

Conhecer as operações de crédito e lidar com ativos financeiros tem sido um desafio enfrentado pelos ingressantes do mercado de trabalho. Essa dificuldade educacional tem levantado obstáculos para a plena inserção dos estudantes no mundo corporativo, tendo em vista as exigências de empresas por nome sem pendências nos cadastros de créditos e devedores.

Identificados pelo sistema financeiro como uma fatia de público a ser conquistada, pelo fato de 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. Ignorando possíveis problemas para pagamento das dívidas, os jovens geralmente não questionam qual é o custo do crédito, muitas vezes desconhecendo esse valor.

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.

Em geral 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 conseqüências 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 últimos dois meses de 2008, segundo a Telecheque, organização 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 viviam 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, os jovens passam a ser alvo da ação de marketing das instituições financeiras. O espaço dessa disputa por mercado são as diversas universidades e faculdades

A educação matemática financeira e as dificuldades dos jovens com o crédito

Escrito por Hélio Rosetti Júnior e Juliano Scimiguel
Qua, 29 de Setembro de 2010 00:00

no país, as principais portas de acesso para a captação de clientes no universo da juventude brasileira. O potencial desse segmento é muito grande.

O perfil do jovem endividado é bem característico, de acordo com a 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, numa relação desproporcional: de um lado organizações com estratégias bem montadas para trabalhar os consumidores. De outro lado, consumidores jovens claramente despreparados para lidar com essas estratégias do marketing comercial e financeiro. Constata-se que 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.

Capacitar esses jovens que saem do Ensino Médio ou de cursos técnicos e ingressam nos cursos superiores ou no mercado de trabalho e, conseqüentemente, no ambiente das operações financeiras, deve ser uma tarefa do sistema educacional, para que essa inserção ocorra de forma plena, sustentável e qualificada. Para isso, os currículos e as práticas educacionais devem passa por uma reflexão pedagógica, tendo em vista as demandas por conhecimentos matemáticos e financeiros.

Debater de forma ampla, no dia-a-dia da comunidade escolar, as questões quantitativas e qualitativas relacionadas ao dinheiro e as várias relações com ele, de forma transdisciplinar, se apresenta como uma saída para a plena cidadania dos jovens, na busca por uma vida profissional com sucesso.

***Hélio Rosetti Júnior** – Doutorando em Ensino de Ciências e Matemática pela Unicsul.

****Juliano Scimiguel** – Professor do programa de Doutorado da Unicsul.