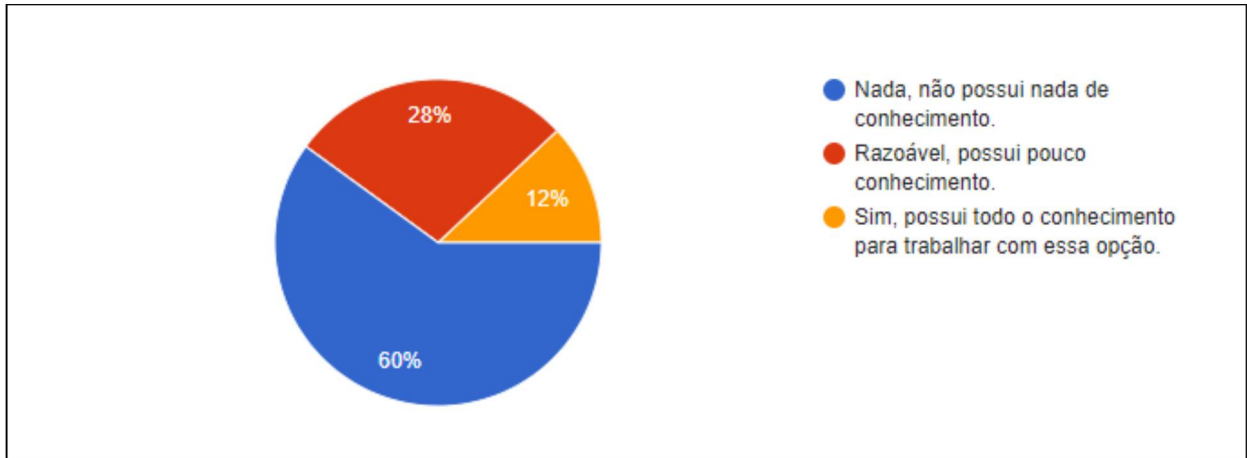
GRÁFICO 4 – CONHECIMENTO DO JOVEM EM RELAÇÃO A CONSÓRCIO



FONTE: O autor (2019).

Ainda sobre produtos, na Uniprime ao abrir a conta, o cooperado tem vinculado a ela a aplicação, investimentos em Recibo de Deposito Cooperativo (RDC), por este motivo foram questionados sobre conhecimento em trabalhar com investimentos em aplicações financeiras. Diferente da maioria das respostas anteriores, em que na maior parte os jovens vêm mostrando conhecimento razoável, esta teve 60% das respostas para a opção não possuir nada de conhecimento. Os jovens cooperados não têm nada de conhecimento na maioria, em um produto utilizado para poupar e fazer o dinheiro render, refletindo a esse respeito, observou-se que grande parte dos jovens ainda não pensam em guardar dinheiro para futuro ou em planejamentos no longo prazo, qual é necessário foco para alcançar os objetivos. Um produto financeiro que está muito limitado de conhecimento por parte dos jovens cooperados.

GRÁFICO 5 – CONHECIMENTO EM APLICAÇÕES FINANCEIRAS



FONTE: O autor (2019).

A Tabela 4 mostra as perguntas a respeito de planejamento financeiro, planejamento da utilização de produtos e se conseguem identificar juros e multas que ocorrem nas operações de crédito.

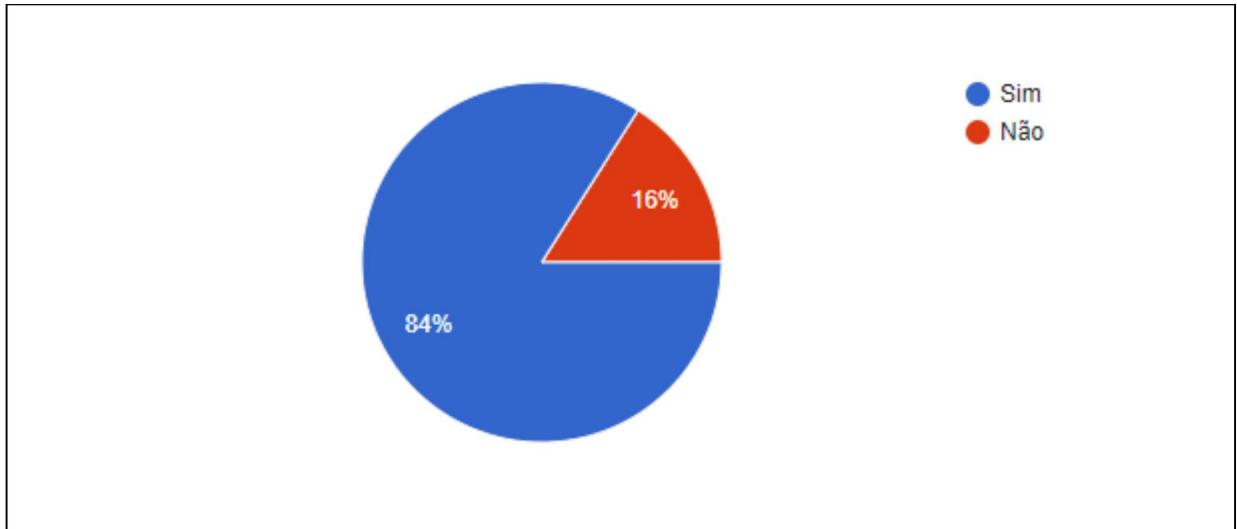
TABELA 4 – QUESTIONARIO SOBRE UTILIZAÇÃO DOS PRODUTOS

Descrição da questão	Sim	Não
Costuma fazer planejamento dos seus gastos mensais, para ter total controle de suas finanças?	68%	32%
Consegue identificar os custos que paga ao comprar um produto no crédito? (ex. juros embutidos)	52%	48%
Você paga integralmente à fatura de cartão de crédito afim de não pagar juros e multa?	88%	12%
Planeja os gastos do cartão conforme sua renda, tendo capacidade do pagamento total no vencimento da fatura?	84%	16%

FONTE: O autor (2019)

Também foram questionados se costumam fazer planejamento dos seus gastos mensais, para ter total controle de suas finanças, positivamente obtivemos 68% de respostas, fazem planejamento, mas ainda se tem 32% que não realizam planejamento de seus gastos.

GRÁFICO 6 – POSSUI PLANEJAMENTO DOS GASTOS CONFORME A RENDA



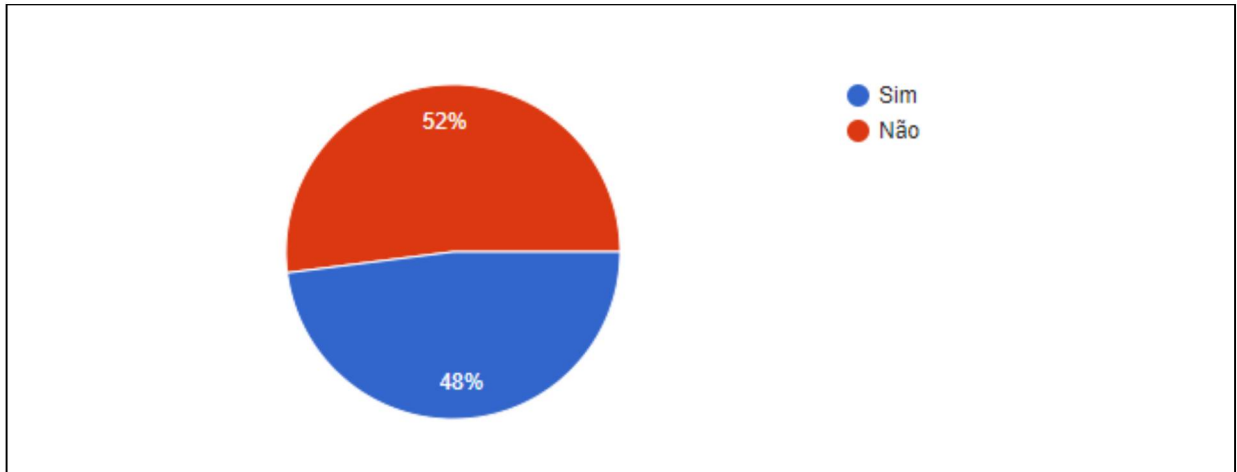
FONTE: O autor (2019).

Em relação à capacidade de identificar os custos, como por exemplo, os juros, ao comprar produtos no crédito, pouco mais da metade com 52% responderem que sim, conseguem identificar e 48% responderam que não conseguem identificar.

O cartão de crédito é o produto mais procurado já na abertura de conta, observou-se resultados positivos nos questionários, assim, os jovens estão bem informados, segundo as respostas. Quando questionados se planejam os gastos do cartão conforme a renda, tendo capacidade de pagamento total da fatura, 84% responderem que sim, fazem o planejamento e apenas 16% não planejam seus gastos. Confirmado esse resultado, quando questionados se pagam a futura total do cartão a fim de não pagar multas e juros, 88% responderam que sim, pagam o valor da fatura total e 12% não pagam integralmente a fatura. Quanto ao cartão de crédito, os jovens estão bem informados sobre a utilização consciente do produto, já que mais da metade dos jovens possuem planejamento financeiro.

Finalizando o questionário foi perguntando se já tiveram contato com educação financeira, 52% responderam que não tiveram contato e 48% responderam que sim, já tiveram contato.

GRÁFICO 7 – JOVENS QUE JÁ TIVERAM CONTATO COM EDUCAÇÃO FINANCEIRA

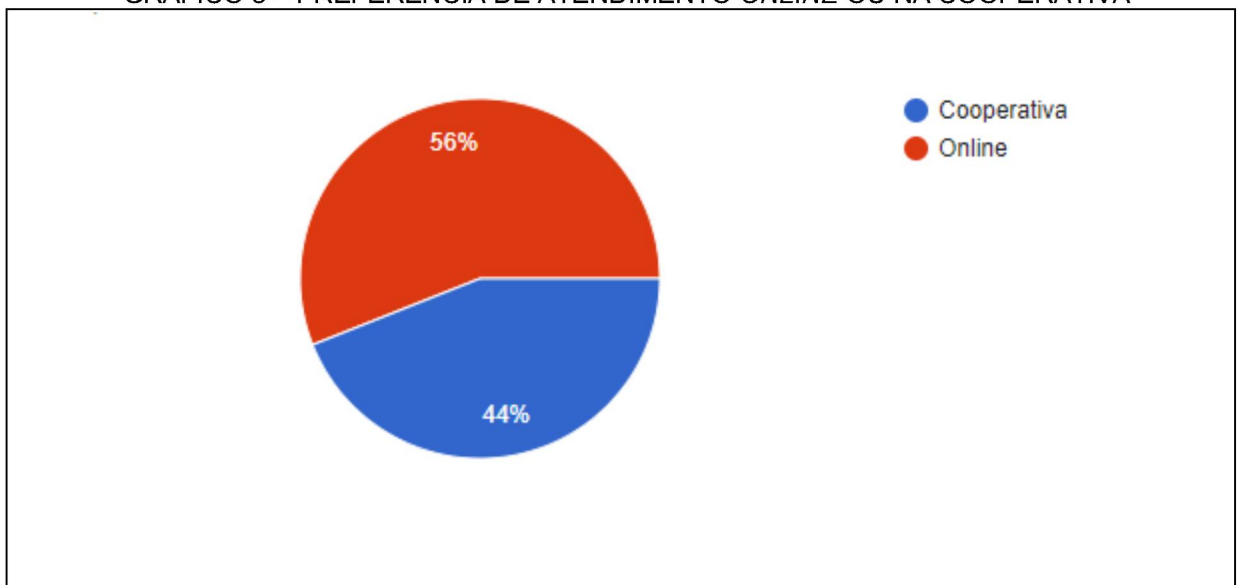


FONTE: O autor (2019).

Foi questionado aos jovens se eles possuem o conhecimento da diferença entre cooperativa ou banco, já que optaram em abrir suas contas em uma cooperativa. E a maioria, 68% responderam que sim, sabem da diferença entre cooperativa e banco e 32% responderam que não sabem da diferença.

E para finalizar a pesquisa, como intuito de identificar qual o melhor meio de comunicação para chegar até os jovens, foi questionado como os jovens preferem resolver suas vidas financeiras, indo até a cooperativa ou resolver tudo de forma *online*. Pouco mais da metade, 56% prefere resolver tudo *online*, conforme observado no Gráfico 8.

GRÁFICO 8 – PREFERÊNCIA DE ATENDIMENTO *ONLINE* OU NA COOPERATIVA



FONTE: O autor (2019).

Com os resultados foi possível verificar que os jovens na maioria, declaram que possuem pouco conhecimento sobre os produtos e serviços financeiro. Ao serem questionados se já tiveram contato com educação financeira, mais da metade responderam que não, ou seja, o que sabem sobre o universo financeiro vem de casa, das experiências vividas com os pais.

Apesar de declararem que fazem planejamento financeiro ainda se tem 32% que não realizam esse planejamento. Também podemos refletir na questão da aplicação, se os jovens não estão buscarem opções de como guardar seu dinheiro, ou não estão planejando em fazer reservas para o futuro, procurando como fazer seu dinheiro render, já que existe grande desconhecimento em aplicações financeira, 60% dos jovens.

### 3.2.2 Pesquisa com gerentes de conta.

A pesquisa com os gerentes de conta foi realizada de forma qualitativa, em entrevista, com apenas uma questão aberta, deixando-os livres para expressar a opinião em relação a movimentação dos jovens, observados no dia a dia.

Foi feita a seguinte pergunta: Em sua opinião, como gerente de conta, os jovens cooperados possuem conhecimento para tomar decisões nas escolhas de produtos e serviços financeiros, assim como uma correta movimentação de conta corrente e planejamento de suas finanças, para que tenham uma vida financeira saudável?

O primeiro entrevistado diz que:

[...] os jovens têm um conhecimento bem amplo de todas as opções hoje existentes no mercado, eles têm mais acesso às informações, assim eles têm mais comparações, porém entendo que está mudando um pouco a mentalidade deles, eles não estão mais buscando a formação de patrimônio, eles estão em busca sim, de independência financeira porém com expectativa de terem mais lazer, de conhecerem mais outros lugares, de aproveitarem mais a vida do que os mais antigos, então para o futuro acho que cada vez mais vai acontecer isso, tendo uma mudança de cultura, em que patrimônio não é tão importante como antigamente. Então, os jovens têm sim o conhecimento, porém com outra mentalidade na questão de movimentação financeira, as vezes eles preferem estarem apertados e aproveitarem do que estarem folgados e com dinheiro no banco e não terem opção de lazer.

Segundo este entrevistado, os jovens possuem conhecimento financeiro, mas que a mentalidade deles está mudando, buscando o lazer em vez movimentação com folga financeira, ou seja, dinheiro guardado. Explicando assim, a falta de conhecimento para produtos de investimentos como aplicação financeira, por outro lado, dominam o conhecimento em cartão de crédito, por ser um produto que tem poder de compra imediata. Analisando a entrevista, os jovens têm a informação, porém, estão com outras prioridades e não necessitam buscar mais conhecimento.

Segue a resposta do segundo gerente entrevistado:

Na minha opinião não tem conhecimento suficiente para poder ter uma vida financeira saudável, por exemplo, o público que nós atendemos na maioria é de classe média e alta, então os pais controlam o financeiro da casa, também por exemplo, quando o filho sai de casa para estudar fora, ele ainda tem o auxílio dos pais, onde os próprios pais cuidam da conta do filho ou o filho não tem sua uma conta própria, então o filho não tem noção de como é ter uma conta em uma instituição financeira, como é trabalhar com um cartão de crédito, porque não teve uma necessidade de correr atrás disso, porque os pais desde muito cedo já cuidaram por eles, então hoje quando a pessoa abre a conta, muitas vezes, a gente tem que ligar pra informar quando debita o capital, porque eles não entendem, ligar quando debita o cartão, explicar que se não depositar no dia tem juros e multa, explicar data de corte de cartão, limite, então há uma grande falta de conhecimento com relação ao mercado financeiro, hoje por exemplo, as vezes ele não tem consciência que precisa manter o depósito em conta para pagar a fatura e a fatura debita e acaba ficando inadimplente. Na conta corrente não entende o que é um juro de cheque especial, então são coisas que eles não precisam ir atrás e por isso eles não tem conhecimento.

Já a visão da segunda entrevistada, os jovens que são nosso público, não têm informações sobre a correta movimentação, pois nunca precisaram entender o mercado financeiro. Então, quando começam a vida financeira de forma independente, mostram que existe a falta de informações referente à educação financeira.

A terceira e última gerente entrevista diz que:

[...] a maioria dos cooperados que abrem a conta nessa faixa etária, normalmente vem acompanhado dos pais ou se é estudante vem abrir a conta para receber valores que os pais creditam mas referente aos produtos e serviços normalmente eles não possuem ainda conhecimento, muitos deles já possuem alguma previdência ou algum benefício em relação aos pais já tem feito, mas por conhecimento própria em chegar e querer adquirir um produto é bem mais raro, são pouquíssimos, então eu acredito que falta sim, bastante conhecimento da parte deles nesses produtos também em relação a movimentação da conta.

A última entrevistada tem o mesmo ponto de vista da segunda gerente, no qual os pais acabam cuidando mais da parte financeira e quando os jovens chegam até cooperativa eles estão necessitados de informações financeiras, para que consigam manter a correta movimentação e aquisição de produtos.

Outro ponto de vista, em relação ao primeiro gerente entrevistado é que os jovens estão mais preocupados ou mais dispostos em ter lazer do que formar patrimônio, ter reservas financeiras, isso pode ser explicado pelo resultado da pesquisa sobre a aplicação, em que 60% não tem nada de conhecimento, mas por outro lado estão bem informados quanto a utilização do cartão de crédito, que é um meio de compras, de consumo, aceito em todo o mundo.

Analisando as duas pesquisas, tanto com os jovens como com os gerentes de conta, observa-se que existe pouco conhecimento sobre os produtos e serviços financeiros, com exceção do cartão de crédito, enquanto para os outros produtos mais da metade dos jovens responderam que possuem pouco conhecimento. A maioria dos jovens realiza planejamento financeiro, mas ainda há 32% que não fazem o mesmo. Quando questionado se já tiveram contato com educação financeira, mais da metade dos entrevistados jovens, 52% responderem que não tiveram contato.

A entrevista dos gerentes na maior parte relata que os jovens têm sim, dificuldades de entender os produtos e serviços financeiros, entender como é a correta movimentação da conta, como funciona os débitos e juros cobrados. Existe pela falta de experiência e contato com educação financeira, a dificuldade em se fazerem a entender pelos jovens cooperados, assim como há a dificuldade dos jovens em gerir de forma correta a movimentação bancária.

Identificando assim, que existe pouco conhecimento sobre educação financeira da parte dos jovens cooperados, para que possam movimentar corretamente a conta corrente e tomar decisões com segurança, sobre a utilização de produtos e serviços.

#### **4 PROPOSTA TÉCNICA PARA SOLUÇÃO A SITUAÇÃO-PROBLEMA**

Na proposta técnica serão apresentadas sugestões de soluções para a situação-problemas, baseado na revisão bibliográfica e na análise da pesquisa.

## 4.1 PROPOSTA TÉCNICA

Com a pesquisa foi possível identificar duas situações: a primeira em relação a educação financeira, qual mais da metade não tiveram contato, exceto a que vivenciaram dentro de casa com educação financeira e que possuem conhecimento razoável sobre o universo financeiro. E a segunda em que as mentalidades dos jovens estão mudando em relação a reservas financeiras futuras.

Com isso, sugere-se um projeto para atingir os jovens, sobre a educação financeira, conforme a revisão bibliográfica, o projeto deve contribuir no aprendizado sobre produtos, serviços financeiros e planejamento de finanças, conscientizando também para que pensem no futuro, na questão de reservas financeiras.

Pelo resultado da pesquisa, em que pouco mais da metade prefere resolver tudo *online*, pode se pensar em duas maneiras de atingir os jovens, sendo de forma virtual ou de forma presencial.

De forma virtual, desenvolvendo pequenos vídeos para serem disparados via redes sociais, dividindo o assunto em etapas, para que o vídeo seja assistido até o final, sobre cada produto e serviço financeiro, além de como conseguir uma correta movimentação da conta e incentivar o planejamento financeiro.

A forma presencial consiste em realizar um seminário voltado apenas para os jovens de forma contínua proporcionando um ambiente mais jovial. Sugere-se a participação dos colaboradores da agência, recebendo os jovens e acompanhando-os durante as palestras, para conhecer e criar relacionamento com o cooperado jovem e a partir dessas iniciativas, buscando a confiança dos mesmos e fidelizá-los na cooperativa.

O seminário deve abranger assuntos sobre conhecimentos dos produtos e serviços financeiros, assim como os vídeos via WhatsApp, deve falar sobre a correta movimentação da conta, sobre planejamento financeiro, deve abrir espaço para sanar dúvidas, com os palestrantes e os próprios colaboradores da agência.

### 4.1.1 Plano de implantação

A implantação seria através do suporte realizado pela sede da Uniprime, com os responsáveis de realização de eventos, com o *marketing* e com os

colaboradores da agência, para divulgar e disparar as informações, fazendo chegar o convite e os vídeos até aos jovens.

#### 4.1.2 Recursos

Os recursos necessários seriam de pessoal, ou seja, os colaboradores da agência, os colaboradores da sede na parte de eventos e *marketing*, financeiro com impressão de matérias para ajudar na divulgação e até mesmo para usar nos seminários, locação de local, custos com comida e bebida, custos para tornar o ambiente mais jovial, com uma decoração mais descontraída, uma banda para encerrar o evento com uma comemoração, proporcionando até maior interação entre os cooperados e colaboradores, contratação de palestrante caso necessário, uma vez que os próprios assessores comerciais da sede podem ministrar as palestras, já que eles têm muito conhecimento para transmitir, sobre produtos e serviços, assim como um assessor especializado em investimentos.

Recurso financeiro estimado por cooperado no valor de R\$ 120,00.

#### 4.1.3 Resultados esperados

O resultado esperado é acrescentar mais conhecimento para os jovens para que possam ter mais segurança na movimentação financeira e estimular o planejamento financeiro. Também conquistar a confiança para fidelizá-los à cooperativa, usando cada vez mais os produtos e serviços em vez de buscar em outras instituições, aumentando a participação deles nos eventos organizados pela Uniprime.

Pode usar ferramentas como a régua de saturação da Uniprime, qual mostra os produtos utilizados por cada cooperado, para verificar se este está tendo o aumento na utilização de produtos.

Verificar através de relatórios mensais se os cooperados jovens estão com a conta negativa. Comparar os eventos realizados através da presença se está aumento a participação dos jovens nos eventos da cooperativa.

#### 4.1.4 Riscos ou problemas esperados e medidas preventivas-corretivas

O que pode vir a acontecer é a não participação dos jovens nos eventos e não importância dos vídeos educacionais, quais os jovens podem não assistir, ou ainda, não agradar os jovens com a forma que foi feito o seminário, causando pouca participação dos próximos anos ou próximos seminários a serem realizados.

Deve-se acompanhar a implantação do projeto, realizando pesquisa de satisfação para entender se está agradando ou se algo precisa ser mudando no projeto, ou na forma de transmitir a educação financeira.

## **5 CONCLUSÃO**

Este trabalho propôs entender o grau de educação financeira dos jovens cooperados e se era necessário desenvolver projetos de educação financeira para os jovens terem melhores decisões, estimulando o planejamento financeiro e com isso desenvolver uma vida financeira saudável.

Pensando no jovem como futuro da Uniprime, este trabalho visa aproveitar a oportunidade do projeto com o público jovem para conquistar a confiança deles e fidelizá-los na cooperativa.

A movimentação financeira saudável é boa para a vida do cooperado e para a própria cooperativa, ter contas saudáveis, ou seja, cooperados que além de fiéis a cooperativa também honre com os compromissos, deixando a cooperativa cada vez mais forte financeiramente, já que os cooperados também têm vantagens financeiras, na participação na distribuição de sobras.

Com o projeto além dos quesitos mencionados acima, a Uniprime participa na contribuição da expansão do conhecimento financeiro na sociedade fortalecendo a economia como mencionado na revisão bibliográfica.

A pesquisa realizada com os jovens e com os gerentes de negócios mostrou que eles possuem um conhecimento limitado sobre produtos e serviços financeiros, no qual necessitam de mais informações.

Conclui-se então que é viável a implantação de um projeto para atingir os jovens cooperados da Uniprime Pioneira do Paraná, para torná-los mais seguros nas decisões financeiras, entendendo o risco de cada decisão, contribuindo com o conhecimento do universo financeiro, para elevar o razoável conhecimento, para total conhecimento e compreensão sobre o complexo leque de produtos e serviços financeiros disponíveis no mercado. Desta forma os jovens poderão estar com a

suas vidas financeiras saudáveis e realizando todos os seus sonhos e planos.

## REFERÊNCIAS

**ASSOCIAÇÃO DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA DO BRASIL (AEF – BRASIL).**

Disponível em: <http://www.aefbrasil.org.br/>. Acesso em 13 de fev. 2019.

**BANCO CENTRAL DO BRASIL (BACEN). O Banco Central e a Educação Financeira.** Disponível em:

<<https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/legado?url=https:%2F%2Fwww.bcb.gov.br%2Fpre%2Fbcuniversidade%2Fintroducaoef.asp>>. Acesso em: 13 de fev. de 2019.

BOGMANN, Itzhak Meier. Marketing de relacionamento-estratégias de fidelização e suas implicações financeiras. São Paulo: Livraria Nobel, 2002.

DOMINGOS, R. **Mesada não é só dinheiro.** São Paulo: Dsop, 2015.

Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). Disponível em:

<<http://www.vidaedinheiro.gov.br/ensino-medio-apresentacao/>>. Acesso em: 28 de abr. 2019.

KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI. Ediuoro. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.

LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. Serviços: Marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.

SAITO, A.T.; SAVOIA, J.R.F.; SANTANA, F. A. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **Revista de Administração Pública.** Rio de Janeiro, v.41, n. 6, p. 1121, 2007.

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO – BRASIL (SPC BRASIL), **Indicadores Econômicos SPC Brasil e CNDL: Inadimplência dos jovens (18 os 24 anos).** 2018.

Disponível em: <file:///C:/Users/ritzel/Downloads/An%C3%A1lise-Inadimpl%C3%Aancia-PF--Jovens.pdf>. Acesso em: 27 abril 2019.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Trabalhando com o Brasil.** 2018. Disponível em:

<http://www.oecd.org/latin-america/Active-with-Brazil-Port.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2019.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Recomendações sobre os Princípios e as Boas Práticas de Educação e Conscientização Financeira**. 2005. Disponível em: <[http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/\[PT\]%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf](http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/[PT]%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf)>. Acesso em: 13 fev. 2019.

UNIPRIME PRIONEIRA DO PARANÁ. **Conheça a Cooperativa**. Disponível em: <<https://www.uniprimepioneirapr.com.br/cooperativa/historico>>. Acesso em 23 abr. 2019.