

Oferta e demanda de informação financeira pessoal: o Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil e os universitários do Distrito Federal¹

Rodrigo Octávio Beton Matta (UNESP)
Sueli Angélica do Amaral (UnB)

Resumo: Pesquisa descritiva de caráter exploratório verificou o alinhamento entre a oferta de informação sobre finanças pessoais do Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil (PEF-BC) e a demanda dessa informação pelos universitários do Distrito Federal. Utilizaram-se as técnicas de análise documental e entrevista em profundidade no estudo do PEF-BC e de sua oferta de informação. No estudo da demanda, utilizou-se o questionário aplicado a uma amostra não probabilística de 590 estudantes. Concluiu-se que havia alinhamento parcial entre a oferta e a demanda da informação estudada. Havia alinhamento quanto à gratuidade e tipos de fontes preferidas pelos estudantes, mas não quanto à facilidade de acesso. O alinhamento era relativo quanto às informações de “Utilização de Crédito” e parcial quanto à “Gestão Financeira Pessoal”. Pouca informação era oferecida sobre “Investimento e Poupança” e nenhuma sobre “Aposentadoria” e “Consumo Planejado”, em oposição à demanda existente.

Palavras-chave: Estudo de usuários. Oferta de informação. Demanda de informação. Finanças pessoais. Estudantes universitários.

Abstract: Descriptive research with exploratory character verified the alignment between offers of information on personal finances from the Program of Financial Education of the Brazilian Central Bank (PEF-BC) and the demand of this information by universities students of the Distrito Federal. Interview and documentary survey had been used to study the PEF-BC and its information offers. For the survey about information demand, questionnaires were applied to a not probabilistic sample of 590 students. It concludes that there was a partial alignment between information offers and demand. It has lined up as to the kinds of information sources likely for the students and their free use but not about facilities to access them. There was relative alignment about information on Use of Credit and partial alignment about information on Personal Financial Management. Little information was offered about Investment and Saving and no information on Retirement and Planned Consumption, diverging demand on these subjects.

Key-words: Personal Finances. Information offer. Information demand. Users study. Universities students.

¹ Comunicação oral apresentada ao GT-04 - Gestão da Informação e do Conhecimento nas Organizações.

Introdução

Pouco se comenta sobre finanças pessoais no Brasil, embora governo e sociedade apresentem indícios de preocupação relativa à importância de educar a população sobre esse assunto, destacando-se a criação pelo governo brasileiro em 2007, de um Grupo de Trabalho com a missão de desenvolver uma Estratégia Nacional de Educação Financeira para o país que oriente as ações governamentais voltadas à alfabetização financeira de sua população.

Um dos órgãos públicos preocupados com a educação financeira dos brasileiros é o Banco Central do Brasil (BACEN), que criou um programa voltado à educação financeira da população brasileira, denominado Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil (PEF-BC). Embora seja necessário conhecer o quanto as pessoas sabem sobre finanças pessoais e quais as suas demandas informacionais sobre o tema para que haja sucesso nas ações de educação financeira da população, pouco se conhece sobre as demandas dos diversos segmentos da população brasileira em relação a esse tema.

Os estudantes de nível superior formam um dos segmentos do público-alvo do PEF-BC. Em sua maioria, são pessoas que não iniciaram ou estão iniciando suas carreiras profissionais, experimentando situações financeiras novas que os acompanharão pelo resto de suas vidas, tais como o gerenciamento do dinheiro conquistado, compras, empréstimos, poupança, dentre outros aspectos. Sendo assim, desenvolveu-se uma pesquisa para investigar se existe alinhamento entre a oferta de informação disponibilizada pelo PEF-BC e a demanda de informação dos universitários do Distrito Federal sobre finanças pessoais.

Fundamentação teórica

O capitalismo consiste em um sistema sócio-econômico que tem como bases fundamentais o direito à propriedade privada, a livre exploração dos meios de produção (seja pela iniciativa pública ou pela privada), a adoção das leis de mercado (exemplo: oferta e procura) afetando a distribuição de produtos e estabelecimento de preços e o direito ao lucro. Sendo assim, é natural que as pessoas cresçam tendo que lidar com uma série de situações ligadas ao dinheiro, geração e administração de riquezas e patrimônio.

Com o desenvolvimento da economia capitalista, as pessoas ficaram sujeitas a um mundo financeiro muito mais complexo que o das gerações anteriores. Neste cenário, é necessário que as pessoas desenvolvam a capacidade de distinguir entre os produtos e serviços disponíveis no mercado, quais os que realmente necessitam e aqueles que irão colaborar para boa saúde financeira pessoal.

Greenspan (2005, p. 64) afirma que “devido ao extraordinário crescimento e progressos tecnológicos nos serviços financeiros, tem-se obtido muitos benefícios para os consumidores de créditos pessoais e de investimentos”. Porém, todas essas transformações do mercado e as novas oportunidades de crédito, investimento e compras só podem ser aproveitadas, se a sociedade tiver acesso à informação específica que a auxilie a lidar corretamente com esses assuntos.

A importância em se produzir e difundir informações sobre finanças pessoais está crescentemente sendo percebida e aceita pela comunidade mundial. A ONU afirma que os governos devem fomentar o “acesso dos consumidores à informação adequada que o habilite a tomar decisões conscientes conforme suas necessidades e desejos individuais” (ONU, 2003, p. 2). A promoção da educação financeira pessoal “habilita os indivíduos a vencerem suas relutâncias e inabilitades, de modo que tirem total vantagem dos avanços tecnológicos e novos produtos no setor financeiro, podendo aumentar suas oportunidades econômicas” (GREENSPAN, 2005, p. 65).

A divulgação deste tipo de informação à sociedade faz com que as pessoas passem de vítimas do sistema financeiro para beneficiários do sistema, não importando o volume monetário e de bens que possuam. Bernheim e Garrett (2001), ao estudarem os efeitos da educa-

ção financeira no local de trabalho, concluiram que “a educação financeira estimulou significantemente a poupança para aposentadoria entre os baixos e moderados poupadores” (BERNHEIN e GARRETT, 2001, p. 157), além de os dados indicarem que houve estímulo para a criação, aumento e manutenção das economias das famílias em geral.

Hira e Loibl (2005) procuraram entender se há relação entre a satisfação do empregado e a educação financeira providenciada pelo empregador no local de trabalho. Os autores comprovaram que

a educação patrocinada pelos empregadores estimulou significantemente a alfabetização financeira e, em consequência, levou a uma melhor expectativa para a situação financeira futura, assim como uma maior satisfação com o local de trabalho (HIRA e LOIBL, 2005, p. 192).

A importância de divulgar informações voltadas à educação financeira abrange todos os níveis da sociedade sendo, inclusive, recomendada a sua difusão pelos sistemas de ensino dos países. Morton (2005) concluiu que “a adoção da educação econômica e educação de finanças pessoais devem ir além de serviços superficiais e deve tornar-se parte integral do currículo escolar das crianças e jovens de ensino fundamental e médio (MORTON, 2005, p.67).

Em todas essas pesquisas o consumidor foi o foco principal. Verifica-se, portanto, que os estudos de usuários em Ciência da Informação possuem amplo embasamento teórico e prático para auxiliar o desenvolvimento de pesquisas voltadas à educação financeira. Figueiredo (1999, p.13) afirma que existem dois grandes paradigmas nos estudos de usuários e os denomina como paradigma centrado na informação e o paradigma centrado no usuário. O paradigma centrado na informação baseia-se na “premissa de que as necessidades de informação podem ser expressas ou reformuladas em questões, de acordo com a linguagem do sistema” (FIGUEIREDO, 1999, p.13). Já o paradigma centrado no usuário preocupa-se com a individualidade de cada pessoa. Ambos os paradigmas podem ser adotados em pesquisas voltadas ao tema finanças pessoais, principalmente devido à escassez de pesquisas, o que deixa disponível um amplo campo. No entanto, pesquisas indicam que a alfabetização financeira de uma pessoa, compreende, além do conhecimento teórico, a identificação e atendimento de suas necessidades e demandas pessoais, além do desenvolvimento comportamental adequado para lidar com suas próprias finanças (BERNHEIN; GARRET, 2003, BERVELY; HILGERT, 2003). Sendo assim, o paradigma centrado no usuário apresenta-se como uma teoria de pensamento mais alinhada com as necessidades de pesquisa envolvendo esse tema.

Identificar as demandas, necessidades e o comportamento do usuário são etapas importantes para que a informação encontre valor na sociedade. No entanto, não é uma tarefa simples de se cumprir. A dificuldade começa com o próprio conceito dos termos necessidade e demanda. Bettiol (1990, p. 67), após uma revisão de estudos estrangeiros sobre necessidade de informação, afirma que “necessidade de informação é desse modo vista como subjetiva. Conceitos relativos à necessidade de informação existem somente na mente de indivíduos experientes”.

Kotler (1978, p. 137-138) ao tratar sobre as necessidades dos consumidores afirma que existem três principais problemas: o primeiro diz respeito ao conceito de “necessidade” que não é bem definido; o segundo problema encontra-se na imprecisão que as pessoas apresentam ao expressar suas próprias necessidades e o terceiro problema está na dificuldade em determinar o grau de intensidade que essas necessidades têm para as pessoas. Ferreira (1997, p. 5) afirma que “falta uniformidade conceitual nas pesquisas, termos como informação, necessidades de informação e uso da informação tem sido utilizados indiscriminadamente”.

Encontra-se semelhante desafio, quando se busca estudar o comportamento dos usuários, pois “comportamento do cliente (...) inclui tanto as atividades físicas como as mentais” (SHETT; MITTAL; NEWMAN, 2001, p. 30). Las Casas (2006, p. 181) salienta que “compor-

tamento do consumidor é uma matéria interdisciplinar de marketing que lida com diversas áreas do conhecimento". Amaral (1996, p. 210) escreveu sobre a análise do consumidor brasileiro do setor de informação e afirmou que

o estudo do comportamento do indivíduo é essencial para a realização da análise do consumidor. São estudos que tratam de como e por que os consumidores escolhem, engajam, contratam, mantém, comissionam, se comprometem com a prestação de um serviço, compram, pagam ou tomam decisões.

Apesar das dificuldades conceituais, é possível e necessário que se desenvolvam pesquisas que identifiquem as necessidades, demandas e comportamento dos usuários de informação financeira pessoal no Brasil. Tal conhecimento propiciará o desenvolvimento de sistemas e fontes de informação que lhes sejam úteis, tornando a informação um produto dotado de características adaptativas aos seus usuários.

Procedimentos metodológicos

A pesquisa descritiva de caráter exploratório recorreu à técnica de análise documental para identificar as características do PEF-BC. Já a oferta de informação disponibilizada pelo PEF-BC foi estudada por meio de entrevista em profundidade com o coordenador da divisão do BACEN responsável pelo Programa.

O estudo da demanda de informação sobre finanças pessoais pelos estudantes universitários do Distrito Federal foi realizado com levantamento por meio de questionários entregues pessoalmente aos estudantes. A população foi formada pelos estudantes das instituições de ensino superior situadas no Distrito Federal, credenciadas como Universidade ou Centro Universitário, excluindo-se os estabelecimentos isolados de ensino superior.

Os estudantes foram selecionados de modo a compor a amostra não-probabilística accidental. A opção por esse tipo de amostra ocorreu pelo fato de não ter sido possível obter uma lista completa de todos os universitários do DF. Foi estabelecido um tamanho de amostra de acordo com Hair Jr. et al. (2005, p. 97-98), que aconselham que uma amostra não-probabilística deve conter, no mínimo, 50 casos válidos e preferencialmente mais de 100. Affirmam também, que o tamanho da amostra não deve ser menor que dez vezes a quantidade de variáveis estudadas. Na pesquisa desenvolvida foram estudadas 31 variáveis, o que demandaria uma amostra com pelo menos 310 casos válidos. Entretanto, foram coletados 600 casos, sendo 10 inválidos, totalizando 590 casos válidos.

O questionário passou por dois pré-testes e ficou composto de 21 questões. A distribuição foi realizada em dias e horários diferenciados nas seguintes instituições: Universidade de Brasília (UnB), Centro Universitário do Distrito Federal (UniDF), Centro Universitário Euro-American (UNIEURO) e Centro Universitário do Planalto do Distrito Federal (UNIPLAN). Universidade Católica de Brasília (UCB). Ao todo, foram aplicados 650 questionários, sendo 50 durante os dois pré-testes.

O Programa de Educação Financeira do BACEN

O BACEN, ao seguir as orientações do seu planejamento estratégico, vem conduzindo diversas ações para atender as demandas da população brasileira. Dentre elas, destaca-se o Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil. O PEF-BC foi oficialmente instituído pelo Voto BCB 303 de novembro de 2003 e surgiu para ser o elemento unificador das diversas ações sobre educação financeira desenvolvida pelo BACEN, que estavam dispersas pela instituição. Tem como objetivo geral

disseminar conhecimentos econômicos financeiros, de forma a criar condições para que a sociedade possa internalizar conceitos de economia e identificar: o papel do Banco Central do Brasil, o papel dos agentes financeiros e a responsabilidade de cada um no planejamento e na administração da economia (BRASIL. BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2003, p. 19).

Para atingir seu objetivo, o PEF-BC realiza diversas ações de curto, médio e longo prazos para os diversos segmentos da população brasileira.

Oferta de informação pelo PEF-BC

O PEF-BC disponibiliza conteúdos informacionais produzidos pelos próprios servidores lotados na divisão responsável por sua coordenação e conteúdos produzidos em parceria com outras Unidades do BACEN, dando origem às diversas fontes de informação disponibilizadas pelo Programa. Durante a coleta de dados, foram identificadas fontes que tratam sobre educação financeira produzidas pelo BACEN que não tiveram a participação direta ou indireta do PEF-BC. Tal situação não está de acordo com os objetivos da criação do PEF-BC, no momento em que o Programa surgiu para

englobar ações conduzidas pelos diferentes setores da instituição e, nos limites do possível, realizar parcerias, sempre que o objetivo perseguido for a construção, o compartilhamento e a distribuição do conhecimento financeiro que possa despertar a sociedade para o exercício da cidadania (BRASIL. BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2003, p. 11).

Nesta pesquisa, entendeu-se que a oferta de fontes de informação sobre educação financeira pessoal disponibilizada pelo PEF-BC deveria englobar não apenas aquelas fontes que foram produzidas pelos servidores diretamente ligados ao Programa e pelas parcerias bem sucedidas com outras Unidades, mas também, toda e qualquer fonte produzida pelo BACEN que abordasse o tema finanças pessoais. A inclusão dessas fontes justificou-se, pois elas são fontes sobre finanças pessoais embora não tenha havido participação e/ou coordenação do PEF-BC na sua produção, divulgação ou mesmo na sua idealização não retira o seu valor informacional. Além disso, elas deveriam ter sido apresentadas à coordenação do PEF-BC, como definido nas diretrizes e nos objetivos do Programa.

Na oferta de informação sobre educação financeira pessoal disponibilizada pelo BACEN, as cartilhas constituem um dos principais tipos de fontes. Todas possuem linguagem adequada ao público-alvo, além de boa apresentação gráfica. São elas: Fique por dentro - Banco Central (apresenta o BACEN e trata de sua importância, histórico, passando por conceitos de moeda e sistema financeiro); Cadernos BC – Série educativa (série de quatro cartilhas temáticas, divididas em duas grandes partes: a primeira aborda diretamente o tema da cartilha e a segunda parte traz curiosidades a respeito do tema abordado); Dinheiro Custa Dinheiro (desenvolvida no formato de história em quadrinhos onde são abordados conceitos básicos sobre a moeda; Dinheiro no Brasil como cartilha de conteúdo histórico, apresentando a evolução numismática no Brasil e a história econômica brasileira); Cartilhas sobre segurança da moeda (três cartilhas desenvolvidas com o intuito de oferecer informações sobre as notas de 10, 20 e 50 reais, suas características e elementos de segurança contra falsificação); e a Série Perguntas sobre Economia Brasileira, composta por nove cartilhas, que abordam assuntos ligados à economia, não necessariamente tratando apenas de temas relacionados às finanças pessoais, seguindo o método de perguntas mais freqüentes (PMF) e respostas.

O Curso de educação financeira apresenta informações, visando à alfabetização financeira básica dos menores aprendizes que trabalham no BACEN. É um curso restrito a esse público e não está disponível à sociedade em geral.

O BACEN promove, periodicamente, palestras para a população com temas ligados à sua área de atuação. Mais especificamente voltado à educação financeira, destacam-se as palestras coordenadas pelo PEF-BC por meio do projeto BC Universidade. Os temas das palestras enfocam, predominantemente, o papel do BACEN, suas funções e assuntos correlatos.

No portal do BACEN disponível na Internet (<http://www.bcb.gov.br>) encontram-se diversas informações visando à educação financeira da população. Todas as fontes de informação sobre educação financeira descritas até o momento possuem uma versão eletrônica no portal. Existem duas áreas principais no portal onde se encontram fontes de informação sobre

educação financeira pessoal para a população: a de “educação e cultura” e a de “serviços ao cidadão”. Não é de se estranhar o fato de existirem no portal duas áreas diferentes disponibilizando materiais sobre o mesmo assunto, já que o portal apenas está refletindo o que acontece no mundo real.

Na área de educação e cultura tem-se acesso aos ambientes: BC e Universidade, com conteúdo e ações destinados aos estudantes de ensino superior; BC Jovem, onde existe um *website* totalmente criado e estruturado para atender à população jovem em idade escolar e o Programa de Educação Financeira, ambiente do portal onde é apresentado o PEF-BC e seus projetos. Na área “serviços ao cidadão” têm-se acesso aos ambientes: Legislação e Normas, Calculadora do Cidadão, Conversão de moedas, Estatísticas de Atendimento (que disponibilizam relatórios sobre denúncias e reclamações recebidas pelo BACEN), Administradoras de Consórcios (informações sobre empresas Administradora de Consórcio e sua situação junto ao BACEN), Cheques (mostra o código de compensação de cada instituição bancária e tabelas contendo os prazos para compensação de cheques e os motivos de devolução destes), Tarifas bancárias (informações sobre valores cobrados pelas instituições bancárias pelos serviços que prestam) e Perguntas do Cidadão (textos sob forma de perguntas e respostas, escritos em linguagem acessível sobre economia e finanças).

A oferta de informação sobre finanças pessoais do BACEN encontra-se muito pulverizada. São várias Unidades produzindo informações, porém sem preocupação com a interação entre elas. Mesmo assim, o BACEN destaca-se da maioria dos órgãos públicos brasileiros, ao menos em teoria, por estar atento à necessidade de promover a alfabetização financeira da população brasileira e possuir um programa direcionado especificamente ao tema, que está alinhado aos conselhos de pesquisadores e organismos internacionais (ARAÚJO, 1999; ONU, 2003; MORTON, 2005; LUCEY e GIANNANGELO, 2006) defensores da participação ativa e constante do Estado na alfabetização financeira de seu povo, inclusive nas escolas e universidades.

Perfil dos universitários do Distrito Federal

Na amostra estudada, 52,9% dos estudantes eram do sexo masculino e 47,1% do sexo feminino. Quanto à idade, o número de casos decresce à medida que a idade aumenta, o que reflete que nas universidades, prevalecem os jovens com idade inferior a 30 anos (89,9% da amostra). Em relação à independência financeira, isto é, se o estudante se sustenta sem o auxílio de outra pessoa, apenas 29,1% dos estudantes possuíam essa característica.

No que diz respeito ao estado civil, grande parte dos estudantes (88,1%) eram solteiros, 9,8% deles casados ou viviam em união estável, sendo 1,7% separados ou divorciados e 0,3% viúvos. O estado civil costuma refletir-se no número de dependentes, no momento em que pessoas solteiras tendem a não possuir dependentes ou tê-los em número menor que os não solteiros. Na amostra, 86,8% dos estudantes não possuíam dependentes financeiros e 13,2% tinham um ou mais dependentes.

Quanto à renda mensal, 33,8 % dos estudantes não tinham renda própria e os que tinham era em valor inferior a R\$500,00. Entre eles, 19,3% administravam renda compreendida entre R\$501,00 e R\$1.000,00. Esses dois grupos compunham a maior parte dos estudantes (53,1%). A experiência profissional dos estudantes universitários era pequena, sendo que 66,7% deles não possuíam experiência profissional remunerada ou possuíam essa experiência há menos de 2 anos.

Os dados sobre o perfil dos estudantes, analisados em conjunto, indicavam que o público universitário possuía características de mercado potencial de consumidores para as mais diversas ações em prol da educação financeira pessoal. Era uma população predominantemente jovem e, em sua maioria, formada por pessoas em início de carreira, que não possuí-

am altas rendas mensais, nem independência financeira, embora alguns poucos tivessem dependentes financeiros.

Na realidade, todos devem se preparar para enfrentar uma vida economicamente ativa, pois precisam lidar com suas finanças e administrá-las da melhor forma. A alfabetização financeira dos estudantes universitários possibilitará a esse segmento da população melhores condições para um início bem orientado na gestão financeira pessoal e uma potencial vida com satisfação financeira. Além disso, poderão ser formadores de opinião e atuar como divulgadores da educação financeira pessoal de outras pessoas da sociedade.

Demanda de informação pelos universitários do Distrito Federal

A diversidade conceitual existente entre os pesquisadores sobre a definição dos termos demanda, necessidade, desejo e uso de informação (LINE, 1974; KOTLER, 1978; BETIOL, 1990; FERREIRA, 1997) trouxe a necessidade de que esses termos fossem definidos para propiciar a operacionalização desta pesquisa. Logo, entende-se como demanda de informação o conjunto de requisições de informação atual e potencial que um usuário ou grupo de usuários possuem sobre um determinado tema.



Figura 1: Partes integrantes da demanda de informação
 Fonte: Matta (2007)

Nesta pesquisa, a demanda foi conhecida e medida por três fatores:

a) a necessidade consciente de informação, que é o desejo expresso diretamente pelo usuário de obter informação sobre um determinado assunto. É sinônimo de necessidade expressa do usuário da informação;

b) a necessidade potencial, assim definida como a carência de informação a respeito de um determinado tema, carência esta que não é percebida ou não é expressa diretamente pelo usuário. Nesta pesquisa, a necessidade potencial foi descoberta a partir de um teste para avaliar os comportamentos dos usuários em situações envolvendo o tema educação financeira pessoal;

c) uso de fontes de informação pelos usuários, que retrata a materialização das necessidades de informação dos usuários de informação.

Necessidade consciente de informação sobre finanças pessoais

A população universitária apresentou-se como usuários propícios ao consumo de informação sobre finanças pessoais, pois estava consciente da importância do assunto para suas vidas. A maioria absoluta (95,4%) dos universitários classificou o tema finanças pessoais como importante ou muito importante. Apenas 4,6% consideraram que o tema tem pouca ou nenhuma importância para suas vidas. Destaca-se que o fato de a maioria dos estudantes universitários não possuir independência financeira, ou dependentes financeiros, ou longa experiência profissional remunerada não inibiu a percepção dos estudantes sobre a importância do tema. Tal fato corrobora a afirmativa de que os estudantes universitários tendem a ser consumidores conscientes deste tipo de informação. No entanto, apesar da importância dada ao te-

ma, verificou-se que apenas 13,3% dos entrevistados possuíam algum tipo de instrução formal sobre finanças pessoais.

Não houve o levantamento dos motivos pelos quais existe um número tão pequeno de estudantes com instrução formal sobre o tema, pois isto não era objetivo desta pesquisa. No entanto, sabe-se que existe necessidade e interesse dos estudantes por instrução formal. Ao todo, 80,6% dos estudantes entrevistados tinham interesse em obter instruções formais sobre finanças pessoais, sendo que 58,5% participariam de cursos, caso fossem instruções fornecidas gratuitamente e 22,1% independentemente da gratuidade.

Procurou-se identificar os tópicos sobre educação financeira pessoal que os universitários conscientemente desejavam obter informações. As respostas foram quantificadas individualmente e analisadas por afinidades de assunto dentro do tema Finanças Pessoais, quais sejam: gestão financeira pessoal (GF), utilização de crédito (UC), investimento e poupança (IP), consumo planejado (CP) e aposentadoria (AP). As respostas forneceram a necessidade de informação consciente dos estudantes universitários e os assuntos de maior interesse.

O tópico mais demandado pelos universitários foi Investimento e Poupança e o menos demandado, informação sobre Empréstimo Pessoal. Observou-se também, proximidade na demanda de informação entre os demais tópicos apresentados.

Tabela 1 – Necessidade consciente de informação

	Tópicos demandados	Respostas		Casos *
		N	%	%
Necessidade consciente de informação	Investimento e poupança (IP)	385	15,2%	65,9%
	Redução/corte de gastos (GF)	263	10,4%	45,0%
	Uso do cartão de crédito (UC)	229	9,0%	39,2%
	Consumo planejado (CP)	228	9,0%	39,0%
	Juros (GF)	211	8,3%	36,1%
	Aposentadoria (AP)	205	8,1%	35,1%
	Gerenciamento de dívidas e créditos (GF)	184	7,3%	31,5%
	Financiamentos (UC)	172	6,8%	29,5%
	Compras a vista e a prazo (CP)	165	6,5%	28,3%
	Uso do cheque especial (UC)	150	5,9%	25,7%
	Empréstimo pessoal (UC)	94	3,7%	16,1%
	Outras demandas de informações	19	0,8%	3,3%
Total		2533	100,0%	433,7%

* O total percentual excede os 100%, pois cada entrevistado pôde assinalar mais de um tópico.

Em média, cada estudante demandou mais de 4 tópicos sobre finanças pessoais, evidenciando necessidades variadas de informação em torno do tema educação financeira pessoal. Analisando-se mais especificamente, descobre-se que 55,6% dos estudantes demandaram quatro ou mais tópicos sobre educação financeira pessoal, confirmado grande demanda de informações por parte dos universitários.

O assunto mais requisitado pelos estudantes está relacionado com a Gestão Financeira Pessoal (GF). Os tópicos ligados a esse assunto atingiram 35% das necessidades conscientes dos estudantes. O segundo assunto mais requisitado foi a Utilização de Crédito (UC), que atingiu 25,4%. Em seguida, o assunto Consumo Planejado (CP) teve 15,5%, Investimento e Poupança (IP) com 15,2% e Aposentadoria (AP) com 8,1%. Outros tópicos demandados somaram 0,8% em relação ao número de casos, destacando-se nas respostas a necessidade de informação a respeito do funcionamento de bolsas de valores.

Interessante destacar a menor necessidade de informação dos universitários envolvendo o assunto aposentadoria, o que indica uma similaridade entre os estudantes universitários do Distrito Federal e os estudantes norte-americanos, que também apresentaram deficiê-

cia nesse assunto (CHEN; VOLPE, 1998), apesar de terem crescido em um país de cultura de valorização da poupança para aposentadoria.

Necessidade potencial de informação sobre educação financeira pessoal

Para efetuar o levantamento das necessidades potenciais de informação sobre finanças pessoais dos estudantes universitários do Distrito Federal, optou-se pelo seu reconhecimento por meio do estudo do comportamento desses estudantes em relação aos principais assuntos abordados pelo tema. Optou-se por esse caminho, pois não é raro o consumidor não saber expressar suas necessidades (KOTLER, 1978) e é usual em pesquisas, utilizar o comportamento para se conhecer o consumidor e descobrir as suas necessidades (KOTLER, 1978; AMARAL, 1996; CHEN; VOLPE, 1998; SHETT; MITTAL; NEWMAN, 2001).

Os estudantes responderam 20 itens indicativos do seu comportamento em relação à determinada situação descrita em uma das perguntas do questionário. As alternativas para cada item estavam dispostas em uma escala do tipo *Likert*. Foram atribuídos valores numéricos às respostas dos estudantes. Quanto mais indicado fosse o comportamento para uma determinada situação, maior seria o número atribuído ao comportamento.

Tabela 2 – Atribuição de valores às alternativas da questão 21 do questionário

Itens da questão 21	Comportamento em relação a	Alternativas na escala de Likert			
		Nunca	Quase nunca	Quase sempre	Sempre
		Valor			
a, b, c, d, f, g	GF	1	2	3	4
h, j, l, m	UC	1	2	3	4
n, o, p	IP	1	2	3	4
q, r	CP	1	2	3	4
E	GF	4	3	2	1
i, k	UC	4	3	2	1
s, t	CP	4	3	2	1

Para cada caso estudado foi efetuada a soma dos itens assinalados, obtendo-se pontuação compreendida entre 20 e 80 pontos. De acordo com a pontuação obtida, os casos estudados foram classificados em baixo nível de conhecimento (abaixo de 60% da pontuação máxima), nível médio de conhecimento (entre 60% e 79% da pontuação máxima) e alto nível de conhecimento sobre finanças pessoais (acima de 80% da pontuação máxima). Esta classificação também foi utilizada por Chen e Volpe (1998), quando estudaram a educação financeira pessoal de 924 estudantes de ensino superior nos Estados Unidos. Quanto menor a pontuação, menor o conhecimento e maior a necessidade potencial contida nesse estudante em relação ao tema.

Os números obtidos indicaram que existia grande potencial de consumo de informação sobre finanças pessoais pelos universitários do Distrito Federal. Entre os estudantes que participaram da pesquisa, 40,7% alcançaram pontuação inferior a 60% da pontuação máxima, indicando alta necessidade potencial de informação. Entre 60% e 80% da pontuação máxima ficaram 48% dos estudantes que possuíam necessidade potencial de informação classificada como mediana. Apenas 11,1% dos casos estudados possuíam baixa necessidade potencial de informação, pois atingiram pontuações acima de 80% da pontuação máxima, indicando serem estudantes que apresentavam comportamentos adequados em relação às suas finanças.

A análise das necessidades potenciais sobre educação financeira pessoal, dividida por assuntos, indicou que o assunto “investimento e poupança” era o de maior necessidade potencial de informação demandada pelos estudantes, observados em 57,9% de casos com alta necessidade potencial dessa informação. O assunto “gestão financeira pessoal” vem em

seguida com 49,1% dos casos; “utilização de crédito” com 35% e por fim, o “consumo planejado”, em 27,5% dos casos.

Em relação à necessidade potencial de informação sobre “aposentadoria”, foi perguntado aos estudantes quais ações eles desenvolviam pensando na sua própria aposentadoria. A maior parte deles (52,6%) não havia desenvolvido ação alguma ou sequer havia pensado sobre o assunto. Tal número pode impressionar a princípio, porém se existiam estudantes que não possuíam renda alguma, é aceitável admitir que pouco poderiam fazer a respeito de preparar sua aposentadoria. Não foram colhidas informações suficientes para obter um dado sem esse viés, portanto deve-se olhar com cautela para os números em relação à necessidade potencial pelo assunto “aposentadoria” em especial os relativos ao item “sem planos ou nunca pensou sobre o assunto”.

Uso de fontes de informação sobre educação financeira pessoal

Quanto à freqüência na busca de informação sobre finanças pessoais pelos universitários do Distrito Federal, os resultados obtidos mostraram que 56,6% dos estudantes buscavam informações sobre o tema apenas quando era preciso, ou seja, a busca estimulada por um fato vivido pelo estudante é que o levava a buscar as informações. Tal situação foi prevista por Engel, Blackwell e Winard (1993) quando identificaram os fatores que despertam a necessidade em um consumidor e, dentre elas, o fator mudança nas circunstâncias.

Ainda em relação aos hábitos de busca de informação sobre finanças pessoais, descobriu-se que 25,5% dos universitários, cerca de um em cada quatro, não buscavam ou quase nunca procuravam informações sobre o tema; 4,1% desconheciam a existência de informação sobre o assunto, enquanto 13,8% dos estudantes buscavam informações constantemente. Com esses percentuais, o número deles que não possuía o hábito de se educar financeiramente era mais do que o dobro daqueles que o faziam continuamente.

Os tipos de fontes de informação usados, quando sentiam necessidade de obter informações sobre finanças pessoais, podem ser observados na tabela a seguir.

Tabela 3 – Tipos de fontes de informação utilizadas pelos entrevistados

Uso de fontes de informação	Fontes de Informação	Respostas		% Casos *
		N	%	
Uso de fontes de informação	Seminários e cursos presenciais na universidade (F)	212	8,2%	37,7%
	Seminários e cursos presenciais fora da universidade (F)	127	4,9%	22,6%
	Revistas, jornais, impressos em geral (F)	488	19,0%	86,8%
	Familiares e pessoas conhecidas (I)	454	17,7%	80,8%
	Televisão e rádio (F)	432	16,8%	76,9%
	Internet (sites) (F)	445	17,3%	79,2%
	Livros especializados (F)	222	8,6%	39,5%
	Curso e palestras <i>on-line</i> (F)	76	3,0%	13,5%
	Especialistas - (I)	106	4,1%	18,9%
	Outras fontes de informação	9	0,4%	1,6%
Total		2571	100,0%	457,5%

(F) fonte formal

(I) fonte informal

* O total percentual excede os 100%, pois cada entrevistado pôde assinalar mais de um tópico

Os estudantes universitários do Distrito Federal pesquisados recorriam em média a mais de quatro tipos de fontes de informação, quando desejavam buscar informações sobre educação financeira pessoal. Os tipos de fontes mais utilizados por eles eram as revistas, jornais e impressos em geral, fonte esta utilizada por 86,8% deles. O segundo tipo de fonte mais recorrida eram os familiares e pessoas conhecidas, fonte informal utilizada por 80,8% dos respondentes. Em terceiro lugar encontrava-se a Internet (79,2%), seguida do rádio e da televisão (76,9%). Essas quatro fontes destacaram-se quanto ao uso em relação às demais fontes.

O uso dos livros especializados foi obtido em 39,5% das respostas, seguido de seminários e cursos presenciais nas universidades, em 37,7% das respostas, sendo ambos considerados como fontes de informação com bom potencial de uso pelos universitários.

Notou-se que as duas fontes mais utilizadas pelos estudantes possuíam características muito diferentes. Tal fato indica que existia demanda por parte dos estudantes pelas fontes de informação do tipo formal e informal, que possuem valor de complementaridade entre si e não devem ser desprezadas pelos que são responsáveis pela oferta de informação.

Os estudantes foram instados a emitir sua opinião sobre a facilidade de acesso por eles às fontes de informação e sobre a gratuidade ou não das mesmas. Eles emitiram opinião apenas sobre as fontes que eles afirmaram que utilizavam, portanto foram avaliações de usuários reais dessas fontes.

Houve predominância de utilização de fontes que se caracterizavam pela facilidade de acesso. Das fontes utilizadas pelos estudantes, 82,3% foram consideradas de fácil acesso, enquadrando o tema finanças pessoais na “lei do menor esforço”, pois o usuário tende a buscar informações em fontes cujo acesso lhe exija menor trabalho. Swanson (1966, p. 80) afirma que “o projeto de todo o serviço de informação futuro deve ser previsto na suposição (seja verdadeira ou falsa) que seus clientes exercerão o mínimo esforço a fim de poder receber seus benefícios”.

Quanto à gratuidade das fontes utilizadas pelos estudantes, identificou-se que as fontes utilizadas eram predominantemente (73,5%) aquelas de acesso gratuito. No entanto, foi identificado que existem fontes de informação não gratuitas, que também eram utilizadas pelos estudantes, indicando possível disponibilidade para compra deste tipo de informação, uma vez que 36,5% das fontes utilizadas pelos estudantes eram pagas.

Quanto à fonte de informação de sua preferência e os motivos que levaram os universitários a escolher tal fonte de informação, descobriu-se que a fonte de informação preferida dos universitários que participaram da pesquisa era a Internet, indicada por 40,6% deles. Revistas jornais e impressos em geral apareceram em segundo lugar na preferência dos estudantes com 19% das indicações. Familiares e conhecidos eram a fonte de informação preferida de 17,5% dos estudantes, sendo que 8% preferiam o rádio e a televisão e 5,2% os livros especializados. As demais fontes de informação obtiveram a preferência de 9,7% dos estudantes.

Quanto aos motivos que levaram os estudantes a escolher sua fonte de informação preferida, verificou-se que, os motivos “conveniência e facilidade de uso” e “confiança na informação disponibilizada” receberam o maior número de indicações.

Um levantamento foi feito com a intenção de descobrir quais os tipos de fontes de informação formais eram considerados mais adequados à aprendizagem pelos universitários. Procurou-se descobrir, não mais o tipo de fonte preferida, mas aquela com a qual o estudante teria maior afinidade e facilidade para aprender e que se adequasse ao seu tempo e estilo de vida. Ocorreram poucas discrepâncias entre os tipos de fontes indicadas como as mais adequadas à aprendizagem pelos estudantes para a distribuição de informações sobre finanças pessoais e as fontes mais utilizadas por eles. A principal alteração foi o posicionamento dos “seminários e cursos presenciais na universidade”, que era a quinta fonte formal mais utilizada pelos universitários e foi classificada como a terceira fonte quanto a sua adequação à aprendizagem sobre finanças pessoais pelos estudantes universitários. Isto pode estar refletindo uma tendência ao maior uso deste tipo de fonte de informação.

Análise conjunta da oferta de informação disponibilizada pelo Banco Central e da demanda dessa informação pelos universitários do Distrito Federal

A análise da demanda por informação sobre finanças pessoais pelos estudantes universitários do Distrito Federal evidenciou a carência desse tipo de informação existente nesse

grupo de usuários. Conseqüentemente, há oportunidade para o desenvolvimento de materiais informacionais sobre todos os grandes assuntos que compõem o tema educação financeira pessoal: Gestão Financeira Pessoal, Utilização de Crédito, Investimento e Poupança, Consumo Planejado e Aposentadoria.

A oferta de informação disponibilizada pelo PEF-BC apresentou-se diluída, pouco direcionada e com problemas na sua gestão informacional. Mesmo assim, existem fontes de informação disponíveis à população, que podem auxiliar nas decisões sobre suas finanças pessoais.

Ao abordar o assunto Gestão Financeira Pessoal (GF), na oferta das informações disponível, a cartilha “Dinheiro custa dinheiro” dedica uma história em quadrinhos, que ensina sobre a importância de planejar os gastos. No entanto, é uma informação voltada ao público infantil, que não contempla o público adulto.

As calculadoras do cidadão podem ser utilizadas durante a gestão financeira pessoal ao efetuar algum planejamento financeiro para compra de produtos financiados ou para calcular o retorno de uma aplicação e supre a necessidade do universitário, caso ele não possua habilidade matemática para efetuar essas contas. Já a ferramenta de conversão de moedas pode ser utilizada no planejamento financeiro para uma viagem ao exterior. É muito útil, pois as taxas de câmbio são atualizadas diariamente e oferece segurança na informação para o usuário.

As estatísticas de atendimento pela Central de Atendimento ao Cidadão oferecem dados importantes para a escolha das instituições financeiras que o estudante pretende realizar transações. É especialmente útil para um público que inicia sua vida financeira, normalmente inexperiente em negociar com este tipo de empresa.

No portal, o setor “atendimento ao cidadão” traz informações sobre administradoras de consórcios. Informações igualmente valiosas para quem planeja a compra de bens por consórcio e deseja diminuir as chances de escolher mal uma administradora. As fontes de informação sobre cheques e tarifas bancárias surgem como poderosos instrumentos nas mãos de um bom planejador financeiro pessoal e podem gerar retornos financeiros pela economia com tarifas e juros bancários. Por fim, a área do portal destinada às perguntas do cidadão é muito ampla e contém boas informações que auxiliam nas finanças pessoais.

Portanto, a demanda sobre Gestão Financeira Pessoal era atendida em pontos específicos pelas fontes informacionais do PEF-BC. Eram fontes que, se bem utilizadas, servem para suprir parte da carência informacional dos usuários estudados.

No entanto, há tópicos especificamente demandados pelos estudantes universitários que não eram atendidos pela oferta de informação do PEF-BC. Existiam grandes demandas informacionais sobre orçamento financeiro pessoal (39% dos estudantes) e redução de cortes/gastos (45% dos universitários) que não possuíam material informacional disponível no PEF-BC.

A demanda por informações sobre Utilização de Crédito (UC) era atendida satisfatoriamente pelas informações disponíveis na cartilha Perguntas Mais Freqüentes 1 – Juros e *Spread* Bancário, excelentes fontes de informação para quem deseja entender sobre juros (assunto demandado por 35,1% dos universitários). Além de um aprofundamento nos aspectos econômicos, a cartilha chama atenção para as finanças pessoais ao abordar assuntos diretamente relacionados com a utilização de crédito e que atende a demanda por informações sobre empréstimos pessoais (16,1% dos estudantes) e financiamentos (29% dos estudantes). A cartilha traz esclarecimentos sobre o crédito consignado em folha de pagamento, Cédula de Crédito Bancário (CDB), alienação fiduciária em garantia, microcrédito e Sistema de Informações de Crédito.

Ainda quanto à demanda por informações sobre Utilização de Crédito, existia demanda pelo uso do cartão de crédito e do cheque (39,2% e 25,7% dos universitários, respecti-

vamente). Tais carências informacionais poderiam ser supridas pelas informações disponíveis no setor “serviços ao cidadão” do portal do BACEN onde há áreas exclusivas contendo informações a respeito de cheques e cartões de crédito.

A demanda por Consumo Planejado (CP) revelou tópicos relacionados com compras a vista e a prazo (28,3%) e compra por impulso (como demanda potencial). Não foram encontradas ofertas de informações sobre o assunto nas fontes pesquisadas, salvo a calculadora do cidadão, instrumento para comparação entre compra a vista e a prazo.

A demanda por informações sobre Investimento e Poupança (IP) encontrou poucas fontes que traziam informações insuficientes para supri-la. Na área “serviços ao cidadão” do portal do BACEN havia um espaço destinado a contas de investimento. A calculadora do cidadão servia como um instrumento auxiliar no cálculo de valores futuros do capital, previsão de montantes futuros e comparação entre investimentos com diferentes rentabilidades. Não existiam informações que ensinassem o cidadão a analisar, comparativamente, as diversas opções de investimento existentes.

Para o assunto Aposentadoria (AP), não foram encontradas fontes de informações na oferta disponível pelo PEF-BC.

A análise de demanda expôs a importância das características das fontes de informação no uso das informações nelas disponíveis. Comparando-se as fontes de informação preferidas pelos estudantes (Internet para 40,6% deles e revistas, jornais e impressos em geral para 19%), verificou-se que como o PEF-BC disponibiliza informação pela Internet e em cartilhas, o canal utilizado para a oferta de informação estava em sintonia com a preferência do uso das fontes de informação pelos estudantes. A futura disponibilização das palestras do BC Universidade no portal do BACEN estaria alinhada com a demanda dos universitários, que preferiam a Internet às palestras fora da universidade. Soma-se a favor, o fato de as fontes disponibilizadas pelo PEF-BC serem todas elas gratuitas, o que as enquadrava nos hábitos de uso dos estudantes universitários do Distrito Federal.

No entanto, um ponto não atendia à demanda pelos tipos de fontes de informação. O fato de o PEF-BC não possuir ações dentro das universidades contrariava a demanda dos estudantes que classificaram os seminários e cursos presenciais nas universidades como o terceiro tipo de fonte mais adequada à aprendizagem.

A facilidade no uso das fontes de informação foi ponto de destaque na demanda dos estudantes, embora as fontes disponibilizadas pelo PEF-BC não possuíssem acesso fácil. A má disposição das fontes no portal do BACEN dificultava o seu acesso. As fontes não estavam organizadas de modo intuitivo, tendo o usuário que procurar a informação desejada nos diversos *links*, sem a garantia de que encontraria o que desejava. Por sua vez, as fontes impressas deviam, em regra, serem buscadas no edifício sede do BACEN, o que também dificultava o seu acesso.

Conclusões

Ao verificar o alinhamento entre a oferta de informação sobre Finanças Pessoais do Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil e a demanda dessa informação pelos universitários do Distrito Federal, pôde-se concluir que a oferta de informação do PEF-BC estava parcialmente alinhada à demanda de informação pelos estudantes universitários do Distrito Federal. Havia alinhamento entre a oferta de informação disponibilizada pelo PEF-BC e a demanda de informação pelos estudantes universitários do Distrito Federal em relação aos tipos de fontes e sua gratuidade, às informações específicas sobre utilização de crédito e gestão financeira pessoal. Não havia alinhamento em relação: à facilidade de acesso às fontes; às fontes promotoras de aprendizado formal e contínuo; às informações específicas sobre investimento e poupança, e sobre consumo planejado. Quanto às informações específicas sobre

Aposentadoria não foi possível afirmar a condição do alinhamento, como indicado no quadro a seguir.

Quadro 1: Alinhamento da oferta e demanda de informação estudada.

Tópicos	Alinhamento entre oferta e demanda de informação
Tipos de fontes de informação	Sim
Gratuidade no uso das fontes	Sim
Facilidade de acesso às fontes	Não
Informação sobre Utilização de Crédito	Sim
Informação sobre Gestão Financeira Pessoal	Sim*
Informação sobre Investimento e Poupança	Não
Informação sobre Consumo Planejado	Não
Fontes promotoras de aprendizado formal e contínuo	Não
Informação sobre Aposentadoria	Não conclusivo

* Em tópicos pontuais para usuários não leigos no assunto

Espera-se que esta pesquisa sirva de impulso para o desenvolvimento de novas pesquisas sobre o tema “finanças pessoais” no Brasil, onde não é dada a devida atenção ao assunto. Tal fato pode trazer consequências indesejadas à população e em última instância ao próprio país. Diversas pesquisas no exterior mostraram a utilidade e necessidade de se alfabetizar financeiramente as pessoas. Tais pesquisas comprovaram que os países ganham com aumento da poupança e diminuição do endividamento, as empresas são beneficiadas com trabalhadores mais satisfeitos com seus salários e sua profissão, os sistemas de previdência são fomentados, bolsas de valores são estimuladas devido ao aumento dos investimentos, dentre outros benefícios.

Portanto, sugere-se, que o governo brasileiro, pesquisadores e sociedade organizada atentem para o cenário atual e sintam-se estimulados a empreender esforços no desenvolvimento de ações e pesquisas que visem à educação financeira de toda a população.

Referências

- AMARAL, Sueli Angélica do. Análise do consumidor brasileiro do setor de informação: aspectos culturais, sociais, psicológicos e políticos. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.1, n.2, p. 207-224, jul./dez. 1996.
- ARAÚJO, Eliany Alvarenga de. Informação, sociedade e cidadania: gestão da informação no contexto de organizações não-governamentais (ONG) brasileiras. **Ciência da informação**, Brasília, v.29, n.2, p. 155-167, maio/ago. 1999.
- BERNHEIN, B. Douglas; GARRET, Daniel M. The effects of financial education in the workplace: evidence from a survey of households. **Journal of Public Economics**, v.87, p.1487-1519, 2003.
- ERVERLY, Sondra G.; HILGERT, Marianne A.; HOGARTH, Jeanne M. Household financial management: the connection between knowledge and behavior. **Federal reserve bulletin**. New York, july, 2003.
- BETTIOL, Eugênia Maranhão. Necessidades de informação: uma revisão. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 18, n. 1, p. 59-69, jan./jun. 1990.
- BRASIL. Banco Central do Brasil. Portal do Banco Central do Brasil. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/>> Acesso em 14 de maio de 2006.
- BRASIL. Banco Central do Brasil. **Programa de educação financeira do Banco Central do Brasil**. Brasília, 2003
- CHEN, Haiyang; VOLPE, Ronald P. An analysis of personal financial literacy among college students. **Financial Services Review**, v. 7, n. 2, p. 107-128, 1998.
- ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger; WINIARD, Paul W. **Consumer behavior**. Orlando: Dryden Press, 1993.

- FERREIRA, Sueli Mara S. P. **Estudo de necessidades de informação:** dos paradigmas tradicionais à abordagem sense-making. Porto Alegre: ABEDB, 1997. Disponível em <<http://www.eca.usp.br/nucleos/sense/textos/sumar.htm>>. Acesso em: 30 set 2006.
- FIGUEIREDO, Nice Menezes. **Paradigmas modernos da Ciência da Informação.** São Paulo: Polis; APB, 1999. 168 p.
- GREEENSPAN, Alan. The importance of financial education today. **Social Education**, v.69, n.2, p. 64-67, Mar. 2005.
- HAIR JR; Joseph F. et al. **Análise multivariada de dados.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 593 p.
- HEWINS, Elizabeth T. Information need and use studies. **Annual Review of Information Science and Technology**, v.25, 1990.
- HIRA, Tahira K.; LOIBL, Cazilia. Understanding the impact of employer-provides financial education on workplace satisfaction. **The Journal of Consumer Affairs**, v.39, n.1, p. 173-194, Summer 2005.
- KOTLER, Philip. Marketing para organizações que não visam o lucro. São Paulo: Atlas, 1978. 430 p.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing:** conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2006. 528p.
- LINE, M. B.. Draft definitions: information and library needs, demands uses. **ASLIB Proceedings**, v. 26, n. 2, p. 87, 1974.
- LUCEY, Thomas A.; GIANNANGELO, Duane M. Short changed: the importance of facilitating equitable financial education in urban society. **Education and Urban Society**, v.38, n. 3, p. 268-287, May 2006.
- MATTA, Rodrigo Octávio Beton. **Oferta e demanda de informação financeira pessoal:** o Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil e os universitários do Distrito Federal. 2007. 214 p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.
- MORTON, John S. The interdependence of economics and personal finance education. **Social Education**, v.69, n.2, p. 66-72, Mar. 2005.
- UNITED NATIONS ORGANIZACION (ONU) – Department of Economic and Social Affairs. **United Nations Guidelines for Consumer Protection.** Nova York, 2003.
- SHETT, Jagdish N.; MITTAL, Banwari; NEWMAN, Bruce I. **Comportamento do cliente:** indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.