

Metodologia SOFt: a busca pela alfabetização financeira no Brasil

ALFREDO LUIS COLI JUNIOR

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC)

TAMARA MOREIRA ALVES DA ROCHA

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

BRUNO VINICIUS ROCHA

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

FELIPE CAMPEDELLI MELCHERT

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

JOSÉ CARLOS DE SOUZA SANTOS

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

Metodologia SOFt: a busca pela alfabetização financeira no Brasil

INTRODUÇÃO

A complexidade que envolve os assuntos econômicos tem crescido à medida em que se observa a consolidação e dilatação do capitalismo mundial. Segundo Savoia *et al* (2007) é necessário que os membros tomadores de decisão dentro do ambiente econômico da sociedade sejam mais conscientes a respeito de suas finanças, sobretudo no que tange ao futuro. Isso porque, pelas teorias e práticas neoliberais, houve uma redução da participação do Estado na economia como, por exemplo, a alteração institucional em programas de seguridade social, exigindo dos agentes uma ação individualista e madura para planejar seu futuro, principalmente sua aposentadoria.

Entretanto, a globalização não foi o único fator a gerar impactos na vida financeira. A revolução digital da sociedade contemporânea tem transformado a maneira em que os indivíduos atuam na economia. Intensificada pela pandemia COVID-19, quando, por exemplo, o *lockdown* fez reduzir ainda mais a circulação de papel moeda, as transações digitais passaram a ter maior relevância, aumentando a velocidade de circulação do dinheiro e a necessidade de se tomar decisões mais rápidas.

Pesquisadores do Banco Mundial, liderados por Demircuc-kunt (2022), analisaram o Global Findex Database, o qual mostrou que em países em desenvolvimento a quantidade de adultos que faziam e recebiam pagamentos digitais elevou-se de 35% em 2014 para 57% em 2021 e o mesmo ocorreu com o percentual de adultos que tinham contas financeiras formais: há uma década atrás, nesses mesmos países, esse percentual era de apenas 42%, enquanto em 2021 o percentual visto foi de 71%. Nesse cenário, há um consenso de que o papel das fintechs e das instituições que promovem a digitalização dos serviços financeiros tem sido de grande relevância para a redução dos custos de transação, maximizando economias de escala enquanto aumenta-se a velocidade, segurança e transparência das transações financeiras, permitindo que os países cresçam economicamente e reduzam seu percentual de pobreza.

Diante dos impactos no sistema financeiro causados pelo avanço da tecnologia e da integração financeira global, que fizeram acelerar as transações financeiras, bem como trocas de informação e produtos, a economia requer de seus participantes decisões mais ágeis e assertivas. Em outras palavras, exige de famílias e instituições que tenham um nível mínimo de proficiência financeira, para que seja mantida a estabilidade do mercado e da saúde financeira individual. Nesse contexto, segundo a Recomendação do Conselho de Alfabetização Financeira da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico, a OCDE (2020a), é necessário que as famílias se encarreguem, por si mesmas, de seu próprio bem-estar financeiro, sobretudo por conta de o financiamento público estar sobrecarregado. Em outras palavras, é desejável que os agentes econômicos se planejem, através de uma gestão financeira assertiva e adequada, para reduzir os riscos da desinformação e inconsciência quanto aos impactos de suas decisões financeiras.

Lembrando as ideias de Bourdieu (1997), o capital cultural é menos presente em comunidades com menor acesso à informação, ou seja, trazendo para a temática da presente pesquisa, o acesso ao conhecimento financeiro é mais escasso visto que a informação é recebida de forma distorcida, em relação ao tempo ou conteúdo, pela assimetria natural entre os agentes. Como consequência, nota-se uma sociedade mais alienada em relação à situação socioeconômica que permeia os dias atuais. Assim, a educação financeira torna-se um mecanismo que permite administrar o orçamento

familiar e patrimonial de forma efetiva, bem como saber como investir e, se necessário, endividar-se de maneira sustentável e consciente. Também contribui para elevar a prevenção do consumidor perante as fraudes financeiras ao oferecer informações relevantes sobre como se proteger em situações de riscos e incertezas, auxiliando a tornar a economia mais eficiente, haja vista que consumidores conscientes tendem a demandar produtos que melhor se encaixam em seus objetivos de forma sustentável e que não comprometam seu orçamento, reduzindo assim a inadimplência da sociedade e o risco dos mercados de crédito.

Em face à essa notória importância do tema, o planejamento e implementação de estratégias nacionais voltadas a seu desenvolvimento constitui uma pauta de expressiva relevância entre diversos países ao redor do mundo, sendo interpretadas como um importante fator para o desenvolvimento socioeconômico nacional (VIEIRA E PESSOA, 2020). De acordo com Klapper *et al* (2015), com base no S&P Global Financial Literacy Survey, dois dos países com os melhores resultados em termos de adultos financeiramente letrados são Austrália (64%) e Canadá (68%).

Na Austrália, percebe-se um notório reconhecimento dos impactos da pandemia sobre a vida financeira da população, entre os quais se destacam o aumento da pressão sobre as finanças pessoais e o acelerado processo de revolução digital, que tem refletido em novos riscos e oportunidades aos cidadãos: o ânimo das soluções personalizadas e das transações rápidas e práticas se une a desafios como a tomada de decisões informadas, a prevenção a fraudes e a inclusão digital. Para lidar com este cenário, a estratégia nacional australiana, publicada em 2022, se baseia no conceito de capacidade financeira (“*financial capability*”), que consiste no pensamento de que decisões financeiras positivas não são alcançadas apenas através do conhecimento financeiro, mas sim de uma combinação de conhecimentos, habilidades, atitudes, confiança e comportamentos na esfera financeira (VIEIRA E PESSOA, 2020??). A capacidade financeira, neste sentido, está diretamente ligada a melhores escolhas e resultados, impactando no nível de bem-estar e estresse financeiro: segundo a *National Financial Capability Survey*, pesquisa realizada na Austrália em 2021 (AUSTRALIAN GOVERNMENT, 2022), indivíduos que acompanham suas vidas financeiras de perto possuem uma menor probabilidade de sentirem estresse ao pensar sobre dinheiro, quando comparados àqueles que não o fazem (29% contra 48%, respectivamente).

No Canadá, a gestão das finanças pessoais é a principal fonte de estresse da população, situação esta que foi agravada significativamente com os impactos trazidos pela pandemia. Com base neste cenário, foi construída a atual estratégia nacional canadense (SOUZA E PESSOA, 2020??) com implementação entre 2021 e 2026, que tem o claro propósito de fortalecer a resiliência financeira (“*financial resilience*”) da população, tornando-a capaz de lidar com mudanças repentinas e incertezas financeiras, além de garantir que possuam as habilidades necessárias para tomarem decisões em uma economia crescentemente digital e que possam usufruir dos benefícios de um ecossistema financeiro acessível e inclusivo. Para atingir tais objetivos, o governo busca reduzir as barreiras de acesso ao ecossistema financeiro e agir ativamente de forma a melhorar ao máximo a experiência dos indivíduos, trazendo uma comunicação de fácil entendimento, o fortalecimento de estratégias de proteção e assistência aos participantes e o apoio à inclusão e letramento digitais (FINANCIAL CONSUMER AGENCY OF CANADA, 2021).

Segundo Faulkner (2022), ao serem analisadas as estratégias nacionais dos países com maior nível de letramento financeiro do mundo, tais como Austrália e Canadá, é observada uma importante priorização de abordagens que possam trazer resultados

práticos à população, em termos de impactos efetivos em atitudes e comportamentos. Nesse sentido, tais nações foram capazes de compreender que o conhecimento financeiro, por si só, não necessariamente se traduz em mudanças práticas nas decisões tomadas pelos indivíduos, sendo necessárias, portanto, iniciativas construídas e implementadas de modo a desenvolver conhecimentos, atitudes e comportamentos.

Já no Brasil o início da estruturação de uma estratégia nacional com este enfoque remete ao ano de 2010, com o lançamento da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), instituída pelo Decreto Presidencial nº 7,397, de 22 de dezembro de 2010. À época do anúncio, o objetivo estava centrado na promoção da educação financeira e previdenciária como uma maneira de estimular decisões mais conscientes por parte dos consumidores, fortalecendo o exercício da cidadania e otimizando o Sistema Financeiro Nacional (SFN). Entre suas principais diretrizes de implementação, estava previsto o estabelecimento de parcerias com instituições públicas e privadas, além de uma atuação pautada na informação, formação e orientação, de maneira gratuita, imparcial e técnica. (BRASIL, 2010)

Todavia, a disposição foi revogada pelo Decreto nº 10.393, de 9 de junho de 2020, dando lugar a uma Nova Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) e ao Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF). A nova estratégia possui o objetivo de promover, além da educação financeira e previdenciária (que já constavam na antiga estratégia), também a educação securitária e fiscal, sendo que ao fórum foram atribuídas as responsabilidades de estabelecer princípios da ENEF e implementá-los, divulgar as ações temáticas, compartilhar informações sobre as ações temáticas e promover a interlocução entre as instituições públicas e privadas (BRASIL, 2020). Através do Comunicado FBEF nº1/2021, de 20 de maio de 2021, o Fórum Brasileiro de Educação Financeira realizou a divulgação dos princípios e diretrizes para a implementação da Nova ENEF, reforçando aspectos já contidos na redação da estratégia anterior e incluindo novas disposições, como o veto da divulgação de produtos e serviços nas iniciativas (BRASIL, 2021).

Vale ressaltar também que a Educação Financeira foi formalmente integrada ao contexto escolar brasileiro apenas em 2017, quando foi incluída na Base Nacional Comum Curricular (BNCC) como um tema obrigatório a ser abordado de maneira transversal. O objetivo seria a abordagem de conceitos básicos pertencentes às áreas de economia e finanças, tais como, taxas de juros, inflação, aplicações financeiras e impostos, por exemplo. O marco está inserido em um contexto de grandes transformações nas dinâmicas e padrões de trabalho, produção e consumo, lideradas pelo incessante processo de descobertas de novas tecnologias, além de uma ascensão do empreendedorismo como um caminho em potencial para indivíduos de diversas classes sociais (BRASIL, 2017). Posteriormente, em 2020, o Ministério da Educação (MEC) definiu a obrigatoriedade do lecionamento do tema nos ensinamentos infantil e fundamental, como um dos temas a serem trabalhados na matéria de Matemática. Em adição, no ano de 2021, foi lançado o Programa Educação Financeira nas Escolas, iniciativa do próprio MEC em parceria com a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), com a meta de capacitar cerca de meio milhão de professores em um horizonte temporal de três anos (BRASIL, 2022).

Entretanto, apesar dos esforços realizados pelo governo, os dados para o Brasil demonstram atraso na familiaridade da população com a temática. Segundo o Programme for International Student Assessment (PISA), da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), o Brasil está entre os quatro piores países, entre

os 20 analisados, em letramento financeiro de jovens na faixa etária dos 15 anos de idade, à frente apenas de Peru, Geórgia e Indonésia. Ainda de acordo com a pesquisa, o impacto da desigualdade socioeconômica é evidente, tendo em vista as expressivas disparidades observadas tanto entre status dos alunos quanto entre perfis das escolas, ambos em termos socioeconômicos (OCDE, 2020b). Adicionalmente, dados da S&P Global Financial Literacy Survey revelam que cerca de 35% dos adultos brasileiros podem ser considerados financeiramente letrados, número ligeiramente acima da média mundial (33%), porém distante da média dos países desenvolvidos (55%) e inferior ao observado em alguns dos países com menor PIB per capita do mundo (KLAPPER, LUSARDI, VAN OUDHEUSDEN, 2015).

As repercussões deste cenário podem ser observadas no panorama de endividamento e inadimplência no país. De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), na Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), o endividamento médio das famílias brasileiras, em 2022, foi de 77,9%, sendo que 28,9% estão inadimplentes. A nível de comparação, em 2019, esses números eram de 63,6% e 24%, respectivamente, o que evidencia o profundo impacto da pandemia. Em relação às famílias mais pobres, a tomada de crédito foi uma das alternativas encontradas pelas famílias na luta diária pela sobrevivência, à medida que foi direcionado para a compra de produtos de primeira necessidade, recompondo parte da renda afetada pelos desdobramentos da crise sobre empregos e inflação. Já em relação às famílias mais ricas, o aumento do endividamento foi motivado, sobretudo, pelo consumo reprimido durante o período de *lockdown*, fazendo com que a tomada de crédito se acelerasse com a retomada da atividade econômica. Cabe ainda destacar que, de maneira geral, as novidades tecnológicas apresentadas pelos serviços financeiros também constituem um fator preponderante no estímulo à contratação de diferentes linhas de crédito. (CNC, 2022)

CONTEXTO INVESTIGADO

Segundo diversos autores, como Potrich *et al* (2016), a alfabetização financeira é um conceito que contempla as dimensões do conhecimento, atitudes e comportamentos financeiros como pilares para mensuração do grau de proficiência financeira de um indivíduo. A abrangência de tais constructos evidencia uma análise para além da compreensão de termos teóricos, considerando também as ações de curto prazo e a internalização do aprendizado com desenvolvimento de novos hábitos em um horizonte temporal de longo prazo, ou seja, no comportamento.

Primeiramente, o conhecimento financeiro é um conceito que pode ser definido como um processo contínuo de aprendizagem, no qual o indivíduo conquista novos conhecimentos técnicos que servirão de base para uma gestão eficiente de seu próprio dinheiro, a partir da tomada de decisões fundamentadas, informadas e, portanto, conscientes (VERDINELLI; LIZOTE; OLIVARES, 2014). Ainda, segundo Delavande, Rohwedder & Willis (2008) e posteriormente Potrich, Vieira e Kirch (2015), o referido processo contínuo se estende ao longo de toda a vida e, além do próprio indivíduo em sua particularidade, também contempla o âmbito familiar, no que tange ao controle de receitas e despesas orientado à geração de poupança e ao orçamento pessoal e doméstico. Na visão de Atkinson e Messy (2012), o grau de familiaridade em relação a conceitos básicos como taxas de juros e inflação, além de juros (simples e compostos), risco e retorno de investimentos evidencia o nível de conhecimento financeiro e, por conseguinte, de alfabetização financeira. De acordo com Chen e Garand (2018), a definição de

conhecimento financeiro diz respeito à capacidade de aplicar conceitos financeiros básicos na gestão de sua própria vida financeira, de forma a tomar decisões precisas. Na perspectiva de Grable e Joo (2006), dada importância de uma gestão eficaz para o desempenho da vida financeira dos indivíduos, o conhecimento financeiro também repercute para o nível de bem-estar pessoal.

As atitudes financeiras são definidas como sendo avaliações em relação a algo, e podem configurar-se de diversas maneiras, tanto em relação ao parecer - que pode ser negativo ou positivo - quanto à contraparte que está sendo alvo da consideração, como um acontecimento, pessoa ou objeto (SOUZA et al., 2013). Esta avaliação, no entanto, não ocorre de maneira “neutra”, uma vez que está atrelada a experiências passadas e aspectos pessoais expressivamente particulares, como crenças, sentimentos e emoções, que juntos constituem a personalidade do indivíduo (SOUZA et al., 2013). Complementarmente, Madi (2018) relata a existência de dois tipos de decisões, emocionais (ou irracionais) e intelectuais (ou racionais), sendo que as decisões do tipo intelectual devem ser constantemente estimuladas através da busca pelo conhecimento, em áreas como finanças, psicologia e sociologia.

O conceito de comportamento financeiro pode ser definido como a maneira com que o indivíduo realiza suas decisões financeiras ao longo da vida, das quais deriva a situação financeira deste indivíduo (OCDE, 2013). De acordo com Diniz (2013), trata-se do conglomerado de decisões e conduta do indivíduo perante os mais diversos âmbitos das finanças pessoais, tais como planejamento financeiro, orçamento, poupança, crédito e investimento. Por fim, Atkinson e Messy (2012) definem o comportamento financeiro como o conglomerado de atitudes financeiras realizadas pelo indivíduo, destacando que tal comportamento, em um horizonte de longo prazo, pode trazer repercussões positivas ou negativas para o bem-estar, a longo prazo. Um comportamento pautado em hábitos financeiros saudáveis, como o planejamento financeiro, pode aumentar o nível de bem-estar, ao passo que um comportamento pautado em hábitos financeiros ruins, como o endividamento em excesso, pode reduzi-lo.

DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

Com o intuito de promover o aperfeiçoamento das atitudes financeiras dos clientes através da promoção de uma consultoria financeira gratuita, imparcial e personalizada para cada cliente, o Serviço de Orientação Financeira (SOF) foi instituído em 2015. Desde a fundação, sua principal entrega para a sociedade foram os atendimentos de orientação financeira, considerados como alavancas para o despertar da consciência e da organização financeira dos clientes. Assim, procura-se fornecer auxílio para a melhor tomada de decisão, indicando os caminhos para indivíduos e famílias que precisem lidar com situações econômico-financeiras das quais não estão familiarizados, como estruturar e acompanhar um planejamento orçamentário ou planejar a aquisição de um bem ou serviço (imóvel, carro, viagem, etc.).

O SOF é um projeto de extensão da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo (FEA-USP), patrocinado pela FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas). Apesar de oficialmente ser considerado o ano de 2015 como sua origem, em 2014 já havia trabalho prévio através da construção do Plano de Trabalho, estabelecendo os objetivos e valores do projeto, e no mesmo ano, a FEA-USP deu aval para que o SOF pudesse utilizar uma de suas salas para seu funcionamento. Dessa forma, em fevereiro de 2015, após a instalação dos móveis e computadores, o SOF iniciou suas atividades.

Por meio dos alunos da faculdade são oferecidos subsídios e ferramentas aos clientes com o propósito de auxiliá-los no planejamento estratégico de suas finanças pessoais e comportamentais. Para que isso seja possível, os orientadores financeiros desenvolvem aptidão através de treinamentos e estudos para prestar assistência aos interessados em 5 tópicos: (1) quitação de dívidas, (2) organização do orçamento doméstico e/ou patrimonial e planejamentos, (3) investimentos em renda fixa, (4) planejamento para aquisição de bens duráveis e imóveis, e (5) previdência privada e aposentadoria. Normalmente, como a dúvida do cliente é multifacetada, ou seja, o problema faz parte de um conjunto de outros problemas decorrentes da falta de consciência financeira, os consultores auxiliam os clientes em mais de um assunto.

Com a expansão do projeto e treinamento da equipe, as obrigações e responsabilidades foram divididas entre seus membros, que tiveram assim, espaço para crescer. Além das atividades rotineiras que consistem no atendimento e retorno dos casos, elaboração dos relatórios de orientação financeira e manutenção da base de dados, a equipe também se dedica na elaboração de textos que dão dicas financeiras postadas nas redes sociais e na construção de ferramentas que auxiliam a elaboração dos relatórios, como planilhas e calculadoras. De maneira informal, também se compartilha conhecimento com a comunidade por meio de redes sociais (Instagram, LinkedIn e Facebook), divulgando conteúdos relevantes sobre aspectos socioeconômicos e dicas financeiras para melhores tomadas de decisões. Graças às parcerias, além da orientação financeira que dá sustentação ao SOF, realiza-se também palestras, reportagens e entrevistas para compartilhar o conhecimento instalado.

Os objetivos do projeto, desde sua abertura até 2020, consistiram em atendimentos para orientações, direcionamentos e para sanar dúvidas financeiras dos participantes. O trabalho de orientação financeira acontece em 2 encontros de aproximadamente 1 hora cada e ocorre da seguinte forma: primeiro o cliente entra em contato com a equipe por e-mail, telefone ou WhatsApp solicitando o auxílio. Em seguida, ele receberá um e-mail contendo um breve texto informativo sobre o que é o SOF e quais tópicos nos quais é fornecida orientação financeira. Nesse mesmo e-mail também é enviada uma sugestão de data para o atendimento e o link para o formulário de preenchimento de cadastro. Durante o atendimento, que pode ser feito presencialmente ou de maneira remota, o cliente terá uma hora para relatar seu problema aos consultores. É uma etapa delicada que exige escuta ativa, conexão com o cliente e empatia pelo seu momento de vida.

Após o atendimento o consultor solicita, via e-mail, documentos financeiros dos clientes, que variam de acordo com o assunto no qual o cliente deseja orientação. Esses documentos podem ser extratos bancários, faturas de cartão de crédito e demonstrativos de investimentos, por exemplo, além da planilha financeira preenchida que geralmente é apresentada no primeiro atendimento. Dispondo deles o consultor passa a analisar mais profundamente o problema do cliente em conjunto com a equipe para construir um relatório final com dicas, tópicos informativos, sugestões de leitura e próximos passos, bem como uma análise aprofundada de seu padrão de consumo com base na média populacional por faixa de renda apontada na Pesquisa de Orçamento Familiar do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o IBGE. Recomendações diretas, contudo, não são dadas, pois o projeto privilegia a autonomia financeira dos clientes, já que o atendimento tem prazo de duração determinado, portanto apenas mostra-se aos mesmos os fatores que precisam ser considerados para aquela tomada de decisão.

Desde 2015 até meados de 2020, já haviam sido realizados mais de 1.000 atendimentos presenciais de orientação financeira, quando o SOF parou de atender devido a pandemia e manteve-se apenas o serviço de conteúdos digitais pelas mídias e redes

sociais. Com o início da pandemia e o consequente fechamento da universidade para atividades presenciais, foi necessário implementar um processo de adaptação para o atendimento online (pela plataforma do Google Meet), certificando-se de conseguir manter a imparcialidade, gratuidade e personalização do projeto sem perder a qualidade do atendimento. Assim, o ano de 2020 gerou impactos profundos no modelo de atendimento do SOF, que até 2019 era realizado de forma totalmente presencial, porém, também foi um ano dedicado para aprimoramento dos materiais internos e capacitação dos colaboradores. O formato remoto se mostrou muito útil e adaptável à nova realidade do Brasil e do mundo, servindo de apoio para diversas famílias, inclusive de outras cidades além de São Paulo.

Ao analisar o histórico de atendimentos e na busca pelo alinhamento com a literatura científica acerca da alfabetização financeira, verificou-se no diagnóstico da situação-problema a importância de se atuar para além da atitude financeira, alcançando também as dimensões do conhecimento e do comportamento financeiro, haja vista que: (i) o público atendido pelo SOF busca segurança e requer conhecimento financeiro prévio para entendimento do contexto geral e aplicação das ferramentas de análise e tomada de decisão, e (ii) o engajamento individual para aplicação dos aprendizados e contabilização financeira diminuem ao longo do tempo, revelando a importância de um tutor financeiro individual. Diagnosticou-se também a necessidade de utilizar questionários psicométricos como forma de padronizar as análises científicas e aplicá-las ao contexto real, estabelecendo uma ponte entre a academia e o mundo corporativo.

INTERVENÇÃO PROPOSTA

Após a estabilização da pandemia, mas ainda 100% remoto, o foco do SOF em 2021 consistiu em entender o seu ecossistema para ressignificar sua identidade e forma de trabalho, tanto pelo novo contexto digital, quanto pela necessidade de ser mais eficiente ao atuar de forma holística no desafio de aumentar o nível de proficiência e alfabetização financeira no país. Desta forma, conectando os pressupostos acadêmicos e a realidade prática, foi estruturado um modelo de atuação baseado nas três dimensões mais aceitas na literatura: (i) na esfera do conhecimento financeiro desenvolveu-se a trilha de aprendizagem “Jornada SOFt”, (ii) no que tange às atitudes financeiras foi reestruturado o encontro de Orientação Financeira, e (iii) para a dimensão do comportamento financeiro foi desenvolvido o programa de acompanhamento. Estes mecanismos, por sua vez, devem se apoiar em uma gestão do conhecimento robusta e em uma análise constante de curadoria.

Enquanto em 2021 priorizou-se o olhar externo (isto é, de fora para dentro), em 2022 foi priorizada a visão interna (de dentro para fora), com foco na qualidade, profundidade, robustez de processo e crescimento orgânico, apoiados nos seguintes ideais, contidos no Relatório anual do SOF (2022):

- **Missão:** Aumentar o nível de alfabetização financeira da população brasileira, por meio do compartilhamento do conhecimento adquirido profissional e academicamente pelos alunos da FEA-USP, contribuindo para a tomada de melhores decisões financeiras em busca do bem estar econômico-social.
- **Visão:** Ser o principal canal de referência em alfabetização financeira no Brasil, conectando a realidade prática com a literatura científica,

popularizando a educação financeira e auxiliando a população na tomada de decisões.

- **Valores:** Integridade, responsabilidade, acessibilidade, compromisso, bem-estar, qualidade, competência financeira

Na figura abaixo é possível entender o novo ecossistema do SOF com seus interlocutores, apoiando-se em 9 pilares estratégicos de gestão:

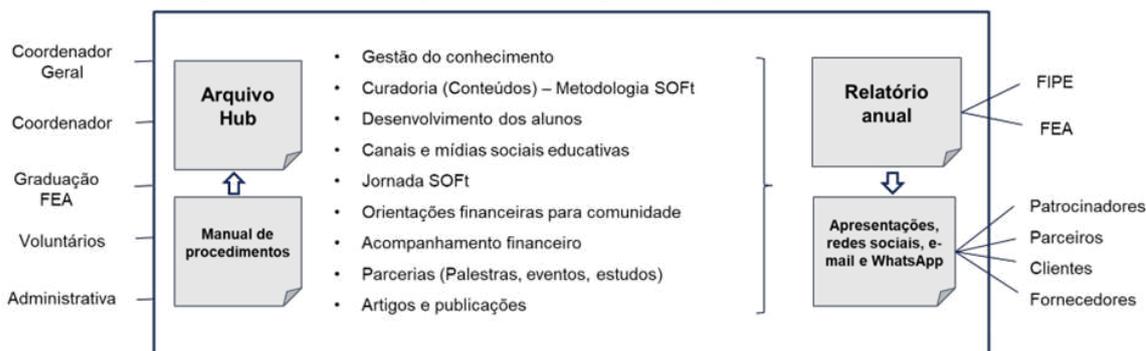


Figura 1: Ecossistema do SOF

Fonte: Elaborado pelos autores

Neste sentido, com o objetivo de atuar na dimensão do conhecimento financeiro, construiu-se, ao longo de 2021 e replicado em 2023, a Jornada SOFt, uma trilha de aprendizagem virtual de 23 dias com foco em finanças pessoais e comportamentais. A trilha possui caráter mais genérico e formativo, buscando tratar do processo de aprendizagem dos conhecimentos técnicos e psicológicos nesta temática. O conteúdo abrangido é dividido em 4 módulos, (i) Habilidade financeira e psicologia econômica, (ii) planejamento e orçamento financeiro, (iii) estratégias e investimentos e (iv) crédito sustentável. Ao longo deste período, para cada módulo foi realizado 1 webinar temático apresentado pelo tutor pesquisador, com duração aproximada de uma hora e meia. Com exceção do módulo 4, cada um dos demais tiveram: 1 *live* com especialista, 1 plantão de dúvidas e 2 desafios (atividades assíncronas envolvendo situações-problema), além de vídeos pílula de cada um dos tópicos e uma lista de atividades assíncronas (vídeos, podcasts, artigos, notícias, aplicativos, etc.) contidas nos e-books.

Inicialmente, os participantes foram divididos aleatoriamente em 2 grandes grupos, tratamento e controle. Ambos os públicos contaram com o apoio de um tutor especializado que utilizou e-mails e grupos de WhatsApp para se comunicar com os participantes, e na edição de 2023 houve também o uso da plataforma Google Classroom para organização do conteúdo do curso e comunicação entre tutores e alunos. Em termos de conteúdos, carga horária e formatos da aprendizagem, não houve diferenças entre os grupos. No entanto, para os participantes do grupo tratado houve o envio de medalhas virtuais (badges) como componente da estratégia de gamificação baseada na tríade PBL (acrônimo em inglês para Pontuação / Medalhas / Ranking).

Para que fosse possível analisar o impacto evolutivo da trilha de aprendizagem, foram aplicados os questionários psicométricos de conhecimentos, atitudes e comportamentos financeiros, adaptados e traduzidos por Potrich *et al* (2016), nos quais possuem como base questões de múltipla escolha adaptadas da OCDE (2013) e Klapper, Lusardi e Van Oudheusden (2013) e que abordaram os assuntos de (i) inflação, (ii) taxa de juros, (iii) valor do dinheiro no tempo, (iv) risco, (v) retorno, (vi) diversificação, (vii) mercado de ações, (viii) crédito e (ix) títulos públicos. Esses questionários, por sua vez,

eram de preenchimento obrigatório para a emissão do certificado, para ambos os grupos e foram aplicados em dois momentos (no início e no fim da jornada).

Portanto, enquanto a orientação financeira está relacionada ao construto da atitude financeira e busca auxiliar o cliente em assuntos mais específicos, de forma personalizada e com direcionamentos para cada contexto, a “Jornada SOFt” busca ampliar o conhecimento financeiro para que os clientes possam entender melhor os possíveis caminhos para a tomada de decisão e estejam aptos a identificar com mais precisão quais são as suas reais dificuldades econômicas, reduzindo-se assim as dúvidas multifacetadas.

Adicionalmente, tal como a construção da Jornada SOFt, que veio para sanar a necessidade de conhecimento prévio e alavancar a busca pelo bem estar financeiro, lançou-se em 2022 o Programa de Acompanhamento Financeiro do SOF, cujo objetivo é estender o vínculo do cliente para com o projeto, impactando seu comportamento no longo prazo através do estímulo ao desenvolvimento de habilidades técnicas e comportamentais ao longo de atividades e encontros mensais. Esta medida se faz necessária, sobretudo, por 3 motivos: (i) gerar maior engajamento e comprometimento do cliente com o planejamento e orçamento financeiro; (ii) dar apoio e segurança para a tomada de decisões financeiras; (iii) realizar coleta de dados de longo prazo a fim de contribuir para a pesquisa científica sobre o tema.

Diante deste cenário, o objetivo é criar um vínculo com o cliente, mesmo que imparcial, para auxiliar e dar segurança para a tomada de melhores decisões financeiras. Para isso, os clientes são estimulados a realizarem o controle orçamentário, de maneira simplificada, com base no tripé da gestão estratégica empresarial (fluxo de caixa, demonstrativo de resultados do exercício e balanço patrimonial) adaptados e simplificados para pessoa física. Ao apresentar este acompanhamento ao consultor, é possível ao cliente tirar dúvidas e realizar análises e planejamentos conjuntos, identificando, assim, os pontos a serem observados ao longo do mês subsequente. O acompanhamento, com encontros quinzenais ou mensais e duração de 6 meses, encerra o ciclo educacional focando na dimensão do comportamento financeiro e seguindo um cronograma previamente estipulado pelo consultor, que considera o nível de proficiência financeira de cada cliente, bem como as dúvidas mais relevantes em cada contexto. Assim, se o cliente tiver uma organização financeira adequada e seu desejo principal seja fazer investimentos, por exemplo, então foca-se menos no controle orçamentário e mais em examinar investimentos, tirar dúvidas e trazer informações sobre esse tópico.

Apoiados por formulários de perfil sociodemográfico e questionários psicométricos, cujo preenchimento é requisito para participação no programa de acordo com o edital do programa, é possível mensurar a alfabetização financeira de cada indivíduo, ou seja, o nível básico de competência individual em finanças pessoais e comportamentais, de acordo com os principais autores sobre o tema.

RESULTADOS OBTIDOS

No que tange à Jornada SOFt, com o objetivo de engajar os participantes foi aplicada uma estratégia de intervenção didática, que busca apoiar-se em elementos de jogos no contexto educacional e que recentemente está em expansão nas organizações: a gamificação. Todo o projeto foi constituído com controles, questionários e premissas científicas para que fosse possível, posteriormente, avaliar o impacto da trilha com validade e confiabilidade, capturando efeitos de curto, médio e longo prazo. Cabe

ressaltar que já foram realizadas 2 edições gratuitas para a comunidade, a primeira em 2021 e a segunda no início de 2023, alcançando um público de aproximadamente 1.300 pessoas inscritas. Visando atuar sobre o conhecimento financeiro e utilizando-se da curadoria de conteúdos realizada sobre finanças pessoais e comportamentais, a estruturação desta trilha de aprendizagem de maneira inovadora e totalmente online, dado o contexto da pandemia COVID-19, obteve um índice de satisfação dos alunos superior a 92% de aprovação.

Analisando os resultados da edição de 2021, ao todo, foram realizadas 513 inscrições iniciais. No entanto, apenas 285 inscritos preencheram os questionários psicométricos para iniciarem o curso. Na segunda edição, em 2023, foram realizadas 779 inscrições válidas, sendo que 266 pessoas preencheram os questionários iniciais. Em 2023, houve mais inscrições, porém o número de desistências iniciais (fase de questionários) foi maior antes mesmo de iniciarem as aulas.

Por se tratar de um curso gratuito para a comunidade, a desistência é um fator preponderante a ser considerado, por esta razão, com o intuito de aumentar o engajamento, ambas as edições da Jornada SOFt separaram de forma aleatória um grupo de tratamento e de controle, isto é, uma parte da amostra total recebeu medalhas virtuais ao longo do curso enquanto a outra seguiu pelo curso normal, sem estratégias de gamificação.

Ao final do curso, o número de concluintes em 2021 foi de 80 participantes, enquanto em 2023 foi de 63. Quando esses números são traduzidos para o contexto da gamificação, há evidências do impacto positivo na finalização do curso pelos participantes que estavam sujeitos à utilização dessa estratégia, haja vista que, em 2021, o público controle inicial (aqueles que não receberam as medalhas) era representado por 40% da amostra, enquanto os concluintes desse grupo representaram apenas 36% do total de participantes ao final da trilha, evidenciando, assim, uma diferença de 8 pontos percentuais entre o grupo tratado e o controle. Em 2023, o público tratado e controle foram divididos igualmente, cada um representando 50% da amostra. No entanto, ao final do curso verificou-se que 56% do total dos concluintes estavam alocados em grupos que passaram pela gamificação como estratégia didática de metodologia ativas, utilizando-se de medalhas virtuais. Esta diferença de 12 pontos percentuais entre o grupo tratado e controle, considerando a utilização de critérios aleatórios para definição dos grupos, se mostra em linha com resultados verificados na literatura, nos quais evidencia-se que há maior probabilidade de finalizar a jornada aqueles que passaram pela trilha de aprendizagem gamificada (isto é, o público tratado).

Outro resultado obtido de grande relevância ao se analisar as duas edições conjuntamente, trata-se da diferença da avaliação geral do curso pelos grupos. Enquanto o tratado teve como maior concentração notas de 9 a 10 (75%), a mediana ficou na nota 10, o percentil dos 25% mais baixo com a nota 8 e apresentando poucas exceções com notas abaixo deste valor. Já para o público controle, nota-se que a mediana ficou próximo a 9, sendo que 75% das notas estavam entre 8 e 10, mas o percentil dos 25% mais baixo apresentou-se de forma mais expandida, com notas entre 5 e 8. Por meio do Studio R, verificou-se que, enquanto a nota média do público controle foi de 8,95, para o grupo que recebeu as medalhas virtuais a média foi de 9,27, constatando, assim, uma diferença de 3,6% na percepção dos participantes sobre a avaliação geral do curso. Desta forma, os resultados encontrados também estão em linha com a literatura científica, indicando que o uso de medalhas pode influenciar também a satisfação dos alunos, além da permanência e engajamento.

Apesar do uso de medalhas virtuais impactar positivamente a permanência do aluno no curso (engajamento) e a respectiva avaliação geral do curso (satisfação), verificou-se, também em consonância com a literatura acadêmica, que as medalhas virtuais não impactam o nível de conhecimento dos participantes, haja vista que não foram encontradas diferenças significantes entre os participantes de cada grupo. No entanto, outro impacto positivo da trilha nos quais é possível obter evidências empíricas, é o aumento do conhecimento financeiro dos participantes. Através da aplicação do questionário psicométrico em dois momentos (em T0, no início, e em T1, no final), verificou-se que 12 das 13 das perguntas tiveram evolução positiva no ano de 2021. Em 2023, houve melhora em 11 das 13 questões. Assim, destaca-se que, em média, o curso proporcionou uma melhora de 10% no nível de conhecimento financeiro dos participantes.

No que tange à orientação financeira, isto é, a dimensão da atitude financeira, entre 2015 e 2019, nota-se um fluxo de atendimentos bem distribuído ao longo do ano, principalmente de abril a novembro, que pode ser explicado por fatores sazonais como férias e recessos. Em 2020, dado o contexto de pandemia mundial, os atendimentos presenciais encerraram-se em março e voltaram de forma digital em novembro, quando finalizada a transição e adequação dos serviços ao novo modelo de orientação online. Nota-se que em 2021 e 2022, a concentração de atendimentos é influenciada também por ações específicas de divulgação. Por exemplo, os meses de abril e maio de 2021 e agosto de 2022, tiveram grande fluxo de atendimento devido às publicações em jornais, revistas, rádio e TV. Assim, o total de clientes atendidos pelo SOF desde sua fundação até dezembro de 2022 foi de 1.310 pessoas.

Ao longo de 2022, foram recebidas 211 solicitações de atendimento via e-mail, porém, considerando a falta de resposta ou o não comparecimento no dia e horário do agendamento, o índice de desistência médio foi de 39% em 2021, diminuindo para 33% em 2022, totalizando 141 pessoas atendidas somente neste último ano. Cabe ressaltar que esta diminuição parece estar relacionada com a melhoria do processo de confirmação do atendimento e utilização do WhatsApp como canal de comunicação com os participantes, permitindo um contato mais dinâmico e eficiente.

Por fim, nota-se também que o SOF atua para além das fronteiras da Cidade Universitária e está estabelecendo-se cada vez mais na orientação financeira não só para os membros da comunidade USP e seus vinculados, mas também para a comunidade externa, inclusive para além do estado de São Paulo. Tal evidência pode ser identificada pela inversão da origem dos atendimentos ao longo do tempo. Apesar de aproximadamente 67% dos atendimentos terem sido direcionados à comunidade externa em 2015, durante os anos entre 2016 e 2020, o serviço de orientação financeira passou a atender mais funcionários da USP, totalizando mais de 55% dos atendimentos em 2019 e 2020, como resultado da parceria do programa Envelhecimento Ativo. Entretanto, a inversão pode ser vista a partir de 2021, quando 71% dos atendimentos foram direcionados à comunidade externa. Em 2022 este número aumentou ainda mais, chegando a 82% os atendimentos direcionados para clientes sem vínculo com a USP.

Essa inversão, por sua vez, deve-se muito ao fato de grande parte dos atendimentos serem realizados de maneira remota. Esse modelo, portanto, é acessível àqueles que trabalham presencialmente longe da USP e só possuem o horário de almoço disponível, bem como àqueles que moram fora de São Paulo. O modelo implementado a partir de 2021, permite também aos clientes economizar tempo e dinheiro com transporte e mantém sua privacidade e conforto enquanto está em sua própria casa, sua zona de segurança. Assim, além de ser acessível a quem tiver internet, o modelo online ajuda na

abertura dos clientes e conexão com os consultores, ampliando o horizonte de clientes atendidos.

No que diz respeito ao programa de acompanhamento financeiro, cujo objetivo é atuar na dimensão do comportamento financeiro, ao longo de 2022, ano de criação deste serviço, foram realizados 9 pilotos com clientes para testar o formato e a metodologia a ser utilizada. Para que fosse possível chegar a um modelo cada vez mais robusto, foi criado um edital de participação, contendo a ficha técnica e o relatório de acompanhamento, o cronograma das sessões do cliente, além da atuação já anteriormente mencionada do preenchimento dos questionários psicométricos. Neste sentido, ao longo de 2023 estão sendo realizadas análises qualitativas sobre a situação dos clientes, para que sejam propostas melhorias mais assertivas para cada um.

Um destes exemplos é o programa de acompanhamento que iniciou em novembro/2022, no qual o cliente apresentava um sério problema de fluxo de caixa, visto que seu total de receitas somava R\$ 1.387,50 enquanto suas despesas mensais giravam em torno de R\$ 8.000, totalizando um endividamento mensal superior a R\$ 6.500, que incluía faturas de cartão de crédito e cheque especial (duas das linhas de crédito mais caras para se financiar no médio/longo prazo). Além disso, o cliente já pagava um empréstimo que comprometia cerca de 25% da renda mensal. Com o incentivo do consultor, o cliente passou a aumentar suas rendas realizando horas extras, vendendo itens artesanais no trabalho (trufas) e procurando serviços a realizar fora do horário de trabalho. Finalizou o acompanhamento com um nível de receitas em R\$5.500 e despesas em torno de R\$4.500. Essa redução de despesas foi possível devido a readequação dos gastos e pela negociação das dívidas em aberto, fazendo com que ele saísse da lista de inadimplência.

O programa até o presente momento já atendeu mais de 30 clientes dos quais 18 ainda estão em atendimento. O nível de desistência é mais baixo do que nas orientações financeiras, alcançando mais ou menos 20%, o que também pode ser um indicativo da eficácia dos programas de atendimento em manter o engajamento dos clientes no longo prazo.

CONTRIBUIÇÃO TECNOLÓGICA-SOCIAL

A partir da coleta de dados estruturados na Jornada SOFt, nas orientações e nos acompanhamentos financeiros, estruturou-se em 2023 um laboratório de pesquisa com foco na produção de trabalhos e artigos que contribuam para o desenvolvimento e aprofundamento do tema no campo acadêmico. A construção de análises qualitativas e quantitativas contribuem com dados e evidências para a consolidação do tema de educação e alfabetização financeira no Brasil, propondo uma forma de atuação padronizada que eleve o nível de proficiência da sociedade. No que tange às práticas de metodologias ativas, o uso de medalhas virtuais como componente da estratégia de gamificação também possibilita isolar os efeitos encontrados, estruturando análises mais robustas para amplificar as análises e consolidar construtos importantes.

O SOF, como um laboratório de estudos em finanças pessoais e comportamentais, contribui para a sociedade brasileira, (i) auxiliando no desenvolvimento da proficiência financeira por meio dos serviços de educação, orientação e acompanhamento financeiro prestados para a sociedade; (ii) para a formação de um mercado de trabalho com profissionais mais experientes por meio do desenvolvimento dos alunos; (iii) divulgando informações relevantes sobre o tema em redes sociais, entrevistas, reportagens e palestras, e (iv) para a aplicação dos questionários psicométricos da alfabetização financeira, contribuindo para a validação da confiabilidade dos instrumentos de mensuração.

Em outras palavras, para além do objetivo de auxiliar a sociedade a lidar com suas finanças através dos 3 produtos principais (Jornada SOFt, orientação financeira, e programa de acompanhamento financeiro), dos quais os resultados foram mencionados na seção anterior, o projeto se preocupa também com o desenvolvimento dos estudantes de graduação (não só estagiários, mas também voluntários), preparando os alunos para o mercado de trabalho e para a vida, principalmente porque o programa de estágio (4h ou 6h/dia) e o voluntariado no SOF (4h/semana) são tratados como um degrau inicial de preparação na “escada do conhecimento” dos graduandos da FEA. Diante disso, além do perfil de consultores estagiários escolhidos acolher estudantes de todos os departamentos, busca-se oferecer diversas soluções de aprendizagem, incentivando o desenvolvimento pessoal e profissional dos alunos por meio de diversas atividades:

De 2015 até 2022, a equipe do SOF contou com a participação total de 70 membros, dos quais: 25 estagiários, 36 voluntários, 6 coordenadores, 1 assistente administrativa e 2 visitantes. Em 2023 foram recebidos, até o momento (abril/2023), 1 estagiário e 14 voluntários, totalizando 85 colaboradores nestes 7 anos de existência do programa, como pode ser observado na figura 6 a seguir. Nota-se, também, que, em 2022, devido à expansão do programa de voluntariado, foi alcançada a maior presença de alunos, com a participação não simultânea de 30 colaboradores, sendo 6 deles estagiários e 22 voluntários.

No entanto, há uma alta rotatividade que representa um desafio constante de capacitação ágil da equipe de consultores, sejam eles estagiários ou voluntários. Neste sentido, ao longo de 2022, reestruturou-se os pilares da gestão do conhecimento e atualizou-se a curadoria de conteúdos com o intuito de reduzir o tempo da curva de aprendizagem dos alunos selecionados para a equipe, otimizando o processo de desenvolvimento e deixando um legado para a constante renovação e compartilhamento dos conhecimentos e capital intelectual instalado. Em outras palavras, mais do que provedor de novos conteúdos, a estratégia é atuar como um hub de conhecimento imparcial e confiável para a sociedade.

Além do desenvolvimento dos alunos através da curadoria, também é incentivada a manutenção das redes sociais com conteúdos informativos, auxiliando os alunos a dominarem os assuntos de maior importância no contexto econômico e financeiro, mas sobretudo conteúdos focados em educação financeira. Os canais de comunicação do SOF, desenvolvidos desde sua fundação, também têm o intuito de aumentar o alcance e impacto do projeto na sociedade. Adicionalmente, na intenção de ampliar ainda mais as redes e com o objetivo de alcançar novos públicos e transmitir conhecimento de forma sinérgica nas diferentes redes sociais, foi criado o perfil no LinkedIn e no Youtube. A evolução pode ser vista não só pelo número de inscritos no canal do Youtube, que passou de 134 em 2021 para 236 em 2023, mas também pelo total de visualizações (de 2034 em 2021 para 4800 em 2023), pelas impressões (de 5278 para 10600 no mesmo período) e pelo tempo de exibição (de 656 horas para 1100 horas).

Cabe ainda ressaltar o papel das entrevistas e reportagens realizadas para jornais, rádios e televisão, visto o forte impacto que apresentam quando das divulgações. Ao longo dos anos, o SOF já foi pauta de diversos meios de comunicação, como El País, G1, Infomoney, Catraca Livre, Jornal USP, Guia do Estudante, Jornal Fala Brasil, SPTV, Valor Econômico, etc. Essas divulgações aumentam a demanda por orientações, estimulam o maior alcance das trocas de conhecimento e impactam positivamente o projeto e os patrocinadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ATKINSON, A.; MESSY, F. **Measuring financial literacy: results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) pilot study**. OECD Publishing, 2012.

AUSTRALIAN GOVERNMENT. **National Financial Capability Strategy**. 2022.

Disponível em:

https://www.financialcapability.gov.au/sites/www.financialcapability.gov.au/files/2022-02/Financial-Capability-Strategy-2022_0.pdf

BOURDIEU, P. **Capital Cultural, Escuela y Espacio Social**. México: Siglo Veinteuno, 1997.

BRASIL. Decreto nº 7.397, de 22 de dezembro de 2010. Institui a Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF, dispõe sobre sua gestão e dá outras providências.

Brasília, 2010. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7397.htm.

BRASIL. Decreto nº 10.393, de 9 de junho de 2020. Institui a nova Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF e o Fórum Brasileiro de Educação Financeira - FBEF.

Brasília, 2020. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2020/Decreto/D10393.htm#art10

BRASIL. Comunicado FBEF nº 1/2021, de 20 de maio de 2021. Divulga princípios e diretrizes para a implementação da Nova Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). Diário Oficial da União: seção 3, nº 95, p. 44. Brasília, 2021. Disponível em:

https://www.gov.br/cvm/pt-br/assuntos/noticias/anexos/2021/20210524_comunicado_FBEF.pdf

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular: educação é a base**. Ministério da Educação. Brasília, 2017. Disponível em:

http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_versaofinal_site.pdf

BRASIL. **Programa Educação Financeira nas Escolas**. Ministério da Educação.

Brasília, 2022. Disponível em: [https://www.gov.br/investidor/pt-](https://www.gov.br/investidor/pt-br/educacional/criancas-e-joovens/programa-educacao-financeira-nas-escolas)

[br/educacional/criancas-e-joovens/programa-educacao-financeira-nas-escolas](https://www.gov.br/investidor/pt-br/educacional/criancas-e-joovens/programa-educacao-financeira-nas-escolas)

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO. **Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic)**. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em:

<https://www.portaldocomercio.org.br/publicacoes/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-junho-de-2023/487468>

DEMIRGÜÇ-KUNT, A., KLAPPER, L.; SINGER, D.; ANSAR, S. **The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19**. Washington, DC: World Bank. 2022. DOI: 10.1596/978-1-4648-1897-4. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO

CHEN, Z.; GARAND, J. . **On the Gender Gap in Financial Knowledge: Decomposing the Effects of Don't Know and Incorrect Responses.** Social Science Quarterly. 2018. 99. 10.1111/ssqu.12520

DELAVANDE, A.; ROHWEDDER, S., & WILLIS, R. J. . **Preparation for Retirement, Financial Literacy and Cognitive Resources.** Michigan Retirement Research Center Research Paper N° 2008-190. 2008. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1337655 ou <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1337655>

DINIZ, A. P. C. **Bem-Estar Financeiro: uma análise multifatorial do comportamento maranhense.** 2013. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil.

FAULKNER, A. **Financial Literacy around the World: What We Can Learn from the National Strategies and Contexts of the Top Ten Most Financially Literate Nations,** The Reference Librarian, 2022, 63:1-2, 1-28. Disponível em: DOI: 10.1080/02763877.2021.2009955

FEA/USP. **SOF – Serviço de orientação financeira** (2020). Disponível em: <https://prg.usp.br/sof-servico-de-orientacao-financeira/>

FINANCIAL CONSUMER AGENCY OF CANADA. **Make Change that Counts: National Financial Literacy Strategy, 2021-2026.** 2021. ISBN 978-0-660-39790-0. Disponível em: <https://www.canada.ca/content/dam/fcac-acfc/documents/programs/financial-literacy/financial-literacy-strategy-2021-2026.pdf>

GRABLE, J.E., & JOO, S.H. . **Student racial differences in credit card debt and financial behaviors and stress.** College Student Journal, 40(2), 400-408, 2006.

KLAPPER, L., LUSARDI, A. e VAN OUDHEUSDEN, P. **Financial Literacy around the World: insights from the Standard & Poor's Ratings Services global Financial Literacy survey.** 2015. Disponível em: https://gflec.org/wp-content/uploads/2015/11/3313-Finlit_Report_FINAL-5.11.16.pdf

MADI, A. **Financial Literacy and Behavioral Finance: Conceptual Foundations and Research Issues.** Journal of Economics and Sustainable Development, Vol. 9, n. 10, p. 81-89, 2018.

OCDE. **Recomendação do Conselho de Alfabetização Financeira.** OECD/LEGAL/0461, 2020. Disponível em: <https://www.oecd.org/financial/education/oecd-recommendation-on-financial-literacy.htm>

OCDE, PISA 2018 **Results (Volume IV): Are Students Smart about Money?,** PISA, OECD Publishing, Paris: 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1787/48ebd1ba-en>.

OCDE. **Financial literacy and inclusion: Results of OECD/INFE survey across countries and by gender.** OECD Centre, Paris, France. 2013.

POTRICH, A. C G.; VIEIRA, K. M., KIRCH, G. **Você é alfabetizado financeiramente? Descubra o termômetro de alfabetização financeira.** BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos, volume 13, número 2, p. 153-170, abril/junho 2016.

POTRICH, A.C.G., VIEIRA, K.M., & KIRCH, G. . **Determinantes da Alfabetização Financeira: Análise da Influência de Variáveis Socioeconômicas e Demográficas.** Revista Contabilidade & Finanças, 26(69), 362-377. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1808-057x201501040>

SAVOIA, J. R.; SAITO; A.; SANTANA; F. **Paradigmas da Educação Financeira.** Revista de Administração Pública, vol. 41, nº. 6, 2007, pp. 1121-1141. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Rio de Janeiro, Brasil.

SOUZA, E. *et al.* **Atitude empreendedora: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da teoria da resposta ao item.** Revista de Administração Mackenzie, v.14, n.5, p. 230-251, 2013.

VERDINELLI, M.A.; LIZOTE, S.A.; OLIVARES, A. **Conhecimentos financeiros no âmbito universitário: uma análise com estudantes do Brasil e Venezuela.** Colóquio Internacional de Gestão Universitária. 2014. ISBN: 978-85-68618-00-4

VIEIRA, G., PESSOA, C. **Educação financeira pelo mundo: como se organizam as estratégias nacionais?** Revista Educação Matemática Pesquisa, São Paulo, v.22, n.2, p 658-688, 2020.