



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS**



JASMIN CENDI CAMACHO  
JÚLIA PAGLIONI DE SOUZA  
MONISE FERNANDA CORRER CARDOSO  
MURILO MIGUEL DE ASSIS PINTO  
NATHIELI BEATRIZ DA SILVA  
NYCOLE LEAL VAZ  
PEDRO HENRIQUE TRIVELLATO  
PYETRA KRIGUER CABRAL

**CONSTRUINDO O CONHECIMENTO SOBRE EDUCAÇÃO  
FINANCEIRA ENTRE ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO  
EM LIMEIRA-SP**

Limeira  
2023



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS**



JASMIN CENDI CAMACHO  
JÚLIA PAGLIONI DE SOUZA  
MONISE FERNANDA CORRER CARDOSO  
MURILO MIGUEL DE ASSIS PINTO  
NATHIELI BEATRIZ DA SILVA  
NYCOLE LEAL VAZ  
PEDRO HENRIQUE TRIVELLATO  
PYETRA KRIGUER CABRAL

**CONSTRUINDO O CONHECIMENTO SOBRE EDUCAÇÃO  
FINANCEIRA ENTRE ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO  
EM LIMEIRA-SP**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração à Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas.

Orientador: Prof. Dr. Christiano França da Cunha

Limeira  
2023

Ficha catalográfica  
Universidade Estadual de Campinas  
Biblioteca da Faculdade de Ciências Aplicadas  
Ana Luiza Clemente de Abreu Valério - CRB 8/10669

Camacho, Jasmin Cendi, 2001-  
C14c Construindo o conhecimento sobre educação financeira entre estudantes do ensino médio em Limeira-SP / Jasmin Cendi Camacho, Júlia Paglioni de Souza, Monise Fernanda Correr Cardoso, Murilo Miguel de Assis Pinto, Nathieli Beatriz da Silva, Nycole Leal Vaz, Pedro Henrique Trivellato, Pyetra Kriguer Cabral. – Limeira, SP : [s.n.], 2023.

Orientador: Christiano França da Cunha.  
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Ciências Aplicadas.

1. Educação Financeira. 2. Ensino médio. I. Cunha, Christiano França da, 1973-. II. Souza, Júlia Paglioni de, 2001-. III. Cardoso, Monise Fernanda Correr, 1992-. IV. Pinto, Murilo Miguel de Assis, 2002-. V. Silva, Nathieli Beatriz da, 2001-. VI. Vaz, Nycole Leal, 2002-. VII. Trivellato, Pedro Henrique, 2001-. VIII. Cabral, Pyetra Kriguer, 2000-. IX Universidade Estadual de Campinas. Faculdade de Ciências Aplicadas. X. Título.

Informações adicionais, complementares

**Palavras-chave em inglês:**

Financial  
literacyHigh  
school

**Titulação:** Bacharel em Administração

**Data de entrega do trabalho definitivo:** 20-06-2023

**Autor:** Jasmin Cendi Camacho, Júlia Paglioni de Souza, Monise Fernanda Correr Cardoso, Murilo Miguel de Assis Pinto, Nathieli Beatriz da Silva, Nycole Leal Vaz, Pedro Henrique Trivellato, Pyetra Kriquer Cabral

**Título:** Construindo o Conhecimento Sobre Educação Financeira Entre Estudantes do Ensino Médio em Limeira- SP

**Natureza:** Trabalho de Conclusão de Curso em Administração

**Instituição:** Faculdade de Ciências Aplicadas, Universidade Estadual de Campinas

**Aprovado em:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_.

## **BANCA EXAMINADORA**

---

Prof(a). Dr(a). Nome (Orientador(a)) – Presidente  
Faculdade de Ciências Aplicadas (FCA/UNICAMP)

Este exemplar corresponde à versão final da monografia aprovada.

---

Prof(a). Dr(a). Nome (Orientador(a))  
Faculdade de Ciências Aplicadas (FCA/UNICAMP)

## **AGRADECIMENTOS**

Nossos sinceros agradecimentos a todos os docentes do curso de Administração da Faculdade de Ciências Aplicadas da Unicamp, pela dedicação e os valiosos ensinamentos que nos foram proporcionados ao longo deste percurso.

Em especial, gostaríamos de agradecer ao nosso orientador Prof. Dr. Christiano França por seu apoio inestimável ao longo de todo o processo de desenvolvimento do nosso trabalho de conclusão de curso. Suas orientações e conhecimentos foram essenciais para o progresso desse projeto.

A professora e coordenadora pedagógica Márcia Kairalla do colégio técnico de Limeira, assim como aos alunos desta instituição de ensino pela receptividade e colaboração ativa perante a nossa proposta de pesquisa.

Expressamos também gratidão aos nossos familiares que nos apoiaram e encorajaram durante toda a jornada acadêmica.

## RESUMO

A análise em questão tem por objetivo mapear o conhecimento dos alunos constituintes ao ensino médio do Cotel (Colégio Técnico de Limeira) acerca de suas concepções e capacitações para o desenvolvimento de uma gestão financeira de acordo com suas rendas. Tal proposta foi desenvolvida através da literatura financeira e do marketing, os quais tiveram um papel eficaz na aplicação de uma pesquisa de campo, intermediada pela disseminação de um formulário online para a identificação dos alunos a tais conceitos. As breves revisões bibliográficas, como as de Hurtado e Freitas, Seth Godin, Philip Kotler e Kevin L. Keller, foram essenciais para analisar a existência correlativa entre as abordagens que sustentam o desenvolvimento do presente trabalho de Conclusão de Curso e a área de administração. Mediante essa proposta, foram obtidas 231 respostas constatando um bom índice participativo, assim como a grande disposição e motivação do público alvo em aprender sobre o gerenciamento e investimento de suas rendas. Com os objetivos iniciais auferidos, foi desenvolvido um jogo de tabuleiro composto por questões voltadas para a temática de educação financeira, objetivando de maneira dinâmica, uma melhor compreensão sobre o assunto.

**Palavras-chave:** Educação financeira. Colégio Técnico de Limeira. Ensino Médio. Pesquisa de Campo.

## **ABSTRACT**

The analysis in questions aims to map the students' knowledge from high school Cotil (Technical School of Limeira), about conceptions and capabilities to financial management development regarding their income. Such proposal, was developed through financial and marketing literature, which played an effective role in the implementation of a field research, facilitated by the dissemination of an online form to identify students' understanding of these concepts. The brief literature reviews, such as those by Hurtado and Freitas, Seth Godin, Philip Kotler, and Kevin L. Keller, were essential in analyzing the correlated existence between the approaches that support the development of the present final thesis and the field of management. Through this proposal, 231 answers were obtained, indicating a high level of participation as well as the strong willingness and motivation of the target audience to learn about income management and investment. With the initial objectives achieved, a board game was developed consisting of questions related to the financial market, allowing for dynamic comprehension of the subject matter.

**Keywords:** Financial Education. Technical School of Limeira. High School. Field Research.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### FIGURAS

Figura 1- Mapa do coeficiente de Gini.....	4
--	---

### GRÁFICOS

Gráfico 1 - Percentual de idade dos participantes .....	16
Gráfico 2 – Distribuição por sexo .....	17
Gráfico 3 - Grau de Escolaridade .....	17
Gráfico 4 – Frequência dos alunos em escolas públicas ou particulares.....	18
Gráfico 5 - Obtenções de rendimento .....	19
Gráfico 6 - Percentual de alunos que realizam controle financeiro.....	19
Gráfico 7 - Considerações ao recebimento de educação financeira .....	20
Gráfico 8 - Conhecimentos sobre a Taxa Selic e IPCA .....	21
Gráfico 9 - Acompanhamento do cenário econômico .....	22
Gráfico 10 - Conhecimento de pessoas que realizam investimentos financeiros .....	22
Gráfico 11 - Interesse em conhecer o mercado financeiro e como administrar sua renda .....	23

### TABELAS

Tabela 1 - Informações cruzadas sobre o interesse em conhecer o mercado financeiro.....	23
Tabela 2 – Informações cruzadas em relação ao recebimento de educação financeira .....	24

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

<b>EF</b>	Educação Financeira
<b>OCDE</b>	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
<b>PISA</b>	Programme for International Student Assessment
<b>COTIL</b>	Colégio Técnico de Limeira

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO.....	1
<b>2 SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>3</b>
<b>3 REVISÃO LITERÁRIA.....</b>	<b>6</b>
3.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA .....	6
3.2 MARKETING.....	7
<b>4 METODOLOGIA.....</b>	<b>11</b>
<b>5 SOLUÇÃO E PLANEJAMENTO DE INTERVENÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>6 RESULTADOS .....</b>	<b>16</b>
6.1 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA.....	16
<b>7 CONCLUSÃO.....</b>	<b>26</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>28</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Frente a um cenário em que a renda se configura como um dos recursos essenciais para o suprimento das necessidades básicas da população, assim como para a aquisições de bens supérfluos, torna-se evidente que as propostas do sistema capitalista têm como objetivo a criação de tendências, das quais são responsáveis por despertar desejos aquisitivos aos consumidores. No entanto, ao promover essa forte cultura ao consumo, perante a uma sociedade com pouca capacitação para desenvolver um controle financeiro adequado, diversos problemas e endividamento excessivo poderão surgir, isso porque “os recursos financeiros nem sempre acompanham os desejos quase ilimitados dos seres humanos, a decisão de comprar ou não algo assume um papel complexo no comportamento do consumidor, especialmente, nos adolescentes” (GRESOLLE, 2023, p.6-7).

A partir dessa análise, buscamos dados secundários da situação brasileira em relação ao quesito educação financeira. O PISA (*Programme for International Student Assessment*), é um instrumento que avalia o desempenho de jovens em idade escolar em assuntos como, transações financeiras, formas de lidar com o dinheiro, planejamento financeiro, relação entre risco e recompensa, aplicabilidade e entendimento de conceitos. Foi possível observar uma oportunidade, já que dos vinte (20) países avaliados nos quesitos acima, o Brasil alcançou a 17ª colocação no ano de 2018, indicando um déficit desse público em relação ao tema (BANUTH, 2020).

Com base nesses levantamentos, nós identificamos a necessidade de ferramentas que auxiliem no desenvolvimento do controle e consciência financeira, principalmente para a parcela jovem da população, que está iniciando sua vida financeira e sofre forte influência dos padrões de consumo. Essas ferramentas precisam ser consistentes para evitar os problemas já citados, por isso acreditamos que a educação é a peça chave para criação de uma relação saudável entre consumo e renda.

Cientes dos impactos que a falta prática e conceitual sobre a temática poderá causar, deliberamos pelo desenvolvemos do projeto, a fim de que pudéssemos mapear o nível de entendimento dos alunos do ensino médios da rede pública sobre os conceitos básicos de educação financeira e a dinâmica de relacionamento desse público com as questões de renda e consumo. Para tanto, selecionamos perguntas variadas sobre tópicos de finanças e aplicamos uma pesquisa no COTIL (Colégio Técnico de Limeira).

Os resultados confirmaram o que havíamos identificado em pesquisa preliminar, evidenciando uma baixa afinidade dos respondentes ao assunto. Uma vez que identificada essa questão, nós docentes da Unicamp Limeira do curso de Administração, tendo conhecimento teórico do assunto, nos responsabilizamos em identificar maneiras para atuar como agentes disseminadores do conhecimento, disponibilizando soluções agregadoras na relação dos estudantes de ensino médio da rede pública de Limeira com a temática de educação financeira, a fim de desenvolver não apenas esse público, mas o ecossistema geral em que estão envolvidos, podendo influenciar de forma positiva familiares e amigos.

## 2 SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA

As finanças, a administração financeira e o dinheiro cercam as mais diversas áreas da vida de todos na grande maioria de modelos de sociedade atuais. As dívidas, o dinheiro, a economia são assuntos que acompanham a vida acadêmica, profissional e familiar. Nesse sentido, para que os indivíduos busquem tomar decisões mais seguras, elevar seu padrão de vida e/ou acumular capital, é essencial que um conjunto de habilidades e conhecimentos seja desenvolvido. Esse conjunto se torna necessário independentemente da classe social, já que recursos mal administrados se tornam mais voláteis, sem depender de sua quantidade (PELICIOLI, 2011).

Sendo assim, para que os indivíduos possam desfrutar de mais conforto financeiro, melhor gerenciamento pessoal de finanças e maior bem-estar na vida em geral, deve-se avaliar os conhecimentos financeiros e buscar melhorá-los. Com isso, de acordo com Braunstein e Welch (2002, p. 1):

Participantes informados ajudam a criar um mercado mais competitivo e eficiente. Consumidores conscientes demandam por produtos condizentes com suas necessidades financeiras de curto e longo prazo, exigindo que os provedores financeiros criem produtos com características que melhor correspondam a essas demandas.

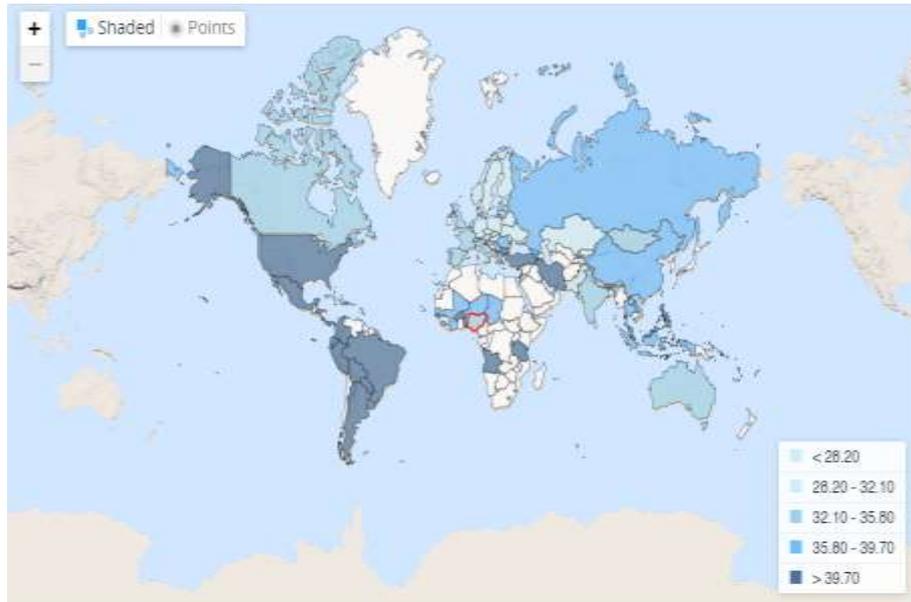
Esses fatos não são diferentes para os brasileiros. E, apesar da necessidade de uma forte educação financeira, no Brasil, pouca é transmitida, além de muitos conceitos falhos disseminados pela população. Em um país onde as informações pertinentes à educação financeira foram transmitidas incorretamente devido a longos períodos de alta inflação. Nesse momento, a busca por ativos financeiros tangíveis e de alta liquidez levavam a decisões apenas para o curto prazo, não deixando espaço para o planejamento e acúmulo/investimento de capital. Dessa forma, o ato de poupar e pensar a longo prazo se afasta da prática diante desse contexto (DETONI; LIMA, 2009).

Além dos fatores de desinformação, o Brasil é um país com uma gritante desigualdade social. Um indicador que pode evidenciar o quão desigual é um país, é o Coeficiente de Gini. Esse índice mede a desigualdade de renda em uma população, variando de 0 a 1, onde 0 representa igualdade absoluta e 1 representa desigualdade máxima (BARROS; HENRIQUES; MENDONÇA, 2000).

Após o pico de desigualdade causado pela pandemia, o índice se reduziu continuamente em 2021. No primeiro trimestre de 2022, houve novamente um recuo da desigualdade em comparação ao trimestre anterior, tendo atingido 0,51 para a renda domiciliar do trabalho e 0,481 para a renda individual. (CARVALHO, 2022, p.1)

Apesar da diminuição da desigualdade recente no início do ano de 2022, ao analisarmos a Figura 1 podemos observar que o coeficiente de Gini do Brasil recentemente está entre um dos mais elevados do mundo.

Figura 1- Mapa do coeficiente de Gini



Fonte: Índice de Gini. The World Bank, 2021. <sup>1</sup>

Sendo assim, o país pode ser considerado desigual. Nesse sentido, a importância de uma educação financeira forte emergir e se desenvolver dentro no Brasil é alta. Dessa forma, será possível reduzir as desigualdades sociais ao longo do tempo a partir do aprendizado, possibilitando melhor gestão de gastos e acúmulo de capital, e conseqüentemente alterando a composição de classes. Quando falamos do público alvo do projeto no caso os adolescentes, estamos nos dirigindo a uma parcela da população em que o nível de qualidade em uma educação financeira pode alterar o futuro do país considerando os pontos anteriormente abordados (PELICIOLO, 2011).

Além desses pontos, os adolescentes fazem parte de uma geração em que a tecnologia facilita o acesso à informação, mas o acesso às mídias sociais e canais de entretenimento proporcionadas por essa tecnologia, também oferecem um leque de produtos e serviços constantemente promovidos por meio de anúncios patrocinados, postagens de influenciadores e testemunhos de consumidores. Essa exposição incessante a estímulos de consumo cria um ambiente propício para a cultura do consumo imediato, onde a satisfação instantânea é valorizada

<sup>1</sup> Disponível em: < <https://data.worldbank.org/indicador/SI.POV.GINI?locations=NG&view=map.>>

acima da construção de um futuro financeiramente estável. Há um incentivo também à comparação social e a busca por validação através do compartilhamento de momentos de consumo e conquistas materiais. A constante exposição a esses conteúdos pode levar os jovens em destaque, a sentirem pressão para adquirir bens materiais e experiências imediatas, a fim de se equiparar ou se destacarem em relação aos outros (SILVA; BRITO, 2020).

Para lidar com a influência das mídias sociais e da cultura do consumo imediato, é essencial desenvolver habilidades de pensamento crítico, conscientização financeira e autocontrole, que quanto mais cedo forem aperfeiçoadas, mais benéficas serão para não somente essa geração, mas para o cenário econômico do país (PELICIOLI, 2011).

Quando falamos de jovens, um fator de alta influência é o ambiente familiar. Muitas vezes o trabalho acaba privando as crianças e adolescentes de um convívio familiar constante ou o transforma em um contato mínimo, o que pode influenciar na maneira que os filhos interpretam o trabalho e o dinheiro. “Na cabeça das crianças, o trabalho que afasta seus pais de seu convívio é o preço a pagar para ter muito dinheiro e poder comprar muitas coisas” (CERBASI, 2006 p. 20).

Geralmente, os pais do público alvo de nossa pesquisa se enquadram nas gerações dos baby boomers (1945 a 1964) e a geração x (1965 a 1981). Em um aspecto geral, o gasto com itens não essenciais era muito baixo para muitas das famílias dessas gerações, de forma que quando essas pessoas se tornam pais, tentam proporcionar mais conforto e/ou luxo aos filhos (e menos tempo). Nesse sentido, satisfazer todos os desejos de uma criança pode trazer efeitos negativos sobre o uso e perspectiva do filho em relação ao dinheiro. E muitas das vezes, essas consequências perduram por toda a vida (CERBASI, 2006).

### 3 REVISÃO LITERÁRIA

#### 3.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

É indiscutível que a educação financeira desempenha um papel fundamental na formação de jovens e adultos, pois fornece conhecimentos e habilidades importantes para lidar de maneira responsável com as questões financeiras ao longo da vida. Ao capacitá-los com educação financeira, estamos preparando-os para tomar melhores decisões, administrar recursos, evitar dívidas excessivas e construir um futuro financeiro sólido.

A Educação Financeira-EF é conceituada pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico-OCDE e a Comissão de Valores Mobiliários-CVM (2005, p. 5) do seguinte modo:

A educação financeira pode ser definida como o processo pelo qual consumidores/investidores financeiros aprimoram sua compreensão sobre produtos, conceitos e riscos financeiros e, por meio de informação, instrução e/ou aconselhamento objetivo, desenvolvem as habilidades e a confiança para se tornarem mais conscientes de riscos e oportunidades financeiras, a fazer escolhas informadas, a saber onde buscar ajuda, e a tomar outras medidas efetivas para melhorar seu bem estar financeiro. Educação financeira, portanto, vai além do fornecimento de informações e aconselhamento financeiro, o que deve ser regulado, como geralmente já é o caso, especialmente para a proteção de clientes financeiros (por exemplo, consumidores em relações contratuais).

Uma das principais razões que caracterizam a importância dessa propagação de conhecimento desde jovens, é o cenário econômico complexo e em constante mudança em que vivemos. Com o aumento do acesso ao crédito, facilidade em encontrar produtos financeiros diversificados e a evolução das tecnologias, tornou-se essencial que todos tenham conhecimento financeiro suficiente para tomar decisões mais assertivas e evitar armadilhas financeiras.

De acordo com Hurtado e Freitas (2020) as finanças pessoais englobam as decisões financeiras individuais e familiares. O impacto das finanças pessoais vai além do âmbito individual, afetando diretamente a vida das pessoas, suas famílias e a sociedade em que vivem. Resultados financeiros positivos ou negativos refletem nas diferentes dimensões da vida, como alimentação, habitação, saúde, educação, lazer e família.

Além disso, a educação financeira promove a autonomia e a independência dos jovens. Ao aprenderem o básico sobre orçamento, poupança, investimentos, crédito responsável e planejamento financeiro, eles adquirem a capacidade de gerenciar suas finanças pessoais de forma eficiente.

A capacitação financeira pode contribuir também para a redução da desigualdade social. Ao fornecer conhecimentos financeiros básicos, independentemente de sua origem socioeconômica, estamos capacitando-os a tomar melhores decisões e talvez quebrar o ciclo de pobreza. Em suma, ela ajuda a promover a inclusão.

O atual cenário da saúde financeira dos brasileiros apresenta desafios significativos, refletindo a necessidade de um maior cuidado e atenção com as questões financeiras. Um aspecto preocupante é o índice de inadimplência no país:

O mais recente levantamento da Serasa, com dados de março de 2023, indica que a inadimplência no Brasil segue crescendo, mas com desaceleração. Com um aumento de 180 mil pessoas, o indicador de inadimplência aponta 70,71 milhões de brasileiros com o nome restrito. Em relação ao perfil dos inadimplentes, os brasileiros de 26 a 40 anos se destacam na faixa etária, representando 34,8% do total dos inadimplentes. A faixa etária entre 41 e 60 anos representa 34,7% (SERASA, 2023, p.1).

Com base nesses dados, podemos verificar que o maior percentual de endividamento começa entre os jovens a partir dos vinte e seis anos, de modo que uma base de conhecimento sólida sobre como manter uma vida financeira equilibrada, pode ter grande impacto econômico individual, e posteriormente na sociedade de modo geral.

### 3.2 MARKETING

O marketing se constitui como uma abordagem primordial em nosso cotidiano, mas tais cognições acerca de sua aplicabilidade ainda aparentam ser muito limitadas, desse modo partindo de importantes visões literárias, qual vem a ser a sua real finalidade?

De acordo com Godin (2019) o marketing está presente de forma difundida e abrangente em várias áreas e aspectos da nossa vida, exercendo influência e se fazendo notar em diferentes contextos, desde anúncios informativos presente em outdoors, nas plataformas de mídias sociais, quando requisitamos um aumento salarial, na aplicação de pesquisas, das quais tem por intuito compreender o comportamento social em relação a um determinado assunto, assim como em muitas outras abordagens. Estamos tão imersos nesse meio que nem se quer constatamos as modificações proporcionadas ao nosso cotidiano. Torna-se importante enfatizar que se nós estamos diante de um problema e este por sua vez apresenta meios de resolução que proporcionem aperfeiçoamentos, então podemos dizer que estamos diante de uma abordagem de marketing, uma vez que o mesmo visa colocar em prática a mudança, fomentando assim melhores interações com o público alvo.

Em suma, o marketing tem por finalidade uma atuação condescendente para o suprimento de problemas sociais, viabilizando assim transformações culturais. Tal definição é caracterizada como marketing eficaz, do qual visa compreender a perspectiva e os desejos dos clientes, estabelecendo uma conexão genuína. O mesmo busca unir pessoas para que a mudança ocorra e não para que essas se tornem vítimas (GODIN, 2019).

Partindo dessa visão, o desenvolvimento do nosso produto foi projetado com o intuito de atender um desejo/necessidade pertinente na sociedade. Para Kotler e Keller (2019) as demandas do mercado representam os anseios por bens associados às suas aptidões aquisitivas.

A hierarquia das necessidades de Maslow também se configura como um importante estudo para que possamos identificar qual dos níveis de necessidade estamos atendendo, estando essa intrinsecamente ligada à auto realização (FERNANDES; PEREIRA, 2023).

Para que pudéssemos confirmar a nossa premissa acerca das necessidades de aptidão financeira, nós resolvemos deliberar por uma segmentação de mercado estabelecidas entre as seguintes exemplificações:

- a) Idade:
  - O critério de idade foi atribuído entre 17 anos ou menos e 18 anos ou mais.
- b) Sexo:
  - As identificações se estabeleceram tradicionalmente como feminino e masculino. Já a opção outros foi adicionada com o intuito de reconhecer e incluir outras identidades abrangendo, portanto, toda a diversidade.
- c) Grau de escolaridade:
  - Estabelecemos como parâmetro alunos do primeiro ao terceiro ano do ensino médio.
- d) Renda:
  - Levamos em consideração as obtenções de renda por trabalho formal, informal, aquisições de mesadas e aqueles que não apresentam nenhum tipo de rendimento.
- e) Localidade:
  - Colégio Técnico de Limeira (Cotil).

De acordo com Kotler e Keller (2019) a segmentação mercadológica corresponde a uma fragmentação entre consumidores que possuem similaridades em suas necessidades e desejos. Com base em tal aplicabilidade foram utilizadas em nossa pesquisa duas das aptidões descritivas, sendo estas atribuídas como geográfica, uma vez localidade designada foi a cidade de Limeira, e a demográfica tendo em vista que essa busca estabelecer parâmetros entre idade, renda, gênero,

obtenções de renda, e demais atribuições. A abordagem em questão foi primordial para que pudéssemos delimitar o nosso público e agir de modo preciso e proativo frente a essa problemática.

A disseminação de conhecimento contribui para a construção de uma sociedade mais capacitada, tendo em vista que ao buscarem o aperfeiçoamento contínuo de suas habilidades e competências estarão inspirando culturalmente outros indivíduos aos mesmos propósitos. A cultura por sua vez pode ser compreendida como “o resultado das atitudes, ideias e condutas compartilhadas e transmitida pelas pessoas de uma sociedade, juntamente com as respectivas transformações” (LIBERATO et al., 2000, p. 10).

Frente a tal definição, para que possamos melhorar a perspectiva desses alunos ao tema, nós resolvemos deliberar pela estratégia do marketing sensorial, do qual fundamenta-se na análise dos cinco sentidos do corpo humano, com o intuito de persuadir pessoas através da aplicabilidade de experiências e com isso gerar memórias recordativas (BENITES, 2017).

Diante dessas abordagens, é válido ressaltar que o nosso jogo está atrelado a três dos sentidos, sendo esses:

f) Visão:

- A abordagem visual contribui para a criação de valor ao nosso produto, uma vez que o layout do nosso jogo está fundamentado nas duas modalidades de risco. No caso da renda fixa o jogador irá avançar as casas de maneira exponencial, enquanto que para as rendas variáveis haverá diversas oscilações até a linha de chegada, vide apêndice B;
- As cores utilizadas como azul e amarelo são caracterizadas na psicologia das cores como um meio capaz de transmitir de maneira exemplificada a confiança e discernimento (HELLER, 2012).

g) Audição:

- Através da leitura das cartas realizadas pelos competidores poderemos reter a atenção desses alunos a fim de gerar uma melhor compreensão dos conceitos.

h) Tato:

- O contato com as cartas, modelos de peões, assim como as demais etapas que compõem o nosso jogo podem despertar ainda mais o interesse do nosso público para esse determinado assunto, vide apêndice A e D.

Através das estratégias detalhadas acima, objetivamos a criação de valor ao nosso produto por intermediação de um design atrativo e na qualidade das perguntas utilizadas, forneceremos também algumas regras para que o jogo flua corretamente. Nossa entrega de valor é totalmente gratuita e ficará disponível não apenas para agregar conhecimento, mas também para que outros possam aperfeiçoá-lo. Por fim, a comunicação foi disseminada de maneira direta e interativa com os alunos (KOTLER; KELLER, 2019).

## 4 METODOLOGIA

A metodologia do trabalho foi dividida em duas partes. A primeira para confirmar a hipótese, através de um questionário, de que os jovens estudantes do ensino médio portavam pouco conhecimento a respeito de educação financeira, sendo que os mesmos, logo teriam contato com a responsabilidade de gerir seu próprio dinheiro. Já a segunda, consistiu em uma proposta de intervenção para o problema encontrado na primeira análise.

Realizamos uma pesquisa exploratória com 231 alunos do ensino médio do COTIL, localizado na cidade de Limeira. Aplicamos um total de doze perguntas, das quais cinco (5) objetivaram uma segmentação demográfica, enquanto que as outras seis (6) visavam mapear o nível de conhecimento sobre o assunto. Deixamos uma última pergunta de modo opcional, onde mesmo assim obtivemos 169 respostas que nos ajudaram a entender às questões aplicadas e os pontos de vista de um modo mais pessoal. As perguntas aplicadas no formulário foram as seguintes:

- a) Qual sua idade?
- b) Qual o seu sexo?
- c) Qual sua escolaridade?
- d) Você frequentou escola pública ou particular?
- e) Você possui algum tipo de renda?
- f) Se você tem alguma renda, faz controle de seu fluxo financeiro e planejamento de curto e médio prazo?
- g) Você considera que recebeu educação financeira em algum momento de sua vida?
- h) Você sabe o que é taxa SELIC e IPCA?
- i) Você acompanha notícias sobre o cenário econômico, como inflação e taxa de juros?
- j) Você conhece alguém que realiza investimentos financeiros?
- k) Você tem interesse em conhecer o mercado financeiro e como administrar sua renda?
- l) Diga brevemente o que você conhece sobre mercado financeiro, ações e poupança.

Após a conclusão da pesquisa, nós procedemos com a elaboração de uma planilha no Excel utilizando o recurso de filtragem, assim como um outro software do qual nos auxiliou na separação e combinação dos dados, como por exemplo, a quantidade de meninas e meninos que

acompanham as notícias a respeito do cenário econômico. Além do exemplo acima, foram realizados muitos outros cruzamentos com as demais perguntas do questionário.

O segundo procedimento metodológico consistiu na proposta de resolução do problema encontrado na pesquisa. Gravamos uma vídeo aula piloto para introduzir alguns conceitos fundamentais com os alunos, tais como planejamento financeiro e investimentos. O mesmo foi desenvolvido pelos próprios membros do grupo do trabalho de conclusão de curso, uma vez que os temas abordados estão presentes em nosso produto (jogo). Propusemos uma aula mais concisa, visando, primeiramente despertar o interesse pelo assunto.

Além disso, será disponibilizada uma apostila contendo o material escrito para aprofundamento do aprendizado. Com o intuito de consolidar os conhecimentos adquiridos ao longo da aula e por meio da apostila, desenvolvemos um jogo interativo.

O nosso elemento central será o jogo. O mesmo contém 65 cartas das quais apresentam perguntas com múltiplas alternativas de respostas, enquanto outras fornecem opções de verdadeiro ou falso. A cada resposta certa o jogador irá avançar uma casa, mas é válido reforçar que para dificultar essa trajetória algumas consequências também poderão ser localizadas. O ideal para a realização do mesmo seria a participação de 2 ou 4 jogadores. Antes de iniciarem, todos devem escolher um modelo de peão para representá-los. Os participantes podem se deparar com perguntas tanto de renda fixa, quanto variável. O jogo foi aplicado entre os próprios membros do grupo como teste, para que pudessemos analisar a sua real aplicabilidade.

## 5 SOLUÇÃO E PLANEJAMENTO DE INTERVENÇÃO

Inicialmente, os colaboradores se reuniram virtualmente e concordaram que seria pertinente conduzir uma pesquisa de campo com os alunos através de um questionário online sobre o assunto. Houve a cooperação dos oito integrantes na elaboração das perguntas, com a transcrição realizada pela Jasmin na ferramenta Microsoft Forms. Posteriormente realizamos a validação das mesmas juntamente com o orientador, Prof. Dr. Christiano França da Cunha.

Diante das dificuldades encontradas ao tentarmos contatar as escolas por telefone ou e-mail, devido à falta de retorno ou desinteresse, a integrante Júlia da qual residente em Limeira se prontificou a ir até uma escola pública de ensino médio denominada Cotel (Colégio Técnico de Limeira) e conversou pessoalmente com a professora e coordenadora pedagógica Márcia Kairalla. Os detalhes necessários para a realização da pesquisa foram devidamente formalizados por e-mail. A divulgação do questionário foi realizada de modo programado a todos os alunos e no dia seguinte, a mesma com apoio das colegas Nathieli e Pyetra foram até o local nos períodos matutino e noturno para explicar aos alunos a importância de responderem e colaborarem com a pesquisa.

O orientador Prof. Dr. Christiano França da Cunha, juntamente com o integrante Murilo desempenharam papéis importantes no projeto ao realizarem a compilação dos dados coletados em gráficos e tabelas, com intuito de que pudéssemos traçar diferentes probabilidades que além de oferecerem suportes para confirmar a premissa inicial, também nos permitiram enxergar as variáveis mais determinantes e que auxiliariam de modo mais objetivo o nosso plano de ação. Uma análise conjunta realizada pela equipe de pesquisa, demonstrou a precarização de conhecimento desses alunos, tanto em homens, quanto em mulheres.

Para a solução do problema e proposta de intervenção havia-se pensado na criação de um material sucinto e uma aula de cerca de trinta (30) minutos para ensinamento de mercado e educação financeira focando em linguagem simples, transmitindo o essencial para os jovens alunos, pensando em situações que eles enfrentam no cotidiano. Em um pitch presencial de orientação do trabalho de conclusão de curso, houve uma colaboração do professor Edmundo Inácio com a ideia de construir-se um jogo que ajudaria o mesmo público a fixar e reter os ensinamentos.

Os jogos oferecem uma ampla gama de benéficos para o cérebro pois auxiliam no desenvolvimento do pensamento lógico, assim como na capacidade de resolução de problemas. Tais atividades lúdicas vão além meros entretenimentos, uma vez que os mesmos também têm se mostrado muito eficazes para a elevação do nível de concentração, e consequentemente na retenção de conhecimento, tendo em vista que a aprendizagem ativa e envolvente fornecida pelos

jogos promovem uma absorção mais profunda. Além dos pontos apresentados, a capacidade de comunicação verbal de forma clara e assertiva é aprimorada devido as diferentes interações sociais (COSTA, 2023). Torna-se perceptível que essas interações também poderão influenciar culturalmente a busca por novos conhecimentos, como já evidenciado em nossa revisão literária.

A parte criativa de elaboração da estratégia e design do jogo, foi concebida pela Jasmin, mas todos os demais ajudaram na busca, elaboração e consequências das perguntas que compõem as cartas. A mesma integrante também transcreveu as regras e questões necessárias para o modelo original, disponível no apêndice C e anexo A.

Para a vídeo-aula, da qual temos por intuito apresentar a esses jovens antes da aplicação do jogo, a integrante Nycole acabou se prontificando em tal elaboração, a fim de ensinar os principais tópicos de forma clara e concisa. Porém em uma pré avaliação foi identificada algumas oportunidades como, por exemplo, dar exemplos mais adequados à realidade do público-alvo, explicar alguns termos de forma mais simplificada, além de melhorar a qualidade do áudio e expressão corporal. Como este trabalho dará continuidade em uma iniciação científica, esses itens serão aprimorados futuramente em uma nova gravação, sendo este usado como um piloto.

Em contribuição como material de apoio, será disponibilizado também uma apostila de dezessete (17) páginas criadas pela Liga do Mercado Financeiro da Unicamp, com linguagem simples para facilitar o entendimento e, assim, o jogo terá o intuito de fixar todo o conteúdo de forma prática. Para validação do jogo, foi testado entre os próprios integrantes do trabalho de conclusão de curso, averiguando se não haveria recorrência nas questões, marcando o tempo de duração até obter um vencedor, totalizando aproximadamente uma hora.

Os pitches realizados presencialmente também contaram com a contribuição dos alunos Pedro, Monise, Nycole, Jasmin e Júlia para o desenvolvimento do material e apresentação.

A elaboração escrita do Trabalho de Conclusão de Curso, foi atribuída nas seguintes divisões:

- a) Introdução:
  - Pyetra Cabral
- b) Situação problemática:
  - Murilo Miguel
- c) Breve revisão da literatura:
  - Monise Correr; Nathieli Silva
- d) Metodologia do trabalho:
  - Nycole Leal

e) Solução proposta e planejamento da intervenção:

– Júlia Paglioni

f) Resultados alcançados e discussão:

– Pedro Trivellato; Nathieli Silva

g) Conclusão e Formatação:

– Nathieli Silva

h) Revisão:

– Prof. Dr. Christiano França da Cunha

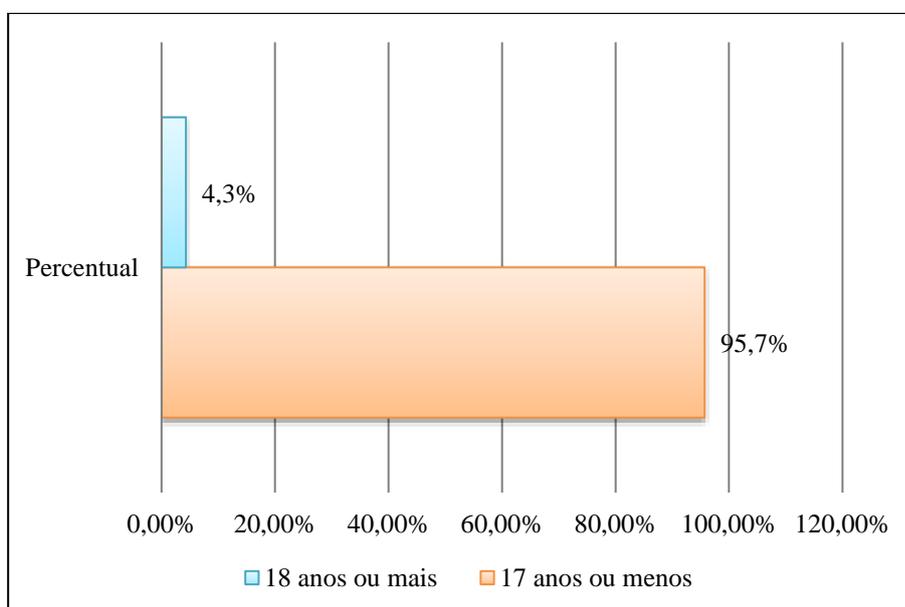
## 6 RESULTADOS

### 6.1 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

Nessa etapa do trabalho iremos demonstrar através de gráficos todas as respostas de múltipla escolha obtidas, assim como duas tabelas de variáveis determinantes e que justificam o desenvolvimento do nosso plano de ação.

No Gráfico 1 podemos observar a distribuição percentual de respostas em relação a faixa etária dos participantes. Cerca de 95,70% alunos possuem 17 anos ou menos, enquanto 4,30% indicaram ter 18 anos ou mais.

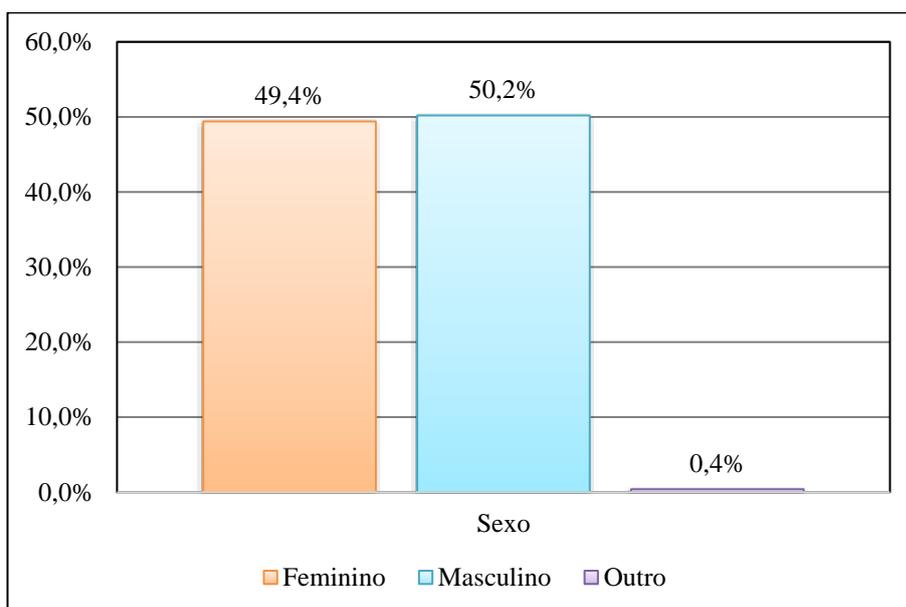
Gráfico 1 - Percentual de idade dos participantes



Fonte: Autoria própria (2023).

Em detrimento a nossa segmentação por sexo, torna-se importante destacar que as informações coletadas resultaram em um percentual de 50,2% ao sexo masculino, 49,4% para o feminino e apenas 0,4% dos alunos participantes se identificaram em outra categoria classificatória, conforme podemos constatar no Gráfico 2.

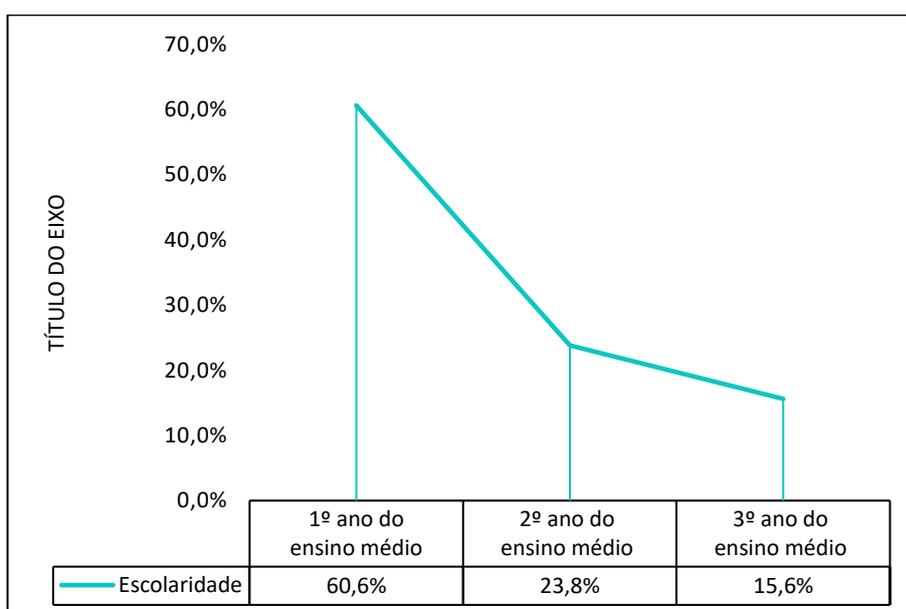
Gráfico 2 – Distribuição por sexo



Fonte: Autoria própria (2023).

O Gráfico 3 evidencia a distribuição participativa na pesquisa com base no grau de escolaridade. Nota-se que o público majoritário está fortemente atrelado ao primeiro ano do ensino médio, com um percentual de 60,6%.

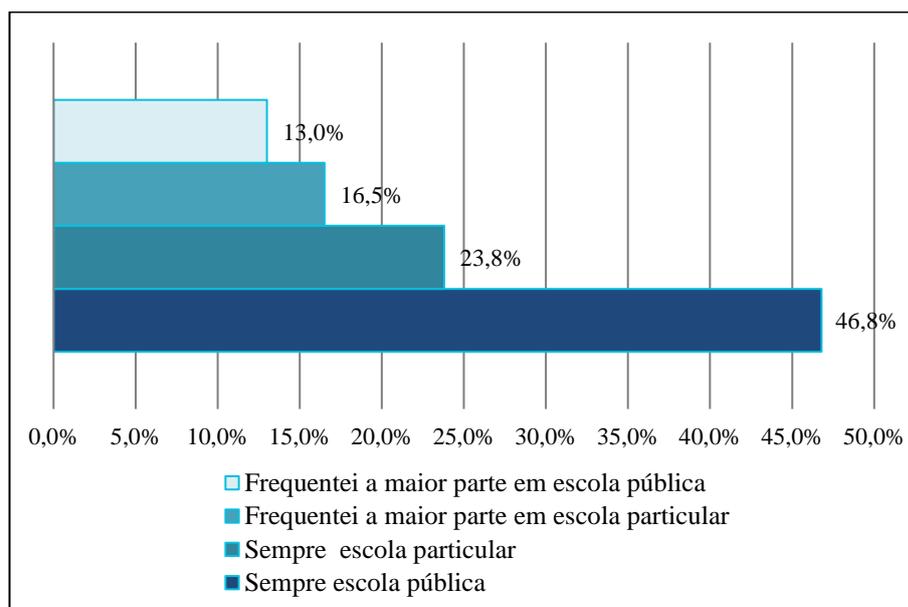
Gráfico 3 - Grau de Escolaridade



Fonte: Autoria própria (2023).

Com base no Gráfico 4, podemos analisar a frequência desses alunos em escolas públicas ou particulares. 46,8% responderam que sempre estudaram em escola pública, enquanto 23,8% frequentaram escolas particulares. Já as duas outras variáveis evidenciaram que 16,5% frequentaram em maior parte escolas particulares e os demais 13% foram em escolas públicas.

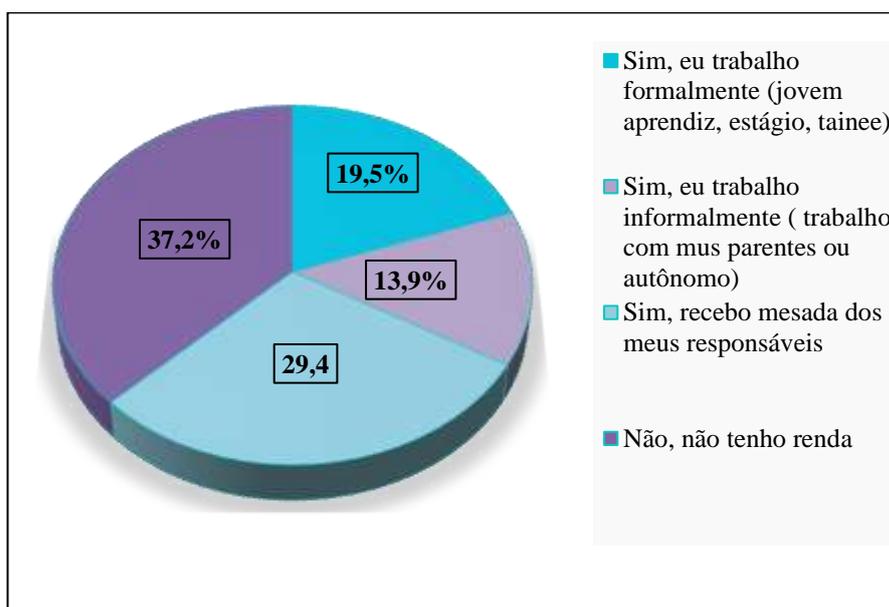
Gráfico 4 – Frequência dos alunos em escolas públicas ou particulares



Fonte: Autoria própria (2023).

Destaca-se, ainda, que entre os alunos que possuem alguma forma de renda, 19,5% se configuram como trabalhadores formais, 13,9% informais e 29,4% como obtentores de mesadas. Os demais percentuais estão atrelados aos alunos que não apresentam obtenções de renda, sendo esses representados em 37,2%. Essas evidências demonstram a importância de se ministrar o conteúdo tanto para aqueles que já possuem um contato direto com a renda, como para o público que futuramente estarão em contato com a mesma, a fim de que possamos capacitá-los para o desenvolvimento de boa gestão financeira, vide Gráfico 5.

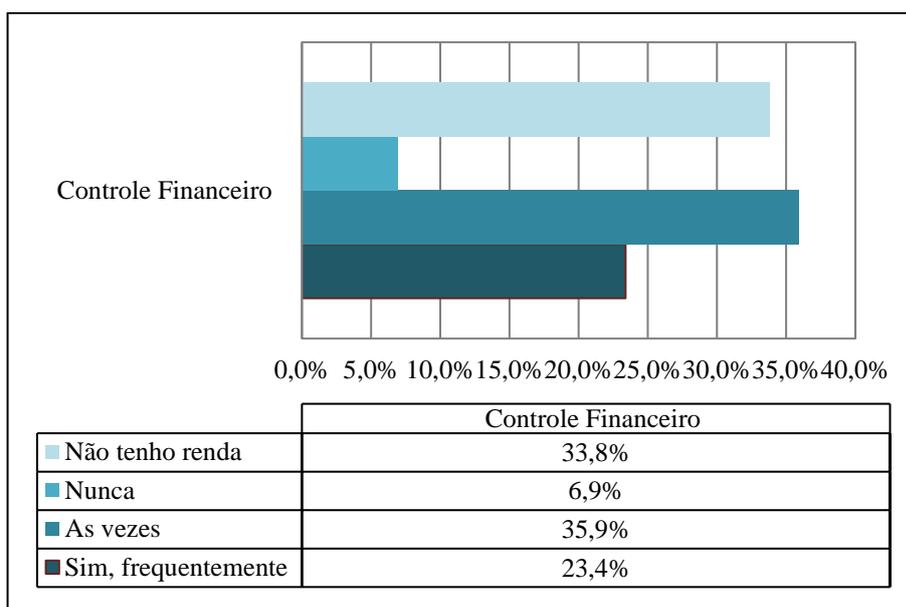
Gráfico 5 - Obtenções de rendimento



Fonte: Autoria própria (2023).

Frente as práticas de controle financeiro, 33,8% justificaram não realizá-las devido à ausência de rendimentos. Os demais correspondem aos participantes, apesar de possuírem renda apresentaram diferentes engajamentos nestas práticas, ou seja, 6,9%, nunca as executaram, 23,4% frequentemente as praticam e 35,9% só fazem tal desenvolvimento ocasionalmente, conforme o Gráfico 6.

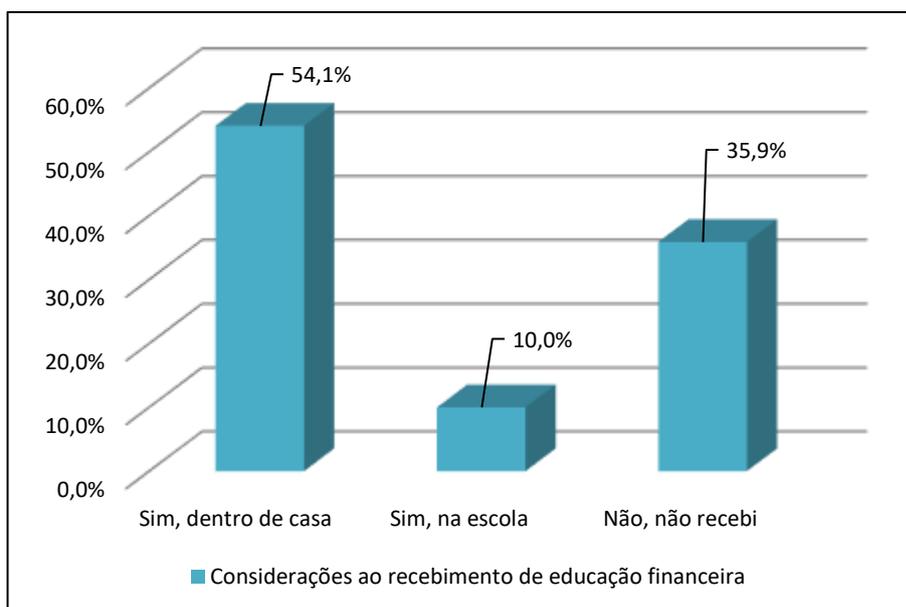
Gráfico 6 - Percentual de alunos que realizam controle financeiro



Fonte: Autoria própria (2023).

O Gráfico 7 consiste na demonstração das principais considerações desses jovens em relação ao recebimento de educação financeira. Dos participantes, 54,1% afirmaram ter recebido educação financeira dentro do ambiente familiar, enquanto apenas 10% confirmaram essa obtenção no ambiente escolar. Tal constatação reforça a necessidade de inclusão desse tema na grade curricular, pois além dessa baixa representatividade, também identificamos a importância de uma conceituação inicial aos 35,9% que não consideraram o recebimento dessa educação.

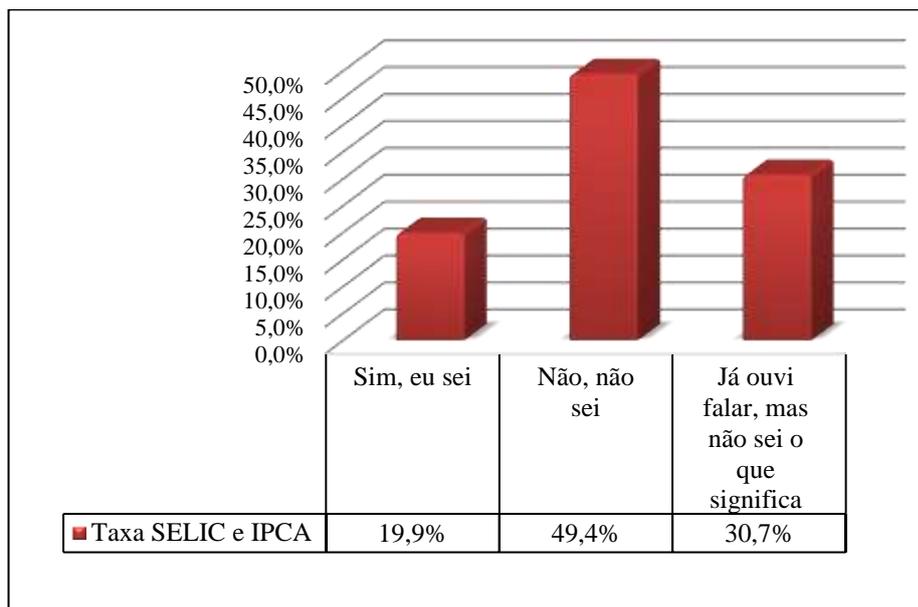
Gráfico 7 - Considerações ao recebimento de educação financeira



Fonte: Autoria própria (2023).

Em consideração ao Gráfico 8, nota-se que 49,9% dos participantes não detém o mínimo de conhecimento em detrimento a taxa Selic e IPCA, assim como os outros 30,7% que relatam já terem ouvido falar, mas não são capazes de retratar o seu real significado, se tratando de um indicativo bem preocupante dada a importância dos mesmos para a compreensão das práticas de controle inflacionário, assim como para a mensuração das oscilações de preços nas cestas de bens.

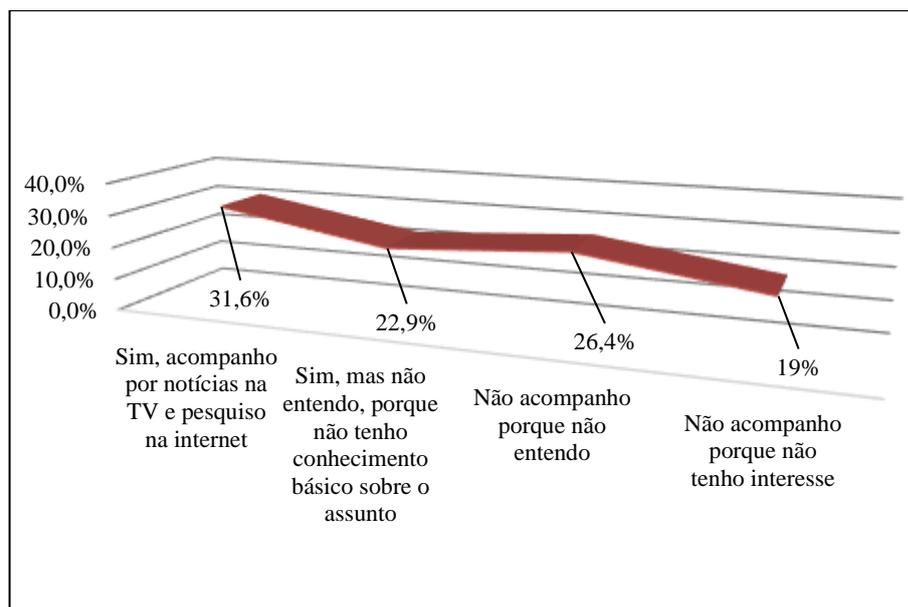
Gráfico 8 - Conhecimentos sobre a Taxa Selic e IPCA



Fonte: Autoria própria (2023).

As variáveis do Gráfico 9 se configuram como primordiais ao nosso projeto pois ao analisar o cenário econômico apenas 31,6% relataram o acompanhamento e entendimento do que está sendo transmitido. Cerca de 22,9% denotaram tal acompanhamento, mas não conseguem compreender o que é disseminado devido as suas limitações conceituais básicas, além disso 26,4% também não realizam esse acompanhamento por não terem entendimento. Por fim, os 19% disseram que não acompanham por não terem interesse a essa temática. As três últimas abordagens demonstram uma viabilidade para a disseminação desse conhecimento, assim como para uma possível inspiração cultural aos indivíduos que não possuem tal interesse.

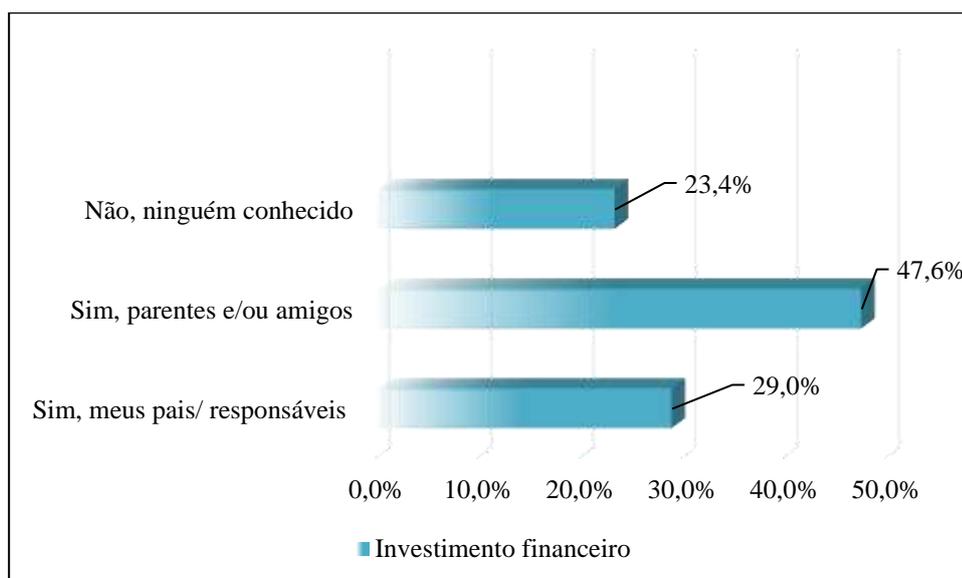
Gráfico 9 - Acompanhamento do cenário econômico



Fonte: Autoria própria (2023).

No que tange ao nível de conhecimento de pessoas que realizam investimentos financeiros, de acordo com o Gráfico 10, observa-se que 47,6% dos resultados demonstram que essas estão caracterizadas como parentes e/ou amigos, 29% como pais/ responsáveis. Os demais 23,4% não possuem ninguém conhecido.

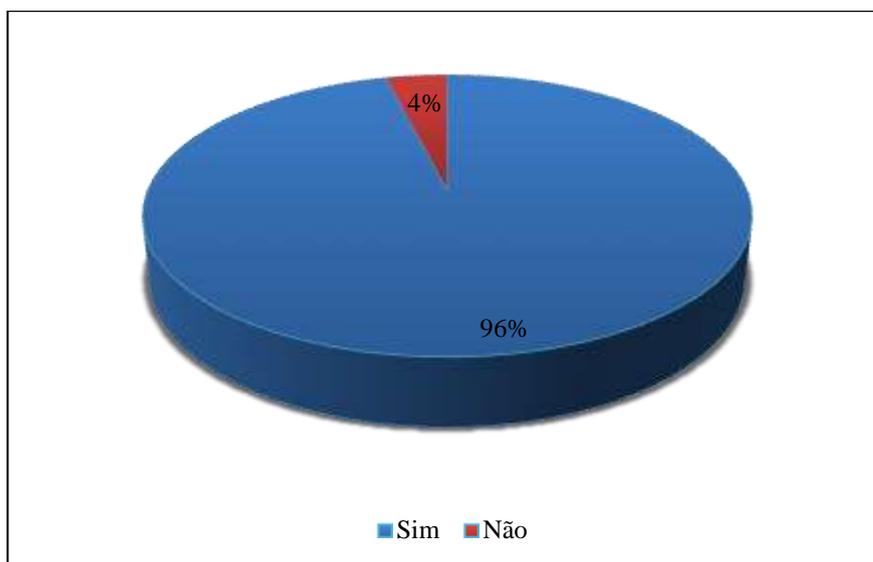
Gráfico 10 - Conhecimento de pessoas que realizam investimentos financeiros



Fonte: Autoria própria (2023).

Observa-se no Gráfico 11 um expressivo interesse do público alvo para a obtenção de conhecimento sobre o mercado financeiro, assim como para a administração de sua renda. 96,1% se mostraram dispostos a proposta e, apenas 3,9% não gostariam de adentrar a esse meio.

Gráfico 11 - Interesse em conhecer o mercado financeiro e como administrar sua renda



Fonte: Autoria própria (2023).

A Tabela 1 consiste no cruzamento de duas variáveis levantadas em nossa pesquisa. Frisamos que devido a essa compilação de dados terem sido realizadas antes do fechamento do nosso formulário, uma única resposta posterior acabou não sendo considerada. As informações abaixo demonstram que 77 dos alunos que não receberam educação financeira possuem interesse frente a tal conhecimento. Além disso, 123 dos jovens que as receberam dentro do ambiente familiar, assim com os outros 21 que tiveram essa conceituação no ambiente escolar demonstraram o mesmo posicionamento.

Tabela 1 - Informações cruzadas sobre o interesse em conhecer o mercado financeiro

Considera que recebeu educação financeira?	Tem interesse em conhecer o mercado financeiro?		Total
	Não	Sim	
Não, não recebi	5	77	82
Sim, dentro de casa	2	123	125
Sim, na escola	2	21	23
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>221</b>	<b>230</b>

Fonte: Autoria própria (2023).

A Tabela 2 tem como objetivo analisar a relação entre os alunos que possuem renda, e os que levam em consideração o recebimento de educação financeira. Esse indicador é importante para que possamos compreender a capacidade dos mesmos para o desenvolvimento de uma gestão eficiente dos recursos. Das 82 respostas que não consideram a aquisição desse conhecimento, mais da metade está caracterizado jovens que possuem ganhos frequentes e caso os mesmos não obtenham capacitações para controlar suas receitas possíveis endividamentos poderão surgir futuramente contribuindo para a ampliação dos índices de inadimplências já evidenciados.

Tabela 2 – Informações cruzadas em relação ao recebimento de educação financeira

Possui renda?	Considera que recebeu educação financeira?			Total
	Não	Sim, dentro de casa	Sim, na escola	
Não, não tenho	31	39	16	86
Sim, formalmente	18	26	1	45
Sim, informalmente	8	21	2	31
Sim, recebo mesada	25	39	4	68
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>125</b>	<b>23</b>	<b>230</b>

Fonte: Autoria própria (2023).

Ao analisarmos os resultados, iniciamos discussões acerca da melhor abordagem para solucionar essa lacuna identificada. Conforme destacado em nosso texto, optamos por uma opção mais dinâmica e lúdica, visando envolver e instruir os adolescentes acerca do mercado financeiro.

Para testar a viabilidade de nossa proposta, optamos pela realização de alguns testes piloto ao jogo. O tempo utilizado para concluirmos foi de uma hora, demonstrando assim a sua real aplicabilidade. Junto a essa experimentação constatamos a necessidade de incluir uma regra de separação das cartas respondidas incorretamente, sem que haja a divulgação dos resultados, tendo em vista que essa poderão ser utilizadas novamente caso as cartas terminem antes de existir um ganhador.

Diante de todo o exposto, almejamos que nosso jogo proporcione aos alunos do ensino médio da cidade de Limeira uma alternativa de aprendizagem acerca do mercado financeiro e das finanças pessoais, contribuindo para que desenvolvam um melhor controle financeiro e evitem o endividamento, uma realidade que acomete considerável parcela da população brasileira.

Nesse sentido, compreendemos que parte de nosso trabalho possibilita uma maior interação entre a universidade e a sociedade, uma vez que estudantes universitários podem se voluntariar para auxiliar na implementação do jogo, a fim de garantir sua adequada aplicação.

Ademais, nossa proposta de solução possui o potencial de impactar positivamente a sociedade, na medida em que estamos contribuindo para o ensino de educação financeira aos estudantes, proporcionando-lhes benefícios significativos em suas vidas pessoais. Por exemplo, instruindo-os acerca da importância de constituir uma reserva de emergência, de elaborar um orçamento financeiro e de evitar o endividamento.

## 7 CONCLUSÃO

O presente estudo, evidenciou que uma grande parcela do público alvo constituinte ao ensino médio apresentam lacunas no conhecimento sobre educação financeira. Tal constatação ressalta a importância do nosso projeto ao promover essa temática.

Dentro do contexto de qualquer plano de marketing, torna-se fundamental enfatizar a primordialidade na aplicação e reaplicação dos métodos propostos para que seja possível realizar uma mensuração mais eficiente dos resultados. Com base em nosso produto complementar, sendo esse o jogo, seria interessante analisarmos a sua capacidade de ampliação do conhecimento ao tema.

Inicialmente, tínhamos por objetivo a utilização dos dois materiais integrativos, sendo esses o vídeo e uma apostila educativa, dos quais iriam fornecer maiores finalidades aos conceitos de educação financeira antes da aplicação do jogo, mas devido ao tempo hábil para entrega final do projeto nós optamos por não realizar tal difusão.

As restrições do nosso projeto, portanto, estão atreladas ao tempo para tal realização, tendo em vista a necessidade de testes conduzidos com os alunos, assim como ao vídeo elaborado. Foram identificadas algumas oportunidades de correção e aprimoramento do vídeo para uma abordagem mais simplificada e condizente com a realidade do nosso público.

No que tange aos resultados da pesquisa, destaca-se que os objetivos centrais foram alcançados com êxito, tendo em vista que conseguimos mapear, analisar os conhecimentos financeiros dos alunos constituintes ao colégio técnico de Limeira e com isso desenvolver uma proposta de intervenção benéfica para esse grupo social.

Para os próximos passos do projeto, indicamos que o vídeo seja reanalisado e que seja implementado em novo formato, dividido em partes curtas. Já que segundo estudos do SEBRAE, a geração Z pesquisa mais no TikTok, plataforma de vídeos curtos, do que em plataformas que trazem informações em outros formatos, como o Google. Nossa sugestão, é de que o vídeo poderia ser fragmentado em 10 a 15 tópicos, com apresentação entre 2 a 3 minutos, com linguagem simples e objetiva, para assim garantir que os alunos se mantenham engajados nas temáticas (SEBRAE, 2023).

Após validação do material, será possível realizar a implementação, disponibilizando os vídeos para uma pequena parcela do público alvo e posteriormente, aplicando o jogo já desenvolvido, através de uma aplicação piloto com medição dos erros e acertos durante as rodadas para garantia da eficácia do método.

Por fim, com os resultados, será possível escalar esse material, criando contas em redes sociais, para divulgação do material, e também uma possível promoção do jogo de tabuleiro de forma online para que alunos das mais variadas localidades do país possam ter acesso e adquiram o conhecimento necessário para gerir suas rendas, garantindo uma melhora na saúde financeira do público atingido.

Para realização dessa próxima etapa do projeto, propomos o desenvolvimento de uma iniciação científica que realize os pontos indicados acima, e demais ações que o pesquisador venha a identificar como necessárias. Para tanto, o Prof. Dr. Christiano França da Cunha, orientador deste trabalho de conclusão de curso, se colocou à disposição para orientar também os interessados em dar sequência ao trabalho.

## REFERÊNCIAS

- BANUTH, Raquel. **Como está a educação financeira dos jovens brasileiros?** Uma análise a partir do PISA. Portal do investidor, 11 jan. 2021. Atualizado em 6 dez. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/investidor/pt-br/penso-logo-invisto/como-esta-a-educacao-financieira-dos-jovens-brasileiros-uma-analise-a-partir-do-pisa>. Acesso: 25 mai. 2023.
- BARROS, Ricardo Paes de; HENRIQUES, Ricardo; MENDONÇA, Rosane. **Desigualdade e pobreza no Brasil:** retrato de uma estabilidade inaceitável. Revista brasileira de ciências sociais, v. 15, p. 123-142, 2000. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/WMrPqbymgm4VjGwZcJjvFkx/?format=pdf&lang=pt>. Acesso: 30. mai. 2023.
- BRAUNSTEIN, Sandra; WELCH, Carolyn. **Financial literacy:** An overview of practice, research, and policy. HeinOnline, v. 88, p. 445, 2002. Disponível em: <https://www.federalreserve.gov/pubs/bulletin/2002/1102lead.pdf>. Acesso: 30 mai. 2023.
- BENITES, Tatiana. **Marketing sensorial:** como utilizar os cinco sentidos para atrair clientes. 1º ed. [S.I.]. Publicado de forma independente, 2017.
- BRIOSO, Larissa. **Poupar, Economizar ou Investir:** Qual a Diferença Entre os Termos?. Mobills, 13 jul. 2022. Disponível em: <https://www.mobills.com.br/blog/educacao-financieira/diferenca-entre-poupar-economizar-e-investir/>. Acesso: 20 abr. 2023
- CAMACHO, Jasmin Cendi et al. **Mapeamento do conhecimento financeiro de** estudantes do ensino médio de Limeira-SP. Google Formulários, 21 mar. 2023. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1s2zNMg-RGJ5gEv31dqQmwoMMZYIPqsY1ZFbxdB-tkxc/viewanalytics>.
- CARVALHO, Sandro S. **Retrato dos rendimentos e horas trabalhadas:** resultados da PNAD Contínua do primeiro trimestre de 2022. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 10 jun. 2022. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/tag/indice-de-gini/#:~:text=Ap%C3%B3s%20o%20pico%20de%20desigualdade,0%2C481%20para%20a%20renda%20individual>. Acesso: 25 abr. 2023.
- CERBASI, Gustavo. **Filhos inteligentes enriquecem sozinhos.** São Paulo: Editora Gente, 2001.
- FERNANDES, Jair José Moreira; PEREIRA, Francisco Wendell Fontenele. **A pirâmide de Maslow em pleno século XXI.** [S.I.: s.d.]. <Disponível em: [https://adm-portal.appspot.com/storage.googleapis.com/\\_assets/modules/academicos/academico\\_7118.pdf](https://adm-portal.appspot.com/storage.googleapis.com/_assets/modules/academicos/academico_7118.pdf)> Acesso: 30 mai. 2023.
- GAIO, Luiz Eduardo. **Mercado financeiro e de capitais.** Slides e Formulário de exercícios autorizado da disciplina “GL 501- Mercado financeiro e de Capitais”. Disponível em: [https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1OsZSoquVsQwQVXeRB49t\\_gvYkXE9MuoX](https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1OsZSoquVsQwQVXeRB49t_gvYkXE9MuoX).
- GODIN, Seth. **Isso é marketing:** para ser visto é preciso aprender a enxergar. 1º ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

GRESOLLE, Rosmari Teresinha de Godoy. **Consumismo adolescente**: consumir para viver ou viver para consumir? Dia a dia educação, [s.d.]. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/2031-8.pdf>>. Acesso: 10 mai. 2023.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. 1º ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2012.

HURTADO, Antonio Paulo Guillen; FREITAS, Carlos Cesar Garcia. **A importância da educação financeira na educação de jovens e adultos**. Revista de Educação Popular, Uberlândia, MG, v. 19, n. 3, p. 56–76, 2020. DOI: 10.14393/REP-2020-52731. Disponível em: <<https://seer.ufu.br/index.php/reveducpop/article/view/52731>>. Acesso: 15 mai. 2023.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15º ed. São Paulo: Person Education do Brasil, 2019.

LIBERATO, Humberto Luiz et al. **Estresse no trabalho**. 2000. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/104976/Estresse%20no%20trabalho.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso: 19 abr. 2023.

LIGA DO MERCADO FINANCEIRO. **Liga academy**: processo seletivo 2021. Apostila autorizada pela Liga do mercado financeiro da Unicamp. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/1jqN6JKWp0RE7UKtN9lBaYEobfaulyEiE/view?usp=sharing>>.

LIMA, Maico Sullivan; DETONI, Dimas José. **Educação financeira para crianças e adolescentes**. In: JORNADA CIENTÍFICA DA UNIVEL, VII, 2009, Univel, Cascavel-PR. p.1-12. Disponível em: <[https://cdn.administradores.com.br/app/uploads/2022/01/29174601/academico\\_2746\\_190226\\_143957.pdf](https://cdn.administradores.com.br/app/uploads/2022/01/29174601/academico_2746_190226_143957.pdf)>. Acesso: 6 mai. 2023.

OLÍMPIADA BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA (OBEP). **IV OBEP**. In: IV olimpíada brasileira de educação financeira, fase 1 prova nível IV 8º e 9º anos do ensino fundamental. Universidade Federal da Paraíba (UFPB), 29 ago. 2022. Disponível em: <<https://www.ufpb.br/educacaofinanceira/contents/documentos/obef/provas-e-gabaritos/iv-obef/p/prova-nivel-iv.pdf>>. Acesso: 10 mai. 2023.

OLÍMPIADA BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA (OBEP). **IV OBEP**. In: IV olimpíada brasileira de educação financeira, fase 1, prova nível V, 1º 2º e 3º ano do ensino médio. Universidade Federal da Paraíba (UFPB), 29 ago. 2022. Disponível em: <<https://www.ufpb.br/educacaofinanceira/contents/documentos/obef/provas-e-gabaritos/iv-obef/p/prova-nivel-v.pdf>>. Acesso: 10 mai. 2023.

OLÍMPIADA BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA (OBEP). **IV OBEP**. In: IV olimpíada brasileira de educação financeira, fase 2, prova nível V. Universidade Federal da Paraíba (UFPB), 29 ago. 2022. Disponível em: <<https://www.ufpb.br/educacaofinanceira/contents/documentos/obef/provas-e-gabaritos/iv-obef/segunda-fase/prova-obef-n5-fase-2.pdf>>. Acesso: 27 mai. 2023.

OLÍMPIADA PARAIBANA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA (OPEF). **II olimpíada paraibana de educação financeira**. UFPB, fase 1, nº 4, Paraíba, 2018. Disponível em: <<https://www.ufpb.br/educacaofinanceira/contents/documentos/opef/2018/provas/fase-1-2018-n4-rev.pdf>>. Acesso: 15 abr. 2023.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE); COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). **Recomendação sobre os princípios e as boas práticas de educação e conscientização financeira**. Centro OCDE/CVM de educação e alfabetização financeira para a América e o Caribe, jul. 2005. Disponível em: <[https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/\[PT\]%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf](https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/[PT]%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf)>. Acesso: 15 mai. 2023.

PELICIOLI, Alex Ferranti. **A relevância da educação financeira na formação de Jovens**. 2011. Tese (Mestrado Acadêmico em Educação em Ciências e Matemática). Porto Alegre, PUCRS, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/2934/1/000432503-Texto%2BCompleto-0.pdf>>. Acesso em: 30 mai. 2023.

SEBRAE. **Porque a geração z pesquisa mais no TikTok do que no Google: o comportamento do consumidor mudou e é preciso se adaptar para manter suas estratégias de marketing digital eficientes**. Sebrae, 07 mar. 2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-a-geracao-z-pesquisa-mais-no-tiktok-do-que-google,09bb6e1caecb6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso: 21 jun. 2023.

SERASA. **Mapa da inadimplência e renegociação de dívidas no Brasil: o levantamento mensal da Serasa sobre a relação dos brasileiros com as dívidas**. Serasa limpa nome, [s.d.]. Disponível em: <<https://www.serasa.com.br/limpa-nome-online/blog/mapa-da-inadimplencia-e-renogociacao-de-dividas-no-brasil/>>. Acesso: 16 mai. 2023.

SILVA, Carlos Mendes Monteiro; BRITO, Dante Ponte de. **A publicidade nas redes sociais e seus impactos na cultura do consumismo**. Revista Jurídica Cesumar janeiro/abril 2020, v. 20, n. 1, p. 89-101 Disponível em: <[http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao\\_e\\_divulgacao/doc\\_biblioteca/bibli\\_s\\_ervicos\\_produtos/bibli\\_boletim/bibli\\_bol\\_2006/Rev-Jur-CESUMAR\\_v.20\\_n.1.pdf#page=80](http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_s_ervicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/Rev-Jur-CESUMAR_v.20_n.1.pdf#page=80)>. Acesso: 16 mai. 2023.

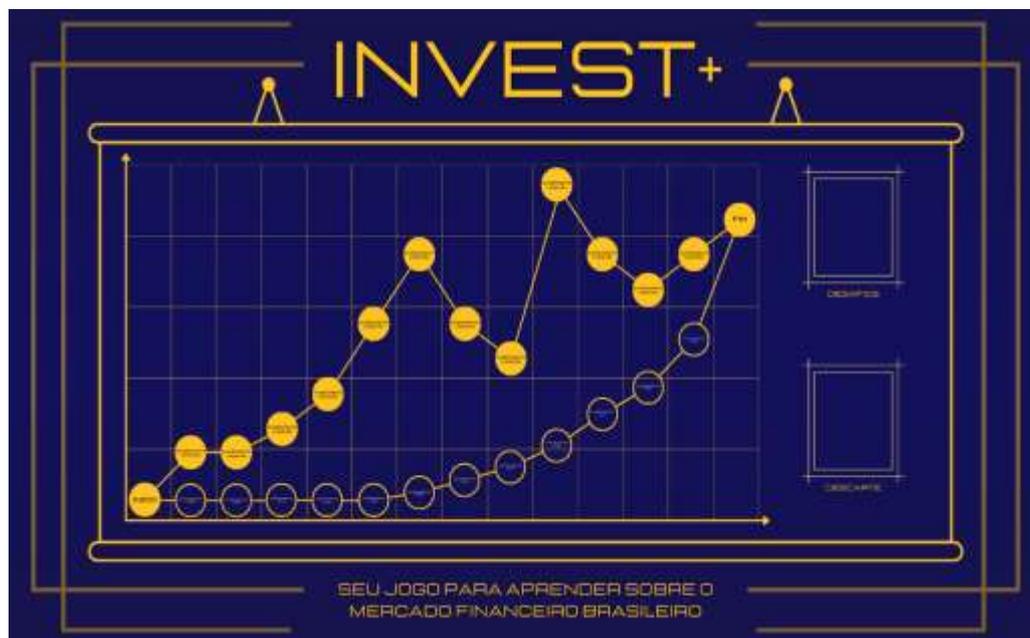
THE WORLD BANK. **Índice de Gini – Brasil**. The Word Bank, 2021. Disponível em: <<https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI?locations=NG&view=map>>. Acesso: 15 mai. 2023.

TORO INVESTIMENTOS. **Perfil de investidor: você é conservador, moderado ou arrojado?** Toro investimentos blog, 8 fev. 2023. Disponível em: <<https://blog.toroinvestimentos.com.br/investimentos/perfil-de-investidor>>. Acesso: 23 abr. 2023.

## APÊNDICE A – MODELO FRENTE E VERSO DAS CARTAS



## APÊNDICE B – TABULEIRO



## APÊNDICE C – INSTRUÇÕES E GABARITO

### REGRAS DO JOGO

Este jogo é um complemento do material criado por alunos da UNICAMP do curso de administração para o trabalho de conclusão de curso, sua finalidade é fixar o conteúdo ensinado a partir de vídeos no YouTube sobre o mercado financeiro, para alunos de ensino médio e demais interessados.

As vídeo-aulas estão no canal do YouTube "Os Investidores - TCC UNICAMP" na playlist "Mercado Financeiro no Brasil".

**Para jogar:**

- De 2 a 4 jogadores;
- Todos jogadores começam no início e escolhem o investimento variável ou fixo, então vão seguir as casas correspondentes à sua escolha;
- O jogo segue uma ordem em sentido horário para os participantes, que escolhem alguém para começar por sorteio;
- Na sua vez, o jogador anda uma casa para frente e retira uma carta referente a sua escolha de investimento, ao ler a carta, se acertar a resposta anda uma casa para frente e passa a vez para o próximo jogador, se errar, descarta a carta e segue na casa em que estava, sem movimentar seu peão
- Ganha o jogador que chegar primeiro no FIM

SEU JOGO PARA APRENDER SOBRE O  
MERCADO FINANCEIRO BRASILEIRO

#### GABARITO DAS CARTAS

1. c	21. a	41. c
2. d	22. a	42. d
3. b	23. b	43. d
4. b	24. d	44. a
5. a	25. v,v,v,v	45. d
6. d	26. c	46. b
7. c	27. c	47. d
8. c	28. a	48. c
9. d	29. d	49. v,v,v,v
10. v,v,v,v	30. d	50. c
11. a	31. d	51. d
12. b	32. b	52. d
13. c	33. c	53. a
14. b	34. b	54. b
15. c	35. a	55. c
16. b	36. b	56. d
17. b	37. c	57. d
18. c	38. d	58. a
19. c	39. c	59. c
20. c	40. b	60. b

## APÊNDICE D – MODELOS DE PEÕES



## ANEXO A – QUESTÕES DO BARALHO

As alternativas em negrito são as corretas, nas questões de Verdadeiro e Falso a resposta está entre os parênteses.

1. O IPCA é o Índice de preços do consumidor, que é usado para observar tendências de inflação. Ele pode influenciar, exceto:

- a) Importações e exportações;
- b) Commodities;
- c) **Somente investimentos variáveis;**
- d) O custo de produção de empresas.

(Autoria própria, 2023)

2. A taxa Selic é a taxa básica de juros da economia. É o principal instrumento de política monetária utilizado pelo Banco Central do Brasil para controle da inflação. Está errado sobre a taxa SELIC:

- a) É uma referência para o custo das linhas de crédito em geral;
- b) Impacta positivamente os investimentos quando em alta;
- c) A Selic baixa também reduz o custo do crédito para as empresas;
- d) **SELIC significa Sistema Exclusivo das Leis de Capital.**

(Adaptado de GAIO, 2023)

3. O que é a B3?

- a) A B3 é um banco 100% virtual que disponibiliza diversos tipos de investimentos;
- b) **A B3 é uma das principais empresas de infraestrutura de mercado financeiro no mundo, com atuação em ambiente de bolsa e de balcão;**
- c) A B3 é uma empresa que disponibiliza investimentos de renda fixa para os clientes;
- d) A B3 é uma associação que define uma série de boas práticas para as empresas do setor do mercado financeiro e de capitais.

(Autoria própria, 2023)

4. Cada pessoa que aplica seu dinheiro em um produto de investimento está disposta a assumir certo tipo de risco, chamamos de "Perfil do investidor". Quais são os três tipos de perfis existentes?

- a) Cuidadoso; Moderado; Explosivo;
- b) Conservador; Moderado; Arrojado;**
- c) Conservador; Ajuizado; Ambicioso;
- d) Cauteloso; Equilibrado; Agressivo.

(Adaptado de TORO INVESTIMENTOS, 2023)

5. Quais são os tipos de ações existentes na B3?

- a) Ações Ordinárias e Ações Preferenciais;**
- b) Units e Ações Escriturais;
- c) Ações Ordinárias e Ações de Classe Especial;
- d) Ações Nominativas e Ações Escriturais.

(Autoria própria, 2023)

6. Quais fatores afetam a valorização ou desvalorização das ações?

- a) Oferta e Procura;
- b) Desempenho da Empresa;
- c) Cenário Político;
- d) Todas as alternativas anteriores.**

(Autoria própria, 2023)

7. Além das ações, quais outros tipos de renda variável é possível aplicar em nosso dinheiro?

- a) BDR, CDB e Poupança;
- b) CDB, Tesouro Direto e Fundos Imobiliários;
- c) BDR, Fundos de Investimentos e câmbio;**
- d) Debêntures, BDR e Fundos de Investimentos.

(Autoria própria, 2023)

8. Qual é o papel principal do banco central na economia de um país?

- a) Gerenciar o mercado imobiliário;
- b) Controlar a oferta de produtos e serviços;
- c) **Emitir moeda e controlar a inflação;**
- d) Realizar políticas sociais.

(Autoria própria, 2023)

9. Qual é o impacto da inflação nos preços dos produtos?

- a) Redução dos preços dos produtos;
- b) Estagnação dos preços dos produtos;
- c) Queda do desemprego;
- d) **Aumento excessivo dos preços dos produtos.**

(Autoria própria, 2023)

10. Indique se as afirmações a seguir são verdadeiras ou falsas em relação ao CDI:

- ( V ) O CDI é uma taxa de juros referencial para o mercado financeiro brasileiro;
- ( V ) O CDI é uma taxa de juros fixa;
- ( V ) O CDI é calculado diariamente e divulgado pela B3;
- ( V ) O CDI é um indicador importante para investimentos em renda fixa.

(Autoria própria, 2023)

11. O que é o índice Ibovespa?

- a) Uma empresa de tecnologia brasileira.
- b) Uma bolsa de valores brasileira.
- c) **Um indicador que mede o desempenho médio das ações mais negociadas na bolsa de valores brasileira.**
- d) Uma medida do crescimento do PIB brasileiro.

(Autoria própria, 2023)

12. Qual é a vantagem do investimento em títulos públicos em relação a outros tipos de investimentos?

- a) Alta rentabilidade em curto prazo;
- b) **Baixo risco e rentabilidade previsível;**
- c) Possibilidade de investir em empresas estrangeiras;
- d) Facilidade de liquidação dos investimentos.

(Autoria própria, 2023)

13. Qual das alternativas abaixo seria a mais correta para lidar com dívidas?

- a) Ignorar as dívidas e esperar que elas desapareçam sozinhas;
- b) Contrair mais empréstimos para pagar as dívidas existentes;
- c) **Identificar todas as dívidas e criar um plano de pagamento;**
- d) Gastar todo o dinheiro que se tem em compras e esquecer das dívidas.

(Autoria própria, 2023)

14. O que é o Open Market?

- a) Um mercado livre de comércio exterior;
- b) **Um mercado de títulos públicos;**
- c) Um mercado de ações;
- d) Um mercado de commodities.

(Adaptado de GAIO, 2023)

15. O que é o mercado de capitais?

- a) Um mercado onde se negociam moedas estrangeiras;
- b) Um mercado onde se negociam títulos públicos de longo prazo;
- c) **Um mercado onde se negociam ações e outros instrumentos financeiros de empresas;**
- d) Um mercado onde se negociam produtos agrícolas.

(Autoria própria, 2023)

16. O que é um dividendo?

- a) Um tipo de ação preferencial que tem prioridade no recebimento de lucros;
- b) Consiste no pagamento de parte dos lucros da empresa aos donos;**
- c) Um título que representa a propriedade de uma parte da empresa;
- d) Um título emitido pelo governo para financiar suas atividades.

(Adaptado de GAIO, 2023)

17. Qual a principal diferença entre ações ordinárias e preferenciais?

- a) As ações ordinárias não conferem direito a voto nas assembleias, enquanto as preferenciais sim;
- b) As ações preferenciais não conferem direito a voto nas assembleias, enquanto as ordinárias sim.**
- c) As ações ordinárias têm maior liquidez no mercado, enquanto as preferenciais são mais voláteis;
- d) Não há diferença.

(Adaptado de GAIO, 2023)

18. O que é o Conselho Monetário Nacional (CMN)?

- a) Órgão responsável pela emissão da moeda brasileira;
- b) Órgão responsável pela supervisão e regulação do sistema financeiro brasileiro;
- c) Órgão responsável pela definição da política monetária do país;**
- d) Órgão responsável pela emissão de títulos públicos.

(Adaptado de GAIO, 2023)

19. Qual das alternativas abaixo melhor representa uma boa prática de educação financeira?

- A) Gastar todo o dinheiro assim que receber o salário, sem se preocupar em economizar.
- B) Fazer empréstimos constantemente para cobrir as despesas mensais.
- C) Fazer um orçamento detalhado das receitas e despesas, buscando economizar e investir parte do dinheiro.**
- D) Comprar produtos caros e de marca famosa para demonstrar status social.

(Autoria própria, 2023)

20. Os produtos de renda variável são aqueles em que a remuneração e o risco, respectivamente:

- a) Varia pois é baseado em taxas flutuantes; é alto devido a indeterminação;
- b) É determinado pela variação da taxa de juros; é previsível pois está atrelado a uma taxa;
- c) **Não pode ser determinada no momento da aplicação; é alto devido a indeterminação;**
- d) É atrelada a uma taxa pré ou pós fixada; é previsível pois está atrelado a uma taxa.

(Adaptado de GAIO, 2023)

21. O que é a taxa CDI?

- a) **Uma taxa que reflete o custo de captação dos bancos;**
- b) Uma taxa que reflete a rentabilidade de investimentos em títulos públicos;
- c) Uma taxa que reflete a cotação do dólar no mercado;
- d) Uma taxa que reflete a inflação no país.

(Adaptado de GAIO, 2023)

22. De acordo com a definição proposta pela OCDE, Educação Financeira é:

- a) **Educação Financeira é um processo de melhoria da compreensão dos conceitos e instrumentos financeiros;**
- b) Educação Financeira é saber usar o seu dinheiro;
- c) Educação Financeira é investimento;
- d) Nenhuma das alternativas.

(Adaptado de OCDE, 2005)

23. Consumo responsável se refere a:

- a) Consumir produtos apenas que seus colegas gostem e consumam também, assim você ficará dentro da moda;
- b) **Consumir apenas o necessário, pensando sempre no meio ambiente e nos danos que o consumismo pode causar;**
- c) Consumir sem limites algum;
- d) Consumir moderadamente, só exagerando nas roupas.

(OPEF, 2018)

24. Qual das opções a seguir descreve a principal característica de uma pessoa com hábitos de consumismo?

- a) Possuem um bom planejamento orçamentário
- b) Apresentam um autocontrole para a obtenção de bens supérfluos
- c) Levam em consideração os gastos fixos e imprevistos futuros
- d) **Demonstram uma alta compulsão para aquisições de produtos**

(Adaptado de OBEF, 2022)

25. Indique se V (verdadeiro) ou F (falso) para as afirmações abaixo sobre o uso do cartão de crédito:

- ( V ) O cartão de crédito pode ser utilizado para saques em dinheiro.
- ( F ) O limite do cartão de crédito é determinado pelo próprio usuário.
- ( V ) É possível acumular pontos e milhas, que podem ser trocados por produtos ou passagens aéreas.
- ( V ) O cartão de crédito oferece proteção contra fraudes e cobranças indevidas.

(Autoria própria, 2023)

26. Qual é o valor recomendado para a reserva de emergência?

- a) 1 mês de despesas mensais;
- b) 3 meses de despesas mensais;
- c) **6 meses de despesas mensais;**
- d) 12 meses de despesas mensais.

(Autoria própria, 2023)

27. Tendo consciência de que cada tipo de investimento tem seus benefícios: o investimento no qual o investidor tem a possibilidade de ter uma alta rentabilidade é conhecido como?

- a) Investimento de renda fixa
- b) Investimento de renda conservadora
- c) **Investimento de renda variável**
- d) Investimento de renda moderada

(OBEF, 2022)

28. O que são ações ordinárias?

- a) **Ações que dão direito a voto nas assembleias de acionistas;**
- b) Ações que têm prioridade no recebimento de dividendos;
- c) Ações que são emitidas por empresas em fase de crescimento;
- d) Ações que têm um valor nominal maior do que as ações preferenciais.

(Adaptado de GAIO, 2023)

29. Qual o valor mínimo para investir no mercado financeiro?

- a) R\$ 100,00
- b) R\$ 250,00
- c) R\$ 1000,00
- d) **Não há valor mínimo.**

(Autoria própria, 2023)

30. Quais fatores afetam a valorização ou desvalorização das ações?

- a) Oferta e Procura;
- b) Desempenho da Empresa;
- c) Cenário Político;
- d) **Todas as alternativas anteriores**

(Autoria própria, 2023)

31. Para fazer um investimento que atenda às suas necessidades, é importante que você conheça as três características dos investimentos:

- a) Aplicação financeira, segurança e liquidez.
- b) Rentabilidade, segurança e proteção.
- c) Renda fixa, renda variável e rentabilidade.
- d) **Liquidez, risco e rentabilidade**

(OBEF, 2022)

32. O que é diversificação de investimentos?

- a) Investir todo o dinheiro em um único ativo;
- b) **Distribuir os investimentos em diferentes tipos de ativos;**
- c) Investir apenas em ações;
- d) Investir em um único setor da economia.

(Autoria própria, 2023)

33. O que é um ativo financeiro?

- a) Um bem físico como um carro ou uma casa;
- b) Um documento legal;
- c) Um instrumento que representa um valor monetário;**
- d) Uma dívida a ser paga.

(Autoria própria, 2023)

34. O que é liquidez?

- a) A capacidade de uma empresa em gerar lucros;
- b) A facilidade de converter um ativo em dinheiro;**
- c) A taxa de retorno de um investimento;
- d) A quantidade de dívidas que uma empresa possui.

(Autoria própria, 2023)

35. O que são investimentos pré-fixados?

- a) Investimentos com uma taxa determinada antes da compra, como por exemplo CDB para 1 ano, com rentabilidade de 14% ao ano;**
- b) Investimentos com uma rentabilidade atrelada a um índice, como por exemplo 115% do CDI;
- c) Investimentos com rentabilidade em parte fixa e outra atrelada a um índice, como por exemplo uma NTN B rendendo inflação mais 6%;
- d) Nenhuma das alternativas.

(Autoria própria, 2023)

36. O que são investimentos pós-fixados?

- a) Investimentos com uma taxa determinada antes da compra, como por exemplo CDB para 1 ano, com rentabilidade de 14% ao ano;
- b) Investimentos com uma rentabilidade atrelada a um índice, como por exemplo 115% do CDI;**
- c) Investimentos com rentabilidade em parte fixa e outra atrelada a um índice, como por exemplo uma NTN B rendendo inflação mais 6%;
- d) Nenhuma das alternativas.

(Autoria própria, 2023)

37. O que são investimentos com taxa híbrida?

- a) Investimentos com uma taxa determinada antes da compra, como por exemplo CDB para 1 ano, com rentabilidade de 14% ao ano;
- b) Investimentos com uma rentabilidade atrelada a um índice, como por exemplo 115% do CDI;
- c) **Investimentos com rentabilidade em parte fixa e outra atrelada a um índice, como por exemplo uma NTN-B rendendo inflação mais 6%;**
- d) Nenhuma das alternativas.

(Autoria própria, 2023)

38. O que são debêntures?

- a) títulos de dívidas emitidos por empresas de capital aberto na bolsa de valores para execução de projetos específicos;
- b) um investimento de renda fixa que oferecem juros futuros, com base na data de vencimento, quando o investidor recebe o valor aplicado somado ao rendimento informado.
- c) é um título de crédito representativo de um empréstimo que uma companhia realiza junto a terceiros e que assegura a seus detentores direito contra a emissora, estabelecidos na escritura de emissão;
- d) **todas as anteriores.**

(Adaptado de GAIO, 2023)

39. Para ajudar a controlar nossas despesas recomenda-se um balanço patrimonial pessoal simples, que consiste em:

- a) Levantamento apenas dos ativos
- b) Somatória das despesas do ano
- c) **Ativos (valores a receber, investimentos, bens) menos passivos (despesas)**
- d) Levantamento apenas das despesas

(Autoria própria, 2023)

40. O que se caracteriza como reserva de emergência?

- a) Investimento de longo prazo;
- b) Investimentos com liquidez para situações inesperadas, como sair do trabalho, doença, entre outros. Devendo ser equivalente a 6 meses de suas despesas mensais;**
- c) Investimentos em ações e fundos de renda variável;
- d) Previdência privada.

(Autoria própria, 2023)

41. O ativo financeiro é:

- a) Um bem físico como um carro ou uma casa
- b) Um documento legal
- c) Um instrumento que representa um valor monetário**
- d) Uma dívida a ser paga

(Autoria própria, 2023)

42. Qual o melhor investimento?

- a) Renda fixa, pois é 100% seguro e o investidor não toma nenhum risco;
- b) Renda variável, pois o investidor certamente terá maior rendimento em relação a renda fixa;
- c) Guardar o dinheiro em um cofre físico, evitando taxas bancárias;
- d) Não há um investimento melhor que o outro, já que as opções dependem do perfil e necessidades do investidor.**

(Autoria própria, 2023)

43. Qual a diferença entre economizar, poupar e investir?

- a) Economizar: guardar parte do dinheiro que se ganha; Poupar: fazer com que o dinheiro guardado e poupado se multiplique; Investir: não gastar desnecessariamente o dinheiro que se ganha;
- b) Economizar = Poupar: guardar parte do dinheiro que se ganha; Investir: fazer com que o dinheiro guardado e poupado se multiplique;
- c) Não há diferença;
- d) Economizar: não gastar desnecessariamente o dinheiro que se ganha; Poupar: guardar parte do dinheiro que se ganha; Investir: fazer com que o dinheiro guardado e poupado se multiplique.**

(Adaptado de Brioso, 2022)

44. Com base nos diferentes perfis estabelecidos pela ANBIMA, como é caracterizado o investidor que aplica comumente em ações?

- a) **Arrojado, tendo esse em vista a maximização de lucros independente dos riscos;**
- b) Conservador, pois leva em consideração a segurança da renda fixa;
- c) Moderado, uma vez que tal investidor visa equilibrar rentabilidade e risco;
- d) Conservador, pois esse é o investidor que prioriza a segurança e a alta liquidez.

(Adaptado de OBEF, 2022)

45. O que são FII's?

- a) A sigla significa Fundo de Investimento Imobiliário;
- b) É constituído sob a forma de um condomínio fechado, sendo dividido em cotas, que representam parcelas ideais do seu patrimônio;
- c) É uma comunhão de recursos destinados à aplicação em empreendimentos imobiliários;
- d) **Todas as alternativas.**

(Autoria própria, 2023)

46. Orçamento é um plano que ajuda você a determinar e controlar os gastos. Para um bom orçamento pessoal, é de suma importância seguir alguns passos. Marque a alternativa que não corresponde ao que deve ser feito:

- a) Acompanhar diariamente as receitas e despesas;
- b) **Utilizar o cartão de crédito sempre que possível;**
- c) Ter metas bem definidas e classificar cada tipo de gasto;
- d) Viver de acordo com sua condição financeira.

(OPEF, 2018)

47. Debêntures são excelentes opções tanto de investimento quanto de alternativa para captar recursos e viabilizar a concretização de projetos internos da própria empresa. Sobre debêntures:

- a) Sua compra fornece ao investidor o direito a voto nas assembleias da empresa;
- b) Proporciona participação nos lucros da empresa aos investidores;
- c) Possui cobertura do fundo garantidor de crédito (FGC) e é tributado pelo imposto de renda;
- d) **É sujeito a risco, principalmente ao risco de crédito, no qual a empresa emissora não cumpre com sua parte do contrato.**

(Adaptado de GAIO, 2023)

48. Segundo a premissa de que risco-retorno é fundamental no contexto do mercado de capitais, em uma situação na qual um investidor fez aplicações em CDB e títulos públicos federais, ele encontra um cenário no qual os CDB vão apresentar maior rentabilidade do que os títulos públicos, isso porque:

- a) O governo não costuma cumprir com sua parte do contrato;
- b) Os bancos possuem mais dinheiro para ofertar do que o governo;
- c) **O CDB possui maior risco de crédito do que os títulos públicos;**
- d) Nenhuma das opções.

(Autoria própria, 2023)

49. Verdadeiro e falso

( F ) Não existe incidência de imposto de renda em poupança;

( V ) Existe incidência de imposto de renda para pessoa física em ativos de renda fixa, como: CDB, Letras financeiras e tesouro Selic;

( V ) Caso eu tenha 20 mil reais na Poupança e tenha depositado no dia 1 de março, caso eu utilize tudo no dia 28 meu dinheiro não vai ter rendido nada;

( V ) É ideal que cada investidor aplique seu dinheiro de acordo com seu perfil, sendo ele conservador, moderado, dinâmico ou arrojado para que fique enquadrado de acordo com suas expectativas e suporte a risco.

(Autoria própria, 2023)

50. O investimento é aquele que a gente já sabe o valor que vamos receber no prazo de vencimento no momento da aplicação.

- a) Taxa Selic
- b) Pós-Fixado
- c) **Pré-fixado**
- e) Taxa variável

(OBEF, 2022)

51. O que são ações preferenciais?

- a) Ações que possuem prioridade na distribuição de dividendos, fixo ou mínimo;
- b) Ações que possuem prioridade no reembolso de capital;
- c) Ações que dão direito a voto após três exercícios consecutivos sem receber dividendos;
- d) **Todas as anteriores.**

(Adaptado de GAIO, 2023)

52. O que são ações?

- a) Correspondem a uma parcela do Capital Social de uma empresa;
- b) Valores mobiliários que são negociados em bolsa e conferem os direitos e deveres de um sócio ou acionista;
- c) Um título patrimonial;
- d) **Todas as anteriores.**

(Adaptado de GAIO, 2023)

53. O que é o mercado de câmbio?

- a) **O mercado em que são negociadas as trocas de moedas estrangeiras por moeda nacional;**
- b) Um mercado utilizado basicamente para controle da liquidez da economia;
- c) É o segmento do mercado financeiro em que as instituições financeiras captam recursos dos agentes superavitários e os emprestam às famílias ou empresas, sendo remuneradas pela diferença entre seu custo de captação e o que cobram dos tomadores;
- d) Tem como objetivo canalizar recursos de médio e longo prazo para agentes deficitários, através das operações de compra e de venda de títulos e valores mobiliários, efetuadas entre empresas, investidores e intermediários.

(Adaptado de GAIO, 2023)

54. O que é o mercado monetário?

- a) **O mercado em que são negociadas as trocas de moedas estrangeiras por moeda nacional;**
- b) Um mercado utilizado basicamente para controle da liquidez da economia;**
- c) É o segmento do mercado financeiro em que as instituições financeiras captam recursos dos agentes superavitários e os emprestam às famílias ou empresas, sendo remuneradas pela diferença entre seu custo de captação e o que cobram dos tomadores;
- d) Tem como objetivo canalizar recursos de médio e longo prazo para agentes deficitários, através das operações de compra e de venda de títulos e valores mobiliários, efetuadas entre empresas, investidores e intermediários.

(Adaptado de GAIO, 2023)

55. O que é o mercado de crédito?

- a) O mercado em que são negociadas as trocas de moedas estrangeiras por moeda nacional;
- b) Um mercado utilizado basicamente para controle da liquidez da economia;
- c) É o segmento do mercado financeiro em que as instituições financeiras captam recursos dos agentes superavitários e os emprestam às famílias ou empresas, sendo remuneradas pela diferença entre seu custo de captação e o que cobram dos tomadores;**
- d) Tem como objetivo canalizar recursos de médio e longo prazo para agentes deficitários, através das operações de compra e de venda de títulos e valores mobiliários, efetuadas entre empresas, investidores e intermediários.

(Adaptado de GAIO, 2023)

56. O que é o mercado de capitais?

- a) O mercado em que são negociadas as trocas de moedas estrangeiras por moeda nacional;
- b) Um mercado utilizado basicamente para controle da liquidez da economia;
- c) É o segmento do mercado financeiro em que as instituições financeiras captam recursos dos agentes superavitários e os emprestam às famílias ou empresas, sendo remuneradas pela diferença entre seu custo de captação e o que cobram dos tomadores;
- d) Tem como objetivo canalizar recursos de médio e longo prazo para agentes deficitários, através das operações de compra e de venda de títulos e valores mobiliários, efetuadas entre empresas, investidores e intermediários.**

(Adaptado de GAIO, 2023)

57. Se uma empresa já possui ações em bolsa e decide expandir o capital, a oferta de ações será denominada de:

- a) Oferta primária;
- b) Oferta secundária;
- c) IPO - Initial Public Offering
- d) **Follow-on**

(GAIO, 2023)

58. Oferta de ações onde há captação de recursos por parte da empresa:

- a) **Oferta primária;**
- b) Oferta secundária;
- c) IPO - Initial Public Offering
- d) Follow-on

(GAIO, 2023)

59. Quando a empresa emite ações pela primeira vez no mercado:

- a) Oferta primária;
- b) Oferta secundária;
- c) **IPO - Initial Public Offering**
- d) Follow-on

(Adaptado de GAIO, 2023)

60. Quando são ofertadas ações já existentes, de modo que os recursos não serão aportados na empresa, mas serão direcionados aos acionistas/cotistas vendedores:

- a) Oferta primária;
- b) **Oferta secundária;**
- c) IPO - Initial Public Offering
- d) Follow-on

(Adaptado de GAIO, 2023)

61. Você não atrasou nenhuma dívida este mês, e assim conseguiu investir uma parte do seu salário e sobrou para consumo mensal. Parabéns avance uma casa!

(Autoria própria, 2023)

62. Você tirou uma consequência, seu banco faliu, retorne para a casa inicial do jogo!

(Autoria própria, 2023)

63. Vantagem competitiva, responda a próxima pergunta corretamente e se posicione junto ao líder do jogo.

(Autoria própria, 2023)

64. Você não analisou seus gastos este mês... Volte uma casa!

(Autoria própria, 2023)

65. Você se assustou com uma possível queda no valor das suas ações e as vendeu rapidamente, não obtendo lucro nem prejuízo. Não avance nenhuma casa.

(Autoria própria, 2023)