

16/09/2015 - 05:00

Cresce demanda por programas de educação financeira

Por **Letícia Arcoverde**

Fábio Moraes, diretor do Instituto Febraban de Educação, diz que endividamento atinge profissionais de todos os níveis

A combinação de inflação, desemprego, juros e inadimplência em alta resulta em um cenário econômico que atinge as empresas de diversas maneiras. Muitas vezes, essas dificuldades chegam até mesmo de forma indireta, pelo bolso dos funcionários. Na tentativa de evitar o endividamento dos profissionais e garantir que esses problemas não interfiram no trabalho, as companhias têm criado ou reforçado suas iniciativas de educação financeira.

A demanda por programas dessa natureza vem crescendo, por exemplo, no Instituto Febraban de Educação (Infi). A federação tem, desde 2010, um programa voltado para o público geral, mas a alta procura de empresas fez com que o Infi lançasse uma série de serviços voltados para o mercado corporativo no início deste ano.

O mais recente é um curso on-line com dez aulas, criado em julho, que abrange temas como renegociação de dívidas, previdência, poupança e "como atingir e manter sonhos". Há também palestras, sessões de "clínica financeira" com um especialista, coaching individual e formação de multiplicadores dentro das organizações. Desde o início do ano, os programas já atenderam cerca de duas mil pessoas e hoje representam 10% da demanda por treinamentos do Infi. A expectativa do diretor do instituto, Fábio Moraes, é que esse número cresça ainda mais.

Em sua opinião, situações de endividamento são comuns e atingem companhias de todos os setores e profissionais de todos os níveis. "É algo que não está ligado apenas ao desconhecimento, mas ao comportamento do brasileiro. O país ainda tem muito a caminhar nesse sentido", diz.

A edição mais recente da pesquisa "Indicador de Educação Financeira", da Serasa Experian e da Ibope Inteligência, reforça essa percepção. De acordo com o levantamento, o brasileiro hoje está mais informado sobre o assunto. A nota que mede conhecimento foi 7,7 em 2015, o nível mais alto das três edições realizadas. A nota relativa ao comportamento, no entanto, teve uma ligeira queda, de 5,6 para 5,5. Esse número é o que mede, de fato, as ações financeiras dos brasileiros - se ele gasta mais do que ganha, se poupa ou se planeja o futuro.

Para a consultora da área de finanças pessoais Andy de Santis, esse é um problema que não depende do poder aquisitivo ou da senioridade dos profissionais. "O Brasil não tem cultura de educação financeira e, portanto, essa é uma questão que não depende do tamanho do bolso", diz. Andy trabalha com esse tema há cinco anos, quando percebeu que era muito comum ver funcionários de bancos - justamente os profissionais que trabalham com produtos financeiros e conhecem suas condições - se endividarem. Moraes, da Febraban, aponta que muitas das organizações que usam os serviços do Infi são do setor financeiro.

O tema se tornou pesquisa de mestrado de Andy. "As decisões que tomamos são menos motivadas pela racionalidade e mais por emoções e influenciadores externos, como expectativas de grupos sociais", afirma. Hoje o trabalho de educação financeira se tornou um dos serviços mais demandados de sua consultoria.

A conscientização das empresas tem aumentado em razão do empréstimo consignado, que passa pelo seu controle. "O RH tem mais conhecimento das finanças dos funcionários, e vê quando o uso de crédito afeta o salário", diz Andy. Na Serasa Experian, desde o mês passado, os funcionários que quiserem pegar crédito consignado precisam fazer um curso on-line de duas horas sobre educação financeira.

A aula já capacita o profissional a dar uma palestra sobre o assunto, reproduzindo o conteúdo em um dos programas de voluntariado que a empresa promove em escolas públicas. Hoje, 6% dos funcionários participam desse tipo de iniciativa voluntária. Uma consequência é promover a educação financeira dentro do próprio quadro, explica a gerente de sustentabilidade corporativa, Andrea Regina. "É importante falar de educação financeira com o indivíduo. Além disso, ele vai falar sobre isso com a sua família e multiplicar o conteúdo", diz.

Difundir noções de educação financeira é hoje parte do propósito social da organização que tem seu nome atrelado à definição de endividamento. A empresa tem diversas frentes de atuação com os funcionários, em comunidades e outras companhias. A demanda por palestras para esse último público tem crescido desde setembro do ano passado, segundo Andrea, principalmente no segmento do varejo.

A empresa de produtos de benefícios Ticket tem um curso de educação financeira dentro de sua universidade corporativa desde 2013. A aula não é obrigatória, mas cerca de 50 funcionários participam todos os anos. "Sabemos que se a pessoa tem um problema em casa, isso repercute no trabalho", diz Juliana Viana, gerente de RH.

A iniciativa surgiu quando a empresa percebeu um alto volume de pedidos de crédito consignado e, desde que o curso foi criado, essas solicitações diminuíram. Os temas dos cursos são pensados sempre de acordo com a demanda sentida pelo RH. Para o próximo, Juliana planeja incluir dicas de como organizar uma viagem internacional em tempo de dólar alto.

Durante a pesquisa de clima anual, a empresa detectou que a maior reclamação dos 250 funcionários que atuam de forma remota era não ter apoio dos departamentos de RH, jurídico e financeiro quando necessário. Por isso, foi criado em julho deste ano um programa de apoio ao empregado - um número 0800 por onde o profissional pode tirar dúvidas e pedir assistência jurídica, psicológica e financeira. Quando necessário, uma consulta presencial com um especialista é marcada.

"Sabemos que o dinheiro é uma causa de estresse, que afeta produtividade e gera absenteísmo", diz a consultora Andy de Santis. Além disso, quando o funcionário sabe usar melhor o salário, ele terá uma satisfação maior com o valor recebido, o que gera motivação. O mesmo vale para benefícios oferecidos pela empresa. "Eles podem perder a eficácia se não forem bem usados."

Essa foi um dos motivos que levou a Leroy Merlin a criar um jogo que ensina os funcionários como funciona a remuneração variável paga em forma de previdência privada. "A cultura financeira é importante dentro da empresa porque parte da remuneração variável fica atrelada aos resultados e não é de curto prazo", diz Weber Niza, diretor de treinamento e desenvolvimento da rede de varejo. "Há uma cultura de imediatismo, e queremos melhorá-la para que as pessoas pensem mais a médio e longo prazo."

Além dos jogos, a empresa incluiu um curso de finanças pessoais na grade de treinamentos obrigatórios, e também disponibiliza uma aula que explica para funcionários de todos os níveis como ler o balanço da Leroy. O objetivo é aumentar a conscientização de como a remuneração variável é calculada. "Mostramos como o comportamento do funcionário alavanca os números", diz. A iniciativa mais recente é uma campanha de comunicação interna que usa depoimentos de funcionários que conseguiram realizar sonhos como comprar a casa própria ou pagar a faculdade do filho para dar dicas de finanças pessoais.

Com as iniciativas, o diretor diz que a empresa conseguiu extinguir um comportamento por parte dos funcionários: o de pedir para serem demitidos porque precisam usar o valor da rescisão para pagar dívidas. "Se o profissional está menos preocupado e estressado em relação ao dinheiro, ele fica mais leve e confiante para fazer seu trabalho", diz.

Muitas empresas também trabalham a questão da educação financeira nos programas de preparação para aposentadoria. É o caso da laminadora de chapas de alumínio Novelis, que começou neste ano um programa que já atende mais de 30 funcionários. "Muitas pessoas acabam adiando a reflexão desse momento, e sabemos que na maioria dos casos existe uma perda financeira significativa", explica a gerente de RH Rosana Rizzutti.

O programa busca ajudar os funcionários na administração dos recursos financeiros, seja a como se adequar a um novo padrão de vida ou a pensar formas de complementar a renda. Para Rosana, o programa contribui também para o clima organizacional. "Todos percebem que a empresa está pensando no desenvolvimento do funcionário também no momento em que ele segue a vida após anos de dedicação à companhia."