

Amigos, amigos; finanças à parte! Seis dicas para equilibrar dinheiro com amizades



Fonte: [Valor Investe](#)
Foto: Valor Investe/ Getty Images

Todo mundo já viveu ou conhece alguém que perdeu uma amizade por causa de dinheiro emprestado. No mínimo, ficou aquela sensação de desconforto e, às vezes, até de traição da confiança. É possível estabelecer algumas “regras” para evitar essas situações. Já diz a sabedoria popular “o que é combinado, não sai caro”.

A Provu, fintech especializada em meios de pagamento e crédito pessoal, elaborou seis dicas de como é possível equilibrar as amizades com as finanças, mantendo os bons amigos por perto e ainda dividindo experiências e dicas sobre dinheiro com eles.

1) Converse sobre dinheiro e finanças

Um bom começo para manter esse equilíbrio é conversar com os seus amigos sobre dicas financeiras e sobre como economizar. Dessa forma, fica mais fácil saber a condição financeira de cada amigo.

É importante também identificar os hábitos e os lugares que eles frequentam e ver se estão adequados ao seu poder de consumo.

Observe aquele amigo perdulário, que sempre incentiva a turma a gastar um pouco mais, a frequentar locais caros e a ostentar os recursos que têm e, mais ainda, os que não têm.

2) Combine a diversão dentro do orçamento de todos

A partir dos papos sobre finanças de cada um, dentro do limite da privacidade, é possível combinar a diversão e a balada em locais onde todos possam estar, sem deixar ninguém de fora por ter que economizar mais em um determinado mês.

3) Use comandas individuais

Na balada, bar ou restaurante, sempre proponha uma comanda individual. Dessa forma, cada um consome o que quer e o que pode, e não fica injusto para ninguém.

4) Não tenha vergonha de cobrar dinheiro emprestado

Caso tenha emprestado dinheiro (ou o cartão de crédito) para um amigo, não tenha vergonha de cobrar.

Avise que está precisando daquele dinheiro e, se houver necessidade, proponha um parcelamento do empréstimo, ainda que sem juros, apenas o valor efetivamente devido.

Caso você tenha pego uma grana emprestada, não se esqueça que terá que pagar. Se planeje para devolver o valor e combine (mesmo!) a data do pagamento.

5) Não tem dinheiro para sair? Fale a verdade

Está sem grana para o rolê de sábado? Fale a verdade e não se endivide no cartão para agradar os outros. Amigos de verdade irão entender e até podem propor uma alternativa juntos.

6) Contratou o serviço de um amigo? Pague como a qualquer profissional

Valorize o trabalho do seu amigo, indique, dê a preferência a ele. Isso também reforça a amizade, mas de forma profissional.

Não é porque é seu amigo, que tem que fazer um favor, “quebrar um galho”.

Se ele usa sua habilidade e seu tempo para um trabalho para você, é correto que seja pago conforme qualquer outro profissional. (O mesmo vale se você prestar um serviço a alguém.)

As medidas para população de idosos que tende a crescer no país



Fonte: [Veja](#)
Foto: Veja/ Divulgação

O médico Luis Carlos Silveira, um dos precursores da medicina da longevidade no país, fala à coluna sobre os desafios de uma população que envelhece a passos largos – já se comparando a níveis de expectativa de vida europeus. Silveira também é fundador de um dos melhores spas médicos do mundo, o Kurotel, com o propósito de ser um centro integrado de saúde e bem-estar, na serra Gaúcha. O espaço se tornou referência em tratamentos como pós-Covid. A seguir, a conversa com o médico.

O que quer dizer medicina da longevidade?

Os estudos têm mostrado que a longevidade depende de alguns fatores: 53% correspondem ao estilo de vida, 17% da genética, 20% do meio ambiente e 10% da assistência médica. Diante disto, o que podemos influenciar diretamente é o primeiro e o último; e é nesses aspectos que baseamos nosso método há 40 anos.

Por que o Brasil ainda não sabe lidar com seu envelhecimento populacional?

Os números mostram que o Brasil vem envelhecendo, assim como outros países do mundo. O processo de envelhecimento é gradual e natural. Há necessidade de uma melhoria na qualidade de vida. Sem isso, não há longevidade. Portanto, ele é uma consequência.

O que é preciso fazer?

Precisamos da infraestrutura das cidades para uma faixa etária maior e políticas adequadas para o trabalho e para a aposentadoria. A última pesquisa do IBGE mostra que a proporção de pessoas abaixo dos 30 anos recuou 49,9% da população do país em 2012 para 43,9%. No período o número de brasileiros nesta faixa etária baixou de 98,7 milhões para 93,4 milhões. Ou seja, uma queda de 5,3 milhões de habitantes.

Há um envelhecimento acelerado da população.

Sim! Teremos em breve uma parcela menor da população trabalhando para muitos aposentados. Algumas medidas importantes para atender esta população de idosos: Política de saúde diferenciada; Projetos de cidades inteligentes para atender pessoas com mobilidade reduzida; Política previdenciária; e na outra ponta investir na educação para os jovens qualificando-os para lidar com questões mais complexas. Ou seja, aumento da produtividade para manter o crescimento econômico e social.

Os benefícios do envelhecimento sadio são díspares entre determinados grupos sociais (brancos e negros, por exemplo). A que se deve isso?

O envelhecimento sadio é multifatorial. Depende da carga genética, das condições e da infraestrutura onde a pessoa está inserida e do estilo de vida. Algumas características são imutáveis. Devemos concentrar esforços naquelas que estão sob nosso controle. Em se tratando de envelhecimento populacional, saneamento básico, acesso ao sistema de saúde para vacinas e medicamentos, segurança, são importantíssimos. Quando as condições são adequadas, o empenho individual faz mais diferença do que a característica genética.

Como conquistar melhora da qualidade de vida num cenário socioeconômico tão complicado no país?

Informação, incentivo e acompanhamento são muito importantes. Mesmo entre a população com maior nível socioeconômico, apenas informação não foi suficiente para a melhoria da qualidade de vida. Profissionais capacitados devem fazer o incentivo e o acompanhamento. Profissionais capacitados devem fazer o incentivo e o acompanhamento. Às vezes, as pessoas estão bem numa variável e apresentam déficit em outra. É inegável que piores condições socioeconômicas como falta de saneamento básico, moradia, dependência econômica ou instabilidade financeira podem deixar a saúde vulnerável.

A onda é prateada: 33% dos brasileiros acreditam que vão viver até os 100 anosFonte: [Correio 24 Horas](#)

Foto: Correio 24 horas

“Elas são vaidosas, trazem alegria, vestem a roupa com alma”. Depois que fez o primeiro desfile com a presença de modelos com mais de 60 anos usando suas peças, a criadora da marca baiana de moda que leva o seu nome, Madá Negrif, passou a apostar mais em criações para a maturidade. Quase metade (40%) das clientes que passam pela loja, localizada no centro da cidade, está nessa faixa etária e gasta um ticket médio (consumo) de R\$ 500.

“Me surpreendi com a alegria daquelas mulheres com 60, 70 anos subindo numa passarela. Então, aquilo me contagiou e eu, na verdade, nunca tinha pensado em trabalhar com aquele público. No momento que eu descobri essa idade, fiquei encantada”, afirma. Só esse ano, Madá fez dois desfiles com 17 modelos, todas acima de 60 anos. “As clientes mais maduras adoram de uma estampa bonita, valorizam um bom tecido, sabem o que é um linho, apreciam uma peça bordada, trazem isso na memória. Atender, inovar e trazer novidade para esse mercado é prestar atenção”, diz Madá.

Um consumidor que sabe bem o que quer. Se preparou para envelhecer, construiu patrimônio, guardou dinheiro para gastar. É exigente, mas, ao mesmo tempo, reconhece a qualidade de um serviço ou produto e se torna fiel àquela marca que chega e entende suas necessidades com atenção, inclusão e respeito. Esse é o protagonista da revolução da longevidade e a gente vai explicar o porquê.

Em um país onde a população acima de 60 anos vai ultrapassar em 2037 a de entre 0 e 17 anos, chama atenção o fato de que 57% dos brasileiros não sentem a idade que têm e mais: três em cada 10 (33%) acreditam que chegarão aos 100 anos. É o que aponta a pesquisa inédita, Tsunami8 Latam, que mapeou os principais hábitos de consumo de mais de 20 mil latino-americanos com idade acima de 45 anos, afim de apontar os efeitos da Revolução da Longevidade nos negócios, nas pessoas e na vida em sociedade.

O tamanho dessa revolução é mesmo o de uma onda tsunami e ainda por cima, prateada.

Aproveitar a vida e acreditar que vai chegar pleno aos 100 anos, abre espaço para um mercado importante. A pesquisa indica que diante de processo de envelhecimento moderado, o Brasil se destaca por iniciar a discussão em prol de um envelhecimento saudável antes das demais nações latinas. Pioneirismo que coloca o país em um movimento de crescimento acelerado em iniciativas inovadoras para a economia da longevidade, como destaca a especialista em Economia Prateada, cofundadora do Data8 e uma das coordenadoras do Tsunami8 Latam, Layla Vallias. O Data8 é um núcleo brasileiro de investigação de tendências e inovação especializado no consumidor com mais de 50 anos.

“Economia prateada é tudo aquilo que pessoas com mais de 50 anos consomem ou vão consumir no futuro. Esse é um conceito da Oxford Economics (2015), um instituto de pesquisa e análise econômica de futuros do Reino Unido, que diz ainda que se a gente juntasse tudo que as pessoas nessa faixa de idade já consomem hoje, seria a terceira maior economia do planeta, só atrás da China e dos Estados Unidos”, explica.

No recorte nacional, o Tsunami8 Latam ouviu 2.504 homens e mulheres na faixa etária de 50 a 74 anos, das classes A, B, C e D, de todas as regiões do país. Em um mundo pós-pandemia, os brasileiros projetam que vão priorizar a saúde e desfrutar mais da família e das viagens, além de desejarem obter a estabilidade financeira tanto como vontade pessoal, quanto para ajudar os seus entes queridos.

“Empresas de bens de consumo, de moda, beleza, do mercado imobiliário já estão vendo e analisando esses consumidores e aí começa um novo processo de desenvolvimento de produtos, serviços e de comunicação, incluindo figuras maduras. Essa virada de chave tem que acontecer para que as empresas se mantenham relevantes nessa nova configuração populacional”, ressalta a especialista.

Revolução

Dá para entender a dimensão desse potencial da economia prateada e também porque esse não é o consumidor do futuro, mas sim, do presente. Segundo dados mais recentes do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a esperança de vida do brasileiro, ao nascer, em 12 anos (2010/2022) passou de 73,86 para 77,19. Entre os baianos, o índice segue o ritmo de crescimento no mesmo período, ao registrar um aumento de 71,92 para 74,76 anos.

A especialista em Economia Prateada, Layla Vallias ressalta que muita gente olha para o envelhecimento populacional como uma tendência, mas isso, na verdade, já é uma realidade. “A vovó e o vovô de antes não são mais os mesmos e isso impacta diretamente a economia e o consumo. As pessoas estão chegando nessa maturidade, seja com 50, 60, 70, 80, 90 anos, muito melhor do que imaginavam. Essa surpresa do ‘bem envelhecer’ faz com que a perspectiva de vida mude”.

A geração prateada, mais conhecida como Geração Baby Boomer, é composta de nascidos entre 1946 e 1964. Cresceram em um mundo pós-guerra e ainda conforme a pesquisa Tsunami Latam8, cultivam traços como medo da escassez – o que os fez construir patrimônios. Entre os 8.545 entrevistados com mais de 55 anos dessa geração ouvidos no levantamento, 31% trabalham em uma empresa, 36% são aposentados e 19% trabalham por conta própria.

“O consumidor 60+ hoje tem mais dinheiro do que em outras gerações. Está nas redes sociais, aprende pelo Youtube, faz vídeos. Ainda que seja uma maturidade diversa e cheia de perfis – comportamento, estilo de vida, poder de compra – é uma geração que valorizou sempre o trabalho e a construção de patrimônio, pensou na carreira, tem previdência e está aí vivendo os benefícios dessa atitude”, explica.

A tecnologia é uma dessas oportunidades e um dos pontos que mais chamaram atenção nos resultados obtidos pela pesquisa Tsunami Prateado. No Brasil, o índice de penetração da tecnologia entre a população acima de 55 anos chega a 92%. Ceo e fundador da startup ISGAME, Fábio Ota

afirma que esse é um mercado está começando a se abrir para atender o público 60+. A empresa é responsável pela criação do app gratuito Cérebro Ativo, totalmente pensado para atender a esse público. Disponível nos sistemas Aindroid e iOS, o aplicativo já acumula mais de 12 mil downloads.

“O Cérebro Ativo está começando a se tornar um hub de jogos para exercícios de memória, raciocínio lógico, concentração e consciência corporal através de realidade aumentada. Nos próximos anos, os videogames podem se tornar ferramentas úteis no engajamento para treinamentos saudáveis e acompanhamento da saúde. No app já temos relatórios com humor, emoções e sono, onde o jogador pode enviar as informações para seu médico”.

O segmento de turismo e viagens é outro que vem se movimentando para conquistar esse público. Não por um acaso, o levantamento sobre economia prateada mostrou que entre os temas mais pesquisados nas redes sociais pelos maduros se destacam assuntos como viagens e turismo, cultura e entretenimento, política e educação. A gerontóloga e sócia gerente da Agência de Viagens Interativa, Eva Pellegrino. Voltada exclusivamente para atender o viajante idoso, ela diz que na comparação entre o primeiro semestre de 2021 e o mesmo período de 2022, houve um crescimento de cerca de 300% na venda de excursões.

“Só no primeiro semestre deste ano, vendemos mais de 150 passageiros, quase 30% a mais do que o ano passado inteiro. A cada dia, mais pessoas entram na maturidade. O consumidor 60+ tem mais tempo disponível para aproveitar a vida e está disposto a consumir. É uma parcela da população que já produziu muito para a sociedade, continua produzindo e precisa ser valorizada, respeitada e considerada enquanto público consumidor”.

Mais serviços

Criadoras do Cube de Assinatura Chic Home Box, Mônica Cecilio e Lusiane Fredrich também estão dispostas a dirigir parte da comunicação do clube especializado em mesa posta, de uma maneira mais especial para o grupo 60+. A Chic Home Box atende a assinantes de todo Brasil e no exterior. Elas são empreendedoras, inclusive, que estão na faixa etária dos 50+/ 60+. O negócio surgiu muito de uma demanda e de um interesse que elas tinham sobre decoração.

“Estamos em plena atividade gostando demais de receber em casa tanto familiares quanto amigos e valorizando muito uma bonita mesa que possa surpreender e demonstrar a cada convidado o quanto ele é querido e como estamos felizes por recebê-lo. E isto é vivido também por nós, o que acaba orientando muito a curadoria na hora de escolher as peças para nossas boxes”, diz Luisiane.

Já no caso da dançarina e criadora do studio de dança Dandara Brazil, a aposta foi oferecer além das aulas de dança presenciais, aulas online e mais serviços de aromoterapia. Dandara tem, atualmente, 15 a 20 alunas por semana e deve ofertar mais serviços direcionados para a saúde mental desses idosos com a Cesta do Autocuidado 60+.

“O mercado já começa a enxergar esse potencial do idoso com poder aquisitivo para pagar por isso. Sem dúvida, é uma demanda que cresce bastante, sobretudo, na pandemia. Elas vinham muito ansiosas, tristes, passando pela síndrome do ninho vazio e quando elas começam a fazer essa movimentação os resultados são incríveis. A proposta da cesta é oferecer uma escuta ativa e sensível com meditação e outras terapias integrativas”, ressalta.

Quem está chegando nesse segmento agora é a enfermeira Joelma Lima que iniciou, há pouco mais de um mês, as operações da agência especializada em cuidadores, Cuidant Personal Care. Mesmo com pouco tempo de funcionamento, Joelma diz que já planeja ampliar a oferta de um atendimento mais multidisciplinar que conte com fisioterapeuta, nutricionista e massoterapia. “Estamos começando e essa oferta vai vir de acordo com a necessidade do cliente. O serviço multidisciplinar contribui na qualidade de vida dos idosos, quando a gente oferece esse suporte integrado”.

Onde avançar

De acordo com o levantamento mais recente feito pelo Instituto Locomotiva de Pesquisa e Estratégia, antes da pandemia, o mercado da longevidade no Brasil movimentava R\$ 1,6 trilhão com o consumo de pessoas acima de 50 anos. A expectativa é que até 2045, o segmento que em 2018 já abrangia 54 milhões de consumidores, possa chegar a 90 milhões nos próximos 23 anos. Seis em cada 10 dos maduros (64%) são responsáveis por toda ou maior parte da renda da casa.

O Brasil vai envelhecendo. Ainda que essa oferta de serviços e produtos seja diversificada, o consumidor maduro se queixa da invisibilidade do potencial da economia da longevidade. Isso porque, na pesquisa Tsunami8, entre os latinos com idade acima de 65 anos, metade afirmou não haver ofertas adequadas à sua idade (50%). O maior desejo é encontrar ofertas segmentadas em alimentação, educação, tecnologia e vestuário.

A especialista em Economia Prateada, Layla Vallias, reconhece que existe, sim, na mesma proporção desta onda prateada de oportunidades, um caminho longo a ser percorrido. De uma forma geral, o mercado ainda reproduz um estereótipo da velhice como algo muito frágil, de uma velhice dependente, reclusa, rabugenta ou vai para uma questão muito do vovozinho e da vovozinha que só gosta do Roberto Carlos. “Porém, quando a gente se dá conta de que vai ser o sexto país em envelhecimento no mundo, percebemos que ainda precisa se fazer mais coisas, principalmente, no que diz respeito a políticas públicas para os idosos e mais oferta de produtos e serviços”.

Outro desafio está na contradição da economia prateada, conforme acrescenta Layla. “Com a longevidade, quem tem dinheiro vai envelhecer bem, quem não tem vai envelhecer mal. É muito dolorido, problemático, ainda mais na periferia onde grande parte das famílias é mantida por aposentadorias. No entanto, enquanto vemos essa contradição, existem oportunidades para trabalhar produtos e serviços que ajudem a pessoas que estão na base da pirâmide a viver melhor. A gente precisa acelerar na base desse mercado”, defende.

Veja sete dicas para envelhecer com saúde e viver mais tempo



Fonte: [R7](#), por Carla Canteras
Foto: R7/ Luong Thai Linh/EFE

Dados do Ministério da Saúde mostram que em 2030, ou seja, daqui a pouco mais de sete anos, a população de idosos no Brasil vai superar o número de crianças e adolescentes até 14 anos. A expectativa de vida em 2019, antes da pandemia, era de 73,1 anos para os homens e 80,1 anos no caso das mulheres. Como envelhecer com saúde e, se possível, conseguir viver um pouco mais?

De acordo a nutricionista e presidente do departamento de gerontologia — estudo do envelhecimento — da SBBG (Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia), Simone Fiebrantz, o envelhecimento saudável está relacionado com a associação de três fatores.

“Modificar o estilo de vida com foco no tripé controle de doenças, alimentação e atividade física vai fazer uma diferença grande, tanto na qualidade de velhice, quanto vai ajustar a vida durante ao longo dos anos”, diz ela.

A especialista separou sete dicas importantes para que todos possam sonhar com uma velhice melhor.

Entender que os cuidados com a saúde não devem começar quando se iniciam os desgastes causados pelos anos é fundamental.

“Costumamos falar na gerontologia que a prevenção e a promoção da saúde se dão lá na infância e até mesmo no intraútero. Por isso, a primeira dica é não esperar fazer 60 anos para você começar a se preocupar com a saúde. Durante a vida toda você tem que estar atento e fazendo situações de promoção de saúde e prevenção de doenças”.

No ponto de vista das atividades físicas, manter músculos tem de ser prioridade, mas a especialista ressalta que não é só para evitar a sarcopenia — perda de massa e função do músculo.

“A partir dos 30 anos, nós começamos a ter uma diminuição de massa muscular no corpo, e essa diminuição acaba sendo substituída por uma reserva de gordura. Tem vários estudos que mostram que quando a gente perde massa muscular ela não está só ligada à questão de risco de queda, a fragilidade mesmo de sarcopenia. Hoje, vemos que isso influencia também a questão de demências, por exemplo. Quanto menos atividade física eu faço, quanto menos massa muscular, também tem uma correlação com a questão neurológica, cognitiva”, explica a nutricionista.

A manutenção da massa muscular passa também por uma alimentação correta e, nesse caso, não se restringe apenas à manutenção do peso, a ingestão de proteínas é essencial.

“Precisamos garantir uma ingestão alimentar de proteína adequada, e ela depende da faixa etária. Por exemplo, para adultos, que seriam até 59 anos, a gente vai ter de consumir 0,8g de proteína por quilo de peso. Agora, a partir dos 60 anos, essa necessidade aumenta em 40% e passa para 1,2 a 1,5g, para eu não perder e eu conseguir construir massa muscular”, alerta Simone.

Nas questões de saúde é importante que os exames e as consultas de rotinas estejam em dia.

“É muito importante que as pessoas façam o acompanhamento com médico, para que as pessoas tenham acompanhamento médico durante a vida e se cuide. Se a pessoa controla a diabetes, se controla a hipertensão, o colesterol, por exemplo, é possível diminuir os impactos que prejudicariam o envelhecimento”, diz a especialista.

Não pense que cuidar da saúde é só ter exames em dia, não. Ouvir bem é importante no envelhecimento.

“A perda auditiva tem uma relação direta com a questão cognitiva. Os idosos têm uma perda auditiva lá para a frente, que faz parte do envelhecimento, mas o que a gente tem visto é cada vez antes aparecer esse problema pelo uso de fones com músicas altas. Se a pessoa não usa um aparelho auditivo, tem maior risco de demência, isso já é comprovado em estudos”, alerta Simone.

Pensar em como ocupar o tempo na velhice é um conselho valioso. Escolher um hobby pode ajudar a ter prazer e ocupar o tempo na terceira idade.

“É importante ter um hobby para a saúde mental, ter um momento de desligar. Na vida de adulto, corrida, parece não ser tão importante, mas quando chegamos à terceira idade termos um tempo pode ser um momento em que você vai se dedicar ao seu hobby, uma música, uma pintura, um bordado, uma culinária, uma leitura, uma escrita, uma poesia, enfim. Então, a importância de você identificar um hobby faz uma grande diferença na qualidade de vida no futuro”.

A sétima e última dica da especialista é ter um propósito de vida.

“Independentemente da faixa etária, precisamos ter um propósito. Por exemplo, tenho quase 50 anos, o que que eu já fiz, o que que eu gostaria ainda de fazer? Seja com 60, 70, 80... Sempre temos coisas que gostaríamos de aprender”, aconselha a Silvana.

Como ensinar educação financeira para as crianças



Fonte: [Economia SP](#)
Foto: [Economia SP/ Pixabay](#)

Despesas como conta de água, luz, telefone, pet shop, aluguel, compras e outros gastos, nem sempre são discutidas com os filhos que, na maioria das vezes, não sabem o valor que é custear com estas obrigações.

Para Gustavo Rodrigues de Oliveira, coordenador do curso de Administração de Empresas da Faculdade Santa Marcelina, a educação financeira é fundamental e precisa se tornar um assunto presente no dia a dia das famílias.

Ele é mais um entrevistado do Economia SP Drops sobre como introduzir a educação financeira nas crianças de forma simples e acessível. Confira abaixo:

É interessante que pais mantenham a cultura do cofrinho desde cedo? Por quê?

Gustavo: Sim, pois ao mesmo tempo em que educa, serve como estímulo, diante de um sistema de recompensa, pois dada a importância do tema, nada melhor que a criança observar o valor de seu próprio esforço. Além disso, serve como estímulo no exercício de poupar, planejar, aguardar, valorizar o montante, impactando, como resultado, o orgulho imenso naquela criança que conseguiu se presentear.

Quais são as formas de ensinar a criança sobre educação financeira?

Gustavo: Além dos primeiros passos, como o exemplo do cofrinho, em várias outras situações isso se mostra importante, como evitar o desperdício, o que desperta uma educação financeira social e ambiental, falar abertamente sobre dinheiro, conquistas e problemas que não saber administrá-lo e ainda trabalhar a ideia de investimentos de curto e longo prazo. A criança sempre adota meios de absorver os ensinamentos através de elementos lúdicos e até mesmo em brincadeiras um pouco mais realísticas, onde poderiam ser remuneradas por pequenas tarefas, de pequena complexidade, que refletissem o valor do resultado por seu trabalho ou atividade bem desempenhada.

A mesada pode fazer parte da educação financeira? Por quê?

Gustavo: A mesada acaba sendo um elemento estratégico na educação financeira, porque faz a criança administrar o valor e perceber sua importância, em determinado tempo, considerando identificar, com o passar do tempo necessidades, prioridades e até mesmo elementos supérfluos. Além disso, as crianças com maior maturidade e consciência, objetivam alcançar desejos maiores, e tendem a “reter” o dinheiro por mais tempo até que isso seja alcançado. A mesada pode ser definida de acordo com o padrão estabelecido para a idade e o entendimento do uso de determinado recurso.

A educação financeira também serve para o consumo consciente?

Gustavo: Sim, e isso pode e deve ser conseguido e reforçado positivamente com a mesada, considerando o destino de utilização do recurso. Crianças, habitualmente não tem despesas fixas, então pode-se estimular o uso do dinheiro de maneira prazerosa, livre do peso da consciência de usar o recurso sem pagar uma obrigação. Na realidade, o sentimento deve ser reverso, pois a criança de posse do recurso, deve avaliar, no limite de suas possibilidades, se tal despesa é necessária e indispensável naquela ocasião.

Qual a diferença entre o ‘querer’ e o ‘precisar’ na educação financeira?

Gustavo: O grande dilema de necessidade e desejo é reforçado pelo apelo incansável das mídias e do consumismo. Vivemos numa era digital de grandes desafios e o gasto com itens necessários, justificam o querer utilizar o recurso. Do contrário, sem dar importância ao dinheiro, sem limites estabelecidos, há grandes chances de no futuro, tornar-se um adulto perdulário, na linguagem atual “ostentador”.

Como são as crianças que os pais não colocam limites financeiros?

Gustavo: São crianças imediatistas e com comportamento fora do padrão de relacionamento e interação social, pois não veem limites para que seus desejos e caprichos sejam realizados. Não podem receber negativas como respostas, pois tendem a se fragilizar e se isolar cada vez mais em virtude de sentimento de rejeição. Além disso, não conseguem fazer planejamento a médio e longo prazo.

O que isso pode acarretar no futuro?

Gustavo: Uma obsessão desmedida pelo dinheiro, sem limites e imposto apenas por um comportamento acumulador e extremamente apegado aos bens materiais. Normalmente estas crianças tendem a crescer e se desenvolver com perfil menos humano, mais hostil e com menos importância nas relações pessoais.

A educação financeira em crianças é opcional ou um fator importante na educação? Por quê?

Gustavo: É importante para desenvolver senso crítico de autonomia e tomada de decisão. O ser humano faz escolhas durante toda a vida e assim deve ser. A mesada educativa retira a ideia e o estigma de que os pais crescem apenas para pagar suas contas. Entre 5 e 7 anos as primeiras ideias sobre o dinheiro, para que serve e como deve ser utilizado, são passíveis de explicação neste contexto. Dê um cofrinho de presente para seu filho.

Como ensinar os filhos a lidar com o dinheiro facilmente?

Gustavo: Fazê-los refletir sobre o valor das coisas e sobre a importância de ter o hábito de poupar, durante toda a vida. Um gasto inesperado e desnecessário, pode significar problemas futuros pela falta do recurso, ou mesmo diante de uma necessidade urgente e sem previsão daquele gasto, como acontece com despesas emergenciais, principalmente no caso de saúde. Investimentos de longo prazo, trazem resultados futuros consistentes. Deixar de gastar com cinema, fast-food, brinquedos e roupas com maior frequência, podem significar a realização de uma viagem dos sonhos, da compra de um instrumento musical, do pagamento de um curso, enfim, de algo que não transmita apenas a realização momentânea.

Os pais são espelhos para os filhos? Por quê?

Gustavo: O exemplo vale muito mais do que dinheiro e os filhos só irão exercer e assimilar os ensinamentos sobre o que foi transmitido através da educação financeira, ou ainda aprendidos na escola e com os seus pais e familiares, se isso prevalecer como um exemplo positivo e admirável dentro de suas próprias casas. Pais perdulários e irresponsáveis estimulam filhos a também serem. O mesmo se dá com pais que ostentam, são inadimplentes ou irresponsáveis financeiramente. Cria-se o efeito dominó, onde todos sofrem pela ausência de modelos e hábitos financeiros positivos.

Economia: consumidor compra no atacado para driblar a inflação



A inflação fez o brasileiro mudar hábitos de consumo. Tem muita gente trocando o supermercado tradicional pelos “atacarejos”, que dão desconto em quantidades maiores de produtos. Uma

pesquisa realizada pelo IBGE confirmou a tendência de crescimento dos atacados. Saiba mais sobre o tema em matéria realizada pela Record TV Goiás:

Educação financeira: por que gastamos mais do que ganhamos?



Fonte: [Amazonas Atual](#)/ por Daniele Madureira/ Folha Press
Foto: Amazonas Atual/ Murilo Rodrigues

Avôs e avós costumam ser lembrados por provérbios como “A justiça tarda, mas não falha”, “pau que nasce torto, morre torto”, “beleza não se põe à mesa” – sentenças com um fundo moral, dadas como orientação às novas gerações. Paula Caldeira, 46, porém, lembra-se de receber um conselho inusitado da avó, Adelina: “Compra agora, depois a gente vê como paga.”

Hoje Paula passa por apertos financeiros. Microempresária, ela tinha um buffet que quebrou durante a pandemia. Com dívidas, se viu obrigada a procurar um emprego fixo e hoje trabalha como assessora em uma instituição de ensino.

Não renegociou todos os débitos, 20% do seu salário vai direto para parte das dívidas em atraso, seu nome ainda está no SPC (Serviço de Proteção ao Crédito) e, por conta do seu baixo score (pontuação que indica a adimplência do pagador) no mercado, só lhe restou um único cartão de crédito, com limite baixo.

Paula não culpa a avó, mas sabe que nunca aprendeu a lidar com o dinheiro. “Não peso as consequências dos meus gastos”, diz ela, que ainda tenta, com um sócio, retomar os serviços do buffet.

Ela já cogitou sofrer de “fobia financeira”: expressão criada pelo psicólogo britânico Brendan Burchell, professor da Universidade de Cambridge, no Reino Unido, para indicar quem tem repulsa a qualquer contato com as próprias finanças e sofre um mal-estar físico quando é obrigado a isso.

“Só de pensar nas minhas dívidas, tenho palpitação e suor frio”, diz Paula.

Independentemente de ter ou não a fobia, Paula engrossa o time de devedores brasileiros, que vem crescendo mês a mês. Segundo o mais recente levantamento da CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo), antecipado para a Folha, em agosto deste ano, o nível de famílias endividadadas bateu um novo recorde: 79%, contra 78% de julho. Em agosto de 2021, era 72,9%.

No mês passado, 29,6% das famílias brasileiras estavam inadimplentes (frente a 25,6% de um ano atrás), enquanto uma fatia de 10,8% admite que não vão pagar os débitos (eram 10,7% em agosto de 2021).

A sociedade ainda enfrenta os efeitos da pandemia que paralisou grande parte das atividades econômicas. Na retomada, muitos negócios não voltaram ao mesmo ritmo de 2019, antes da Covid. Porém, economistas e especialistas em psicologia financeira acreditam que a atual crise não é o principal motivo para o endividamento da população.

Afinal, por que gastamos mais do que ganhamos?

Não fomos treinados para fazer escolhas

“O dinheiro é um papel pintado ao qual damos vida e é capaz de comprar muito mais do que bens e serviços”, diz Paula Sauer, economista e mestre em administração pela PUC-SP, doutoranda em comportamento do consumidor pela ESPM.

“Ele diz aos outros qual o seu status social e lhe dá liberdade de escolha: desde o que você vai comer na hora do almoço até a decisão de deixar um casamento abusivo ou um emprego que te faz infeliz”, afirma.

Nesse contexto, diz ela, é natural que as pessoas associem o dinheiro à conquista da felicidade. “Nossos recursos são finitos, enquanto os nossos desejos – ou o que a publicidade e as redes sociais vendem como se fossem nossos – são infinitos.”

“Ao mesmo tempo, nós não somos treinados a fazer escolhas, mas observamos a relação que as pessoas que admiramos têm com o dinheiro. Vamos imitar o seu comportamento ou, ao contrário, evitá-lo, se presenciarmos alguma angústia envolvida.”

Para Vera Rita de Mello Ferreira, doutora em psicologia social pela PUC-SP e especialista em psicologia econômica, o alto nível de endividamento da população mostra o quanto não estamos preparados para lidar com dinheiro. “Isso gera uma tensão que, muitas vezes, leva as pessoas a fazerem escolhas equivocadas. Desde cair em golpes financeiros até comprar por impulso quando não têm dinheiro.”

De acordo com a especialista, presidente do Iarep (International Association for Research in Economic Psychology), e que está à frente da consultoria Vértice Psi, em São Paulo, o dinheiro sempre está carregado de representações emocionais.

“As pessoas gastam mais do que ganham por conta do desejo: você está insatisfeito, mas se depara com um produto que te encantou. Na hora, pensa: ‘É isso que vai me trazer felicidade, alívio’. E compra”.

10 notas de R\$ 10 versus 1 nota de R\$ 100

A especialista em psicologia econômica chama a atenção ainda para a “contabilidade mental” que as pessoas adotam, a fim de encaixar uma nova conta no orçamento.

“O que costuma durar mais na carteira: 10 notas de R\$ 10 ou 1 nota de R\$ 100? Com certeza, a nota de R\$ 100”, diz. “Temos uma grande dificuldade em vincular o gasto atual com a sua consequência futura. Você gasta várias notas de R\$ 10, achando que é só uma nota. Daí o

endividamento com as compras parceladas”, diz ela. “É como o fumante, que diz que vai fumar ‘só um cigarrinho’, mas acaba com o maço.”

Vera chama a atenção ainda para a fartura de oferta de crédito, que dá a sensação de que a pessoa pode tudo. “A psicologia econômica diz que o problema de crédito e endividamento são os dois lados da mesma moeda. Uma pessoa só vai se endividar se tiver crédito. Se ninguém oferecer, ela não se endivida.”

Não por acaso, o levantamento da CNC apontou o aumento das dívidas em cartões e carnês de lojas. A alta se deu principalmente no grupo de maior renda: 16,8% das famílias que ganham mais de dez salários-mínimos têm dívidas nesta modalidade (contra 13,8% há um ano). Já entre as que ganham até dez salários, 19,8% estão com dívidas nos carnês de lojas (frente a 19,1% de agosto de 2021).

“Com a elevação dos juros, as famílias buscam alternativas mais baratas ao cartão de crédito tradicional”, diz Ízís Ferreira, economista da CNC. “As pessoas estão se endividando por um prazo um pouco mais curto, cerca de 6,9 meses agora, contra 7,3 meses de um ano atrás”, diz ela. “Por outro lado, o endividamento de longo prazo, para bens como carro e casa, vem caindo”.

Por que a gente trabalha?

Na opinião do administrador Diogo Angioleti, especialista em finanças e comportamento do sistema de cooperativas de crédito Ailos, ao comprar supérfluos, a pessoa pega atalhos para lidar com as próprias frustrações. “A gente acha que sabe mexer com dinheiro, mas não fomos educados para isso, e acabamos cada vez mais endividados e frustrados.”

A saída passa, necessariamente, pela educação financeira. “A BNCC [Base Nacional Comum Curricular] incluiu no final de 2017 educação financeira entre os temas transversais que devem constar nos currículos de todo o país. Mas é preciso fazer mais, a disciplina não está no eixo obrigatório”, diz.

Para Angioleti, ao trazer o tema para o contexto pedagógico, é possível ajudar as próximas gerações a quebrarem o tabu de falar sobre dinheiro, algo que tem fortes raízes históricas e culturais.

A primeira coisa a fazer é desmistificar ainda em casa essa ideia, diz Paula Sauer.

“Quando uma criança pergunta para a mãe ou o pai porque eles têm que sair para trabalhar, a resposta não é ‘para ter dinheiro para comprar comida, brinquedos, passeios’”, afirma. “Se você responder isso, a criança vai associar o trabalho a algo penoso. O correto é dizer que vai trabalhar porque gosta do que faz, porque vai ajudar outras pessoas de alguma maneira, e que de quebra ainda vai conseguir um dinheiro para juntos fazerem coisas legais.”

Mariana Rocha, principal executiva de marketing da fintech Mozper, concorda. “As crianças precisam entender que o trabalho é algo prazeroso, mas que não vai lhes dar todo o dinheiro do mundo”, diz ela.

A proposta da startup é ajudar os pais a educar crianças e adolescentes para tomar decisões financeiras responsáveis, a partir da adoção de um cartão de crédito pré-pago, administrado via aplicativo por um adulto.

“Mas não existe inclusão financeira sem educação. Não basta dar um cartão, é preciso ensinar a lidar com o dinheiro”, diz Mariana.

Fonte: [Funpresp-Jud](#), em 13.09.2022.