

Uma abordagem tripla para políticas de educação financeira: o marketing social como terceiro elemento

Autoria

Rafaela Almeida Cordeiro - ralmeidacordeiro@gmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin/Faculdade de Economia, Admin e Contab – PPGA/FEA / USP - Universidade de São Paulo

Resumo

Apesar da grande quantia de dinheiro investida em programas de educação financeira, os resultados de tais intervenções ainda é inconclusivo. O principal argumento é que os efeitos limitados desses programas são resultado do uso excessivo da abordagem de educação, cujo foco é promover conhecimento financeiro. Nesse sentido, estudiosos dos campos de marketing e educação financeira têm sugerido as abordagens de regulamentação e marketing social como alternativas complementares. A partir dessa reflexão, dois objetivos foram estabelecidos: identificar os tipos de abordagens (educação, regulamentação e marketing social) adotadas nas recomendações da OCDE e nas políticas nacionais de educação financeira de diferentes economias/países; e apresentar uma proposta de abordagem tripla—educação, regulamentação e marketing social—para as políticas de educação financeira. Para alcançá-los, foi realizada uma análise documental qualitativa de um acervo que inclui seis recomendações da OCDE e estratégias nacionais de educação financeira de 11 economias. Os resultados da análise culminaram na elaboração de um modelo para orientar formuladores quanto à preparação de estratégias nacionais de educação financeira, de tal maneira que as abordagens de educação, regulamentação e marketing sejam aplicadas para motivar, capacitar e oferecer oportunidades para stakeholders dos níveis macro, meso e micro se engajarem em políticas de educação financeira.