

Mapa da Educação Financeira no Brasil

Uma análise das iniciativas existentes e as oportunidades para disseminar o tema em todo o País

Em 2010, quando a educação financeira adquire no Brasil status de política de Estado com a criação da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), um primeiro levantamento conduzido pelas instituições membro e pelo site Vida e Dinheiro identificou cerca de 100 iniciativas voltadas a orientar a população brasileira em relação às boas práticas da gestão financeira.

O contexto socioeconômico do País, que cresceu a uma taxa média anual superior a 3,5% na década passada, permitindo que milhões de pessoas participassem ativamente de um mercado de consumo antes inacessível para parte dos brasileiros, reforçou a importância de reunir novas e mais aprofundadas informações sobre os projetos e as ferramentas educacionais que estavam sendo oferecidas à população.

Entre setembro e novembro de 2013, em busca de elementos que apontassem com maior precisão o que efetivamente estava ocorrendo em relação à educação financeira no Brasil, a ENEF realizou um novo mapeamento dos projetos existentes no País. O cadastramento contou com a coordenação da Associação de Educação Financeira do Brasil (AEF-Brasil) e a execução da Plano CDE.

Desta vez, foram identificadas 803 iniciativas, quase oito vezes mais do que o levantamento anterior, cujo universo era mais restrito. Trata-se de um número relevante, indicativo da dimensão que o tema vem adquirindo no País.

Desse universo, 317 iniciativas foram voluntariamente cadastradas por meio do autopreenchimento de um formulário existente no site da ENEF (www.vidaedinheiro.gov.br). Isso representa 40% do total de 803 projetos, formando uma amostra representativa de ações que foi consolidada nesse mapeamento. Sua análise leva a algumas importantes constatações. Por exemplo: 60% das iniciativas mapeadas são absolutamente gratuitas.

Nesse aspecto, há um alinhamento informal aos objetivos da ENEF, que tem entre seus pressupostos o estímulo a iniciativas e à participação de empresas, órgãos governamentais e da sociedade civil em ações que democratizem o acesso gratuito à informação, formação e orientação financeira.

Outro ponto a ser destacado é a identificação de quatro grupos predominantes que atuam com educação financeira:

■ O 1º grupo abarca iniciativas que privilegiam o ensino de crianças e jovens. Representa 31% do universo mapeado e foi denominado na pesquisa grupo da Educação Financeira para o Futuro;

■ O 2º grupo engloba ações de abrangência nacional, sem público-alvo definido, cuja preocupação é introduzir os principais temas financeiros à população em geral. Representa 25% do total. É o grupo da Democratização da Educação Financeira;

■ O 3º grupo abrange as iniciativas dirigidas a públicos específicos e oferece venda de treinamento e consultoria. Representa 24%. São as Consultorias Especializadas;

■ Por fim, o 4º grupo inclui as iniciativas de instituições que querem qualificar seus mercados de atuação e atender a seus clientes e demais stakeholders (públicos de relacionamento). Representa 20%. São as Empresas Privadas com Foco no Mercado de Atuação.

O ***Mapa da Educação Financeira no Brasil*** divide-se em duas partes:

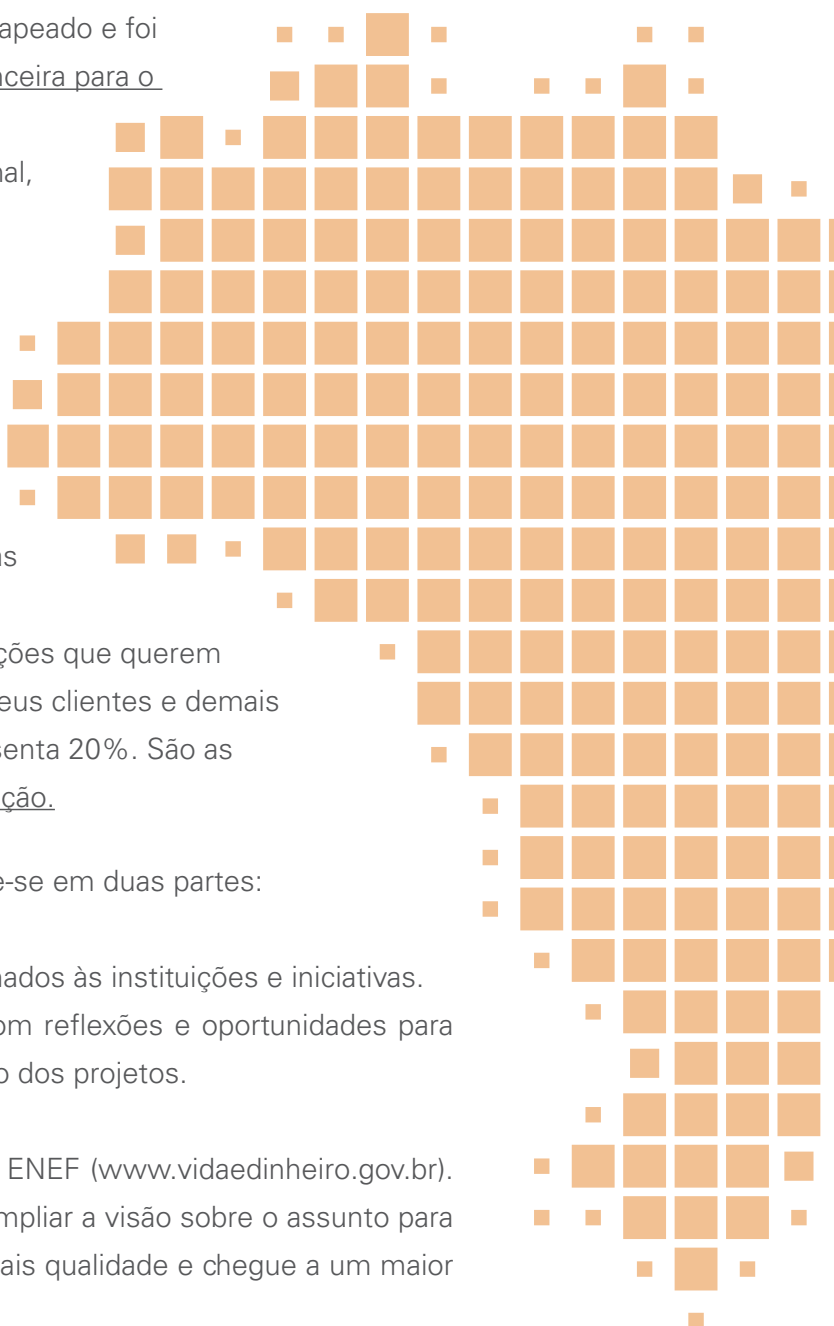
1. Levantamento estatístico com aspectos relacionados às instituições e iniciativas.
2. Análise descritiva do conjunto de iniciativas, com reflexões e oportunidades para ampliar o acesso da população e maior qualificação dos projetos.

Os dois documentos estão disponíveis no site da ENEF (www.vidaedinheiro.gov.br). Pretende-se, dessa forma, fomentar reflexões e ampliar a visão sobre o assunto para que a educação financeira ganhe mais adeptos, mais qualidade e chegue a um maior número de brasileiros.

Como e por quem é feita a educação financeira

■ Há uma diversidade de organizações com projetos em educação financeira no Brasil. A maioria pertence à iniciativa privada e ao setor público (70%).

■ Foram mapeadas 73 iniciativas desenvolvidas por órgãos e empresas públicas, das quais 77% pertencem à esfera federal (Banco Central do Brasil, Comissão de Valores Mobiliários, Superintendência Nacional de Previdência Complementar, Superintendência de Seguros Privados e os Ministérios da Fazenda e da Previdência). O propósito dessas



ações é tanto orientar o público em geral e financeiro, quanto oferecer informações ao cidadão sobre planejamento financeiro, investimento, direitos, consumo consciente, etc., visando ao fortalecimento do sistema financeiro nacional.

- As organizações mapeadas não atuam exclusivamente com educação financeira. O tema é abordado de forma transversal em suas ações. Em geral, os projetos são bancados com recursos próprios.
- 50% das iniciativas têm alcance nacional, especialmente por contarem com a internet como meio de acesso.
- As iniciativas regionais estão concentradas nas regiões Sudeste (55%) e Sul (32%).
- 46% das ações em educação financeira atendem até 500 beneficiários e apenas 20% superam os 10.000 beneficiários por ano.
- Pessoas físicas (60%) são mais favorecidas pela oferta de iniciativas de educação financeira; 39% das ações atende Pessoas Físicas e Jurídicas, e somente 1% são focadas somente em Pessoas Jurídicas.
- As iniciativas que atendem às pessoas físicas são oferecidas principalmente aos jovens (45%) e aos adultos (42%). Com respeito à escolaridade, 43% dessas ações atuam sem distinção de nível de instrução; 39% focam em pessoas com ensino médio e 34% têm como eixo pessoas com ensino superior.
- A orientação para o consumo consciente e os aspectos ligados à cidadania, bem como à preparação da população para a tomada de decisões autônomas quanto ao uso dos produtos financeiros, surgem com maior frequência entre os conteúdos produzidos. A abordagem diferencia-se com base em três grupos:
 - Iniciativas que têm como foco a **orientação** abordam conteúdos de planejamento financeiro e consumo consciente;
 - Iniciativas que têm como foco oferecer **informação** abordam o uso do crédito e o estímulo à poupança;
 - Iniciativas que visam à **formação** - ou seja, ações educativas continuadas - oferecem conhecimento sobre o funcionamento da economia, as competências matemáticas para lidar com o mercado financeiro, os produtos financeiros e os direitos do consumidor.

Reflexões

- O Mapa das Iniciativas de Educação Financeira no Brasil é um levantamento quantitativo produzido com o objetivo de provocar reflexões, estimular o debate e ampliar a visão sobre o assunto, contribuindo para sua disseminação em toda a sociedade.
- A diversidade de instituições e iniciativas ligadas à educação financeira aponta para a importância de uma coordenação nacional que incentive novos projetos e apoie iniciativas existentes, estimulando a convergência das ações no sentido de ampliar o acesso da população à educação financeira.
- O mapeamento mostra que os públicos mais vulneráveis a conflitos de consumo, como idosos, crianças e moradores de regiões menos assistidas por órgãos de defesa do consumidor carecem de ações específicas de educação financeira.
- As avaliações realizadas nas iniciativas de educação financeira mapeadas, especialmente nas ações de formação, são muito importantes. A avaliação é diretriz essencial para qualquer projeto, especialmente quando se trata de ações com foco no cidadão.
- As informações e conclusões desse mapeamento irão contribuir para a definição de futuras ações da ENEF.

Oportunidades

- Promover o desenvolvimento de programas:
 - Voltados a públicos e locais de maior vulnerabilidade, privilegiando meios que permitam uma comunicação mais abrangente e de fácil acesso aos segmentos de baixa renda e da terceira idade, que se encontram mais excluídos dos projetos de acesso online;
 - Que considerem métodos e ferramentas dirigidos às especificidades sociais, econômicas, culturais e ao comportamento financeiro de cada público.
- Fomentar o debate sobre formas de financiamento das ações de educação financeira, com o objetivo de sensibilizar o poder público, a iniciativa privada e a sociedade civil sobre a importância dessas ações.
- Envolver setores que ainda não despertaram para a educação financeira. O modelo público-privado adotado pela ENEF favorece o diálogo e a interlocução com outros segmentos, como o varejo, as instituições da sociedade civil e os órgãos de defesa do consumidor, que podem ser sensibilizados a se envolver com o tema:
 - O setor varejista, pela possibilidade de expandir sua parceria com as instituições financeiras para a área de educação, disseminando boas práticas dentro de suas redes;
 - A sociedade civil, por conta da transversalidade do tema educação financeira, pode utilizá-la em seu favor para fortalecer seus programas de combate à pobreza;
 - Os órgãos de defesa do consumidor, por tratarem do tema diariamente e acessarem diretamente o beneficiário final nas relações de consumo de produtos e serviços.
- Incentivar a criação de indicadores para mensurar resultados das iniciativas, visando estimular o apoio aos projetos e à sua melhoria continuada.
- Estimular a inserção da educação financeira como um conteúdo a ser abordado por diferentes cursos e atividades educativas, especialmente por sua transversalidade.
- Desenvolver mais ações formativas que tenham uma perspectiva continuada, dando maior atenção tanto ao corpo docente quanto aos conteúdos e à avaliação.
- Associar a ideia de educação financeira à prática da sustentabilidade, tema muito abordado pela sociedade. O cidadão educado financeiramente reflete sobre o próprio consumo e seus impactos econômicos, sociais e ambientais com maior propriedade. Espera-se que os programas a serem oferecidos alcancem a dimensão macro da questão, em razão dos grandes desafios que são colocados hoje, cujos resultados atingirão as gerações futuras.

Conteúdo: Fabio Moraes - Diretor de Educação Financeira da FEBRABAN | Paulo Castro – Assessor Especial do Gabinete da Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor – Senacon | Silvia Morais – Superintendente da Associação de Educação Financeira do Brasil (AEF-Brasil).

Relatório de dados: Mario Mattos | Wladimir Machado | Mariel Deak - Plano CDE.

Jornalista Responsável: Cleide Sanchez Rodriguez – Assessoria de imprensa da AEF-Brasil | Comunicação Social FEBRABAN.

iniciativa

ENEF
ESTRATÉGIA
NACIONAL
DE EDUCAÇÃO
FINANCEIRA

coordenação

 **AEF-Brasil**
Associação de Educação Financeira do Brasil

patrocínio

Serasa Experian
A gente trabalha para você crescer.