

Endividamentos de jovens, educação financeira e cidadania

Matemática

Enviado por: skura@seed.pr.gov.br

Postado em:25/02/2011

Estudos acadêmicos dos professores Helio Rosetti Júnior e Juliano Schimiguel sobre educação matemática financeira identificam dificuldade dos jovens brasileiros no uso de crédito e nas operações financeiras. Isso provoca desdobramentos no mercado de trabalho e no convívio comunitário.

Por Hélio Rosetti Júnior Estudos acadêmicos dos professores Helio Rosetti Júnior e Juliano Schimiguel sobre educação matemática financeira identificam dificuldade dos jovens brasileiros no uso de crédito e nas operações financeiras. Isso provoca desdobramentos no mercado de trabalho e no convívio comunitário. Conhecer as operações com o dinheiro tem sido um obstáculo enfrentado pelos jovens ao ingressar do mercado de trabalho. Essa dificuldade educacional cria barreiras para a plena inserção da juventude no mundo do trabalho, diante das exigências de empresas por nome limpo nos cadastros de créditos e devedores. Identificado pelo sistema bancário como um público a ser conquistado, tendo em vista que serão os clientes do futuro, os jovens estão abrindo contas bancárias cada vez mais cedo, muitas vezes com direito a cartão de crédito e cheque especial, sem que para isso, tenham que comprovar seus rendimentos. Entretanto, para os executivos de finanças, o elevado índice de inadimplência entre essa camada da população já preocupa o mercado financeiro. Os jovens em geral não questionam qual é o custo do crédito, muitas vezes desconhecendo. Influenciados por propagandas e pela mídia, eles só almejam ter e consumir. Apresentam-se despreparados e em geral compram por impulso. Assim, por conta desse despreparo com o uso do dinheiro esse tem sido o melhor público para instituições financeiras venderem seus produtos. Geralmente os jovens são mal informados quanto aos assuntos financeiros, mas estão sempre dispostos a pagar alto pelo crédito tomado em instituições no comércio, sem, contudo, terem dimensão das consequências e das possibilidades de inadimplência. Conforme pesquisas do mercado financeiro realizadas entre 2008 e 2009, no mínimo um em cada três jovens brasileiros está com problemas de dívidas quando ingressa no mercado de trabalho ou na universidade. Nos dois últimos meses de 2008, segundo a Telecheque, empresa que opera com estatísticas nacionais de inadimplência em cheques, 30,56% dos endividados brasileiros eram jovens de 21 a 30 anos. No mesmo período, 49,77% das pessoas com idade entre 16 e 30 anos em Belo Horizonte vivenciavam o mesmo problema, indicam dados da Federação do Comércio de Minas Gerais (Fecomércio). No início de 2009, conforme números do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), brasileiros entre 18 e 29 anos respondiam por 30,16% da inadimplência no país. No estado de Minas Gerais, esse percentual está em 32,57%. Por ser um bom negócio, o jovem passa a ser alvo da ação de marketing das instituições financeiras. O espaço dessa disputa por mercado são as diversas universidades e faculdades no país, uma das principais portas de acesso para a captação de clientes no universo da juventude brasileira. O potencial desse segmento é muito grande. Segundo cálculos das instituições financeiras, no Chile e na Argentina cerca de 30% da população entre 18 e 24 anos está na universidade. Esse número indica, da mesma forma, uma média da América Latina. Entretanto, no Brasil, somente entre 10% e 12% dos jovens nessa faixa de idade são universitários. Isso significa dizer que existe um grande contingente de jovens estudantes brasileiros a serem incluídos nessas instituições. Esses jovens são os potenciais novos

clientes do sistema financeiro. O perfil do jovem endividado é bem característico, de acordo com a empresa Telecheque. Estudando ou não, ele está entrando no mercado de trabalho. Com isso, tem o primeiro emprego, conta-salário, talão de cheques. Dessa forma, sente-se apto para consumir e acaba entrando numa fase de encantamento com facilidade de crédito. Os jovens também são vítimas das redes de varejo. Nas grandes lojas, com seus cartões de compras, quem define o crédito é praticamente o cliente. Com a grande facilidade e tentado pelas intensas campanhas publicitárias, o jovem acaba se descontrolando financeiramente. Preparar esses jovens que saem do Ensino Médio ou de um curso técnico e ingressam no mundo do trabalho e, conseqüentemente, no ambiente das operações financeiras, deve ser uma tarefa do sistema educacional, para que essa inserção ocorra de forma plena e sustentável. Debater amplamente, no cotidiano da comunidade escolar, as questões relativas ao dinheiro e as várias relações com ele, de forma interdisciplinar, envolvendo conhecimentos matemáticos, apresenta-se como uma saída para a cidadania plena dos jovens, na busca por uma vida profissional vitoriosa. Esta notícia foi publicada em 23/02/2011 no sítio Administradores. Todas as informações nela contida são de responsabilidade do autor.