

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO FECAP

CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO

MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

SÉRGIO BEZERRA PINHEIRO

**A CONEXÃO ENTRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA E
SEGUROS PARA JOVENS NA CIDADE DE SÃO PAULO**

São Paulo

2020

SÉRGIO BEZERRA PINHEIRO

**A CONEXÃO ENTRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA E SEGUROS PARA
JOVENS NA CIDADE DE SÃO PAULO**

Dissertação apresentada à Fundação Escola de Comércio
Álvares Penteado - FECAP, como requisito para a
obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: Prof. Dra. Raquel de Freitas Oliveira

São Paulo

2020

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO - FECAP

CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO

Prof. Dr. Edison Simoni da Silva
Reitor

Prof. Dr. Ronaldo Fróes de Carvalho
Pró-reitor de Graduação

Prof. Dr. Alexandre Garcia
Pró-reitor de Pós-Graduação
Coordenador de Mestrado em Ciências Contábeis
Coordenador de Mestrado Profissional em Administração

FICHA CATALOGRÁFICA

P654c	<p>Pinheiro, Sérgio Bezerra</p> <p>A conexão entre educação financeira e seguros para jovens na cidade de São Paulo / Sérgio Bezerra Pinheiro. - - São Paulo, 2020.</p> <p>56 f.</p> <p>Orientadora: Prof. Dra. Raquel de Freitas Oliveira</p> <p>Artigo (mestrado) – Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP - Centro Universitário Álvares Penteado – Programa de Mestrado Profissional em Administração com Ênfase em Finanças.</p> <p>1. Educação financeira. 2. Jovens – Finanças pessoais –São Paulo. 3. Jovens - Seguros - Analise</p> <p style="text-align: right;">CDD 332.024</p>
-------	---

Bibliotecário responsável: Elba Lopes, CRB- 8/9622

SÉRGIO BEZERRA PINHEIRO

**A CONEXÃO ENTRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA E SEGUROS PARA JOVENS NA
CIDADE DE SÃO PAULO**

Dissertação apresentada ao Centro Universitário Álvares Penteado, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Administração.

COMISSÃO JULGADORA:

Prof. Dra. Claudia Emiko Yoshinaga

Fundação Getulio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo

Prof. Dr. Alexandre Di Miceli da Silveira

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

Prof. Dra. Raquel de Freitas Oliveira

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

Professora Orientadora – Presidente da Banca Examinadora

São Paulo, 31 de março de 2020.

Agradecimentos

Em meados de 2009, um gestor de uma montadora alemã convidou seu estagiário a trabalhar quinzenalmente aos sábados, não como estágio na fábrica, mas prestando suporte em uma sala de aula de pós-graduação na matéria de qualidade assegurada, usando planilhas eletrônicas e ferramentas estatísticas. Foram cerca de 3 meses esse projeto, que foi muito mais do que um ganho extra financeiro, nasceu ali a vontade de lecionar.

Passaram aproximadamente 8 anos para iniciar o mestrado, já com certa segurança financeira na busca do título, e cerca de 30 meses para a conclusão do curso. A preocupação que no início era só financeira, desencadeou ao longo do curso outras preocupações: dúvidas, inseguranças, frustrações, desafios e solidão, deixando familiares, amigos e eventos de lado para focar em atender prazo de atividades e entendimento de conteúdo deste curso. No entanto, a solidão vinha de mim, pois ao meu redor, sempre existiram pessoas que me apoiaram nesse projeto.

Agradeço inicialmente a Deus por conceder a oportunidade, disposição e condições para que eu pudesse obter essa titulação desejada a tempos. Em momentos de aborrecimento, ele me mostrou que sou homem de pouca fé e tudo pode acontecer se ele quiser.

Quero agradecer a minha esposa Nicélia, que me apoiou em 100% de todos os desafios, me ajudou em momentos de dificuldades e me impulsionou a prosseguir independente do cenário. Me ajudou em leituras, compreendeu ausências em eventos familiares e passeios.

Meu obrigado a dona Conceição, minha mãe, 71 anos, 8º semestre em Direito, mulher forte que inspira muitos pela sua dedicação para conseguir as coisas. Obrigado a meus irmãos Francisco e Socorro, que compreenderam minha ausência em diversos almoços e encontros.

Meu obrigado a Raquel, minha orientadora, que me deu suporte ao longo da dissertação e me atendeu em horários e dias de seu descanso. Agradeço a banca que deram grande suporte na construção desta dissertação. Muito obrigado ao coordenador do curso Alexandre, que ajudou a “derrubar muros” na coleta da amostra desse trabalho. E claro, não poderia de deixar de agradecer professores da FECAP, bem como colegas de sala, turma que compartilhamos todas as nossas dúvidas, problemas, desafios... Muito obrigado.

Agradeço as professoras Carla e Andreia, que me auxiliaram nas leituras e suporte acadêmico quando necessário. Meu agradecimento a Maisa, Washington, e toda a equipe da instituição de jovens aprendizes, bem como agradeço ao Fernando e Marcelo do colégio particular, pessoas responsáveis que me autorizaram a realizar as entrevistas desta pesquisa.

Quero agradecer a alguns colaboradores da MAPFRE, que me apoiaram e torceram por mim nessa jornada, e destaco a equipe do resseguro técnico que faço parte, que todos os dias tinham que ouvir meus desafios, problemas e dilemas. Meu agradecimento ao capitão dessa equipe, Diogo, que em um momento de frustração profissional e desistência, me estendeu a mão convidando a fazer parte desta equipe tão entrosada e capacitada.

E claro, meu obrigado a Antônio Carlos de Andrade, o gestor da montadora citado no primeiro parágrafo.

“Educação não transforma o mundo. Educação muda as pessoas. Pessoas transformam o mundo”

(Paulo Freire)

Resumo

Pinheiro, S. B. (2020). *A conexão entre educação financeira e seguros para jovens na cidade de São Paulo* (Dissertação de Mestrado). Centro Universitário Álvares Penteado, Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP, São Paulo, SP, Brasil.

O desenvolvimento do sistema financeiro e das políticas de inclusão tem procurado oferecer diversos instrumentos financeiros a uma quantidade maior da população, tais como: cartões de crédito, cheque especial, seguros e outros produtos sofisticados. No entanto, a oferta nem sempre se traduz em bom uso dos produtos financeiros, devido à falta de educação financeira. O objetivo deste trabalho é fazer um levantamento da educação financeira de jovens e, especificamente, de seus conhecimentos e usos do produto financeiro seguros. Para isso, aplicou-se um questionário baseado em outros já testados na literatura em duas entidades de ensino: uma escola profissionalizante de jovens aprendizes e um colégio particular, ambas na cidade de São Paulo, totalizando 191 homens e mulheres entre 17 e 22 anos. A maioria dos jovens autoavalia-se com conhecimento financeiro intermediário a fraco. Entretanto, evidenciou-se que seus acertos do índice padronizado desta pesquisa foi de 63,96, demonstrando uma depreciação quanto à sua autoavaliação. Nas questões de juros, inflação e diversificação de risco, identificou-se que um terço não conhecia o tema. No aspecto atitude, aproximadamente um terço demonstrou atitude imediatista quanto a comprar parcelado e gastar dinheiro, em vez de poupar a longo prazo. Também se evidenciou, estatisticamente, que o público feminino demonstra maior insatisfação financeira do que o masculino. A vertente comportamento trouxe a menor média do índice (45,90) e registrou que somente 47 jovens teriam preparo financeiro em algum gasto inesperado, sendo o público masculino mais bem preparado estatisticamente do que o feminino. Ainda, evidenciou-se um desinteresse no produtos seguros, e as principais justificativas são não possuir objeto segurável, alto custo do seguro e não entender como ele funciona. Análise estatística utilizando modelos de forma reduzida sugerem que estudo de regressão, somente o índice de conhecimento é importante para a propensão de adquirir seguros. Isso sugere que a expansão do mercado segurador para o público jovem demandará um esforço adicional não apenas para proliferar o conceito do produto de seguros, os tipos disponíveis e outros itens específicos, como também abordar até mesmo questões mais básicas de conhecimentos financeiros, como juros, inflação e diversificação de risco.

Palavras Chaves: Educação Financeira. Seguros. Jovens. São Paulo (cidade).

Abstract

Pinheiro, S. B. (2020) *The connection between financial education and insurance for young people in São Paulo* (Dissertação de Mestrado). Centro Universitário Álvares Penteado, Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP, São Paulo, SP, Brasil.

Financial development and financial inclusion policies have sought to offer several financial products and services to the population, such as: credit cards, overdraft facilities, insurance and other sophisticated products. However, the lack of financial education may lead to an ineffective use of financial products, worsening the financial lives of the population. This study aims to analyze the financial education of young people and, specifically, their knowledge and use of insurance products. Based on previously validated questionnaires already used in the literature, I have applied the instrument in two teaching entities, one being a vocational school for young apprentices, and the other a private school, both in the city of São Paulo. There is a total of 191 respondents, aged between 17 and 22 years old. Most of them believe their financial knowledge is weak or intermediate. However, it was verified that their standardized index values in this research was 63,96, showing a depreciation in terms of self-assessment. One third of the respondents could not correctly answer questions related to interest rate, inflation and risk diversification. In the attitude aspect, approximately one third of the respondents showed a myopic attitude in terms of buying in installments and spending money instead of saving for the long run. Women show greater financial dissatisfaction than men. The behavior aspect of financial education received the lowest average of the index (45,90) and recorded that only 47 would have been financial prepared to face an unexpected expense, with the male audience being statistically better prepared than the female. Moreover, we find a lack of interest in the insurance product, and the main reasons are not having an insurable object, the high cost of insurance and not understanding how it works. Based on a reduced form model, I find that only the knowledge index is significantly related to the purchase of insurance products. This suggests that expanding the insurance market to young audiences will require additional efforts, not only to proliferate the insurance product concept, the types available and other specific items, but also to address even the most basic questions of financial knowledge, such as interest rates, inflation and risk diversification.

Key-words: Financial education. Insurance. Youth. São Paulo (city).

Lista de Figuras

Figura 1. Uso de produtos financeiros (geral).....	24
Figura 2. Uso de produtos financeiros (por gênero).....	25
Figura 3. Conhecimento sobre finanças (geral).....	28
Figura 4. Gráfico de atitude geral.....	29
Figura 5. Gráfico de atitude por gênero.....	30
Figura 6. Gráfico de atitude por entidade de ensino.....	30
Figura 7. Você faz orçamento para controlar sua vida financeira?	31
Figura 8. Você faz orçamento para controlar sua vida financeira? (por entidade).....	32
Figura 9. Você tem poupado alguma parte dos seus rendimentos?	32
Figura 10. Você teria condições de pagar uma despesa alta inesperada sem ajuda?.....	33
Figura 11. Você teria condições de pagar uma despesa alta inesperada sem ajuda? (por gênero).....	33
Figura 12. Quais tipos de seguro possui? (por gênero).....	35
Figura 13. Quais tipos de seguro possui? (por entidade).....	35
Figura 14. Quais tipos de seguro pretende contratar? (por gênero).....	36
Figura 15. Por qual razão não pretende contratar seguro nos próximos 12 meses? (por gênero).....	36
Figura 16. Boxplot dos índices.....	38

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Respostas corretas em conhecimento por gênero	26
Tabela 2 - Detalhe respostas 12 e 13	27
Tabela 3 - Questões 14 e 16 – Seguros	34
Tabela 4 - Como cada fator afeta o seguro?.....	37
Tabela 5 - Correlação dos blocos	38
Tabela 6 - Regressão: índice de seguros (Y) e educação financeira (X)	39
Tabela 7 - Regressão: Experiência com seguros (Y) e educação financeira com índice de seguros(X).....	40
Tabela 8 - Regressão: propensão a adquirir seguros (Y) e educação financeira com índice de seguros (X).....	40

Lista de Abreviaturas e Siglas

ANBIMA	Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e Capitais
BACEN	Banco Central do Brasil
BNCC	Base Nacional Comum Curricular
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
INFE	International Network on Financial Education
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
OCDE	Organisation for Economic Co-operation and Development
PISA	Programme for International Student Assessment
PEIC	Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor
SUSEP	Superintendência de Seguros Privados

Sumário

1 Introdução	11
2 Referencial Teórico.....	14
2.1 Educação financeira	14
2.2 Seguros.....	16
2.3 Jovens.....	17
3 Metodologia.....	19
3.1 Elaboração do questionário	19
3.2 O Perfil da coleta e análise de estudos	20
3.3 A Aplicação dos questionários.....	20
3.4 As análises estatísticas	21
4 Resultados	24
4.1 Uso de produtos financeiros.....	24
4.2 Conhecimento	25
4.3 Atitude	28
4.4 Comportamento	31
4.5 Seguros.....	34
4.6 Análise de regressão	37
5 Considerações Finais	41
Referências	43
Apêndice A – Questionário de Pesquisa	47
Apêndice B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).....	52
Apêndice C – Informações Sociodemográficas	53

1 Introdução

As decisões financeiras estão inseridas diariamente nas interações econômicas das pessoas. Quanto (e de que maneira) consumir, poupar e investir são reflexões que ocorrem em diversos momentos, independentemente do montante disponível.

O desenvolvimento do sistema financeiro e das políticas de inclusão trouxe diversos instrumentos financeiros a uma quantidade maior da população, tais como: cartões de crédito, cheque especial, seguros e outros produtos sofisticados, conforme Arceo-Gómez e Villagómez (2017).

No entanto, a oferta nem sempre se traduz em bom uso dos produtos financeiros. Por exemplo, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC, 2019) registrou, em abril de 2019, que 62,7% das famílias brasileiras estão endividadas com cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguro, o que pode ter sido gerado por falta de educação financeira.

A educação financeira é o processo em que consumidores/investidores compreendem produtos, conceitos e riscos financeiros por meio de instrução e aconselhamento, desenvolvendo habilidades, confiança e consciência quanto a riscos e oportunidades financeiras, no intuito de tomar ações efetivas para seu bem-estar financeiro (Organisation for Economic Co-operation and Development – OCDE, 2005).

O objetivo deste trabalho é fazer um levantamento da educação financeira de jovens e, especificamente, de seus conhecimentos e usos do produto financeiro seguros. Para isso, aplicou-se um questionário baseado em outros já testados na literatura, em duas entidades de ensino, ambas na cidade de São Paulo, sendo uma escola profissionalizante de jovens aprendizes e um colégio particular, totalizando 191 homens e mulheres entre 17 e 22 anos.

O questionário aborda questões e situações financeiras e questiona os jovens quanto ao seu interesse e consumo de produtos de seguros. Com base nesse levantamento, tabulou-se as respostas coletadas e testou-se eventuais diferenças estatísticas entre gêneros, pelo teste não-paramétrico qui-quadrado.

Ademais, foram feitos dois conjuntos de análise de regressão para explorar a relação entre educação financeira e produtos de seguros. No primeiro, buscou-se identificar uma possível relação entre o conhecimento sobre seguros e os três pilares da educação financeira (conhecimento, atitude e comportamento). No segundo, somou-se a esses pilares o conhecimento sobre seguros, para investigar quais dessas características estariam relacionadas à probabilidade de se adquirir esse produto.

A OCDE tem colocado em pauta a importância de aumentar o letramento financeiro da população, para melhor uso dos recursos financeiros. Em sua pesquisa, realizada em 30 países, a organização evidenciou que a educação financeira está baixa (Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico - OCDE, 2018).

Uma das estratégias para maior disseminação do tema é trabalhar com o público jovem, para que questões financeiras sejam discutidas o quanto antes. Nesse sentido, no Brasil, em 2020, o tema educação financeira será incorporado ao processo de ensino e comportamento aos adolescentes, com base nas diretrizes da Base Nacional Comum Curricular (Ministério da Educação Brasil - MEC, 2018), para todas as redes de ensino, pública e privada, em que o estudo de conceitos básicos de economia e finanças será inserido no ensino fundamental (a partir do 5º ano), dentro da matéria de matemática.

A transição da adolescência para a fase adulta requer desses jovens um aumento de responsabilidade. Eles estão na busca de alguma instrução, seja por meio de curso técnico, superior ou mesmo ao dar seus primeiros passos no mercado de trabalho, em busca de uma profissão. Desse modo, compreender sua gestão financeira na fase adulta, com base em seu conhecimento, suas atitudes e comportamentos – virtudes que são os alicerces da educação financeira, é de grande interesse acadêmico e do mercado financeiro, pois esses jovens são os atuais e futuros consumidores desse mercado.

Em relação aos produtos de seguros, cabe investigar o quanto os jovens sabem sobre esse instrumento de gestão de riscos e se existe relação entre educação financeira e a propensão a ter um seguro, ou almejar a ter um no futuro. Em geral, a população desconhece os benefícios de se adquirir um seguro. Nesse sentido, programas de conscientização sobre gerenciamento de seguros podem desempenhar um papel relevante em futuras demandas (Access To Insurance Initiative [A2II], 2019b). Essas informações podem ser insumos úteis para definir estratégias de marketing das empresas seguradoras a toda população, inclusive jovens.

Um estudo com a população de Taiwan evidenciou que a educação financeira tem influência quanto ao mercado de seguros de vida (Lin, Hsiao, & Yeh, 2017). Assim, a inclusão dos produtos de seguros nesta pesquisa propõe verificar quais são aqueles de maior interesse aos jovens e identificar a relação entre educação financeira e seguros a jovens no município de São Paulo.

No mesmo sentido, este trabalho visa a contribuir na exposição da realidade desses jovens quanto à sua compreensão no mundo econômico, sua inclusão social econômica diante de produtos financeiros e seguros. Ainda, é um levantamento para indicar tanto para instituições acadêmicas quanto empresas do mercado financeiro e securitárias as principais carências

educacionais sobre o tema, além de identificar um nicho de produtos financeiros desses futuros consumidores.

Este trabalho está estruturado como se segue:

- a) Este primeiro capítulo traz a introdução, a situação-problema, os objetivos e a contribuição do estudo;
- b) O segundo capítulo traz o referencial teórico;
- c) O terceiro capítulo traz a metodologia, em que se exhibe o processo de elaboração do questionário, a forma como foram efetuadas as entrevistas e a tabulação dos dados. Também são apresentados os modelos de forma reduzida, que guiam a análise da conexão entre seguros e educação financeira;
- d) O quarto capítulo traz a apresentação dos resultados obtidos na coleta de informações;
- e) Finalmente, as considerações finais e sugestões de estudos futuros para contribuição e enriquecimento do tema.

2 Referencial Teórico

Neste capítulo, apresenta-se uma revisão dos principais estudos sobre educação financeira. Posteriormente, o cenário do mercado de seguros, e por último, a situação do jovem perante o mercado de trabalho brasileiro.

2.1 Educação financeira

O conceito de educação financeira, entendido, de forma ampla, como alfabetização, baseia-se na ideia de que é necessária uma combinação de conhecimentos, atitudes e comportamentos para um indivíduo tomar decisões financeiras sólidas e atingir o bem-estar financeiro (OCDE, 2018).

Conforme Potrich, Vieira e Kirch (2015), conhecimento é entender o bom uso de seus recursos financeiros e a boa prática quanto ao uso do dinheiro. A atitude é o sentimento da pessoa diante de uma decisão que envolve diretamente sua vida financeira, definida pelo Banco Central do Brasil (BACEN) (2017). Ela é fundamentada de acordo com seus valores e princípios por um tomador de decisão sobre o resultado de um determinado comportamento, segundo Rogers, Rogers e Santos (2018).

O comportamento é a conduta da pessoa quanto à gestão financeira. Sobre isso, Pacheco, Campara e Costa (2019) indicam que a tomada de decisões em diferentes contextos econômicos leva a um comportamento financeiro distinto. Por sua vez, o BACEN (2017) exemplifica que ações como não planejar para o futuro e fazer gastos compulsivos são exemplos de comportamentos que influenciam de forma negativa o bem-estar financeiro.

A Educação Financeira Escolar constitui-se de um conjunto de informações através do qual os estudantes são introduzidos no universo do dinheiro e estimulados a produzir uma compreensão sobre finanças e economia, através de um processo de ensino, que os torne aptos a analisar, fazer julgamentos fundamentados, tomar decisões e ter posições críticas sobre questões financeiras que envolvam sua vida pessoal, familiar e da sociedade em que vivem (A. M. Silva & Powell, 2013, p. 13).

Segundo A. M. Silva e Powell (2013), para que os indivíduos interajam com esse tema mais cedo, e para maior conscientização e responsabilidade, a educação financeira escolar deve ser abordada entre os alunos em período escolar, não focando somente nas atuais pessoas financeiramente ativas.

A discussão em sala de aula é importante, mas existem outros pontos para melhorar o alicerce da educação financeira. Santos (2017), em sua pesquisa, registra a necessidade do material utilizado em sala de aula. A autora identifica a presença de atividades de educação financeira nos livros dos anos de ensino fundamental (1º ao 5º ano), além da necessidade de os

professores conhecerem o tema, em sua formação acadêmica e nas ações de formação continuada. Paralelamente ao Brasil, o Chile fez uma pesquisa similar, confirmando a presença de atividades que abordam educação financeira no ensino primário em seus livros didáticos (Ferrada, Levicoy, & Orellana, 2018).

O tema precisa ser disseminado dentro de casa pelos adultos responsáveis, que devem se preocupar em educar financeiramente seus dependentes, já que as crianças e os jovens os veem como modelos a serem seguidos (Kassardjian, 2013).

No entanto, cabe ainda o desenvolvimento intrínseco de cada cidadão, não deixando a responsabilidade ao ambiente externo. Conforme o BACEN (2012, p. 22), “o comportamento arraigado, a contabilidade mental, a impulsividade, a falta de interesse em aprender, a avaliação superestimada que as pessoas fazem sobre seu conhecimento financeiro, . . . trazem limitações a educação financeira”.

No exterior, a preocupação também é nítida quanto a pessoas, instituições de ensino e cenário político. Nesse sentido, Messy e Monticone (2016) fizeram levantamento em 71 países na Ásia e região pacífica quanto ao letramento financeiro, identificando: lacunas e necessidades de alfabetização financeira, falta de validação de alguns programas aplicados quanto ao impacto desejado na população, falta de ajustamento quanto a algumas políticas demográficas, em que a população envelhece e encontra desafios na cobertura previdenciária.

Alguns achados já foram encontrados no meio acadêmico, trazendo lacunas a serem mais bem exploradas: Vieira, Bataglia e Sereia (2011), embora afirmem que a formação acadêmica contribui para a melhor tomada de decisões de consumo, investimento e poupança dos indivíduos (ao comparar universitários do primeiro com o último ano em uma universidade do Paraná), isso não foi estatisticamente comprovado em sua pesquisa, deixando em aberto se, ao finalizar uma graduação, realmente a capacidade da tomada de decisão é mais efetiva.

T. P. Silva, Magro, Gorla e Nakamura (2017) identificam que os jovens de gênero masculino são mais fechados a falar com seus familiares sobre o tema educação financeira do que os do sexo feminino, podendo ter dificuldades com os conceitos de educação financeira.

Carvalho, Cordeiro e Silva (2018) abordam o tema de educação financeira com o uso de sites, buscando formas da interação dos alunos, tecnologia e o tema proposto. Contudo, cabe uma seleção adequada de sites pelo instrutor, além da formação especializada dos professores para inserir o tema em sala de aula.

2.2 Seguros

Seguro é o nome dado a um contrato envolvendo duas partes, em que uma delas, o segurado (ou beneficiário), é responsável por pagar uma quantia acordada (prêmio de seguro), para ter cobertura (compensação/indenização) de um evento incerto (risco) que será de responsabilidade de uma seguradora, por um determinado período/vigência. (Azevedo, 2010).

O seguro contribui de forma relevante na sociedade quanto à transferência do risco e redução de perdas na eventualidade de um sinistro, atenuando riscos específicos ou ameaças financeiras, responsabilidade essa inerente ao modelo do negócio.

A atividade não é tão simples em sua comercialização, pois existe o desafio de sua demanda. De acordo com A2II (2019b), a demanda é impactada pelo grau de distância entre seguradora e segurado. Quanto à conscientização, existem quatro riscos: risco agregador, em que ocorre a venda inadequada ao segurado; a venda do seguro sem a necessidade do produto; a falta de ciência do segurado quanto ao que está devidamente coberto, além dos riscos de pós vendas em como endossar, em caso de mudança no modelo de seu negócio, uma apólice ou até mesmo como comunicar o sinistro. Em suma, o maior desafio seria a conscientização por parte do segurado, e as seguradoras entenderem melhor a necessidade de seus clientes.

Um bom exemplo de risco agregador é o estudo de Tangka et al (2020) com um grupo de 830 mulheres com câncer de mama. Dessas, 92,5% estavam seguradas; entretanto, 9,5% delas tiveram que arcar com custos superiores à sua cobertura. É evidente que os custos são altos, mas a presença adequada das seguradoras para o melhor produto a seu cliente evitaria esses gastos desnecessários.

Lin et al. (2017), além de identificarem que a probabilidade de absorção do produto seguro (especificamente o de vida) está atrelada ao alto nível de conhecimento financeiro, abordam que fatores como gênero, estado civil e renda média anual podem influenciar na sua contratação.

Vale mencionar a importância tanto do gênero quanto do consumo de seguros. Nesse cenário, a A2II (2019a) afirma que, em geral, as mulheres são mais propensas a ter empregos informais, e no mesmo estudo, estima-se que se estivessem mais estabilizadas financeiramente, estariam dispostas a gastar de 10% a 15% de sua renda em seguros.

No Brasil, o mercado de seguros procura evoluir e se atualizar, seguindo normas de seu órgão regulamentador, a Superintendência de Seguros Privados (SUSEP). Além disso, possui sua significância dentro do polo financeiro, também sendo necessária sua propagação conceitual, conforme será validado nos resultados deste trabalho.

Com participação dentro do item “serviços” no PIB, o mercado de seguros¹ teve evolução no 3º trimestre de 2019 em 1,3%, conforme o IBGE (2019), em relação ao 3º trimestre de 2018, reforçando sua inclusão e importância na produção nacional. Esse não é o maior produtor dentro do PIB, mas é um mercado sólido e de evolução constante.

Raj (2019) identifica o interesse em investimentos no mercado segurador no mundo digital nas *insurtech*. Ao reduzir a burocracia, a contratação rápida de um seguro pode vir a ganhar um público consumidor, inclusive jovens, interessados cada vez mais em tecnologias e aplicativos.

Agudelo (2018) relata que, dada a quantidade analítica de informações existentes, há discussão no mercado securitário sobre o uso do *BIG DATA* em algumas companhias, possibilitando conhecer melhor o nicho de demanda e oferta, analisando o comportamento do consumidor e seus grupos, que exercem influência no consumo.

2.3 Jovens

Na fase da adolescência e início da juventude, ocorrem grandes mudanças na vida de uma pessoa, além do aumento de sua interação social e responsabilidade. Ainda nessa fase, os jovens são alvejados pelas áreas de marketing de grandes companhias, para que consumam produtos e serviços, ou na intenção de influenciar seus responsáveis a adquirir algum produto. A forma como os jovens (e até mesmo crianças) constroem o conceito econômico de manuseio do dinheiro e sua interação social com os demais – família, amigos, escola dá-se o nome de socialização econômica. (Bessa, Fermiano, & Coria, 2012).

Quando o jovem inicia sua gestão financeira, muitas vezes, já possui diversos hábitos difíceis de seres desconstruídos, seja por uma questão cultural (como exemplo, a não necessidade de se ter seguro de automóvel, pois entende que um alarme será o suficiente), ou uma questão psicológica, como a ideia da não necessidade de um seguro de vida, podendo surgir o excesso de confiança, já que entende que tem uma vida toda pela frente (Kahneman & Tversky, 1979).

A inserção do adolescente e jovem no mercado de trabalho formal pode ocorrer a partir de um contrato de aprendizagem, na faixa de 14 a 24 anos. Esse contrato não pode exceder o período de dois anos de duração (salvo quando o aprendiz for portador de deficiência), como mencionado no artigo 428 da CLT (Decreto n. 5.452, 1943).

As empresas contratam esses jovens tanto pela responsabilidade que assumem com a sociedade em estimular o desenvolvimento profissional, quanto por interesses próprios, como

¹ No conceito do IBGE, seguros está aglutinado dentro de “Atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados”, e a movimentação do III trimestre de 2019 foi de R\$ 108.260.544.680,13.

pagar remuneração inferior para serviços administrativos, em vez de contratar profissionais mais maduros.

De acordo com a Lei n. 10.097, de 2000, as empresas de médio a grande porte devem compor, em seu quadro de funcionários, entre 5% e 15% de jovens na condição de aprendizes, considerando que eles devem estar devidamente matriculados em uma instituição de ensino. Em geral, eles pertencem às famílias mais carentes de recursos. Essa é mais uma das razões para que iniciem a carreira mais cedo, visto que, muitas vezes, precisam contribuir com a renda em seus lares.

Independentemente de já exercerem atividade remunerada, há diversos produtos voltados aos jovens, como o seguro educação, ou ações contratadas pelos seus responsáveis, podendo ser resgatadas quando atingirem a maioridade. Atualmente, há uma crescente demanda pelo aumento desses produtos (A. L. P. Silva, Benevides, Duarte, Oliveira, & Cordeiro, 2018).

Uma pesquisa realizada pelo IBOPE com a seguradora Prudential do Brasil (<https://www.revistaapolice.com.br/2019/09/pesquisa-aponta-que-apenas-15-dos-brasileiros-tem-seguro-de-vida/>, recuperado em 12 de março de 2019) identificou que, em amostra de todo o país, 15% possuem seguro de vida; quanto aos jovens de 16 a 24 anos, apenas 12% possuem. Além disso, 31% demonstraram interesse em adquirir o produto.

A seguir, a metodologia que norteou este estudo.

3 Metodologia

3.1 Elaboração do questionário

O questionário baseia-se no que foi aplicado no Brasil, em 2015, pelo BACEN, em parceria com a Serasa Experian e o Ibope Inteligência (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), que, por sua vez, estava baseado no Toolkit 2015, desenvolvido pela Infe/OCDE. Além disso, retirou-se perguntas de outras fontes, como o Garber e Koyama (2016), Lusardi e Mitchell (2007) e Programme for International Student Assessment (PISA) (2018).

No quesito conhecimento, a inclusão das três perguntas de Lusardi e Mitchell (2007) visou a investigar a habilidade matemático-financeira e a interpretação dos jovens diante de situações cotidianas. As perguntas englobaram o entendimento de juros ao longo do tempo, inflação e diversificação (questões 09, 10, 12 e 13). A questão 12 abordou o entendimento dos jovens sobre a análise comparativa entre rendimento e inflação, porque avaliar um produto financeiro com rendimento a 1%, mas com inflação a 2%, corroerá o poder de compra.

De acordo com a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e Capitais (ANBIMA) (2018), 50% acertaram essa questão. Em questões como a 02, em que foi solicitado ao entrevistado responder quanto seria a divisão do prêmio de R\$ 1.500,00 entre três amigos, há uma conta aritmética simples. Por sua vez, a questão 03, absorvida do PISA (2018), indagou aos jovens quantas semanas levariam para obter uma quantia de R\$ 600,00, considerando a quantidade que ganham e quanto poupam por semana. Nesse cenário, houve uma complexidade de planejamento, cobrando maior atenção e habilidade do entrevistado.

O aspecto atitude foi captado nas cinco frases da questão 1 de Garber e Koyama (2016), em que, originalmente, indagou-se o quanto concordam ou discordam, segundo a escala likert de 1 a 5. Para esse instrumento, aplicou-se somente a opção em concordar ou discordar, por simplicidade. Indivíduos imediatistas, ao concordarem comprar parcelado, em vez de aguardar e pagar à vista, não demonstraram atitude positiva, o que pode comprometer sua gestão financeira.

As questões que tratam do comportamento (05, 07 e 08) focam no planejamento orçamentário e baseiam-se em Garber e Koyama (2016). No questionário original, indagou-se a existência de um orçamento familiar. Nesta pesquisa, a questão 05 abordou se o jovem faz um orçamento para controlar sua vida financeira, para verificar seu comportamento financeiro. Além disso, incluiu-se a questão 06, perguntando se ele possui renda, para que aqueles economicamente ativos indicassem, na questão 07, se poupavam parte de sua remuneração.

Para verificar o perfil de participação no uso de produtos financeiros, a questão 11 de Garber e Koyama (2016) listou a marcação do uso de produtos que esses jovens utilizam, podendo ser mais de um (cartão de crédito, cheque especial). Para finalizar o tópico de educação financeira, a questão 26 questionou o nível de conhecimento do entrevistado sobre finanças, objetivando-o à autoavaliação e autoconfiança quanto ao tema.

Para compreender o estímulo e interesse relacionados aos principais produtos voltados a seguros, foram criadas as questões 14, 15, 16 e 17. Da mesma forma, a questão 18 foi elaborada na tentativa de absorver (em caso negativo) o não interesse nesses produtos. Cabe ressaltar que a questão 14 buscou identificar se o entrevistado, ou o meio em que ele convive, tem o hábito de consumir o produto seguros; por essa razão, a questão não é focada somente no jovem, mas em seu ambiente familiar. Na questão 16, questionou-se se o jovem (e não mais sua família) pretende adquirir seguros nos próximos 12 meses.

A pergunta 19 do questionário (apêndice A) foi extraída do relatório PISA (2018), na intenção de averiguar o entendimento e a compreensão dos jovens diante de duas circunstâncias distintas de uma situação que envolve conhecimento quanto a seguros.

As demais perguntas sociodemográficas (idade, escolaridade, com quem reside, etc.) foram elaboradas para melhor conhecer o perfil da amostragem estudada; no entanto, dados pessoais como nome ou documentos não foram solicitados, respeitando o anonimato dos respondentes.

3.2 O Perfil da coleta e análise de estudos

A pesquisa tem caráter exploratório, para isso, a aplicação do questionário (apêndice A) objetivou a coletar as informações quantitativas para análise descritiva, na intenção de identificar fenômenos existentes no público estudado.

O foco da pesquisa foi compreender o perfil do público jovem que estuda em duas entidades de ensino: uma parte estuda em uma instituição social profissionalizante (a partir de agora, denominada somente instituição), uma ou duas vezes durante a semana, e nos demais dias, fazem estágio como jovem aprendiz nas empresas. A outra entidade de ensino é uma escola particular; embora tenha alunos de ensino médio e técnico, o público-alvo foi o último ano do ensino médio.

3.3 A Aplicação dos questionários

A aplicação dos questionários ocorreu em dois dias: 06 de novembro de 2019 na instituição de ensino profissionalizante, passando pelas sete salas disponíveis no dia com alunos

que estavam presentes, interessados em responder ao questionário e que tinham mais de 18 anos; e em 19 de novembro, no colégio particular, passando pelas três salas disponíveis, aos alunos que tinham interesse em responder ao questionário, maiores de 18 anos ou menores autorizados pelos responsáveis.

Cabe informar que, na coleta do colégio particular, inicialmente, exigiu-se que deveria ser direcionada somente aos alunos que tinham autorização dos pais (para atender procedimento interno do colégio). Posteriormente, foi liberado aos maiores de 18 anos; mas aos menores, para responder (e se tivessem interesse), foi necessária uma autorização (apêndice B), de forma eletrônica, via aplicativo, usada como meio de comunicação entre o colégio e os responsáveis pelos alunos.

Outro ponto a destacar é que o colégio, no momento da coleta, estava em período de provas. Assim, acordou-se em disponibilizar o questionário em branco aos alunos, juntamente com o coordenador do curso, durante a prova. Após a prova, os alunos o preencheriam e entregariam ao professor que estava em sala de aula.

Foram distribuídos 217 questionários, e desses, 200 foram preenchidos. No entanto, somente 191 foram válidos, sendo 159 de origem da instituição e 32 do colégio. Alguns foram descartados por estarem incompletos, com respostas controversas (a pergunta deveria ser respondida se “SIM” à pergunta anterior, o entrevistado respondeu “NÃO” e preencheu a resposta, na atual pergunta, trazendo incoerência) e público presente em sala de aula, mas fora do perfil estudado (professores que responderam ao questionário em vez de alunos).

3.4 As análises estatísticas

Os questionários foram tabulados em planilha eletrônica (Excel) para tratar as informações. Foram elaborados tabelas e gráficos para melhor observar os dados coletados. Além disso, para estudo de gênero, foi feito o teste qui-quadrado, para verificar o grau de associação e se havia diferença entre homens e mulheres. Ao considerar o nível descritivo de 5%, nas questões aplicadas, foi feito o seguinte teste de hipótese:

H_0 : Não existe diferença entre os gêneros

H_1 : Existe diferença entre os gêneros

O teste qui-quadrado é um teste não paramétrico, isto é, não depende de um parâmetro populacional, como a média ou a variância para sua aplicação. Por meio dele, compara-se um determinado conjunto de eventos entre duas variáveis.

Com o objetivo de buscar a conexão existente entre educação financeira e seguros, os dados foram trabalhados usando ferramentas da análise multivariada e separados em quatro blocos de estudos: três pertinentes aos constructos da educação financeira (conhecimento, atitude e comportamento) e um de seguros. Com essa divisão, foi criado um escore para cada bloco.

Para as perguntas relativas ao conhecimento (02, 03, 09, 10, 12 e 13), registrou-se 01 ponto para cada acerto. Procedeu-se de maneira análoga para os demais blocos: atitude (referente às cinco frases da pergunta 01), comportamento (pertinente às perguntas 05, 07 e 08) e por último, o conhecimento em seguros na questão 19, lembrando que essa se subdivide em duas perguntas quanto ao tema.

As questões 15, 17 e 18 pertinentes a seguros não foram incluídas na construção do índice, pois não envolvem a razão do consumo de produtos securitários; mas sim perguntas exploratórias que dão suporte para verificar quais produtos são consumidos para quem possui, quais pretendem contratar nos próximos meses e por quais razões não contratariam. Por serem dessa vertente, pouco colaborariam na construção do índice de seguros.

Com os índices elaborados, percebeu-se que o máximo de acertos em cada bloco de estudo teve um máximo de pontuações diferentes: conhecimento, seis pontos; atitude, cinco; comportamento, três; seguros, dois. Para não penalizar cada bloco estudado e permanecer a natureza de acertos quanto ao tema, cada bloco de estudo foi padronizado, evitando divergências no estudo estatístico.

Assim, a pontuação máxima em cada bloco passou a ser 100, e o cálculo de cada indivíduo foi feito ao dividir o número de acertos pela quantidade máxima de perguntas de cada bloco, multiplicado por 100. Por exemplo, se um entrevistado acertou quatro das cinco questões de atitude, sua pontuação ficou em 80. Essa padronização foi feita por blocos e indivíduos.

A investigação de quanto a educação financeira está relacionada com seguros baseou-se em regressão múltipla, usando o sistema GRETL, visando a examinar a relação entre uma variável dependente e um conjunto de variáveis independentes. (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2009).

De forma adicional, incrementou-se a variável dummy gênero, para testar a diferença estatística entre homens e mulheres. Conforme levantamento de A2II (2019a), a alfabetização financeira das mulheres tende a ser menor do que a dos homens. Por essa razão, julgou-se ser enriquecedor testar na regressão essa variável.

O primeiro modelo de forma reduzida teve como variável dependente o índice de seguros, e as variáveis independentes os constructos da educação financeira e o gênero, da seguinte forma:

$$Y_{Seg} = \beta_1 CON_i + \beta_2 ATI_i + \beta_3 COM_i + \beta_4 GEN_i + \varepsilon_t$$

Em que:

Y_{Seg} é a variável dependente índice de seguro;

β_1, β_2 e β_3 são os coeficientes obtidos na aplicação do modelo;

CON_i é o índice de conhecimento de cada indivíduo;

ATI_i é o índice de atitude de cada indivíduo;

COM_i é o índice de comportamento de cada indivíduo;

GEN_i é uma dummy de gênero de cada indivíduo, sendo: 0 feminino e 1 masculino;

ε_t é a constante ou o erro aleatório da regressão.

No segundo modelo de forma reduzida, testou-se a relação de quem tem experiência com seguros, baseado na questão 14 do questionário (se a pessoa entrevistada ou alguém da família possui seguros) em relação aos demais blocos, considerando também o conhecimento de seguros, dessa vez nas variáveis independentes. Assim, esse segundo modelo tem a seguinte estrutura:

$$Y_{14} = \beta_1 CON_i + \beta_2 ATI_i + \beta_3 COM_i + \beta_4 GEN_i + \beta_5 SEG_i + \varepsilon_t$$

Em que:

Y_{14} é a variável dependente se o entrevistado possui seguro. Ela é uma dummy em que 0 não possui seguro e 1 possui;

β_4 e β_5 são os coeficientes obtidos na aplicação do modelo;

SEG_i é o índice de seguros de cada indivíduo;

Demais itens são os mesmos indicados na primeira regressão.

Por último, trocou-se a variável dependente Y_{14} pela Y_{16} , ultra dummy, questionando se o entrevistado pretende contratar seguros nos próximos 12 meses (0 não pretende contratar; 1 sim, pretende contratar). O objetivo foi estudar a relação da propensão em adquirir seguros em relação aos demais blocos. A 3ª regressão segue o modelo:

$$Y_{16} = \beta_1 CON_i + \beta_2 ATI_i + \beta_3 COM_i + \beta_4 GEN_i + \beta_5 SEG_i + \varepsilon_t$$

4 Resultados

4.1 Uso de produtos financeiros

Os produtos financeiros mais utilizados pela amostra de 191 jovens nos últimos 12 meses foram: o cartão de crédito (150), a conta poupança (94) e o pagamento via aplicativo de celular, sem ser internet banking (66). O cartão de crédito é um item esperado entre os jovens; muitos estão adquirindo cada vez mais esse serviço e, muitas vezes, usando de forma impulsiva, podendo trazer descontroles em seus gastos (Oliveira, Ikeda, & Santos, 2004).

Em nenhum momento, o crédito consignado e o microcrédito foram selecionados pelo público entrevistado. Cabe destacar que o entrevistado poderia selecionar mais de um produto, como também não poderia selecionar nenhum (caso não tivesse consumido o produto financeiro).

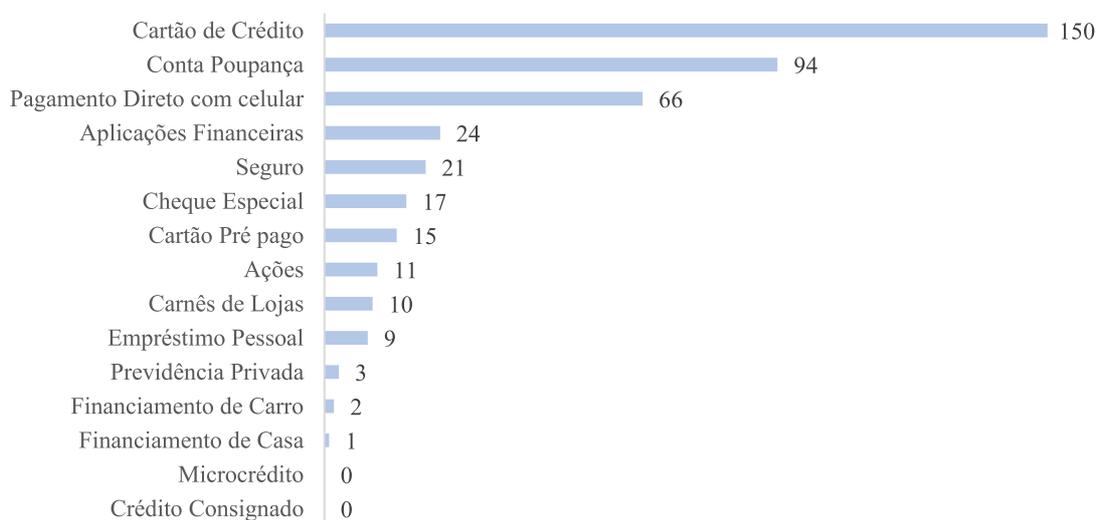


Figura 1. Uso de produtos financeiros (geral).

De acordo com o relatório BACEN (2017), o cartão de crédito teve participação na pesquisa em 45%, e na amostra aqui trabalhada, foi superior a 78,53% (150). A conta poupança foi a terceira mais usada, com 20,3% no BACEN (2017), e no trabalho aqui apresentado, 49,21% (94). A comodidade e a simplicidade de uma conta poupança pode ser um dos fatores que justifique sua alta quantidade de consumidores da poupança.

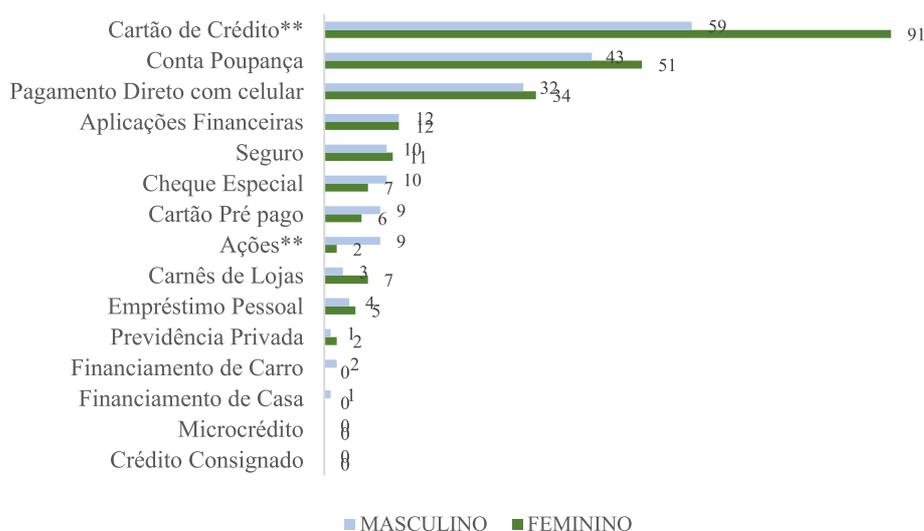


Figura 2. Uso de produtos financeiros (por gênero).

Os maiores consumidores foram o público feminino (em valores absolutos), mas, percentualmente, o público masculino é superior na conta poupança (55,84% dos homens – isto é, 43 dos 77 homens - contra 44,74% do público feminino – 51 de 114 mulheres) e pagamento direto com celular (41,56% dos homens contra 29,82% das mulheres).

Na aplicação da análise estatística, a diferença dos gêneros no cartão de crédito e em ações foi considerada estatisticamente significante, e no cartão de crédito, as mulheres têm maior consumo do que homens. Isso corrobora o estudo de Woodruffe-Burton, Eccles e Elliott (2002), em que o consumo das mulheres nesse produto é maior. Nas ações, o público masculino tem maior participação do que as mulheres. Para esse ponto, não foram encontradas diferenças entre entidades de ensino.

Quando questionado se os entrevistados tinham conta em banco, 14 de 191 entrevistados disseram que não. Esses 14 jovens são todos do colégio particular, sendo seis homens e oito mulheres. Em contrapartida, 177 (92,670%) já possuem conta; isto é, existe uma vida financeira de certa forma ativa. Ao antecipar a pergunta 24 (se alguém que mora com o jovem tem conta em banco), identificou-se que 187 respondentes confirmaram que sim, e somente quatro que não ou não sabem. Isso indica que o público pesquisado faz parte de um grupo de pessoas com acessibilidade de produtos e serviços financeiros.

4.2 Conhecimento

Nesta pesquisa, a característica do conhecimento visa a avaliar a compreensão conceitual diante de serviços e produtos financeiros com habilidades matemáticas.

Na questão 02, que era uma conta exata de divisão, somente um entrevistado dos 191 errou - uma entrevistada do público feminino do colégio particular, e todos os demais acertaram (99,48% dos entrevistados). Esse índice também é alto na pesquisa do BACEN (2017), com 89,3% de acerto. Esse percentual caiu na questão 03, pois essa trouxe um teor maior de complexidade, exigindo interpretação e lógica, com sucesso de acerto de 78,53%.

As questões 03 e 12 demonstraram diferenças estatisticamente significantes. Conforme a tabela 01, adiante, o público masculino superou acertos em relação ao feminino. Neste ponto, não eram esperadas diferenças entre gêneros, uma vez que, na pesquisa de Carmo e Ferraz (2012), evidenciou-se indiferença de gênero quanto a habilidades de matemática. Ressalta-se que não foram identificadas diferenças entre as entidades de ensino.

Tabela 1

Respostas corretas em conhecimento por gênero

QUESTÕES	GÊNERO		TOTAL	P VALOR
	MASCULINO	FEMININO		
2. Imagine que 3 amigos ganhem juntos R\$ 1.500 (mil e quinhentos reais) em uma loteria. Se eles decidem dividir o dinheiro igualmente entre eles, quanto cada um recebe?	100,00%	99,12%	99,48%	0,4099
3. Ricardo trabalha em um restaurante 3 noites por semana. Ele trabalha 4 horas por noite e recebe R\$ 10,00 por hora. Ricardo também ganha R\$ 80,00 de gorjeta por semana. Ricardo guarda exatamente metade do total de dinheiro que ganha na semana. Ricardo deseja poupar R\$ 600,00 para suas férias. Quantas semanas vão levar para Ricardo economizar R\$ 600,00? **	87,01%	72,81%	78,53%	0,0190
9. Suponha que você coloque R\$ 100 em uma aplicação financeira que rende 2% ao ano. Você não faz nenhum outro depósito, nem retira nenhum dinheiro desta conta. Quanto você teria nesta conta ao final do primeiro ano, incluindo os juros?	75,32%	63,16%	68,06%	0,0769
10. E qual seria o saldo dessa aplicação daqui a cinco anos, se você também não fizer nenhum depósito ou saque no período?	48,05%	34,21%	39,79%	0,0552
12. Imagine que a taxa de juros de seu investimento fosse de 1% ao ano e a inflação fosse de 2% ao ano. Após 1 ano, quanto você poderia comprar com o dinheiro que ficou aplicado no período? **	53,25%	38,60%	44,50%	0,0457
13. Diga que se a frase é verdadeira ou falsa: “comprar ações de uma única empresa geralmente proporciona um retorno mais seguro do que um fundo de ações”.	54,55%	52,63%	53,40%	0,7948

As questões 09 e 10 exigiram noção de entendimento de juros, para verificar o entrosamento dos jovens nesse conceito. A resposta correta da 09 é 102, em que 68,06% (130

peessoas) acertaram corretamente, um percentual menor conforme pesquisa da ANBIMA (2018), que foi de 74%, mas superior à pesquisa do BACEN (2017), de 50%.

Ao complementar o questionamento 09, após cinco anos, a intenção era saber o resultado da aplicação com juros. A expectativa era entender juros compostos embutidos na análise do entrevistado, dos quais 39,79% dos respondentes captaram a ideia e responderam corretamente “Mais que R\$ 110,00“. Curiosamente, a quantidade de pessoas que informou “Não sei” foi de 30 nessa questão e de 29 na questão 09 (acrécimo de uma pessoa do público masculino que não soube responder à questão). Nas questões 09 e 10, não foram identificadas diferenças entre gêneros ou entidades.

A questão 12 exigiu dos entrevistados a capacidade de entender juros e inflação ao longo do tempo. A Alternativa correta é “Menos do que hoje”, em que a maioria (44,5%) dos 191 entrevistados respondeu corretamente. A ANBIMA (2018), em pesquisa aplicada em novembro de 2018, obteve 50% de acerto nessa questão. Conforme a Tabela 2, adiante:

Tabela 2

Detalhe respostas 12 e 13

QUESTÕES	ALTERNATIVAS	RESULTADO	% RESULTADO
Imagine que a taxa de juros de seu investimento fosse de 1% ao ano e a inflação fosse de 2% ao ano. Após 1 ano, quanto você poderia comprar com o dinheiro que ficou aplicado no período?	Exatamente o mesmo que hoje	14	7,33%
	Mais do que hoje	30	15,71%
	Menos do que hoje	85	44,50%
	Não sei	62	32,46%
Diga que se a frase é verdadeira ou falsa: “comprar ações de uma única empresa geralmente proporciona um retorno mais seguro do que um fundo de ações”.	Verdadeiro	33	17,28%
	Falso	102	53,40%
	Não sei	56	29,32%

Um ponto que chamou a atenção na questão 12 envolve os entrevistados que não acertaram (55,5% - 106 pessoas). Dessa quantidade, 62 declararam não saber a resposta. Nota-se uma quantidade maior em relação àqueles que efetivamente erraram, 44 pessoas (soma das duas primeiras linhas da tabela 02). Os resultados dessa questão demonstram carência no conceito econômico e financeiro.

A questão 13 avaliou a pulverização do risco, questionando se a ação de uma única empresa proporciona mais retorno do que um fundo de ações. Markowitz (1952), na teoria do portfólio, valida a diversificação de risco, em que o foco é obter maior retorno e menor risco, na busca da carteira eficiente sob um conjunto de ativos.

A opção correta para essa questão 13 é a alternativa “Falso”. Do total da amostra para essa questão, 102 respondentes (53,40%) estão alinhados em não concentrar risco em uma ação de uma única empresa, e não foram encontradas diferenças relevantes entre gêneros ou entidades de ensino. A ANBIMA (2018) registrou 50% de acerto nessa questão, e o BACEN (2017), 77,2%.

Assim como na questão 12, observou-se que, para esta 13, dos entrevistados que não acertaram (46,6% - 89 pessoas), na verdade, 56 não souberam a resposta e 33 entenderam que a questão era VERDADEIRA, não FALSA.

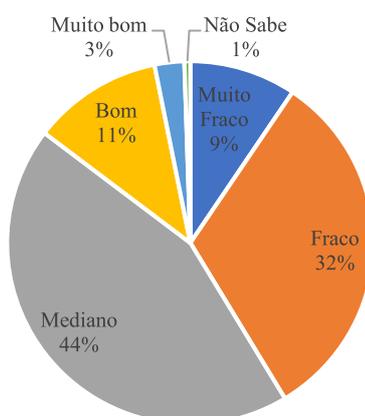


Figura 3. Conhecimento sobre finanças (geral).

A última pergunta do questionário é uma autoavaliação do entrevistado para verificar sua confiança quanto às finanças: 43,98% julgaram-se medianos quanto ao tema e 31,94% consideraram-se fracos. Diante da pesquisa do BACEN (2017), houve 23% bons e 38% medianos.

4.3 Atitude

Este tópico visa a avaliar o estímulo do conhecimento financeiro e sentimento do entrevistado diante de reflexões e desafios financeiros. Na pergunta 01, constam frases referentes a aspectos financeiros de curto, médio e longo prazo, para melhor reconhecer o perfil de atitude dos jovens. Conforme a Figura 4, a seguir:

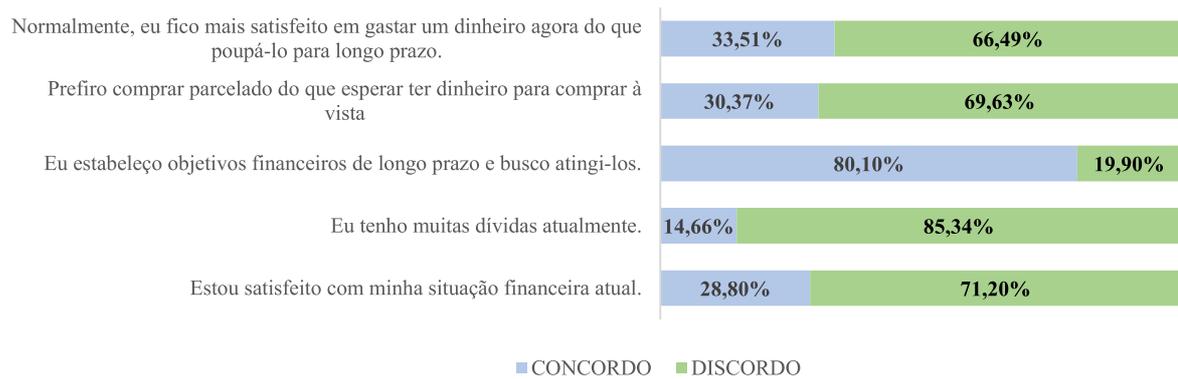


Figura 4. Gráfico de atitude geral.

Os entrevistados apresentaram uma atitude positiva diante das frases apresentadas. A coleta evidenciou que 66,49% discordam em ter mais satisfação em gastar do que poupar, o que traz coerência na próxima frase sobre o consumo parcelado, e quase 70% (69,63%) não concordam em parcelar, preferem poupar dinheiro e pagar à vista. Essa resposta surpreende a pesquisa, pois, sob um ângulo cultural, vê-se os mais jovens serem mais arrojados e despreocupados financeiramente em relação aos adultos mais velhos.

Mais de 80% (80,10%) dos jovens estabelecem e buscam atingir seus objetivos financeiros, o que corrobora a pouca quantidade de dívidas, uma vez que 85,34% informam não ter muitas atualmente. Essas duas frases juntas direcionam a dois pensamentos: ou o público jovem tem um controle financeiro sólido e com poucas dívidas, ou, justamente por estar em seus primeiros passos financeiros, ainda não tem uma remuneração suficiente para consumo maior, poupando o pouco que tem, evitando dívidas para alcançar objetivos financeiros maiores a longo prazo.

A pesquisa do BACEN (2017) acusou que 37,7% estão insatisfeitos com a atual situação financeira, percentual menor quando comparado aos jovens entrevistados neste trabalho, com 71,20% não satisfeitos, evidenciando o incômodo quanto à estagnação financeira e a ambição positiva desses jovens em busca de melhores rendas.

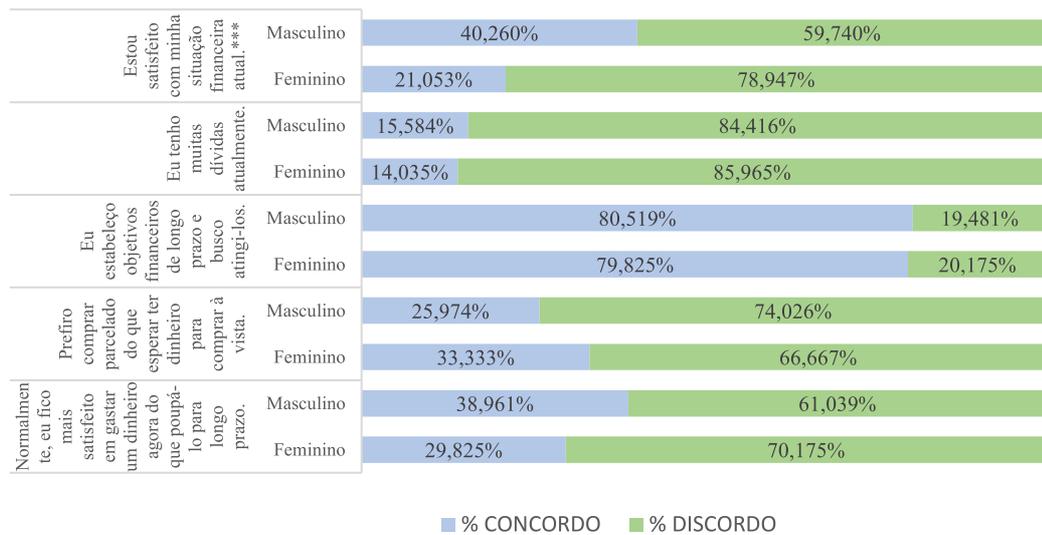


Figura 5. Gráfico de atitude por gênero.

Ao cruzar as informações por gênero, a maior diferença percentual foi na satisfação com a situação financeira: o público feminino (78,947%) demonstrou mais insatisfação do que o masculino (59,740%), e foi a única frase estatisticamente significativa. No estudo do BACEN (2017), mesmo tendo uma frase intermediária de “nem concordo/nem discordo”, o público feminino (40,9%) também demonstrou mais insatisfação do que o masculino (34,1%), convergindo com o resultado desta pesquisa.

Também se evidenciou que o público masculino (38,961%) está mais satisfeito em gastar do que poupar a longo prazo em relação ao feminino (29,825%).

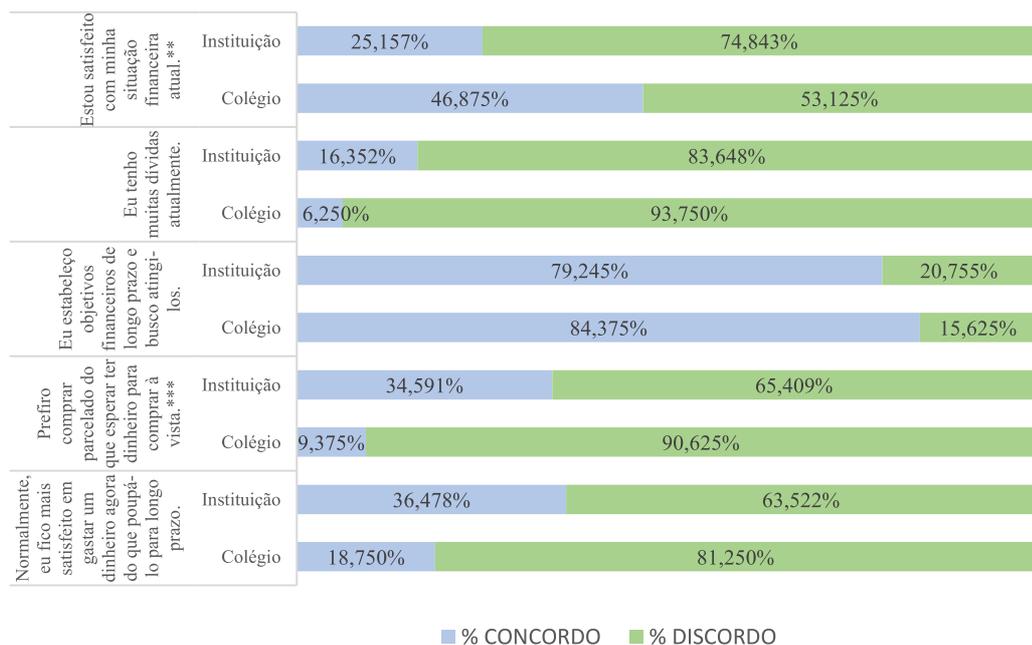


Figura 6. Gráfico de atitude por entidade de ensino.

Ao analisar as entidades de ensino, as duas maiores diferenças encontradas são nas frases “prefiro comprar parcelado do que esperar ter dinheiro para comprar à vista” e “estou satisfeito com minha situação financeira atual”. Na primeira frase, o público do colégio discordou mais em relação ao da instituição de ensino. Na segunda frase, o público da instituição se mostrou mais insatisfeito com a situação financeira do que o do colégio.

4.4 Comportamento

O quesito comportamento, englobando ações quanto ao bem-estar, trouxe perguntas referentes a orçamento, ato de poupar, planejamento financeiro e preocupações futuras. Quando não houve preocupação dos respondentes com esses itens, interpretou-se como comportamento contrário à educação financeira e estagnação de seu bem-estar.

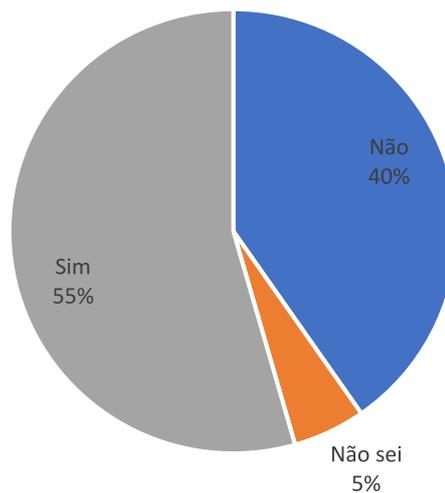


Figura 7. Você faz orçamento para controlar sua vida financeira?

Um pouco mais da metade (54,45%) dos entrevistados respondeu que possui algum orçamento, contra 40,31% que não possuem. Essa amostra foi contrária à pesquisa do BACEN (2017), em que 56% da população indicaram não realizar orçamento, contra 44% que fazem, o que surpreende, evidenciando a preocupação do jovem com seus gastos e consumo. Quando analisado por gênero, não se encontrou diferenças estatísticas, mas ao avaliar, por entidade, houve uma discrepância maior.

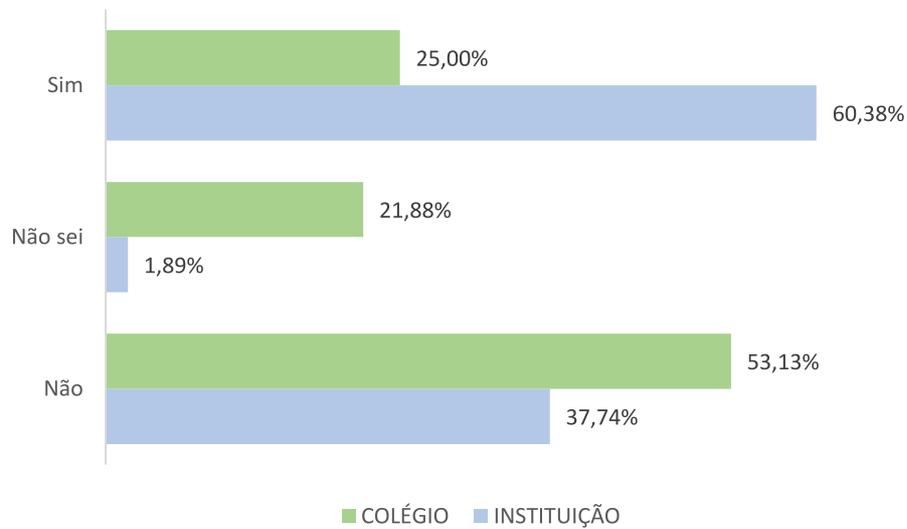


Figura 8. Você faz orçamento para controlar sua vida financeira? (por entidade).

Os jovens da instituição (60,38%) aderem mais a um orçamento financeiro do que os do colégio (25%). Um pouco mais da metade dos entrevistados do colégio (17 respondentes) afirma não possuir orçamento para controle financeiro, e essa discrepância é estatisticamente significativa, demonstrando a diferença entre os públicos. Essa diferença faz sentido, pois, de acordo com a questão 6 (em que se questionou se o público possui renda – 175 dos 191 possuem), 12 dos 32 respondentes do colégio (32,5%) não possuem; então, não tem razão fazer um orçamento, já que não há nenhum tipo de remuneração.

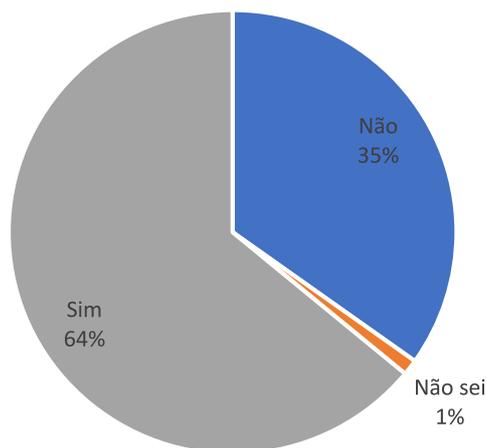


Figura 9. Você tem poupado alguma parte dos seus rendimentos?

Para os que afirmaram possuir renda, 112 confirmam guardar parte de sua remuneração (64%), percentual superior aos demais estudos, como o do BACEN (2017), em que apenas 31% pouparam nos últimos meses, e da ANBIMA (2018), com 33%. Os estudantes do colégio particular (80%) se preocupam mais em guardar do que os da instituição (61,935%); contudo,

não houve diferença estatística entre gêneros ou entidades. Os números aqui apresentados são superiores ao estudo de Conto, Faleiro, Führ e Kronbauer (2015), que registrou que somente 31,79% dos alunos do Ensino Médio do Vale do Taquari – RS poupavam.

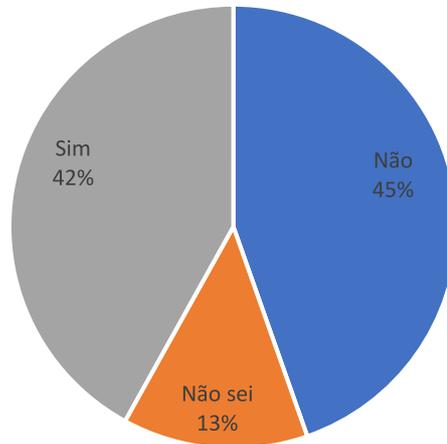


Figura 10. Você teria condições de pagar uma despesa alta inesperada sem ajuda?

Dos 112 respondentes que afirmaram guardar parte de sua renda, foi questionado se surgisse uma despesa inesperada alta, teriam o valor suficiente para quitá-la sem pedir empréstimo. Desses 112, 44,643% (50 respostas) afirmam que não teriam esse valor, contra 41,964% (47 respostas) que teriam. Esse número é inferior à pesquisa do BACEN (2017), em que 60% teriam valores para cobrir despesas inesperadas por até três meses. Cabe ressaltar que a despesa alta inesperada é subjetiva para cada indivíduo.

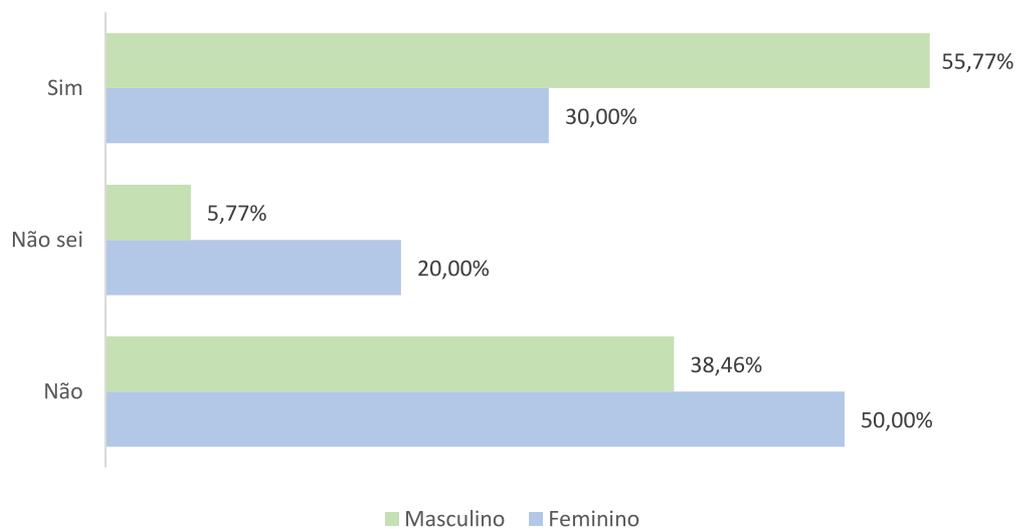


Figura 11. Você teria condições de pagar uma despesa alta inesperada sem ajuda? (por gênero).

O público masculino tem significância estatística com maior preparo (55,77%) do que o feminino (30%), conforme a figura 11. O BACEN (2017) registrou que os homens conseguem cobrir o seu custo de vida por mais tempo do que as mulheres, embora não tenham sido identificadas diferenças entre entidades de ensino.

4.5 Seguros

Para absorver o envolvimento desses jovens em relação a seguros, questionou-se se eles possuem esse serviço, se têm interesse, e qual seu entendimento diante de cenários que envolvam esse produto. Conforme a Tabela 3, adiante:

Tabela 3

Questões 14 e 16 - Seguros

QUESTÕES	RESPOSTA	GÊNERO		P VALOR	ENTIDADE		P VALOR
		MASCULINO	FEMININO		INSTITUIÇÃO	COLÉGIO	
Você, ou as pessoas que moram com você, possuem algum tipo de seguro?*	Não	32,46%	15,58%	0,0286	30,19%	3,13%	0,0054
	Não sei	7,02%	10,39%		8,18%	9,38%	
	Sim	60,53%	74,03%		61,64%	87,50%	
Você pretende contratar algum tipo de seguro nos próximos 12 meses?	Não	46,49%	49,35%	0,8290	46,54%	53,13%	0,1832
	Não sei	33,33%	29,87%		30,82%	37,50%	
	Sim	20,18%	20,78%		22,64%	9,38%	

Dos entrevistados, 126 afirmam ter algum tipo de seguro. Percentualmente, o número foi maior nos entrevistados do colégio particular (87,5%), e somente quatro informaram não ter ou não saber. Nessa mesma pergunta, a participação do público feminino (74,03%) foi superior à do masculino (60,53%). A estatística demonstra diferença significativa, tanto na entidade de ensino quanto entre os gêneros.

Apenas 39 das 191 entrevistadas (20,42%) indicaram que pretendem adquirir seguros. Quase metade dos entrevistados (91 – 47,64%) respondeu que não pretende comprar. Nesse quesito, não houve diferença nem em gênero, nem entre entidade.

Ao fazer uma comparação numérica, nota-se que não é porque o entrevistado ou alguém de sua família possui seguro (126) que essa pessoa, necessariamente, vai contratar o mesmo produto no futuro (39). Isso porque os números daqueles em um grupo familiar que já consomem o produto é superior à quantidade de pessoas que pretende contratar.

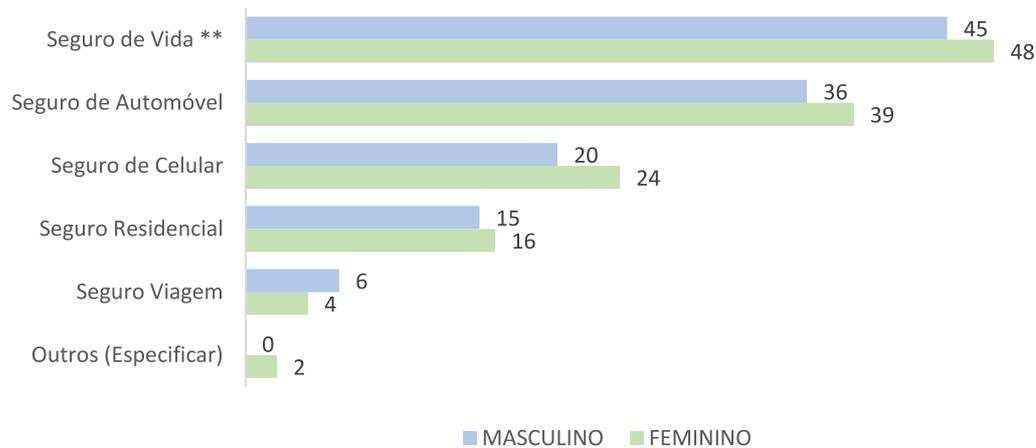


Figura 12. Quais tipos de seguro possui? (por gênero).

O seguro de vida foi o mais citado do questionário, conforme figura 12, e o único item estatisticamente significativo entre os gêneros. Esse resultado foi surpreendente, pois, do ponto de vista cultural, esperava-se que, em primeiro lugar, os jovens iriam comprar automóvel ou celular, já que são mais envolvidos com a atual tecnologia. Um ponto não captado no questionário, mas observado no momento da coleta (na instituição de jovens aprendizes), foi justamente saber se o seguro de vida fornecido pela empresa poderia ser considerado; então, supostamente, muitos estão contando com o benefício oferecido pela empresa onde estão estagiando.

O seguro do automóvel foi o segundo item cotado nas respostas, e em terceiro, apareceu o seguro do celular. Na última posição apareceram outros: o seguro obrigatório DPVAT e o seguro saúde:

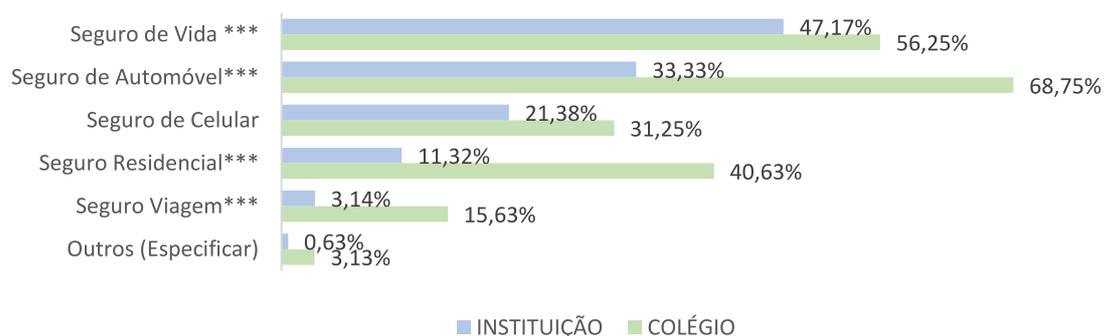


Figura 13. Quais tipos de seguro possui? (por entidade).

Ao analisar por entidade de ensino, nota-se a estatística nos seguros de vida, automóvel, residencial e viagem. A figura 13 está em base percentual para mostrar a verdadeira (e maior no caso) participação nos tipos de seguro entre entidades, pois existe discrepância no tamanho da amostra entre colégio e instituição.

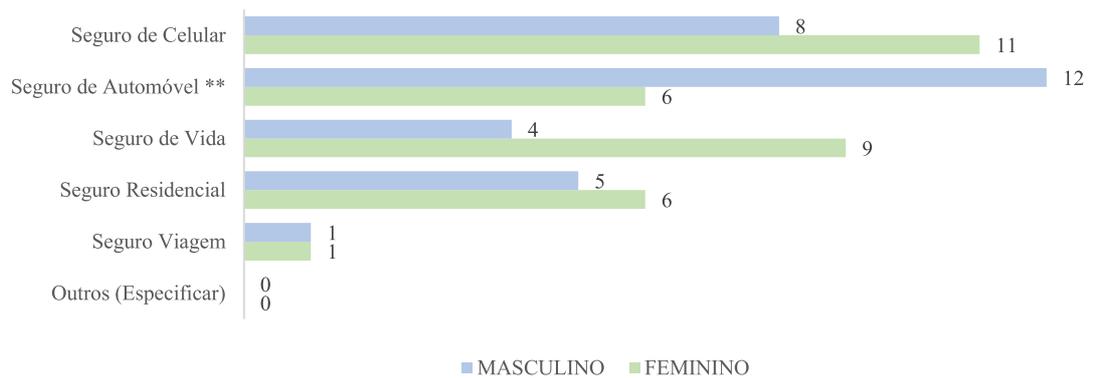


Figura 14. Quais tipos de seguro pretende contratar? (por gênero).

Da mesma forma que na pergunta 15 (quais tipos de seguro possui?), os três maiores seguros escolhidos por quem pretende contratar nos próximos 12 meses são: seguro celular, automóvel e vida, com a diferença da troca de posição do seguro de vida em terceiro lugar (outrora no topo) e celular para primeiro. Com exceção do seguro automóvel (único produto dessa pergunta com diferença estatística significativa entre os gêneros), o público feminino demonstra mais pretensão em adquirir seguros nos próximos meses do que o masculino. Neste ponto, não foram encontradas diferenças entre entidades de ensino.

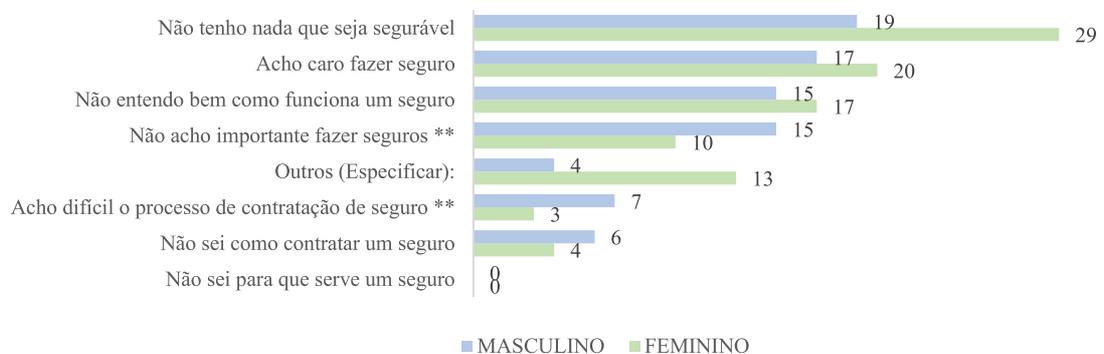


Figura 15. Por qual razão não pretende contratar seguro nos próximos 12 meses? (por gênero).

O objetivo da pergunta era entender os motivos do público que não pretendia consumir esse serviço nos próximos 12 meses. De 152 pessoas que não pretendiam ou não sabiam se iriam adquirir, isso se deve a não terem nada que seja segurável. Em segundo lugar, o custo alto do seguro, e em terceiro, não entender como funciona o seguro.

Quanto aos motivos de não contratar o seguro, verificou-se que, estatisticamente, existe diferença entre os gêneros nas frases: “não acho importante fazer seguros” e “acho difícil o processo de contratação”. Em ambas razões, o público masculino mostrou mais motivos do que o feminino. Ao analisar por entidades de ensino, a frase “acho difícil o processo de contratação

de seguro” foi a única com maior relevância, com 10 pessoas indicando essa justificativa (quatro do colégio e seis da instituição de ensino). Diante disso, cabe ao mercado de seguros estimular o consumo desse produto para esses jovens, conceituando melhor as coberturas dadas, para melhor captação de vendas.

Dos 17 respondentes que optaram por “outros”, as principais respostas foram que sete não viam a necessidade de obter seguros, três já possuíam e não viam necessidade de adquirir outro nos próximos 12 meses, e dois não teriam nada segurável nos próximos 12 meses.

A questão 19 avaliou a percepção dos jovens diante de duas situações hipotéticas de seguros, e se os cenários propostos alterariam o preço do seguro. A primeira com a alteração de cor da moto, e a segunda com o histórico de dois sinistros. Conforme a Tabela 4, adiante:

Tabela 4

Como cada fator afeta o seguro?

FRASE	RESPOSTA	GÊNERO		TOTAL	P VALOR
		MASCULINO	FEMININO		
Andréia pintou sua moto com uma cor diferente	Aumenta o custo	31,17%	47,37%	40,84%	0,0798
	Não tem efeito sobre o custo	59,74%	46,49%	51,83%	
	Reduz o custo	9,09%	6,14%	7,33%	
Andréia foi responsável por dois acidentes de trânsito ano passado	Aumenta o custo	77,92%	76,32%	76,96%	0,9648
	Não tem efeito sobre o custo	10,39%	11,40%	10,99%	
	Reduz o custo	11,69%	12,28%	12,04%	

O fato de trocar uma cor não encarece nem reduz o custo do seguro, e um pouco mais da metade do público estudado teve essa percepção (51,83% dos respondentes). O público masculino (59,74%) teve uma percepção maior nesse quesito do que o feminino (46,49%). Ao estudar as entidades de ensino, não se identificou discrepância significativa.

O histórico de sinistralidade agrava o custo do seguro, então, o esperado é aumentar seu preço. Nessa questão, 76,96% das pessoas acertaram corretamente, cerca de 25% superior à questão anterior (147 acertos nessa questão contra 99 sobre pintar a moto). Neste ponto, não foram identificadas estatísticas significantes entre gêneros ou entidades.

4.6 Análise de regressão

Com base em todas as estatísticas descritivas e exploratórias já apresentadas, o objetivo aqui foi verificar a conexão existente entre seguros e educação financeira. Os índices foram elaborados conforme a metodologia. Inicialmente, verificou-se a distribuição dos índices por

meio de boxplot, e posteriormente, analisou-se a correlação entre os quatro blocos estudados. Conforme a Figura 16, adiante:

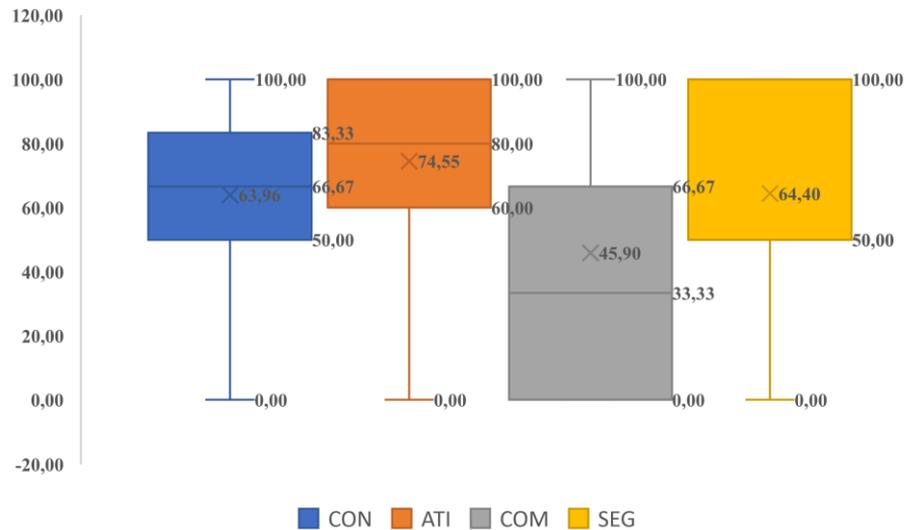


Figura 16. Boxplot dos índices.

A figura 16 traz a distribuição dos índices por blocos, demonstrando as principais estatísticas descritivas. Todos os aspectos estudados atingiram seu limite inferior (0) e superior (100), mas a percepção visual aponta que os entrevistados alcançaram maior pontuação entre os blocos de atitude e seguros. Coincidentemente, a mediana e o 1º quartil de seguros alcançaram 50 pontos; por essa razão, não é visível o traço da mediana no último boxplot.

A média de conhecimento (63,96) está bem próxima da mediana (66,67); seguros, por sua vez, apresentou um distanciamento maior nesses quesitos em relação ao conhecimento, em que a média é de 64,4 e a mediana 50. Pelo tamanho das caixas, identifica-se que as menores dispersões entre os índices estão entre conhecimento e atitude.

Para isso, calculou-se via Excel o desvio padrão amostral, alcançando, respectivamente, 21,42 e 22,66. Em contrapartida, as caixas de comportamento e seguros são maiores, com maior dispersão quanto aos primeiros índices, 35,28 e 35,76 respectivamente.

Tabela 5
Correlação dos blocos

ÍNDICES	CON	ATI	COM	SEG
COM	1,000	0,002	0,126	0,183
ATI		1,000	0,240	-0,026
COM			1,000	-0,033
SEG				1,000

A tabela 5 demonstra o coeficiente da correlação de Pearson, com três dessas correlações bem próximas de 0; isto é, não possuem um grau associativo entre elas. Outras três correlações podem ser destacadas na análise: o índice de comportamento quanto ao de atitude (0,240), o de conhecimento de seguros com o financeiro (0,183), e o de comportamento com o de conhecimento (0,126). Esses trouxeram um grau de correlação positivo; isto é, quando uma variável aumenta, outra tende a aumentar; no entanto, um grau de correlação positivo fraco (todas abaixo de 0,3).

Tabela 6

Regressão: índice de seguros (Y) e educação financeira (X)

Variáveis	Coeficiente	P-Valor
Constante	47,0513	0,0000 ***
COM	0,2916	0,0191 **
ATI	-0,0048	0,9677
COM	-0,0689	0,3714
GEN	5,5039	0,3160
R ² ajustado	0,0213	
P-Valor (F)	0,0908	

A tabela 6 demonstra que a variável CON (índice de conhecimento) é o único constructo significativo no modelo apresentado, com estimador positivo de 0,2916. Isso significa que a cada aumento em 1 índice de conhecimento neste modelo, o impacto no índice de seguros será de 0,2916. Como o p-valor do modelo foi 0,09, inferior ao limite de 10% aceito, trata-se de um bom modelo regressivo, considerando as variáveis significantes. A conclusão nesse primeiro modelo corrobora a ideia de A2II (2019), em que o conhecimento e a conscientização são de grande valia para aumentar a demanda do mercado securitário, demonstrando o impacto da educação financeira quanto a seguros.

Na intenção de ampliar o estudo estatístico na pesquisa, analisou-se os índices de educação financeira e seguros em relação à variável dependente, se o entrevistado possuía seguro ou não, para verificar o perfil do modelo de quem já tem experiência com seguros ou não. Conforme a Tabela 7, adiante:

Tabela 7

Regressão: Experiência com seguros (Y) e educação financeira com índice de seguros(X)

Variáveis	Coefficiente	P-Valor
Constante	0,4798	0,0038 ***
COM	0,0021	0,2141
ATI	0,0009	0,5426
COM	-0,0001	0,8628
GEN	0,1295	0,0795 *
SEG	-0,0011	0,2741
R ² ajustado	0,0078	
P-Valor (F)	0,2657	

Diferentemente da primeira regressão, a variável gênero foi a única que demonstrou significância a 10% nesse modelo, com estimador positivo de 0,1295. Assim, o gênero feminino é mais propenso a ter seguros.

O r quadrado ajustado (0,007) é mais baixo do que o primeiro modelo, reforçando novamente a baixa correlação entre as variáveis. O p-valor do f de significância é 0,26; isto é, modelo que não pode ser aceito estatisticamente.

No último modelo, a variável independente será a dummy de interesse na contratação de seguros nos próximos 12 meses, considerando as mesmas variáveis independentes usadas no modelo anterior. Conforme a Tabela 8, adiante:

Tabela 8

Regressão: propensão a adquirir seguros (Y) e educação financeira com índice de seguros (X)

Variáveis	Coefficiente	P-Valor
Constante	0,3412	0,0166 **
COM	-0,0016	0,2778
ATI	-0,0006	0,6472
COM	-0,0000	0,9394
GEN	0,0187	0,7685
SEG	0,0000	0,9192
R ² Ajustado	-0,0187	
P-Valor (F)	0,9113	

Nesse último, encontrou-se um péssimo modelo regressivo: nenhuma das variáveis é significante, seu modelo não é estatisticamente aceito (p valor de significância de 0,9113) e não é diferente das outras duas regressões, diferenciando apenas o sinal negativo da correlação, mas ainda de baixo coeficiente (-0,0187), demonstrando a não associação entre os blocos estudados.

5 Considerações Finais

O objetivo deste estudo foi fazer um levantamento da educação financeira de jovens e, especificamente, de seus conhecimentos e usos do produto financeiro de seguros. Para tal, aplicou-se um questionário baseado na literatura, respondido por 191 jovens em novembro de 2019, em duas entidades de ensino da cidade de São Paulo.

Após a aplicação do instrumento e realização das análises, foi possível identificar que a maior parte do público estudado pode ser considerada financeiramente incluída; ou seja, acessa e usa serviços financeiros. Nota-se que 177 dos jovens já possuem conta (92,67%) e 187 admitiram que alguma pessoa de sua residência possui conta; isto é, tem acesso a produtos e serviços financeiros.

Quanto aos produtos financeiros de maior interesse, o cartão de crédito, a conta poupança e o pagamento direto com celular sem ser internet banking foram os mais citados, e nos três, a participação do público feminino foi superior à ao masculino, mas, percentualmente, o público masculino foi superior nos dois últimos.

Quando se verifica o conhecimento, o índice médio de acerto foi de 63,96 (lembrando que a escala de avaliação é de 0 a 100), superior à autoavaliação da última questão (43,98%), em que a maioria dos entrevistados se julga mediana quanto ao tema.

As questões que envolvem conhecimentos matemáticos e planejamento trouxeram altos índices de acertos; em contrapartida, quando abordados aspectos como juros, inflação e diversificação de risco, é perceptível a redução nos acertos nessas questões, demonstrando a necessidade de maior conhecimento quanto a esses conceitos.

Um ponto focal nas questões de inflação e diversificação é que cerca de um terço desses entrevistados informou não saber a resposta, reforçando novamente a falta de familiaridade quanto ao tema.

Ao observar a atitude, dona da maior média do índice padronizado (74,55), quase todas as frases alcançaram 70% de indícios que a favorecem na educação financeira. Ainda assim, cerca de um terço dos entrevistados demonstrou atitudes imediatistas quanto a comprar parcelado e gastar dinheiro, em vez de poupar a longo prazo. Estatisticamente significativo, o público feminino demonstrou maior insatisfação financeira do que o masculino.

O item comportamento foi responsável pela menor média de índice (45,90); ou seja, as pessoas têm um certo grau de conhecimento e atitude, mas agem em uma escala inferior em relação aos demais constructos. Apesar de 112 entrevistados informarem que poupam parte da remuneração, somente 47 teriam preparo financeiro caso aparecesse algum gasto inesperado,

com o público masculino demonstrando-se estatisticamente mais bem preparado do que o feminino.

No estudo de regressão, considerando o índice de seguros como variável dependente e os índices de conhecimento, atitude e comportamento como independentes, apenas a variável conhecimento influenciava em seguros, com o modelo estatisticamente significativo. Quando estudados os constructos de educação financeira e seguros em relação à experiência com seguros ou propensão a adquirir esse produto nos próximos meses, não se identificou um modelo com bons regressores.

A maior parte dos respondentes (126) está segurada, mas somente 39 pretendem contratar um seguro nos próximos meses. Os produtos de seguros mais citados foram os de vida, celular e automóvel. Quando questionada a razão pelo desinteresse de 152 respondentes na contratação de um seguro, a resposta mais comum é não possuir nada que seja segurável, seguida pelo alto custo do seguro e não entender como ele funciona.

Diante do exposto, compete ao mercado securitário trabalhar o conceito na população sobre “o que é segurável” e transmitir o tamanho do valor de cobertura de um seguro pelo baixo prêmio cobrado, como vida e celular, os seguros mais citados (do público que tem seguro nesta amostra). Uma forte campanha do mercado segurador poderia gerar um aumento significativo na conscientização e movimentação no consumo desse mercado.

Ressalta-se que a pesquisa se limitou ao público do perfil estudado, não podendo ser generalizada, dada a amostra por conveniência. Recomenda-se para próximos estudos amostra diversificada e ampliada, com entrevistas individuais e qualitativas, para obter opiniões e sensações, conseguindo assim absorver conteúdo adicional para discussão e enriquecimento do tema no teor acadêmico.

Referências

- Access to Insurance Initiative – A2II (2019a). Roundtable on Insurance for Women: Specific Needs and Inclusion. Recuperado de <https://a2ii.org/en/knowledge-center/gender/roundtable-on-insurance-for-women-specific-needs-and-inclusion>
- Access to Insurance Initiative – A2II (2019b). Stimulating Demand: The Supervisor’s Role in Building Insurance Awareness. Recuperado de <https://a2ii.org/en/knowledge-center/financial-literacy/stimulating-demand-the-supervisor%E2%80%99s-role-in-building-insurance-awareness-%E2%80%93-a2ii-consultation-call>
- Agudelo, A. L. (2018). Preocupaciones de Big Data en materia de seguros: De la segmentación de riesgos o de eventuales situaciones de exclusión o problemas de acceso al mercado asegurador. *Revista Ibero-Latinoamericana de Seguros*, 27(49), 319-325. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=68d1a599-812f-4e00-9bd5-35af1f99b35d%40sdc-v-sessmgr03>
- Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e Capitais (2018). *Raio X do investidor brasileiro*. Recuperado de https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-2019.htm
- Arceo-Gómez, E. O., & Villagómez, F. A. (2017). Financial literacy among Mexican high school teenagers. *International Review of Economics Education*, 24, 1-17. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S147738801530205X>
- Azevedo, G. H. W. (2010). *Seguros, matemática atuarial e financeira: Uma abordagem introdutória* (2a ed). São Paulo: Saraiva.
- Banco Central do Brasil (2012). *Educação financeira para um Brasil sustentável evidências da necessidade de atuação do Banco Central do Brasil em educação financeira para o cumprimento de sua missão*. Recuperado de <https://www.bcb.gov.br/pec/wps/port/td280.pdf>
- Banco Central do Brasil (2017). *Série cidadania financeira: Estudos sobre educação, proteção e inclusão*. Recuperado de https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/Documents/publicacoes/serie_cidadania/serie_cidadania_financeira_pesquisa_infe_br_%200443_2017.pdf
- Bessa, S., Fermiano, M. B., & Coria, M. D. (2012). Compreensão econômica de estudantes entre 10 e 15 anos. *Psicologia & Sociedade*, 26(2), 410-419. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v26n2/a17v26n2.pdf>
- Brasil. Ministério da Educação. (2018). *Base Nacional Comum Curricular :Educação é a base*. Recuperado de http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_-versaofinal_site.pdf
- Carmo, J. S., & Ferraz, A. C. T. (2012). Ansiedade relacionada à matemática e diferenças de gênero: Uma análise da literatura. *Psicologia da Educação*, 35, 53-71. Recuperado de <http://ken.pucsp.br/psicoeduca/article/view/27940/19695>

- Carvalho, L. O., Cordeiro, N. J. N., & Silva, M. N. (2018). Sites da internet: Uma possibilidade de recurso para o ensino de educação financeira. *Boletim Cearense de Educação e História da Matemática*, 15(5), 19-33. Recuperado de <https://revistas.uece.br/index.php/BOCEHM/article/view/252>
- Conto, S. M. D., Faleiro, S. N., Führ, I. J., & Kronbauer, K. A. (2015). O comportamento de alunos do ensino médio do Vale do Taquari em relação às finanças pessoais. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, 8(2), 182-206.
- Decreto-Lei n. 5.452, de 1 de maio de 1943. Estabelece as relações individuais e coletivas de trabalho. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm
- Ferrada, C., Levicoy, D. D., & Orellana, N. S. (2018). Análisis de actividades sobre educación financiera en libros de texto chilenos de educación primaria. *Tangram – Revista de Educação Matemática*, 4(1), 48-65. Recuperado de <http://ojs.ufgd.edu.br/index.php/tangram/article/view/8854>
- Garber, G., & Koyama, S. M. (2016, April). Policy-effective financial knowledge and attitude factors. *Working Paper Series*, 430, 1-47. Recuperado de <https://www.bcb.gov.br/pec/wps/ingl/wps430.pdf>
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). Análise de regressão múltipla. In J. F. Hair Jr., W. C. Black, B. J. Babin, R. E. Anderson, & R. L. Tatham. *Análise multivariada de dados*. (A. S. Sant'Anna, Trad.). (6a ed., Cap. 4, pp. 149-220). Porto Alegre: Bookman.
- IBGE (2019). *Indicadores IBGE: Contas nacionais trimestrais: Indicadores de volume e valores correntes valores correntes*. Rio de Janeiro: Autor. Recuperado de https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/2121/cnt_2019_3tri.pdf
- Kassardjian, A. C. C. (2013). *Educação financeira infantil, como o incentivo a essa prática pode auxiliar na formação de adultos financeiramente mais conscientes* (Dissertação de Mestrado). Fundação Getúlio Vargas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Lei n. 10.097 de 19 de dezembro de 2000. Dispõe sobre atualização da consolidação das leis trabalhistas. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/110097.htm
- Lin, C., Hsiao, Y. -J., & Yeh, C. -Y. (2017). Financial literacy, financial advisors, and information sources on demand for life insurance. *Pacif-Basin Finance Journal*, 43, 218-237. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2017.04.002>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-292. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/1914185>. Doi 10.2307 / 1914185
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby Boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy, and housing wealth. *Journal of Monetary Economics*, 54(1), 205–224. doi:10.1016/j.jmoneco.2006.12.001
- Markowitz, H. (1952). Portfolio selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77-91. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/2975974>. doi: 10.2307 / 2975974

- Messy, F., & Monticone, C. (2016). Financial education policies in asia and the pacific. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, (40). Recuperado de <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/5jm5b32v5vvc-en.pdf?expires=1581286015&id=id&accname=guest&checksum=CEB4BD96005885275ECBC3B6E81495DF>
- Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (2005). *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness: Recommendation of the council*. Paris: Autor. Recuperado de <https://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.pdf>
- Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (2018). *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion*. Paris: Autor. Recuperado de <http://www.oecd.org/finance/education/2018-INFE-FinLit-Measurement-Toolkit.pdf>
- Oliveira, T. M. V., Ikeda, A. R., & Santos, R. C. (2004). Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito. *Revista de Administração de Empresas*, 44(3), 89-99. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rae/v44n3/v44n3a07.pdf>
- Programme for International Student Assessment (2018). *PISA 2018 released financial literacy items*. OCED. Recuperado de <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD-INFE-International-Survey-of-Adult-Financial-Literacy-Competencies.pdf>
- Pacheco, G. B., Campara, J. P., & Costa, N. C. A., Jr. (2019). Traços de personalidade, atitude ao endividamento e conhecimento financeiro: Um retrato dos servidores de Santa Catarina. *Revista Ciências da Administração*, 20(52), 54-73. Recuperado de dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2018V20n52p54
- Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (2019). *Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor*. Recuperado de <http://cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/peic-abril-de-2019>
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. (2015). Determinantes da alfabetização financeira: Análise da influência de variáveis socioeconômicas e demográficas. *Revista Contabilidade & Finanças-USP*, 26(69), 362-377.
- Raj, V. (2019). InsurTech: A tool for insurance penetration. *The Journal of Insurance Institute of India*, 7(2), 29-34. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=a356a4a4-6e45-42ae-9fd9-396230f240ed%40sessionmgr103>
- Rogers, P., Rogers, D., & Santos, G. (2018, agosto). Comportamento e atitude financeira: Refinamento de um modelo de medida e exame de relações estruturais em estudantes universitários. *5th Brazilian Behavioral Economics and Finance Meeting*, São Paulo, São Paulo, Brasil, 5. Recuperado de https://cef.fgv.br/sites/cef.fgv.br/files/arquivos/21_comportamento_e_atitude_financeira_refinamento_de_um_modelo_de_medida_e_exame_de_relacoes_estruturais_0.pdf
- Santos, L. T. (2017). *Educação financeira em livros didáticos de matemática dos anos iniciais do ensino fundamental: Quais as atividades sugeridas nos livros dos alunos e as orientações presentes nos manuais dos professores?* (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, Brasil.

- Silva, A. M., & Powell, A. (2013, julho). Um programa de Educação Financeira para a Matemática escolar da Educação Básica. *Anais do XI Encontro Nacional de Educação Matemática*, Curitiba, PR, Brasil, 11. Recuperado de http://sbem.iuri0094.hospedagemdesites.ws/anais/XIENEM/pdf/2675_2166_ID.pdf
- Silva, A. L. P., Benevides, F. T., Duarte, F. V., Oliveira, J. N.; & Cordeiro, R. (2018). Finanças pessoais: Análise do nível de educação financeira de jovens estudantes do IFPB. *Revista Principia – Divulgação científica e tecnológica do IFPB*, 41, 215-224. Recuperado de <https://periodicos.ifpb.edu.br/index.php/principia/article/view/2174>
- Silva, T. P., Magro, C. B. D., Gorla, M. C., & Nakamura, W. T. (2017). Financial education level of high school students and its economic reflections. *Revista de Administração*, 52(3), 285-303. doi.org/10.1016/j.rausp.2016.12.010
- Tangka, F. K. L., Subramanian, S., Jones, M., Edwards, P., Flanigan, T., Kaganova, Y., Smith, K. W., . . . & Guy, G. P. (2020). Insurance coverage, employment status, and financial well-being of young women diagnosed with breast cancer. *Cancer Epidemiology, Biomarkers & Prevention*, 26(3), 616-624. Recuperado de <https://cebp.aacrjournals.org/content/29/3/616>
- Vieira, S. F. A., Bataglia, R. T. M., & Sereia, V. J. (2011). Educação financeira e decisões de consumo, investimento e poupança: Uma análise dos alunos de uma universidade pública do norte do Paraná. *Revista de Administração da UNIMEP*, 9(3), 61-86. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2737/273721469004.pdf>
- Woodruffe-Burton, H., Eccles, S. & Elliott, R. (2002). Towards a theory of shopping: a holistic framework. *Journal of Consumer Behaviour*, 1(3), 256–266. Recuperado de <https://doi.org/10.1002/cb.71>

Apêndice A – Questionário de Pesquisa

Olá! Meu nome é Sérgio Bezerra Pinheiro e peço 9 minutos do seu tempo, tempo médio para responder o questionário abaixo sobre sua vida financeira. O questionário é anônimo; ou seja, eu não sei quem o respondeu, mas preciso de respostas sinceras para realizar minha pesquisa, requisito para obter o grau de Mestre em Administração pela FECAP.

1. Leia as frases a seguir e marque um “x” no espaço correspondente se você concorda ou discorda delas.

	Concordo	Discordo
a. Normalmente, eu fico mais satisfeito em gastar um dinheiro agora do que poupá-lo para longo prazo.	()	()
b. Prefiro comprar parcelado do que esperar ter dinheiro para comprar à vista.	()	()
c. Eu estabeleço objetivos financeiros de longo prazo e busco atingi-los.	()	()
d. Eu tenho muitas dívidas atualmente.	()	()
e. Estou satisfeito com minha situação financeira atual.	()	()

2. Imagine que 3 amigos ganhem juntos R\$ 1.500 (mil e quinhentos reais) em uma loteria. Se eles decidem dividir o dinheiro igualmente entre eles, quanto cada um recebe?

- () R\$ 400,00
- () R\$ 600,00
- () R\$ 500,00
- () Não sei

3. Ricardo trabalha em um restaurante 3 noites por semana. Ele trabalha 4 horas por noite e recebe R\$ 10,00 por hora. Ricardo também ganha R\$ 80,00 de gorjeta por semana. Ricardo guarda exatamente metade do total de dinheiro que ganha na semana. Ricardo deseja poupar R\$ 600,00 para suas férias. Quantas semanas vão levar para Ricardo economizar R\$ 600,00?

- () 4
- () 6
- () 8
- () Não sei

4. Você possui conta em banco ou instituição de pagamento?

- () Sim
- () Não

5. Você faz um orçamento para controlar sua vida financeira?

- () Sim
- () Não
- () Não sei / Não lembro

6. Você recebe alguma renda no momento (trabalho, mesada etc.)?

- Sim
- Não

7. Se respondeu sim à pergunta anterior, você tem poupado alguma parte dos seus rendimentos?

- Sim
- Não
- Não sei

8. Se respondeu sim à pergunta anterior, caso aconteça uma despesa alta inesperada hoje, de valor equivalente a todo o seu rendimento mensal, você teria condições de pagá-la sem pedir dinheiro emprestado ou sem a ajuda de amigos ou da família?

- Sim
- Não
- Não sei

9. Suponha que você coloque R\$ 100 em uma aplicação financeira que rende 2% ao ano. Você não faz nenhum outro depósito, nem retira nenhum dinheiro desta conta. Quanto você teria nesta conta ao final do primeiro ano, incluindo os juros?

- R\$ 98,00
- R\$ 100,00
- R\$ 102,00
- R\$ 120,00
- Não sei

10. E qual seria o saldo dessa aplicação daqui a cinco anos, se você também não fizer nenhum depósito ou saque no período??

- Mais que R\$ 110,00
- Exatamente R\$ 110,00
- Menos que R\$ 110,00
- Não sei
- É impossível dizer a partir das informações fornecidas

11. Da lista de produtos financeiros abaixo, marque com um “x” todos aqueles que você usou em algum momento nos últimos 12 meses

- Cartão de crédito
- Cheque especial
- Crédito consignado
- Empréstimo pessoal
- Carnês de lojas
- Financiamento de carro
- Financiamento de casa
- Previdência Privada
- Conta Poupança
- Microcrédito
- Seguro
- Ações
- Pagamento direto com celular sem ser internet banking (Exemplo: Rappi Pay / PicPay)

-
- Cartão pré-pago sem ser ligado a conta corrente
-
- Aplicações financeiras (fundos, tesouro direto etc)
-

12. Imagine que a taxa de juros de seu investimento fosse de 1% ao ano e a inflação fosse de 2% ao ano. Após 1 ano, quanto você poderia comprar com o dinheiro que ficou aplicado no período?

- Mais do que hoje
- Exatamente o mesmo que hoje
- Menos do que hoje
- Não sei

13. Diga que se a frase é verdadeira ou falsa: “comprar ações de uma única empresa geralmente proporciona um retorno mais seguro do que um fundo de ações”.

- Verdadeiro
- Falso
- Não sei

14. Você, ou as pessoas que moram com você, possuem algum tipo de seguro?

- Sim
- Não
- Não sei

15. Apenas se respondeu sim à pergunta anterior, marque com um “x” os tipos que possuem:

- Seguro de automóvel
- Seguro residencial
- Seguro de celular
- Seguro de vida
- Seguro viagem
- Outros (especificar): _____

16. Você pretende contratar algum tipo de seguro nos próximos 12 meses?

- Sim
- Não
- Não sei

17. Apenas se respondeu sim à pergunta anterior, marque com um “x” quais tipos de seguro pretende contratar:

- Seguro de automóvel
- Seguro residencial
- Seguro de celular
- Seguro de vida
- Seguro viagem
- Outros (especificar): _____

18. Apenas se respondeu não à pergunta 16, marque com um “x” todos os motivos pelos quais não pretende contratar algum tipo de seguro nos próximos 12 meses:

- Não acho importante fazer seguros
 Não tenho nada que seja "segurável"
 Não sei para que serve um seguro
 Acho caro fazer seguro
 Não entendo bem como funciona um seguro
 Não sei como contratar um seguro
 Acho difícil o processo de contratação de seguro
 Outros (especificar): _____

19. Andréia planeja renovar seu seguro com sua seguradora este ano, mas diversos fatores mudaram na vida dela desde o ano passado. Como cada um dos fatores na tabela afeta o custo do seguro da moto de Andréia este ano? Circule o fator (a, b ou c) que afeta de acordo com sua concepção

FATOR	COMO O FATOR AFETA?
Andréia pintou sua moto com uma cor diferente	a) Aumenta o custo b) Reduz o custo c) Não tem efeito sobre o custo
Andréia foi responsável por dois acidentes de trânsito ano passado	a) Aumenta o custo b) Reduz o custo c) Não tem efeito sobre o custo

20. Com qual gênero você se identifica:

- Feminino
 Masculino
 Outro

21. Qual a sua escolaridade?

- Ensino Fundamental Incompleto
 Ensino Fundamental Completo
 Ensino Médio Incompleto
 Ensino Médio Completo
 Ensino Superior Incompleto
 Ensino Superior Completo
 Pós Graduação Incompleto
 Pós Graduação Completo

22. Qual a sua idade? ____ anos

23. Atualmente você mora:

- Totalmente sozinho
 Com um companheiro(a)/cônjuge

- Com filhos
- Com pais ou sogros
- Com outros parentes
- Com amigos, colegas e estudantes
- Em algum outro tipo de residência / grupo

24. Caso não more sozinho, alguém com quem você mora possui conta em banco ou instituição de pagamento?

- Sim
- Não
- Não sei

25. Qual sua principal atividade atualmente (se remunerada, considerar a de maior remuneração):

- Autônomo/Conta própria/Profissional liberal
- Assalariado (CLT, com carteira assinada)
- Estagiário/aprendiz
- Estudante
- Dona(o) de casa
- Desempregado
- Aposentado
- Inativo por motivo de doença
- Não está trabalhando, nem procurando

emprego

- Nenhuma das opções

26. Como você classifica o seu nível de conhecimento sobre finanças?

- Muito bom
- Bom
- Mediano
- Fraco
- Muito fraco
- Não sei

Apêndice B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO/RESPONSÁVEIS

O(A) menor _____, sob sua responsabilidade, está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar da pesquisa “**EDUCAÇÃO FINANCEIRA EM JOVENS**”. O motivo que nos leva a realizar esta pesquisa é **a importância das decisões financeiras (consumo, poupança, crédito) para a qualidade de vida dos indivíduos e da sociedade**. Nesta pesquisa pretendemos **identificar os conhecimentos financeiros e também compreender a postura dos jovens frente a decisões dessa natureza**.

Caso você concorde na participação do(a) menor vamos fazer a seguinte atividade com ele(a): **solicitar o preenchimento de um questionário ANÔNIMO com perguntas relativas ao conhecimento e o entendimento de conceitos de finanças e à capacidade, motivação e segurança para aplicar esses conhecimentos na tomada de decisões**. Esta pesquisa tem alguns riscos, que são: preocupação com a exposição pessoal a críticas e opiniões alheias. Mas, para diminuir a chance desses riscos acontecerem, será assegurado o pleno anonimato do respondente e ele também poderá desistir da participação a qualquer momento. A pesquisa pode ajudar **a orientar o desenvolvimento de estratégias de educação financeira adequadas à população jovem**.

Para participar desta pesquisa, o(a) menor sob sua responsabilidade e você não irão ter nenhum custo, nem receberão qualquer vantagem financeira. Ele(a) terá todas as informações que quiser sobre esta pesquisa e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Você como responsável pelo(a) menor poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação dele(a) a qualquer momento. Mesmo que você queira deixá-lo(a) participar agora, você pode voltar atrás e parar a participação a qualquer momento. A participação dele(a) é voluntária e o fato de não deixá-lo(a) participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que ele(a) será tratado. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. O(A) menor não será identificado(a) em nenhuma publicação.

Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos com para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores não saberão a identidade do(a) menor, garantida pelo fato do questionário ser anônimo, utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Declaro que concordo em deixá-lo(a) participar da pesquisa e que me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

São Paulo, ____ de _____ de 20__.

Assinatura do (a) Responsável

Assinatura do (a) Pesquisador (a)

Apêndice C – Informações Sociodemográficas

GÊNERO

A amostra coletada foi de 191 jovens, sendo 114 do sexo feminino e 77 do sexo masculino. A distribuição percentual diverge pouco do Censo 2010 do IBGE, onde constava 51,5% da população eram mulheres e 48,5% de homens

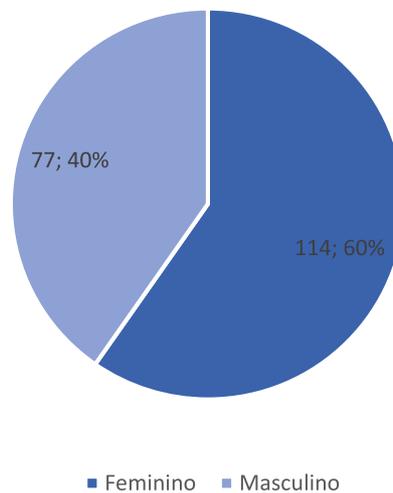


Figura 1. Gráfico por gênero

ENTIDADE EDUCACIONAL

A amostra coletada foi de 191 jovens, sendo 159 da instituição social profissionalizante que prepara jovens para realizar estágio como jovem aprendiz nas empresas, e 32 alunos do colégio particular.

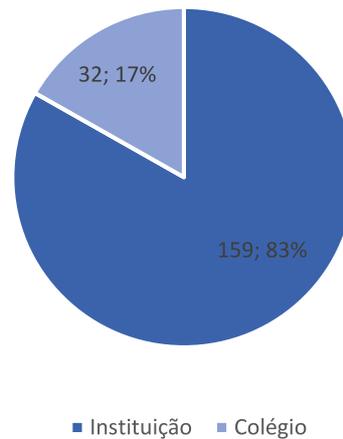


Figura 2. Gráfico por entidade de ensino

ESCOLARIDADE

É identificado que grande concentração dos entrevistados estão entre o ensino médio e o ensino superior. Foi registrado que uma pessoa possuía o ensino fundamental completo e uma com pós-graduação completa. Não é possível a confirmação desses dois dados dado as entrevistas serem anônimas.

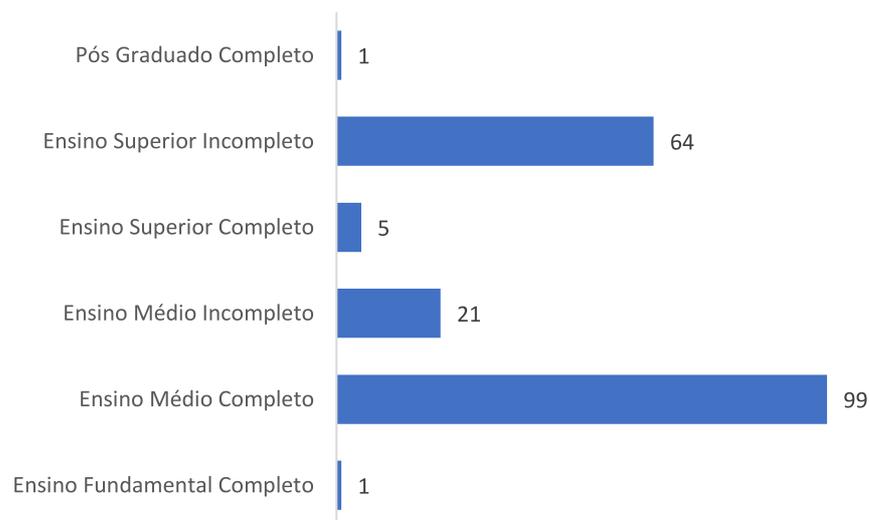


Figura 3. Gráfico por escolaridade

IDADE

A grande concentração são os jovens de 18 e 19 anos, onde 69,11% da amostra está concentrada nessa faixa etária. O público feminino é superior na quantidade em todas as faixas de idade.

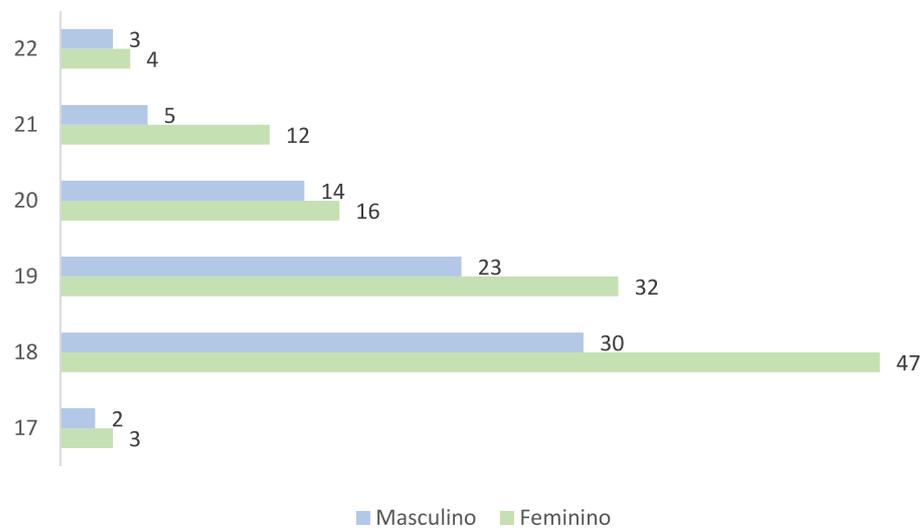


Figura 4. Gráfico por idade (por gênero)

SITUAÇÃO FAMILIAR

Praticamente 87 dos entrevistados alegam morar com pais ou sogros, e uma parcela de 15 entrevistados informam morar com outros parentes.

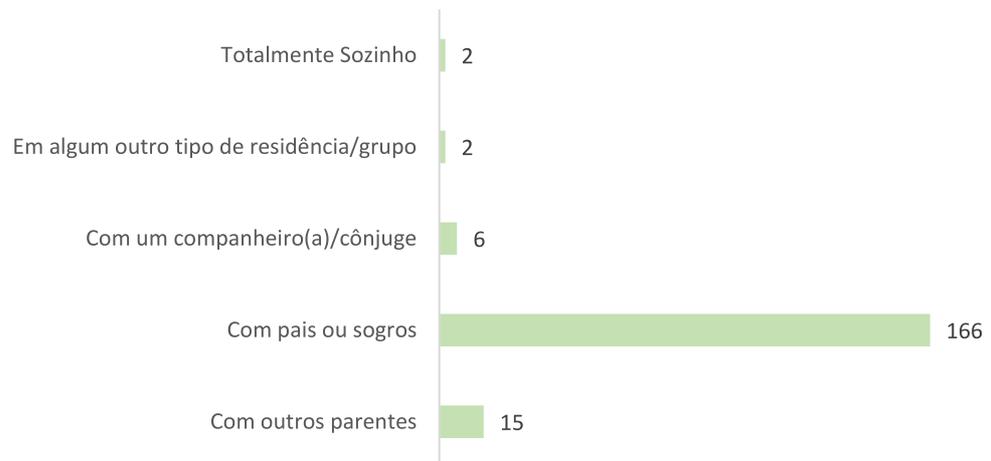


Figura 6. Gráfico situação familiar

ATIVIDADE ECONÔMICA

Quando questionado se exercia alguma atividade econômica, indicando a sua maior remuneração (caso tivesse mais de uma atividade), a grande maioria indicou ser estagiário/aprendiz (142) e uma parcela estudante (24).

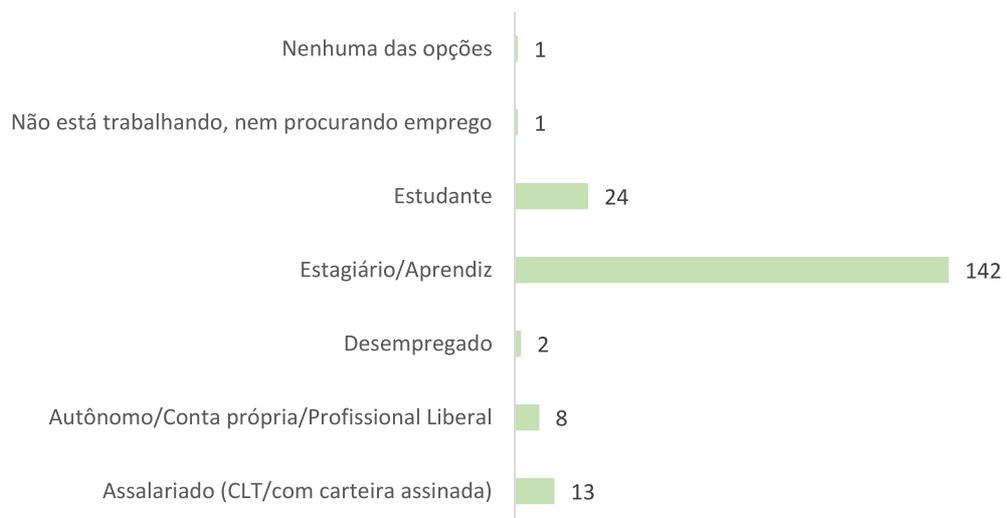


Figura 7. Gráfico atividade econômica