Impacto das Medidas de Educação Financeira nos Indicadores de Relacionamento e Comportamento Financeiro de Associados de uma Cooperativa de Crédito

Impact of Financial Education Measures on Relationship Indicators and the Financial Behavior of Members of a Credit Cooperative

João Paulo Gardelin
Sicredi Sul Minas RS/MG e Universidade de Passo Fundo. Estação/RS, Brasil
Roberto Luis Frumi
Sicredi Sul Minas RS/MG. Estação/RS, Brasil
Rafael Izidoro Martins Neto
Sicredi Sul Minas RS/MG. Estação/RS, Brasil
Eduardo Schorr
Sicredi Sul Minas RS/MG. Estação/RS, Brasil
Ademir Artemio Iorkoski
Sicredi Sul Minas RS/MG. Estação/RS, Brasil

GT06. Cooperativismo, associativismo e demais ações coletivas no meio rural (SOBER)

Resumo: Este estudo tem por objetivo avaliar o impacto das ações de Educação Financeira promovidas por uma cooperativa de crédito sobre indicadores de conversão, relacionamento e comportamento financeiro dos participantes. A pesquisa adota uma abordagem quantitativa, com delineamento descritivo explicativo, utilizando a estratégia de estudo de caso da Sicredi Sul Minas RS/MG. Foram analisados dados secundários institucionais referentes ao ano de 2025, extraídos dos sistemas corporativos da cooperativa, contemplando indicadores de relacionamento (principalidade, Índice de Soluções por Associado (ISA) e Margem de Contribuição (MC)), taxa de conversão de não associados, bem como indicadores comportamentais de Planejamento, Poupança e Crédito (PLA-POU-CRE). Os resultados evidenciam associação positiva entre a participação em ações de Educação Financeira e melhorias nos indicadores de relacionamento, com saldos positivos em principalidade, ISA e Margem de Contribuição, destacando-se a Margem de Contribuição sem crédito. Observa-se, ainda, elevada taxa de conversão de participantes não associados em novos associados. No plano comportamental, os efeitos são mais expressivos nas dimensões de planejamento e poupança, refletidos no aumento de saldos mensais, investimentos, previdência e reservas de emergência. Por outro lado, a dimensão crédito apresentou menor sensibilidade no curto prazo, indicando persistência de desafios relacionados ao endividamento e ao risco financeiro. Conclui-se que a Educação Financeira, quando estruturada e alinhada à estratégia institucional, constitui instrumento relevante para o fortalecimento do relacionamento entre cooperativa e associados, para a promoção de comportamentos financeiros mais sustentáveis e para o desenvolvimento territorial, ainda que mudanças no comportamento de crédito demandem ações contínuas e de longo prazo.
Palavras-chave: Educação Financeira, Cooperativismo de Crédito, Comportamento Financeiro, Relacionamento com Associados, Desenvolvimento Territorial.

Abstract: This study aims to assess the impact of financial education initiatives promoted by a credit cooperative on conversion rates, relationship indicators, and the financial behavior of participants. The research employs ou uses a quantitative approach with a descriptive–explanatory design, using a case study strategy focused on Sicredi Sul Minas RS/MG. Secondary institutional data from 2025 were analyzed, extracted from the cooperative's corporate information systems, including relationship indicators—such as primary financial institution status (main relationship), Solutions per Member Index, and Contribution Margin—conversion rates of non-members into members, as well as behavioral indicators related to Financial Planning, Saving, and Credit use (PLA-POU-CRE framework). The results indicate a positive association between participation in financial education initiatives and improvements in relationship indicators, with positive balances observed for main relationship status, Solutions per Member Index, and Contribution Margin, particularly Contribution Margin excluding credit operations. In addition, a high conversion rate of non-members into new cooperative members was identified. From a behavioral perspective, more substantial effects were observed in the planning and saving dimensions, reflected in higher account balances, increased investments, retirement savings, and emergency reserves. Conversely, the credit dimension showed lower short-term sensitivity, indicating persistent challenges

related to indebtedness and financial risk. The study concludes that financial education, when structured and aligned with institutional strategy, constitutes a relevant instrument for strengthening member–cooperative relationships, fostering more sustainable financial behaviors, and supporting territorial development, while changes in credit behavior require continuous, long-term educational efforts.
Keywords: Financial Education, Credit Cooperatives, Financial Behavior, Member Relationship Indicators, Territorial Development.

1. Introdução

Nos últimos anos, a Educação Financeira (EF) tem ganhado centralidade no debate sobre desenvolvimento econômico, bem-estar social e inclusão financeira no Brasil. A Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) e organismos internacionais como a OCDE apontam a EF como instrumento fundamental para capacitar indivíduos a tomar decisões financeiras mais conscientes, reduzir vulnerabilidades e fortalecer a capacidade de planejamento ao longo da vida. No contexto rural e agropecuário — áreas historicamente caracterizadas por ciclos produtivos específicos, variabilidade de renda e maior exposição a riscos climáticos e de mercado — a EF assume uma dimensão ainda mais estratégica para a sustentabilidade das famílias, propriedades e empreendimento rurais.

No setor cooperativista, especialmente nas cooperativas de crédito, a Educação Financeira articula uma missão social que vai além da oferta de produtos financeiros, contribuindo para o desenvolvimento territorial, a autonomia econômica das comunidades e o fortalecimento de ações coletivas. A literatura destaca que cooperativas que atuam em regiões rurais desempenham papel crucial na difusão do conhecimento financeiro, no estímulo à poupança rural, na promoção do crédito responsável e na construção de relações de confiança entre instituição e comunidade. Nesse sentido, ações de EF podem gerar impactos tanto comportamentais — como maior capacidade de planejamento, formação de reservas e uso consciente do crédito — quanto organizacionais, refletidos em indicadores como principalidade, Índice de Soluções por Associado (ISA) e Margem de Contribuição (MC).

Este estudo tem como objeto a Sicredi Sul Minas RS/MG, uma das mais de 100 cooperativas do Sistema Sicredi, atuante nos estados do Rio Grande do Sul e de Minas Gerais. Com forte presença em territórios rurais e alta interação com cadeias produtivas agropecuárias, a cooperativa se destaca pela implementação contínua de programas estruturados de Educação Financeira junto a associados e comunidade. Essa atuação territorial orientada ao desenvolvimento regional cria um ambiente propício para avaliar empiricamente os efeitos das medidas de EF em regiões predominantemente rurais.

Apesar da importância crescente da temática, ainda são escassos estudos que integram, de maneira sistemática, a análise dos impactos mensuráveis das ações de Educação Financeira

no desempenho institucional e no comportamento econômico dos participantes, especialmente em cooperativas de crédito com forte atuação no meio rural. Persistem lacunas relacionadas à compreensão de como intervenções educativas influenciam a conversão de novos associados, fortalecem o relacionamento com a cooperativa e promovem mudanças comportamentais em dimensões como planejamento financeiro, poupança e crédito. A ausência de estudos empíricos aprofundados limita a avaliação de efetividade e dificulta o aprimoramento de políticas educacionais baseadas em evidências.

Diante desse cenário, torna-se relevante examinar, sob enfoque quantitativo e orientado por dados, os efeitos das ações de Educação Financeira promovidas pela Sicredi Sul Minas RS/MG, considerando sua atuação territorial e um conjunto robusto de indicadores institucionais e comportamentais.

Dessa forma, emerge a seguinte pergunta de pesquisa: Em que medida as ações de Educação Financeira promovidas pela cooperativa influenciam a conversão de novos associados, fortalecem indicadores de relacionamento e promovem mudanças nos comportamentos financeiros dos participantes?

Estabelece-se, assim, o objetivo geral do estudo: avaliar o impacto das ações de Educação Financeira promovidas pela cooperativa sobre indicadores de conversão, relacionamento e comportamento financeiro dos participantes.

E definem-se os seguintes objetivos específicos:

a) mensurar o efeito das ações de EF na principalidade, no ISA e no MC dos participantes;

b) analisar a taxa de conversão de não associados participantes das ações de EF em novos associados;

c) avaliar mudanças nas dimensões comportamentais da EF — planejamento (PLA), poupança (POU) e crédito (CRE).

Este estudo contribui para a literatura ao integrar indicadores comportamentais de Educação Financeira com métricas institucionais de relacionamento, a partir de dados reais de uma cooperativa de crédito com forte atuação rural, ampliando evidências empíricas ainda pouco exploradas no contexto brasileiro.

2. Revisão de literatura

Esta seção apresenta o arcabouço teórico que fundamenta a análise empírica do estudo, articulando contribuições da literatura sobre cooperativismo de crédito, educação financeira e indicadores de relacionamento e comportamento econômico. Inicialmente, discute-se o papel

social e territorial das cooperativas de crédito, com ênfase na intercooperação e na responsabilidade social. Em seguida, abordam-se a Educação Financeira enquanto política pública e estratégia institucional, bem como os principais indicadores utilizados para avaliar relacionamento, conversão e mudanças comportamentais, visando subsidiar a interpretação dos resultados à luz das evidências acadêmicas.

2.1. Cooperativismo de crédito: papel social, intercooperação e desenvolvimento territorial

O cooperativismo de crédito caracteriza-se por uma forma organizacional singular, orientada simultaneamente por objetivos econômicos e sociais, cuja centralidade reside na prestação de serviços financeiros, no fortalecimento do capital social e na promoção do desenvolvimento local e territorial. Diferentemente das instituições financeiras tradicionais, as cooperativas de crédito operam sob princípios como adesão voluntária, gestão democrática, participação econômica dos membros, intercooperação e interesse pela comunidade, conforme definido pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI).

Além do seu papel institucional e organizacional, estudos empíricos têm evidenciado os efeitos concretos do cooperativismo de crédito sobre o desenvolvimento econômico local. Jacques e Gonçalves (2016), ao analisarem a evolução das cooperativas de crédito no Brasil e seus impactos sobre a renda dos municípios, demonstram que a presença dessas instituições está associada a incrementos significativos na renda per capita municipal. Segundo os autores, esse efeito decorre principalmente da maior oferta de crédito produtivo local, da retenção dos recursos financeiros no próprio território e do estímulo às atividades econômicas regionais.

Diferentemente do sistema bancário tradicional, as cooperativas tendem a internalizar a poupança local e direcioná-la para investimentos na própria comunidade, fortalecendo cadeias produtivas e reduzindo vazamentos financeiros. Esses resultados reforçam o entendimento do cooperativismo de crédito como agente ativo de desenvolvimento territorial, contribuindo para a redução de desigualdades regionais e para o dinamismo econômico dos municípios em que atuam (Jacques; Gonçalves, 2016).

No contexto brasileiro, Bialoskorski Neto (2012) destaca que o cooperativismo de crédito desempenha papel estratégico na democratização do acesso aos serviços financeiros, sobretudo em regiões com menor presença bancária, atuando como agente de inclusão financeira e de estímulo ao desenvolvimento regional. Para o autor, o compromisso social das cooperativas traduz-se tanto na oferta de crédito em condições mais adequadas às realidades

locais quanto na destinação dos resultados econômicos nas próprias comunidades, fortalecendo circuitos econômicos territoriais.

Schneider (2016) complementa essa perspectiva ao analisar o cooperativismo como instrumento de desenvolvimento territorial, ressaltando que as cooperativas de crédito contribuem para a redução de assimetrias regionais ao internalizar recursos financeiros, estimular a cooperação entre produtores e fomentar estratégias coletivas de organização econômica. Em territórios rurais e agropecuários, essas instituições assumem relevância ainda maior, dado o caráter sazonal das rendas, os riscos produtivos e a necessidade de financiamento adaptado aos ciclos econômicos locais.

A dimensão da intercooperação, prevista como princípio cooperativista, também é central para compreender a atuação das cooperativas de crédito. Zylbersztajn (2002) argumenta que a articulação entre cooperativas amplia a eficiência sistêmica, fortalece a sustentabilidade financeira e gera externalidades positivas tanto para os associados quanto para os territórios de atuação. No caso de sistemas cooperativos consolidados, como o Sicredi, a intercooperação possibilita ganhos de escala, compartilhamento de conhecimento e padronização de práticas, sem descaracterizar a autonomia local.

No debate internacional, Birchall (2011, 2014) enfatiza que cooperativas financeiras tendem a apresentar maior resiliência em contextos de crise econômica, justamente por estarem ancoradas em relações de proximidade, confiança e responsabilidade social. Fulton (2020), ao analisar experiências canadenses e europeias, demonstra que cooperativas de crédito que investem em relacionamento, educação dos membros e desenvolvimento comunitário alcançam, no médio prazo, níveis mais elevados de fidelização, diversificação de produtos e sustentabilidade econômica.

Esses achados convergem ao indicar que o papel social do cooperativismo de crédito não se limita a uma função assistencial, mas integra uma estratégia econômica racional, na qual ações educativas, fortalecimento do relacionamento e compromisso territorial se refletem positivamente em indicadores institucionais e no comportamento financeiro dos associados.

2.2. Educação financeira e comportamento econômico: política pública e estratégia institucional

A Educação Financeira (EF) consolidou-se, nas últimas décadas, como um eixo central das políticas públicas voltadas à inclusão financeira, à proteção do consumidor e ao fortalecimento do bem-estar econômico das populações. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), por meio da *International Network on Financial*

Education (INFE), define a EF como o processo pelo qual indivíduos aprimoram sua compreensão sobre produtos, conceitos e riscos financeiros, desenvolvendo habilidades e confiança para tomar decisões informadas ao longo da vida (OCDE, 2018).

No Brasil, essa agenda foi institucionalizada com a criação da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), coordenada pelo Banco Central do Brasil (BACEN) e outros órgãos públicos, que reconhece a EF como instrumento fundamental para a formação de cidadãos financeiramente capacitados e para a redução de vulnerabilidades econômicas (Brasil, 2010; BACEN, 2022). A literatura nacional aponta que a EF, quando tratada como política pública estruturada, contribui para a melhoria do planejamento financeiro, o aumento da poupança e o uso mais consciente do crédito (Lusardi; Mitchell, 2014; BACEN, 2021).

Estudos empíricos conduzidos sob a égide da OCDE/INFE indicam que indivíduos participantes de programas de EF apresentam maior propensão à elaboração de orçamento, maior regularidade na formação de reservas financeiras e menor incidência de endividamento excessivo, especialmente quando as ações educativas são continuadas e contextualizadas à realidade socioeconômica dos públicos-alvo (OCDE, 2020).

No âmbito das instituições financeiras cooperativas, a EF assume caráter estratégico complementar às políticas públicas. Bialoskorski Neto (2012) argumenta que, ao incorporar práticas de Educação Financeira como parte de sua missão institucional, as cooperativas ampliam a qualidade do relacionamento com os associados, fortalecem a confiança mútua e reduzem riscos operacionais relacionados à inadimplência e ao uso inadequado do crédito. Birchall (2014) reforça que programas educativos promovidos por cooperativas tendem a produzir efeitos mais consistentes, dado o vínculo relacional existente entre instituição e membro.

Pesquisas recentes no contexto brasileiro evidenciam que ações de EF desenvolvidas por cooperativas de crédito estão associadas a melhorias em indicadores de relacionamento, maior engajamento dos associados e fortalecimento da principalidade institucional (BACEN, 2022).

Nesse sentido, Pesente (2024) aprofunda a compreensão dos mecanismos pelos quais a Educação Financeira influencia o comportamento e a relação dos associados com a cooperativa de crédito. Ao investigar o efeito das práticas de Educação Financeira na relação entre alfabetização financeira e capacidade financeira dos associados, a autora evidencia que ações educativas estruturadas exercem papel mediador relevante, potencializando a transformação do conhecimento financeiro em decisões econômicas mais eficazes.

A autora aponta resultados que indicam associados que são expostos de forma sistemática a práticas de EF apresentam maior capacidade de planejamento, uso mais consciente do crédito e melhor gestão de suas finanças pessoais, o que repercute positivamente na solidez do relacionamento com a cooperativa. Esse achado reforça a ideia de que a Educação Financeira, quando institucionalizada pelas cooperativas de crédito, não apenas promove maior bem-estar financeiro individual, mas também fortalece indicadores institucionais, como engajamento, principalidade e sustentabilidade das relações de longo prazo entre cooperado e cooperativa (Pesente, 2024).

Adicionalmente, Kühl, Valer e Gusmão (2016) contribuem para esse debate ao analisarem, sob a ótica institucional, a relevância da alfabetização financeira em uma cooperativa de crédito. A partir da percepção dos colaboradores da instituição, os autores identificam que a educação financeira é associada à melhoria das práticas financeiras, à redução de riscos operacionais e ao fortalecimento da visibilidade institucional da cooperativa.

Embora o estudo não mensure diretamente o comportamento financeiro dos associados, seus achados evidenciam que a alfabetização financeira é reconhecida internamente como instrumento estratégico, capaz de qualificar o relacionamento com os associados e apoiar a sustentabilidade organizacional. Essa perspectiva institucional complementa abordagens que analisam efeitos diretos da Educação Financeira sobre os indivíduos, reforçando a importância de avaliações empíricas que integrem visão organizacional e indicadores comportamentais (Kühl; Valer; Gusmão, 2016).

2.3. Indicadores de relacionamento e métricas comportamentais

A avaliação dos impactos da Educação Financeira no contexto das cooperativas de crédito requer o uso de indicadores capazes de captar, simultaneamente, resultados institucionais e mudanças no comportamento econômico dos indivíduos. Nesse sentido, métricas como principalidade, Índice de Soluções por Associado (ISA) e Margem de Contribuição (MC) têm sido amplamente utilizadas para mensurar a profundidade do relacionamento entre associado e cooperativa.

A principalidade expressa o grau em que a cooperativa concentra as operações financeiras do associado, refletindo níveis mais elevados de fidelização e confiança institucional. Estudos de Fulton (2020) indicam que instituições financeiras cooperativas com alta principalidade apresentam maior estabilidade da base de usuários e maior viabilidade econômica no longo prazo. O ISA mensura a diversidade e o número de soluções financeiras utilizadas por associado, sendo interpretado como proxy de engajamento e maturidade do

relacionamento financeiro (Bialoskorski Neto, 2012). A MC reflete a contribuição econômica líquida do associado para a cooperativa, integrando aspectos de uso de produtos, custos operacionais e rentabilidade.

Complementarmente, indicadores comportamentais permitem avaliar efeitos diretos da EF sobre decisões financeiras individuais. A literatura internacional frequentemente utiliza dimensões como planejamento financeiro, poupança e uso do crédito como eixos centrais de mensuração (Lusardi; Mitchell, 2014; OCDE, 2020).

Evidências empíricas indicam que participantes de programas de EF tendem a apresentar maior frequência de planejamento financeiro formal, aumento na constituição de reservas e comportamento mais prudente no uso do crédito, com redução de atrasos e melhor adequação da oferta ao perfil de renda (BACEN, 2021; OCDE, 2020).

Outros achados indicam que a taxa de conversão de participantes de ações de EF em novos associados representa um indicador relevante da eficácia institucional dessas iniciativas. Estudos em cooperativas de crédito demonstram que atividades educativas funcionam como mecanismo de aproximação, reduzindo assimetrias de informação e fortalecendo vínculos de confiança, o que se reflete em maiores taxas de adesão e permanência dos novos associados (Birchall, 2014; Zylbersztajn, 2002).

Ao articular indicadores comportamentais e métricas institucionais, torna-se possível compreender a Educação Financeira não apenas como ação educativa, mas como vetor estratégico de sustentabilidade econômica das cooperativas.

Nesse sentido, a seção seguinte sistematiza os procedimentos metodológicos do estudo, definindo a unidade de análise, as bases de dados utilizadas e os critérios adotados para a mensuração dos impactos das ações de Educação Financeira implementadas pela cooperativa.

3. Metodologia

Este estudo adota a estratégia de estudo de caso, tomando como unidade de análise a Sicredi Sul Minas RS/MG, cooperativa de crédito integrante do Sistema Sicredi e com forte atuação em territórios rurais. A abordagem é quantitativa e com fins descritivos-explicativos, uma vez que se busca identificar e interpretar de que modo as ações de Educação Financeira (EF) promovidas pela cooperativa se associam a variações observadas em indicadores de relacionamento, conversão e comportamento financeiro de participantes. A escolha por um estudo de caso decorre da disponibilidade de um conjunto estruturado de dados institucionais, da maturidade dos programas de EF na cooperativa e da relevância prática do tema para o desenvolvimento territorial em contextos agro e rurais.

Foram utilizados dados secundários provenientes dos ambientes corporativos do Sicredi, com extrações do *Power BI* institucional da Sicredi Sul Minas RS/MG. Essas bases derivam de sistemas transacionais e de relacionamento da cooperativa e reúnem, para cada participante, registros de participação em ações de EF, indicadores de relacionamento — tais como principalidade, Índice de Soluções por Associado (ISA) e Margem de Contribuição (MC) —, indicadores comportamentais de EF — PLA (planejamento), POU (poupança) e CRE (crédito) —, além de informações para cálculo de conversão de não associados em novos associados após sua participação em ações educativas. O período de análise corresponde ao ano de 2025, selecionado por combinar disponibilidade e integridade dos registros, estabilidade operacional das ações de EF e consolidação anual dos principais indicadores utilizados neste trabalho.

O processo analítico compreendeu, em primeiro lugar, a tabulação e organização das bases exportadas do *Power BI*. Em seguida, realizou-se estatística descritiva para caracterizar o conjunto de participantes e não participantes das ações de EF (quando disponível o grupo de referência), bem como para sumarizar a distribuição dos indicadores de relacionamento, as taxas de conversão e as medidas comportamentais PLA/POU/CRE. A análise descritiva abrangeu frequências e proporções para variáveis categóricas, além de comparações antes/depois nos casos em que havia registros seriados para os mesmos indivíduos ao longo do ano. Quando pertinente e viável, foram realizadas comparações entre participantes e não participantes, respeitando os recortes de disponibilidade e qualidade dos dados.

As variáveis dependentes do estudo são distribuídas em três blocos: (i) relacionamento com a cooperativa (principalidade, ISA e MC), (ii) conversão de novos associados entre os participantes das ações de EF que originalmente não eram associados, e (iii) indicadores comportamentais de EF, a saber PLA, POU e CRE. Como variável de tratamento, considera-se a participação em ações de EF da cooperativa no ano de 2025, podendo-se distinguir tipos de ações (oficinas, palestras, *check-ups* financeiros, encontros com associados, entre outras). Quando disponíveis, variáveis de controle como faixa etária, segmento (PF urbana, PF rural, PJ, agro etc.), agência de relacionamento e tempo de associação foram consideradas para estratificações descritivas e verificação de heterogeneidades, sem pretensão de inferência causal.

Ainda assim, os resultados permitem inferências associativas robustas e fornecem subsídios relevantes para a tomada de decisão organizacional e para o avanço de estudos quantitativos aplicados ao cooperativismo de crédito.

Reconhecem-se limitações importantes. Em primeiro lugar, por se tratar de dados secundários e não experimentais, a participação em ações de EF não é aleatorizada, podendo incorrer em viés de auto seleção — indivíduos mais engajados tendem a buscar atividades educativas e, naturalmente, a apresentar melhores indicadores de relacionamento. Em segundo lugar, a análise está restrita ao período de 2025, o que limita inferências sobre tendências de longo prazo ou sazonalidades multianuais. Além disso, por se tratar de um estudo de caso em uma única cooperativa, a generalização dos achados para outras regiões e cooperativas devem ser feitas com cautela.

A análise foi conduzida com finalidade organizacional e científica, buscando transparência metodológica e reprodutibilidade dentro dos limites de acesso e governança dos dados institucionais. Em conjunto, essas decisões metodológicas permitem responder aos objetivos específicos do estudo — mensurar o efeito da EF em principalidade, ISA e MC; analisar a conversão de não associados que participaram das ações; e avaliar mudanças em PLA, POU e CRE — oferecendo uma visão integrada, baseada em evidências, sobre a efetividade das ações de Educação Financeira na realidade territorial de atuação da Sicredi Sul Minas RS/MG ao longo de 2025.

4. Resultados e discussão

Apresenta-se a seguir, por meio de indicadores, os resultados inerentes aos dados secundários obtidos na pesquisa de modo a atender o objetivo geral do estudo: avaliar o impacto das ações de Educação Financeira promovidas pela cooperativa sobre indicadores de conversão, relacionamento e comportamento financeiro dos participantes.

Antes de seguir com os indicadores de relacionamento e de comportamento, é importante destacar as características das iniciativas e dos participantes das iniciativas, em termos de público, tipos e formatos das iniciativas/medidas.

4.1. Características das medidas e perfil dos participantes

A Tabela 1, a seguir, apresenta o total de pessoas participantes das iniciativas de Educação Financeira promovidas pela Cooperativa no ano de 2025, entre associados e não associados (comunidade em geral), divididas em pessoas impactadas e alcançadas.

Tabela 1 – Público Participante

Público	Quantidade	Quantidade relativa
Impactados	13.782	9,71%
Alcançados	128.158	90,29%

Público	Quantidade	Quantidade relativa
Total	**141.940**	**100,00%**

Fonte: Dados secundários (2025).

As pessoas alcançadas são consideradas aquelas que receberam conteúdos e interagiram por meio de medidas informativas de Educação Financeira, como materiais impressos, divulgação em rádios, envio de mensagens por celular ou publicações nos canais digitais.

As pessoas impactadas, por sua vez são aquelas que receberam conteúdos transmitidos por meio de metodologias de ensino-aprendizagem estruturada como os cursos oferecidos pelo Sicredi nas suas plataformas ou oficinas do Programa Cooperação Na Ponta do Lápis. Também são consideradas impactadas as pessoas que participaram de medidas personalizadas como a Iniciativa de Orientação Financeira ou diagnóstico de saúde financeira por meio do Índice de Saúde Financeira do Brasileiro (ISF-B).

A Tabela 2, a seguir, registra os tipos de medidas (iniciativas) realizadas pela Cooperativa no ano de 2025. As medidas são categorizadas em três tipos: informativas, instrutivas e personalizadas, conforme a Política de Educação Financeira do Sicredi.

Tabela 2 – Tipos de Medida

Tipos de Medida de EF	Quantidade	Quantidade relativa
Informativas	3	2,80%
Instrutivas	90	84,11%
Personalizadas	14	13,08%
Total de Medidas de EF	**107**	**100,00%**

Fonte: Dados secundários (2025).

As Medidas informativas são dados disponibilizados para despertar interesse pelo tema ou compartilhar dicas práticas. Exemplos disso são materiais impressos, divulgações em massa, publicações em canais digitais, campanhas em rádio e TV, envios de mensagens por celular. Estas ações aconteceram durante a Semana ENEF – Semana Nacional de Educação Financeira, realizada no mês de maio. Foram feitas publicações nas redes sociais da cooperativa e conteúdos nas rádios locais da área de atuação da Cooperativa, no Rio Grande do Sul e em Minas Gerais.

As Medidas instrutivas são conteúdos transmitidos por meio de uma metodologia de ensino-aprendizagem estruturada. Um exemplo são os cursos oferecidos pelo Sicredi, disponíveis nas plataformas de educação como o Sicredi Aprende (público colaboradores) e no Sicredi na Comunidade (público associados), além das oficinas do Programa Cooperação na Ponta do Lápis. Também são consideradas as ferramentas de aprendizagem e materiais de ensino desenvolvidos com base no Método COOPS. Estas medidas geralmente são voltadas

para pequenos grupos, como turmas escolares, grupos de terceira idade, colaboradores de empresas. Já os cursos realizados nas plataformas são feitos individualmente, de forma online por colaboradores e associados.

Por fim, as Medidas personalizadas são ações que direcionam os associados para alcançarem seus objetivos financeiros pessoais, levando em consideração suas diferentes fases de vida. Dentro desse contexto as ações envolvem a Iniciativa de Orientação Financeira no atendimento das agências, o Organizador Financeiro no aplicativo Sicredi X e o diagnóstico de saúde financeira (I-SFB).

A elevada participação de medidas instrutivas e personalizadas indica uma estratégia madura de Educação Financeira, voltada não apenas à divulgação, mas à mudança efetiva de comportamento.

As medidas foram realizadas nos dois estados de atuação da Cooperativa, Rio Grande do Sul e Minas Gerais, sendo que, das 107 medidas, 83 aconteceram no Sul e 24 no Sudeste.

A seguir, apresenta-se as medidas classificadas de acordo com seu formato (Tabela 3).

Tabela 3 – Medidas por Formato

Medidas por formato	**Percentual**
Outros	42,06%
Sicredi na Comunidade	17,76%
Sicredi Aprende	14,02%
ISF-B	11,21%
Oficinas	10,28%
Mídias Sociais	1,87%
Orientação Financeira	1,87%
Rádio	0,93%
Total	**100,00%**

Fonte: Dados secundários (2025).

Na categoria “Outros”, considera-se medidas realizadas para o público não associado e/ou crianças, como palestras e oficinas. Nota-se também que as plataformas de ensino-aprendizagem do Sicredi – Sicredi na Comunidade (voltada para associados) e Sicredi Aprende (para colaboradores) representam mais de 30% das medidas. Já o ISF-B, apesar de corresponder ao valor de 11,21%, considera-se significativo em função de ser uma medida individualizada, pois cada participante precisa acessar a plataforma, responder um formulário para obter seu diagnóstico e receber conteúdos indicados diante de seu perfil.

Quanto ao perfil do público participante das medidas, classificam-se em geral/adultos (76,64%) e crianças/jovens (23,36%). Quanto ao tipo, classificam-se em medidas online (47,66%) e presencial (52,34%).

Percebe-se uma diversidade de medidas, online e presencial, com alguns conteúdos profundos e outros informativos, com atendimento à diferentes públicos. Com isso a Cooperativa consegue levar a informação de forma que oportunize diferentes públicos a se desenvolver e despertar consciência elevada para a educação financeira.

4.2. Efeitos da EF nos indicadores de relacionamento

O relacionamento com o quadro social é uma das premissas do Sicredi. Alguns indicadores são utilizados sistemicamente para medir a qualidade do relacionamento e o engajamento real do associado com a sua cooperativa. Entre estes indicadores, os mais usuais envolvem a principalidade, a margem de contribuição e o ISA – índice de soluções financeiras por associado.

O Indicador de Principalidade mede o quanto o associado utiliza o Sicredi como sua instituição financeira principal, e não apenas como uma opção complementar. Um associado com alta principalidade normalmente recebe salário ou renda pelo Sicredi, mantém conta corrente ativa e com movimentação recorrente, usa crédito (empréstimos, financiamentos, cartão), tem produtos de poupança e investimentos, utiliza seguro, consórcios, previdência ou outros produtos, relaciona-se com a cooperativa no dia a dia, não apenas pontualmente.

O ISA é um indicador de relacionamento e portfólio e mede o nível de utilização de soluções financeiras pelo associado, considerando quantidade, diversidade e tipo de produtos e serviços contratados junto ao Sicredi.

No Sicredi, a Margem de Contribuição (MC) é utilizada como indicador de relacionamento e sustentabilidade do vínculo econômico do associado com a cooperativa, indo além da lógica puramente contábil tradicional e representa o valor líquido que o relacionamento do associado gera para a cooperativa, considerando todas as receitas originadas do uso de produtos e serviços financeiros, menos os custos e despesas diretamente associados a esse relacionamento. Representa quanto cada associado efetivamente contribui para o resultado econômico da cooperativa, considerando receitas geradas menos os custos diretamente atribuíveis a esse relacionamento.

Ainda sobre a MC tem-se um desdobramento em MC sem crédito que representa o resultado econômico que o associado gera para a cooperativa exclusivamente por meio de produtos e serviços que não envolvem operações de crédito.

Na Tabela 4, é possível observar como estes três indicadores performaram no ano de 2025 sob três pontos de vista: o percentual de associados que tiveram melhora nos indicadores após participarem de medidas de EF; o percentual de associados que mantiveram iguais suas

condições mesmo após participarem das medidas; e o percentual de associados que tiveram piora nos seus indicadores mesmo após participarem das ações de EF em 2025. A última linha da tabela apresenta um saldo, que é a diferença percentual entre a quantidade de associados que tiveram melhora e aqueles que apresentaram queda nos seus indicadores.

Tabela 4 – Indicadores de relacionamento do associado

Indicadores de participação do Associado	**Principalidade**	**ISA**	**MC**	**MC sem crédito**
Melhorou (A)	53,23%	41,10%	55,59%	58,58%
Manteve (B)	4,25%	21,89%	1,26%	1,26%
Piorou (C)	42,52%	37,01%	43,15%	40,16%
Saldo (A-C)	**10,71%**	**4,09%**	**12,44%**	**18,42%**

Fonte: Dados secundários (2025).

Para entendimento da tabela acima, percebe-se que, após participarem de ações de Educação Financeira, 53,23% dos associados melhoraram sua principalidade; 4,25% mantiveram seu nível de principalidade; enquanto 42,52% pioraram. O saldo é positivo de 10,71% dos associados que melhoraram descontados aqueles que pioraram.

Destaca-se que todos os indicadores apresentam saldos positivos, ou seja, mais associados que melhoraram do que associados que pioraram seus indicadores, o que obviamente é o esperado. Sabe-se que em geral, resultados de ações educacionais levam um tempo de médio a longo prazo para surtirem efeitos mais robustos na vida das pessoas, entretanto quanto antes estes resultados aparecem melhor para o bem-estar individual e mais eficiente a ação.

Outro ponto a destacar é que nem todos os indicadores tendem a apresentar melhorias para a Cooperativa com as ações de EF no curto prazo. Um exemplo é quando um associado que, após participar de uma ação conscientiza-se de sair do uso do cheque especial ou do rotativo do cartão de crédito e passa a utilizar outras soluções financeiras com taxas mais acessíveis para o associado e margens menores para a cooperativa. Neste caso, provavelmente a MC do associado tende a diminuir. Apesar disso, mais sustentável será o relacionamento entre as partes no médio e longo prazo.

Ainda sobre a melhora da MC pode-se aferir que este indicador tende a ser consequente dos outros dois: se o associado passa a utilizar mais soluções da cooperativa (ISA) e a melhorar sua principalidade, passando a movimentar valores na cooperativa e que antes eram feitos em outras instituições, consequentemente, o associado aumenta a sua margem de contribuição.

O saldo positivo mais expressivo da MC sem crédito sugere que a Educação Financeira contribui para um relacionamento menos dependente de operações creditícias, alinhando-se aos princípios de sustentabilidade financeira e redução do risco sistêmico.

A conversão – quantidade de não associados que passaram a ser associados após participarem de medidas de EF – é representada na Tabela 5, a seguir.

Tabela 5 - Conversão

Público	Quantidade
Não Associados	114
Converteram após EF	107
Taxa de Conversão	**93,86%**

Fonte: Dados secundários (2025).

Nota-se que pessoas não associadas que participam de medidas de EF tendem a associarem-se à Cooperativa. A quantidade de público representada nesta tabela é baixa se comparada ao total de pessoas alcanças (128.158) e mesmo impactadas (13.782), conforme Tabela 01. Isto pode ser um ponto de atenção e melhoria pois muitas ações para o público não associado não coletam dados pessoais dos participantes, impossibilitando a geração de indicadores mais robustos.

4.3. Efeitos da EF nos indicadores comportamentais

No âmbito das cooperativas de crédito, a Educação Financeira tem assumido papel estratégico ao ser compreendida como instrumento de fortalecimento do relacionamento, de indução a escolhas mais conscientes e de promoção da sustentabilidade econômica dos associados, refletindo-se diretamente em seus comportamentos financeiros e na forma como utilizam produtos e serviços.

Mais do que ampliar conhecimentos, as ações de Educação Financeira buscam fomentar ações financeiras mais alinhadas, hábitos e decisões ao longo do tempo, impactando indicadores comportamentais como engajamento, uso responsável do crédito, capacidade de poupança e profundidade do relacionamento com a cooperativa.

Para analisar esses efeitos de maneira estruturada, este estudo adota como referência o modelo conceitual das seguintes dimensões: Planejamento (PLA), Poupança (POU) e Crédito (CRE), também conhecidos como PLA-POU-CRE que sintetiza os principais eixos do comportamento financeiro e orienta a avaliação dos resultados das iniciativas educativas.

A Dimensão PLA (planejamento) trata do aumento no hábito de planejar a vida financeira no médio e longo prazo e inclui indicadores relacionados aos saldos mensais de depósitos, uso de seguros e produtos de previdência.

A Tabela 6, apresenta os três indicadores nesta dimensão (saldo mensal - valores mantidos na sua conta somados os depósitos à vista e a prazo - uso de seguros e de previdência)

e suas respectivas consequências (manutenção, melhora ou piora dos indicadores) para associados que participaram das medidas em 2025.

Tabela 6 – Dimensão planejamento

Dimensão PLA	Saldo Mensal	Seguro	Previdência
Melhorou (A)	59,74%	36,47%	61,39%
Manteve (B)	5,61%	26,90%	0,33%
Piorou (C)	34,65%	36,63%	38,94%
Saldo (A-C)	**25,09%**	**- 0,16%**	**22,45%**

Fonte: Dados secundários (2025).

Nesta dimensão comportamental destacam-se a melhoria dos saldos mensais dos associados em dois indicadores: saldos mensais e previdência. Já o indicador de seguros demonstra manutenção do saldo pois alguns associados pioraram o uso enquanto outros mantiveram ou melhoraram.

A dimensão POU (poupança) aborda a variação na constituição de poupança/investimentos, e inclui indicadores relacionados a reserva de emergência e investimentos em geral (Tabela 7).

Tabela 7 – Dimensão Poupança

Dimensão POU	% de Reserva de Emergência	Aumento de Investimentos
Melhorou (A)	52,60%	72,91%
Manteve (B)	6,14%	1,89%
Piorou (C)	41,26%	25,20%
Saldo (A-C)	**11,34%**	**47,71%**

Fonte: Dados secundários (2025).

Percebe-se que, após participarem das iniciativas de EF, os associados passaram a cuidar melhor de suas reservas de emergência e aumentar seus investimentos: 58,74% dos associados fizeram novos aportes em reserva de emergência ou mantiveram suas aplicações; e 74,80% dos associados fizeram novos investimentos ou mantiveram os mesmos. O aumento de investimentos mostra-se o indicador com maior índice de melhora entre todos os indicadores de todas as dimensões.

A dimensão CRE (Crédito) trata do comportamento de crédito mais consciente, e inclui indicadores relacionados ao nível de risco, uso de cheque especial, rotativo do cartão e endividamento (Tabela 8).

Tabela 8 – Dimensão Crédito

Dimensão CRE	Nível de risco	Cheque especial	Rotativo do Cartão	Endividamento
Melhorou (A)	18,90%	6,93%	1,73%	47,56%

Dimensão CRE	Nível de risco	Cheque especial	Rotativo do Cartão	Endividamento
Manteve (B)	54,80%	80,94%	95,75%	2,99%
Piorou (C)	26,30%	12,13%	2,52%	49,45%
Saldo (A-C)	**- 7,40%**	**- 5,20%**	**- 0,79%**	**-1,89%**

Fonte: Dados secundários (2025).

Nota-se que nesta dimensão todos os indicadores apresentam saldos negativos ou próximo de zero, ou seja, mesmo participando das ações de EF a Cooperativa registrou mais associados que pioraram seus indicadores do que aqueles que melhoraram. Chama atenção o nível de endividamento no qual 49,45% dos associados registraram agravamento de sua situação e o nível de risco com saldo negativo de 7,40%. Contribui para mitigar esse cenário, os indicadores de uso de cheque especial e de rotativo do cartão nos quais ampla maioria dos associados mantiveram suas condições.

Os resultados indicam que as ações de Educação Financeira tendem a produzir impactos mais imediatos nas dimensões de planejamento e poupança, enquanto mudanças no comportamento de crédito demandam estratégias educativas contínuas, acompanhamento personalizado e horizonte temporal mais longo.

O tema Educação Financeira tem se apresentado como uma necessidade real para o brasileiro. Em um ambiente ainda considerado de baixa formação geral sobre o tema de um lado, e de outro excesso de informações e influências para o consumo exacerbado de produtos e serviços advindos de propagandas comerciais e aumentado exponencialmente com os papeis dos atuais influencers digitais entre outros. Novos produtos e serviços que trazem a perspectiva de ganhos fáceis (porém com alto risco) como apostas online e outros jogos também minam a mente das pessoas e influenciam a tomada de decisão.

Instituições financeiras cooperativas têm-se mostrado aliadas a difusão da informação e do conhecimento, aliadas de outras partes interessadas como Banco Central do Brasil entre outras instituições que fomentam o tema da EF no país.

Os dados e indicadores revelam pontos importantes, tanto para a Cooperativa como para as pessoas participantes. De um lado fica evidente que pessoas participantes tendem a tomar melhores decisões, pensar no longo prazo e abdicar de prazeres imediatos. Os indicadores de previdência, investimento geral, saldos mensais e reservas de emergência demonstram na prática as melhoras. Por outro lado, a dimensão crédito ainda é um grande desafio e demanda mais atenção por parte das pessoas, com apoio da cooperativa.

Para a cooperativa, ter associados com relacionamentos mais próximos permite maior aproximação para auxiliar as pessoas a tomar melhores decisões quanto a sua vida financeira, melhorando o bem-estar das famílias e comunidades. Os resultados econômicos da cooperativa

tendem a ser prósperos com um quadro social composto por pessoas sustentáveis econômica e financeiramente.

5. Considerações finais

Este estudo teve como objetivo avaliar os impactos das ações de Educação Financeira promovidas pela Sicredi Sul Minas RS/MG sobre indicadores de conversão, relacionamento e comportamento financeiro dos participantes, a partir de dados institucionais referentes ao ano de 2025. Os resultados evidenciam que a Educação Financeira, quando estruturada, territorializada e alinhada à estratégia institucional, desempenha papel relevante tanto na melhoria do relacionamento entre associado e cooperativa quanto no direcionamento a comportamentos financeiros mais sustentáveis.

Observou-se que a participação em ações de Educação Financeira está associada a saldos positivos nos principais indicadores de relacionamento — principalidade, ISA e Margem de Contribuição — com destaque para a MC sem crédito, sugerindo um vínculo econômico mais equilibrado e menos dependente de operações de maior risco. No que se refere à conversão, os dados indicam forte associação entre participação em iniciativas educativas e posterior associação à cooperativa, reforçando o papel da Educação Financeira como instrumento de inclusão financeira e aproximação institucional.

No campo comportamental, os efeitos foram mais evidentes nas dimensões de Planejamento (PLA) e Poupança (POU), refletidos no aumento de saldos mensais, investimentos, previdência e reservas de emergência. Tais resultados indicam que as ações de Educação Financeira contribuem para decisões orientadas ao longo prazo e para maior resiliência financeira dos associados. Por outro lado, a dimensão Crédito (CRE) apresentou maior resistência à mudança, com saldos negativos ou próximo de zero, sinalizando que o endividamento e o risco financeiro permanecem como desafios centrais, influenciados por fatores estruturais, conjunturais e comportamentais que extrapolam o alcance imediato das ações educativas.

Como limitações, destaca-se o caráter não experimental dos dados, o possível viés de auto seleção dos participantes e a restrição temporal da análise ao ano de 2025. Ainda assim, o estudo avança ao integrar indicadores comportamentais e métricas institucionais reais, contribuindo para a literatura sobre cooperativismo de crédito, Educação Financeira e desenvolvimento territorial.

Por fim, os achados sugerem que a Educação Financeira deve ser compreendida não apenas como ação educativa, mas como vetor estratégico de sustentabilidade econômica,

fortalecimento do relacionamento e promoção do bem-estar financeiro das famílias e comunidades. Estudos futuros podem aprofundar análises longitudinais, incorporar métodos variados e explorar estratégias específicas para a dimensão crédito, ampliando a compreensão sobre os efeitos de longo prazo da Educação Financeira no contexto cooperativista.

Referências

BACEN. **Relatório de Cidadania Financeira**. Brasília: Banco Central do Brasil, 2021.

BACEN. **Educação financeira: conceitos e evidências**. Brasília: Banco Central do Brasil, 2022.

BIALOSKORSKI NETO, S. **Economia e gestão de cooperativas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BIRCHALL, J. **People-centred businesses: co-operatives, mutuals and the idea of membership**. London: Palgrave Macmillan, 2011.

BIRCHALL, J. **Resilience in a downturn: the power of financial cooperatives**. Geneva: ILO, 2014.

BRASIL. **Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF**. Brasília: Presidência da República, 2010.

FULTON, M. **The future of credit unions**. Journal of Co-operative Organization and Management, v. 8, n. 1, 2020.

JACQUES, Elidecir Rodrigues; GONÇALVES, Flávio de Oliveira. **Cooperativas de crédito no Brasil: evolução e impacto sobre a renda dos municípios brasileiros**. Economia e Sociedade, v. 25, p. 489-509, 2016.

KÜHL, Marcos Roberto; VALER, Tatiana; GUSMÃO, Ivonaldo Brandani. **Alfabetização financeira: evidências e percepções em uma cooperativa de crédito**. Sociedade, Contabilidade e Gestão, v. 11, n. 2, 2016.

LUSARDI, A.; MITCHELL, O. **The economic importance of financial literacy**. Journal of Economic Literature, v. 52, n. 1, 2014.

OCDE. OECD/INFE **Toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion**. Paris: OECD, 2018.

OCDE. **Financial literacy of adults**. Paris: OECD, 2020.

PESENTE, Renata. **Efeito das práticas de educação financeira na relação entre alfabetização financeira e a capacidade financeira de cooperados de uma cooperativa de crédito**. Dissertação de Mestrado. Universidade Comunitária da Região de Chapecó. 2024.

SCHNEIDER, S. **Território, desenvolvimento e cooperativismo**. Porto Alegre: UFRGS, 2016.

ZYLBERSZTAJN, D. **Organização de cooperativas: desafios e tendências**. Revista de Administração, v. 37, n. 3, 2002.