



Uso consciente
do dinheiro

Estratégia de
Educação Financeira
do **Itaú Unibanco**



Sumário

Editorial	4
Educação financeira no Itaú	6
Como chegamos até aqui?	8
O trabalho começa em casa	13
Escolha consciente	19
Para o bem de todos	21
Saber para poder mudar	26
O que cada um pode fazer	28

Editorial

Todos os dias, lemos questões ligadas à economia nas manchetes dos jornais. Mas nem sempre entendemos como isso afeta o nosso cotidiano. De que modo as pessoas podem redirecionar sua trajetória financeira? Antes de falar de fatores externos, é fundamental refletir sobre qual é o significado do dinheiro para cada um de nós. Quais são os valores que determinam as escolhas financeiras que fazemos ao longo da vida?

Inúmeras questões influenciam as nossas decisões com relação ao uso do dinheiro. Promover a educação financeira é uma das formas de abordar esses pontos. Não há consenso sobre o quanto o tema gera mudanças efetivas de atitude. No entanto, acreditamos que a educação

“O **Itaú** tem a visão de ser líder em performance sustentável e em satisfação de clientes.”

financeira é fundamental na sociedade em que vivemos, pois, a partir dela, outros passos importantes poderão ser dados.

Entendemos que o jeito como as pessoas lidam com suas finanças, assim como o significado do dinheiro em nossa sociedade, precisam ser debatidos de forma ampla e intersetorial. O Itaú tem a visão de ser líder em performance sustentável e em satisfação de clientes. Nesse sentido, acreditamos que o compartilhamento dos aprendizados e o fomento do debate e das transformações ligadas direta ou indiretamente ao nosso negócio são fundamentais, pois apenas dessa maneira mudanças efetivas acontecerão.

Há, hoje, uma ampla discussão sobre como diminuir o endividamento, aumentar a poupança e estimular o consumo consciente na sociedade. Aqui, você conhecerá o posicionamento e os aprendizados do Itaú sobre o tema, o que consideramos o nosso papel e o papel das instituições financeiras, das empresas e demais organizações privadas, instituições de ensino, governo e indivíduos nesse cenário.

Conhecerá também a nossa estratégia, projetos e indicadores. E, finalmente, apresentamos uma reflexão sobre como a mobilização em torno do tema pode fazer diferença para o desenvolvimento socioeconômico do Brasil. Convidamos você a fazer parte deste movimento de mudança conosco.

Boa leitura,

Denise Hills

Superintendente
de Sustentabilidade
Itaú Unibanco

Educação financeira no Itaú

O uso equilibrado do dinheiro gera valor compartilhado
para colaboradores, clientes, acionistas e sociedade

Educação financeira é a combinação de competências, conhecimentos e comportamentos em relação ao dinheiro, que proporcionam uma maior consciência sobre as escolhas e, conseqüentemente, uma melhor gestão dos recursos.

Um país com bom patamar de educação financeira conta com níveis saudáveis de endividamento e de poupança – indicadores que refletem a **prosperidade socioeconômica de uma nação**.



O papel do Itaú

O objetivo do Itaú na frente de Educação financeira é:

Entender **as necessidades das pessoas** para oferecer **conhecimento e soluções financeiras adequadas**, contribuindo para que indivíduos e empresas tenham uma **relação saudável com o dinheiro**.

Algumas pessoas acham que a educação financeira e bancos não combinam. É como se clientes com pouco conhecimento sobre o tema fossem mais favoráveis. Isso não é verdade, acreditamos justamente no contrário: quanto melhores forem as escolhas das pessoas, melhores clientes eles serão, gerando valor para suas próprias vidas e para o banco.

Em 2004, o Itaú fez sua primeira campanha nacional sobre o uso consciente do crédito, com o lançamento dos primeiros guias sobre o tema. Essa plataforma vem se fortalecendo desde então, com novos conteúdos, novo escopo, nova estratégia, nova abordagem e novas iniciativas.

A fusão entre Itaú e Unibanco, em 2008, fez nascer a visão: **ser o banco líder em performance sustentável e em satisfação dos clientes**. Hoje, a Educação Financeira tem o importante papel de ser um dos focos da estratégia de sustentabilidade do Itaú Unibanco, junto a Diálogo e Transparência, e Riscos e Oportunidades Socioambientais.

Para nós, um bom negócio é aquele que faz com que o banco se mantenha nas escolhas do cliente. Pessoas que fazem escolhas conscientes tendem a adquirir produtos e serviços adequados aos seus objetivos de vida. Em consequência,

têm um índice de satisfação maior, um índice de inadimplência menor, e um relacionamento de longa duração com o banco. Isso é performance sustentável e satisfação dos clientes.

Queremos compartilhar nossas iniciativas para promover o tema entre nossos colaboradores, clientes, acionistas e sociedade e convidar todos para uma reflexão sobre papéis e oportunidades.

Benefícios da Educação Financeira

Quem lida com o dinheiro de forma mais equilibrada:

- Tem menos estresse financeiro, interage melhor com colegas e é mais produtivo no trabalho.
- Fica mais próximo de conquistar objetivos, como adquirir a casa própria, viajar, garantir a educação dos filhos, construir uma nova carreira ou se planejar para a aposentadoria. Ou seja, tem mais propriedade sobre os rumos da própria vida.
- Proporciona um ambiente familiar em que os filhos aprendem a lidar com o dinheiro através do exemplo e da orientação dos pais.
- Possui relações pessoais mais saudáveis, pois o núcleo familiar também pode ser afetado pelo alto comprometimento de renda, gerando discussões e desgastando o relacionamento.

Como chegamos até aqui?

O ontem e o hoje na relação dos brasileiros com o dinheiro

Dos anos 1960 até 1994, o Brasil vivenciou um longo período de inflação alta. Quem viveu essa época deve se lembrar do overnight, dos carrinhos cheios de compras no início do mês, da tentativa de otimizar cada centavo.

Já na década de 1990, a estabilidade econômica iniciada pelo Plano Real modificou este cenário, houve a primeira **expansão de crédito** e o surgimento de **novos produtos bancários**. Essa diversificação dos produtos financeiros foi positiva, pois ofereceu diferentes possibilidades aos clientes, além de estimular a economia. Entretanto, a utilização dos produtos e serviços ofertados – principalmente o crédito – pode se tornar desfavorável, caso o consumidor não tenha clareza de como escolher o produto adequado ao seu objetivo.

Onde estamos agora?

As novas condições econômicas estimularam a mobilidade social, como se percebe pelo crescimento expressivo da classe C no Brasil (veja quadro - página 9). Este cenário também provocou um aumento considerável da inclusão bancária. No entanto, mesmo com o movimento, **mais de um terço da população brasileira ainda não possui conta corrente ou poupança**, segundo dados do Ibope-CNI de junho de 2012.

A pesquisa do Data Popular sobre educação financeira afirma que o **consumo é o símbolo da inclusão dos brasileiros**, que reconhecem a compra de produtos de marca e de qualidade como investimentos ao longo prazo. O consumidor emergente não sofre do “complexo de Tio Patinhas”: para ele, pensar no futuro não significa, necessariamente, acumular dinheiro, mas garantir o bem estar próprio e de seus familiares.

Classe C: a bola da vez *

Entre 2006 e 2010, mais de **36 milhões de pessoas** migraram para a classe C, criando um novo contingente de consumidores.

Nos próximos 15 anos, **a classe C ganhará mais 32 milhões de pessoas** e passará a representar **60% da população brasileira**.

Estudos indicam que a regulação do cadastro positivo poderá facilitar **a inclusão financeira de 26 milhões de consumidores informais**, sem renda ou moradia comprovada.

* FEBRABAN – julho de 2011



Do ciclo vicioso para o **virtuoso**

O volume de crédito, que representava menos de 25% do PIB brasileiro em 2004, dobrou de tamanho em menos de uma década (veja quadro). O ponto de atenção deste cenário é a facilidade para o superendividamento. Nesse contexto, muitos brasileiros acabam considerando o consumo como um fim, e não como um meio.

O acesso aos produtos de créditos não está restrito aos bancos, ele também ocorre diretamente na compra de bens. Vivemos um período de maior oferta de crédito, num mesmo momento em que falta tanto conhecimento de gestão das finanças pessoais quanto experiência, já que até meados dos anos noventa vivíamos num contexto de hiperinflação.

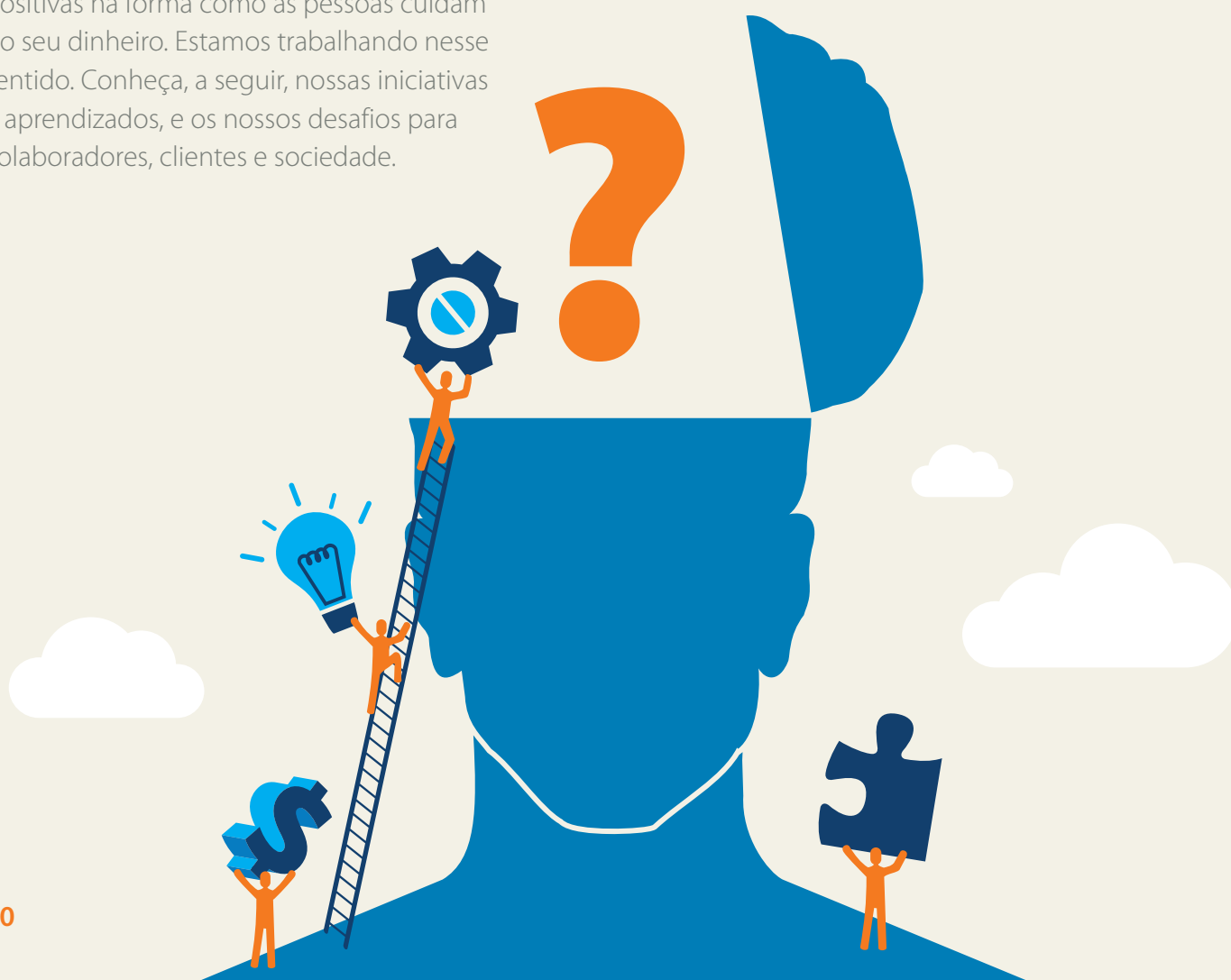
Acreditamos que é necessário um esforço multisetorial para promovermos mudanças positivas na forma como as pessoas cuidam do seu dinheiro. Estamos trabalhando nesse sentido. Conheça, a seguir, nossas iniciativas e aprendizados, e os nossos desafios para colaboradores, clientes e sociedade.

Volume de crédito

O volume de crédito no Brasil atingiu 53,9% do PIB em março de 2013. E a proporção ainda é pequena em comparação aos mesmos índices de outros países.

- Estados Unidos: 177,5% do PIB
- Reino Unido: 163,8% do PIB
- Chile: 89,1% do PIB

Fonte: Banco Central dos países selecionados (ano 2012)



“ O crescimento sustentável do país, bem como a conquista perene de um bem-estar social e econômico para a maioria dos brasileiros, depende da elevação da taxa de poupança interna. Infelizmente, há muito esse índice permanece estacionado em patamares preocupantes. O Brasil tem esse nó a desatar. E ele será desatado se nos aplicarmos em aprender e ensinar que a sensação de dispor de reservas para qualquer contingência dá ao indivíduo tranquilidade para enfrentar a vida. Desataremos ensinando nossas crianças a associar dinheiro e responsabilidade social. Reforçando que quando se gera riqueza se está também enriquecendo o país e contribuindo para que os menos afortunados possam, um dia, vir a contribuir também. A Educação Financeira é um componente estratégico para a realização de tudo isso.”

- **Cássia D’Aquino,**
Especialista em Educação
Financeira para Crianças

“ Vivemos cerca de 30 anos com uma inflação extremante elevada. Este período nos fez ter foco muito intenso no presente e nos tornou sonolentos no quesito planejamento. Com o Plano Real, combatemos a hiperinflação com juros igualmente elevados. Agora, passados 18 anos e com a economia cada vez mais equilibrada, volta à tona a necessidade de nos educarmos, de avaliarmos nossas escolhas e as pequenas decisões de consumo, de crédito e de poupança. Compartilhar, incentivar esses comportamentos e a disseminação desse aprendizado é o que vai determinar a qualidade do nosso futuro, como cidadãos e como país. Não há mais como dissociar a educação financeira do crescimento econômico e da qualidade de vida do povo brasileiro.”

- **Jurandir Sell Macedo**
Especialista em Educação Financeira

“Penso que a Educação Financeira é um dos aspectos mais intimamente ligados à sustentabilidade, por três razões centrais. Em primeiro lugar por que ajuda as pessoas a terem um padrão sustentável de consumo, evitando possíveis rupturas decorrentes da inadimplência ou de uma eventual inadequada preparação para a aposentadoria. Em segundo lugar, pois permite que o banco crie relações duradouras e portanto sustentáveis com seus clientes, sempre baseadas numa relação de ganha-ganha de longo prazo. Em terceiro lugar acredito que a educação financeira ajuda as pessoas a manterem padrões de consumo, que evitam pressões exageradas sobre o meio ambiente, incentivando-as a evitar qualquer tipo de desperdício.”

- **Martin Iglesias**

Gerente de Educação Financeira
para Investidores Itaú Unibanco

“Sobretudo depois da crise de 2008, não há mais dúvidas sobre a importância da educação financeira para indivíduos, populações e para a própria estabilidade do sistema financeiro e econômico dos países. No entanto, amplos questionamentos tem posto na berlinda a real eficácia dos programas tradicionais oferecidos até o momento, o que nos tem levado a buscar alternativas para seu conteúdo e forma de entrega. Nesse sentido, os painéis realizados pelo Grupo de Estudos de Psicologia Econômica [coordenado por mim já há alguns anos], em conjunto com o Banco Itaú, vem apontando uma direção inovadora para discutir e propor insights e estratégias que possam ser traduzidas numa verdadeira orientação psicoeconômica para os clientes, com o objetivo de ajudá-los a tomar melhores decisões.”

- **Vera Rita de Mello Ferreira**

Especialista em Psicologia Econômica

O trabalho começa em casa

Conheça as iniciativas do Itaú para
fomentar a educação financeira
para os colaboradores

Acreditamos que tudo começa com cada um dos nossos **95 mil colaboradores**. Colaboradores que se identificam com os valores do Itaú percebem o impacto positivo da educação financeira em suas próprias vidas. Dessa forma, estão mais preparados e motivados para transmitir seus conhecimentos ao cliente, gerando **valor compartilhado**.

A educação financeira na prática

O público interno do Itaú espelha a população brasileira na sua relação com o dinheiro, com o mesmo nível de acertos, dúvidas e dificuldades. Reflete, também, as consequências que costumam estar relacionadas ao desequilíbrio financeiro, como estresse e queda no desempenho profissional.

Pensando nisso, o Itaú criou iniciativas para sensibilizar e informar os colaboradores sobre a importância da educação financeira.

Objetivos do programa de educação financeira para colaboradores

- Contribuir para a **melhoria do bem-estar financeiro** dos colaboradores e **conscientizá-los** sobre a importância do tema
- Oferecer **soluções financeiras adequadas** às suas necessidades
- Estimular que sejam **multiplicadores** do tema nas suas vidas e também junto ao cliente

Bacen – Março 2013

Trabalhar a educação financeira é bastante desafiador, uma vez que os resultados esperados são mudanças culturais e comportamentais. Por isso, o programa de educação financeira para colaboradores foi reformulado em 2009 para adotar uma abordagem cotidiana, com exemplos próximos da realidade do público.

Outra mudança importante foi a implementação de dois diagnósticos apurados, em 2012. O primeiro deles foi a avaliação sobre o uso adequado de crédito pelos colaboradores, que nos permitiu identificar as áreas que devem ser abordadas com prioridade, bem como o desenvolvimento de planos de ação específicos.

O segundo foi o índice de bem estar financeiro dos colaboradores, um estudo em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP), no qual nossos profissionais fizeram a auto avaliação de sua vida financeira. O diagnóstico confirmou a relação entre o estresse financeiro e o número de faltas e advertências.

Hoje, o programa de educação financeira para colaboradores conta com as seguintes frentes de atuação: comunicação, voluntariado, políticas, atendimento ao colaborador, avaliações de impacto e monitoramento de indicadores, entre outras iniciativas (veja quadro).

O que vem de dentro: iniciativas para colaboradores

Campanha de Uso consciente do dinheiro

Veiculada em todos os canais internos, a campanha destaca a importância do cuidado com as finanças e a relevância do tema para o Itaú. Todos os meses, realizamos ações de comunicação com linguagem acessível e próxima. Entre janeiro de 2012 e março de 2013, criamos:

- **Portal interno:** Os colaboradores têm acesso a vídeos, guias, jogos, enquetes e artigos de especialistas em finanças pessoais, além de relatarem suas experiências em entrevistas e reportagens. Até março de 2013, mais de 24 mil funcionários se inscreveram no canal.
- **Incentivo à participação:** Ao longo do ano, quem realizava as atividades do portal interno acumulava pontos. Todo mês, os primeiros colocados ganhavam exemplares do livro “A Árvore do Dinheiro”, do professor e especialista em finanças pessoais Jurandir Macedo. No final de 2012, o colaborador que somou mais pontos ganhou uma consultoria personalizada com o professor.
- **Palestras:** Desde 2011, realizamos palestras com especialistas em educação financeira como Gustavo Cerbasi, Cássia D’Aquino, Jurandir Macedo, Márcia Tolotti e Eduardo Giannetti. Além de presenciais, os encontros são transmitidos para toda a empresa através do portal interno. Já foram abordados temas ligados ao planejamento, consumo, endividamento, uso adequado do crédito, poupança e investimentos no novo cenário de juros.

Educação

Adotamos dois formatos para os treinamentos de educação financeira:

- **Cursos à distância:** Desde o seu lançamento em 2010 até março de 2013, cerca de 80 mil colaboradores realizaram ao menos um dos sete cursos disponíveis, que promovem a reflexão sobre a forma como as pessoas consomem, gerem suas finanças e se aproximam de seus projetos de vida.
- **Cursos presenciais:** Focado para os colaboradores que têm contato mais direto com os clientes. Em 2012, os temas de educação financeira foram inseridos na formação de gerentes regionais, novos colaboradores, trainees e estagiários. Em 2013, expandimos a formação para outras áreas.

Melhorias nas políticas internas

Sabemos que a dificuldade com a gestão das finanças pode impactar a saúde, o bem-estar e a carreira dos nossos colaboradores. Por isso, estruturamos a frente de educação financeira na área de recursos humanos, para apoiar os funcionários na solução de problemas e orientar os gestores sobre como atuar nessas situações. Além disso, a política de concessão de crédito para novos colaboradores foi reformulada, considerando a nova abordagem e os diagnósticos do programa realizados em 2012.

Atendimento especializado

Disponibilizamos o Fique OK, um canal de RH que presta atendimento telefônico gratuito a todos os funcionários. O profissional conta, por exemplo, com apoio psicológico e assessoria jurídica para questões pessoais, além de orientações relacionadas a problemas financeiros.

Voluntariado

Colaboradores voluntários participam de oficinas sobre o uso consciente do dinheiro com jovens de ONGs e escolas públicas. A Fundação Itaú Social desenvolveu um jogo para que os jovens façam um planejamento de seus projetos e um orçamento para colocá-los em prática. Até 2013, cerca de 1200 voluntários já foram capacitados.

Resultados

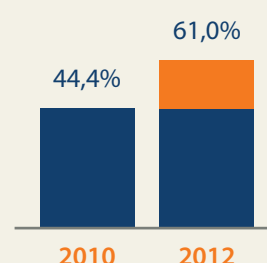
Através de pesquisas, avaliamos o comportamento da população interna em relação à previdência, poupança e investimentos. Confirmamos que os e-learnings e as demais ações do programa têm influenciado uma mudança positiva na vida financeira dos colaboradores. No período de maio de 2010 a maio de 2012, identificamos uma evolução significativa nos volumes de recursos mantidos na poupança, em planos de previdência e em outros investimentos (veja quadro ao lado). Além disso, a campanha interna de comunicação sobre educação financeira foi a mais bem avaliada de 2012, com índices de 89% de visibilidade, 91% de importância da mensagem, e 89% de alinhamento à cultura. Trata-se, enfim, de um **reflexo do movimento interno** que vem acontecendo ao longo do tempo.

Nesse processo, encontramos alguns desafios, como a criação de grupos de controle e indicadores que possam ser medidos ao longo do tempo. Mas já pudemos comprovar que a educação financeira **muda comportamento e traz resultados**. Cabe ao Itaú compartilhar, potencializar e expandir esse trabalho. E a busca pela aplicação nas práticas de negócios é fundamental nesse processo.

Vale a pena **investir** em educação financeira?

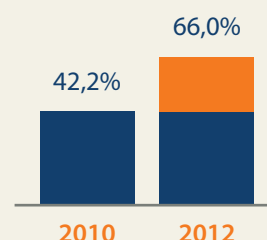
Previdência

Crescimento de 37% na contratação de previdência pelos colaboradores*



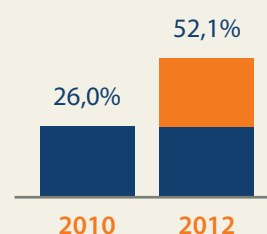
Poupança

Crescimento de 56% na contratação de poupança pelos colaboradores*



Demais investimentos

Crescimento de 100% na contratação de outros investimentos pelos colaboradores*



* Estudo em parceria com Riscos e Finanças

“ A ausência de disciplina financeira começou a prejudicar o casamento, o trabalho e minha saúde. Quando visualizei o banner Saia do Vermelho na intranet do banco, comecei a fazer o curso e a colocar os ensinamentos em prática. Agora, levo meu testemunho aos colegas de trabalho”.

- **Adilson Matias de França**

Operador da Central de Atendimento e multiplicador do programa de educação financeira

“ Participei da capacitação e me tornei um multiplicador do uso consciente do dinheiro. Este é um assunto empolgante, que contribui para a vida financeira mais saudável de nossos clientes”.

- **Jorge Paulo Rodrigues**

Gerente Comercial Geral do PABs. Em 2012, Jorge ministrou palestras sobre educação financeira para mais de mil profissionais das empresas que gerencia

“ Estimular as pessoas a cuidarem melhor das suas finanças é um desafio, ainda mais para uma instituição financeira, como o Itaú Unibanco. Desde 2010 temos trabalhado o tema de forma intensa e aprendemos que este é um assunto que precisa ser abordado de forma contínua, e não pode ser visto como apenas uma campanha pontual. Além disso, a forma de nos comunicarmos e abordarmos o tema é fator chave de sucesso. Precisamos ser simples, próximos e didáticos sem parecermos chatos. É desta maneira que acreditamos que podemos influenciar positivamente o comportamento das pessoas e a forma como lidam com seus recursos financeiros para que, assim, possam fazer melhores escolhas e realizar sonhos e projetos.”

- **Valerie Cadier Adem**

Superintendente de Endomarketing Itaú Unibanco

O que eles dizem

“ Particularmente, entendo que a Educação Financeira é um tema prioritário hoje, pois está diretamente voltada à qualidade de vida das pessoas, ao crescimento e desenvolvimento do país e à sustentabilidade dos negócios. Ligada à qualidade de vida das pessoas, pois quando se programam melhor financeiramente, as pessoas não tem preocupações com dívidas. Ligada ao crescimento e desenvolvimento de um país, pois gera uma consciência de economia, que pode ser aplicada em aquisições de produtos, serviços, estudos, etc. E está voltada à sustentabilidade dos negócios, pois gera consumidores mais conscientes e perenes.”

- **Suze Elaine Petiniunas**

Gerente Consultoria
Pessoas Itaú Unibanco

“ A avaliação das iniciativas de educação financeira é instrumento estratégico de gestão e de transparência, pois comprova se os objetivos esperados estão sendo alcançados, mensurando tanto seu impacto sobre o público afetado como a geração de valor relacionada.”

- **Lígia Vasconcellos**

Gerente de Avaliação de
Projetos Itaú Unibanco

“ A dificuldade de lidar com as finanças pessoais afetam não somente o bolso, mas também a saúde mental e física da pessoa, e conseqüentemente o ambiente onde convive, como, por exemplo, a família, amigos, e a empresa. Ter as finanças em ordem é algo essencial para atingir seus sonhos e metas pessoais. Enfim, ser feliz. Mas isso requer educação, dedicação, e organização.”

- **William Eid Junior**

Coordenador do Centro de
Estudos em Finanças Fundação
Getúlio Vargas SP (FGV/EAESP)

- **Ricardo Rochman**

Coordenador do Mestrado
Profissional em Economia Fundação
Getúlio Vargas SP (FGV/EESP)

Escolha consciente

Como a transparência ajuda os clientes do Itaú a tomarem **boas decisões financeiras**

Por questões culturais e socioeconômicas, muitos brasileiros desenvolveram uma relação de curto prazo com o dinheiro. Esses hábitos podem levar as pessoas ao superendividamento, a não poupar para emergências ou a não se planejar para a aposentadoria.

Sabemos que as mudanças mais importantes partem das atitudes individuais de cada um. Portanto, o Itaú indica caminhos para que nossos clientes façam escolhas financeiras cada vez mais alinhadas às suas necessidades.

Desde 2011, a área de sustentabilidade faz parte da **governança de produtos e serviços do Itaú**. Este comitê, composto pelos líderes

de diferentes áreas da organização, se reúne para garantir o alinhamento dos projetos propostos e em andamento com a estratégia do banco. Avaliam melhorias em produtos já existentes, lançamentos de novos produtos e ajustes de processo.

A perspectiva de educação financeira tem voz ativa nessas análises. Entre os quesitos abordados, está a transparência nas relações e na comunicação para o cliente e a simplicidade de produtos e serviços oferecidos, assim como a possibilidade de inserir orientações financeiras em diversos canais. Esse compromisso levou a um processo intenso de reavaliações e originou novas iniciativas (veja quadro - página 20).

Objetivos de educação financeira **para clientes**

- Promover **a educação financeira, a transparência e a satisfação dos clientes** nas estratégias de negócios, produtos e serviços
- Oferecer com assertividade: **o produto certo, na hora certa, para o cliente certo**
- Ofertar **conhecimento e soluções financeiras** adequadas para cada objetivo e momento de vida do cliente

De dentro para fora: **iniciativas para clientes**

A educação financeira faz parte dos pilares estratégicos de sustentabilidade do Itaú. Conheça algumas iniciativas voltadas para nossos clientes.

Mais de 200 projetos avaliados em 2013

Uma abordagem clara e simplificada pode auxiliar o cliente numa escolha adequada à sua necessidade. Por isso, os novos contratos estão ainda mais simples e transparentes. Novas mensagens avisam quando o cliente vai entrar no cheque especial, por exemplo. As telas de navegação no internet banking e nos caixas eletrônicos priorizam a facilidade. O crédito sob medida auxilia no planejamento de empréstimos já contratados e na renegociação de contratos. E a gestão ativa que, de forma preventiva, avisa os clientes no momento em que dão indícios de utilização não adequada do crédito, oferecendo um produto de renegociação mais adequado à suas necessidades.

Programa Multiplicadores nos Postos de Atendimento Bancário (PABs)

Pensando no impacto do estresse financeiro para o desempenho profissional, desenvolvemos um programa de educação financeira para os colaboradores das empresas clientes, elaborado com base nos aprendizados do programa para os nossos próprios colaboradores. A programação anual, oferecida sem custo, inclui materiais, vídeos e palestras com gerentes multiplicadores do tema.

Até outubro de 2013, 100% dos gestores dos PABs foram capacitados. E, por meio de palestras, o programa já atingiu mais de 2.500 colaboradores das empresas clientes.

Grupos de Estudos com a fundamentação de Psicologia Econômica

Com a coordenação da Especialista em Psicologia Econômica, Vera Rita de Mello Ferreira, em 2013, realizamos grupos de estudos com o objetivo de construir conteúdos e insights para melhor orientar nossos clientes na escolha dos produtos e serviços financeiros que estejam adequados às suas necessidades e momento de vida.

Órgãos de Defesa do Consumidor

Mantemos diálogo constante para promover a educação financeira e solucionar os problemas que podem levar a reclamações no Procon. Desde 2011, fazemos rodadas de diálogos com representantes dos órgãos de defesa do consumidor em diversas praças do Brasil. Entendemos que a redução das queixas é um indicador importante de satisfação dos clientes.

Também em parceria com os órgãos de defesa do consumidor, em 2012, aplicamos o jogo do uso consciente do dinheiro com assessores de defesa do consumidor do Itaú, Procons e outras instituições. Foram 11 encontros e 223 participantes, visando formar multiplicadores do tema.

Para o bem de todos

Como as iniciativas de educação financeira podem **contribuir para a sociedade**

O Itaú acredita que a educação financeira é um tema a ser trabalhado em grande escala. Quando as pessoas comprometem sua renda além da capacidade de pagamento, cresce a inadimplência, que influencia a taxa de juros e, consequentemente, provoca o aumento do custo de crédito para a sociedade.

As práticas de educação financeira podem **ajudar a sociedade a se relacionar com o dinheiro de forma mais consciente e equilibrada**. Por isso, o Itaú desenvolve iniciativas que auxiliam as pessoas a fazerem boas escolhas (veja quadro - página 22).

Objetivos de educação financeira **para a sociedade**

- Desenvolver iniciativas de Educação Financeira **para a sociedade**.
- Disseminar conteúdo isento e relevante de Educação Financeira **por meio de uma abordagem simples, próxima e transparente**.
- Articular o diálogo sobre o tema **estimulando a colaboração entre os diversos atores**

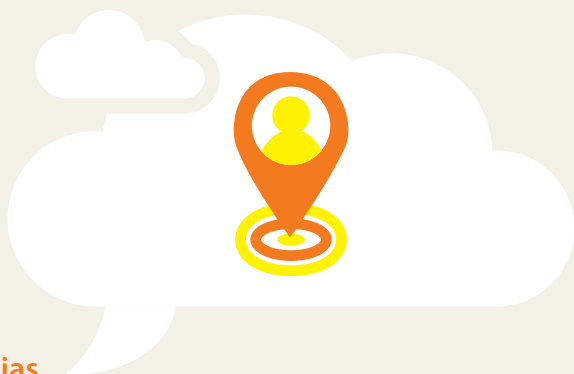
Lá fora: iniciativas para a sociedade



Novo Site

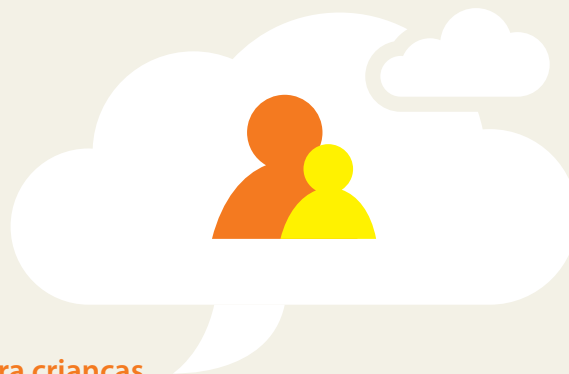
Um portal interativo lançado em 2012. Através de vídeos, guias, testes, simuladores, áudios e artigos, são abordados temas como o equilíbrio entre consumir e poupar, como sair do vermelho e como falar do tema em família e com os filhos, entre outros. Nos primeiros 8 meses, o site acumulou cerca de 2 milhões de acessos.

Visite: www.italu.com.br/usoconsciente



Guias

Em 2012, criamos novas versões de 7 guias práticos: “Consumir e poupar”, “Use bem o seu dinheiro”, “O melhor crédito para você”, “Saia do vermelho”, “Família e dinheiro”, “Sobrou dinheiro, e agora?” e “Conta corrente e cartão de débito”. Também produzimos rádio releases com dicas rápidas que atingiram cerca de 20% dos municípios brasileiros.



Para crianças

Em 2012, lançamos o livro infantil “A árvore dos Sonhos”*. A obra mostra como as escolhas feitas pelo personagem Joãozinho influenciam na sua relação com o dinheiro. A versão digital pode ser encontrada no portal de **uso consciente do dinheiro**. O livro também será lançado na versão áudio e adaptado o formato de aplicativo em 2013. Em 2012, publicamos também o guia “Como falar de dinheiro com as crianças” da especialista Cássia D’Aquino, incentivando pais e educadores a inserir o assunto na família e na escola, desempenhando seu papel na formação de indivíduos autônomos e conscientes de suas escolhas.

* Livro de autoria de Fabiano Onça



Para universitários

Em 2011, criamos as Palavras de Sabedoria, uma série de 16 vídeos com dicas de consultores para os jovens. Os temas abrangem da festa de formatura até formas de multiplicar o dinheiro. Lançamos também o novo portal Universitário Itaú, com conteúdo customizado e ferramentas interativas para controlar as finanças.

No mesmo ano, o projeto Meu Guru da Grana convidou os jovens a enviarem depoimentos em vídeo sobre suas histórias com o dinheiro. Três deles foram selecionados e orientados pelo consultor Gustavo Cerbasi, em uma série de nove episódios publicados na página oficial do Itaú Universitários no Facebook

Em 2012, lançamos o site “Granabook”, o primeiro guia virtual colaborativo de educação financeira para universitários. O conteúdo foi estruturado a partir de comentários enviados por 26 mil jovens na página do Itaú Universitários. Os temas abordados iam de “Como organizar dívidas” até “Como planejar investimentos”.

Visite: www.granabook.com.br



Crédito

Em 2011, a campanha de crédito consciente trouxe tutoriais na internet que apresentavam os diferentes tipos de crédito e levavam o consumidor a refletir sobre a necessidade de utilizá-los.

Em 2012, fomos premiados na categoria de Serviços Financeiros no Effie Awards, que elege as melhores estratégias de marketing.

Juntas, as campanhas de 2011 e 2012 somaram mais de 13 milhões de acessos.

Visite: www.italu.com.br/creditoconsciente



Investimento

O canal Invista, lançado no YouTube em 2011, reúne tutoriais, simuladores e jogos educativos sobre investimentos e previdência. Até maio de 2013, o canal registrou mais 9 milhões de visualizações.

Em 2012, a campanha “Investir É”, veiculada em revistas, jornais, rádio e televisão, convidou as pessoas a refletirem sobre a importância da reserva financeira.

Desenvolvemos também a metodologia 1-3-6-9 que, de um jeito simples e fácil, auxilia as pessoas a se planejarem para a aposentadoria.

Realizamos palestras sobre uso consciente do dinheiro na Expo Money, feira que promove o conhecimento sobre planejamento financeiro e investimentos.

Visite: www.itaubr.com.br/invista



Academia

Em 2013 passamos a apoiar o LABMEC Estúdio de Finanças da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC RS) que tem os seguintes objetivos: capacitação de estudantes para prestação de aconselhamento financeiro à comunidade; visitas guiadas de escolas de 1º e 2º grau ao estúdio de finanças para participação de palestras e atividades de planejamento financeiro pessoal; e circuito de palestras e cursos para o público adulto.



Ensino Médio

O Itaú Unibanco, a Fundação Itaú Social e o Instituto Unibanco têm orgulho de ser apoiador do projeto para o Ensino Médio da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). O programa oferece aos jovens do ensino médio informações e orientações que contribuem na construção de um pensamento financeiro consistente e no desenvolvimento de comportamentos autônomos e saudáveis, permitindo que eles sejam os protagonistas de sua história, com plena capacidade para planejar o que desejam para si e para os grupos familiares e sociais a que pertencem.

“ Como orientar as pessoas a usar o dinheiro conscientemente? Como pensar em previdência num tempo em que as pessoas vão viver mais? E em aposentadoria quando as pessoas não querem parar quando se aposentam? Essas são perguntas que nos fazemos diariamente e que direcionam nosso trabalho tanto interna quanto externamente. E educação financeira é uma das respostas para essas perguntas. Por isso, esse é um dos focos para alcançarmos nossa visão de performance sustentável e satisfação de clientes, além de fazer parte da nossa plataforma de comunicação. Isso muda a vida das pessoas. Isso melhora nossos negócios. **#issomudaomundo.**”

- **Andrea Pinotti Cordeiro**

Diretora de Marketing
Institucional e Sustentabilidade

Saber para **poder mudar**



Principais aprendizados das iniciativas de educação financeira

Foram inúmeros os aprendizados desde que começamos a investir em educação financeira em 2004. O primeiro deles é que ao falar desse tema estamos falando sobre melhores escolhas, sobre pensar antes de tomar uma decisão. A abordagem comportamental tem uma importância fundamental nesse sentido. Através dela, conseguimos aumentar o interesse das pessoas e aproximar o tema das suas necessidades e do seu dia a dia.

Respeitando os princípios de transparência e isenção, não vinculamos o tema a oferta de produtos do Itaú. Quando necessário, nos referimos a produtos do mercado financeiro em geral. O foco na orientação faz com que nossos conteúdos sejam considerados isentos, com credibilidade junto à sociedade.



Também aprendemos sobre a necessidade de definir escopo e indicadores de mensuração. Mensurar as iniciativas nos permite saber se estamos no caminho certo ou se ajustes são necessários.

Um ponto de atenção diz respeito à atuação em várias frentes ao mesmo tempo, pois isso pode significar a perda de foco e de resultado. No nosso caso, essa constatação fica evidente pelo foco em colaboradores nos últimos anos: os resultados obtidos internamente são de grande contribuição para as iniciativas com clientes e a sociedade.

Por fim, compreendemos que as iniciativas do uso consciente do dinheiro precisam ser consistentes ao longo do tempo para realmente gerarem transformações.

O que cada um **pode fazer**

O Itaú é um **agente de transformação**.

E convida você a assumir o seu papel e a transformar também.

Sabemos que as estratégias e iniciativas sobre educação financeira estão longe de se esgotar. Nesta jornada ainda temos muitas oportunidades para explorar e desafios para vencer. Sozinhos, não mudaremos esse cenário. Portanto, convidamos todos a uma reflexão. É hora de repensar valores, objetivos e atitudes. Para onde nos leva a cultura do consumo e da satisfação dos desejos no curto prazo? Quais são as bases das relações humanas que desejamos construir?

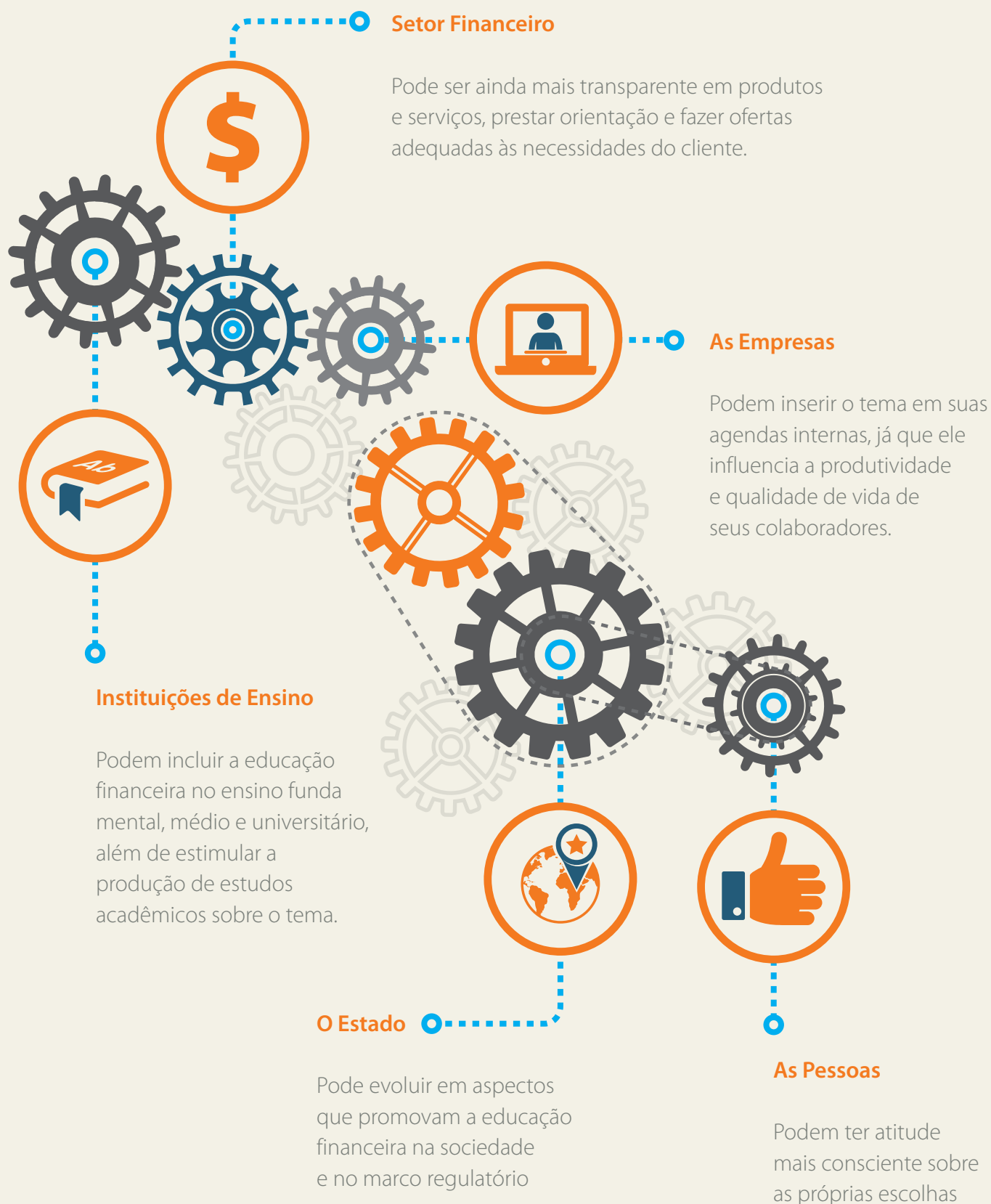
Nesse cenário, a educação financeira se apresenta como um caminho que pode trazer muitos benefícios. O dinheiro e o consumo deixam de ser protagonistas na vida das pessoas para viabilizar um futuro mais equilibrado e uma sociedade mais sustentável. Todos têm um papel a desempenhar (veja ilustração na página ao lado).

Iniciativas já existentes, como a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), devem ser apoiadas e incentivadas. Mas essa é uma causa que, por sua grandeza, pertence a toda a sociedade, e cada um deve fazer o que estiver ao seu alcance. É papel de todos garantir que o Brasil seja um país de pessoas que fazem boas escolhas inclusive com o dinheiro.

Como você pode ajudar? De início, repensando as atitudes para tomar decisões financeiras cada vez mais conscientes. Em seguida, multiplicando o tema no seu cotidiano, através de debates, iniciativas e compartilhamento de experiências. O que acha de se engajar nessa causa?

O papel de **todos**

Você também está convidado a fazer parte dessa causa.



Expediente

Este material foi desenvolvido com o objetivo de organizar e compartilhar o que estamos fazendo. Educação financeira é um tema em constante evolução. Por esse motivo, sua opinião, sugestões e críticas são bem vindas!

usoconscientedodinheiro@itau-unibanco.com.br

Referências

www.itau.com.br/usoconsciente
www.itau.com.br/sustentabilidade

Itaú Unibanco

Superintendência de Sustentabilidade

Praça Alfredo Egydio de Souza Aranha, 100
Torre Olavo Setubal - 7º andar
São Paulo SP CEP 04344-902

Projeto Gráfico

Adriana Tamashiro

Impressão

Dinâmica Gráfica e Editora



Este livro foi produzido com papéis certificados FSC (Forest Stewardship Council), que é uma garantia de que a matéria-prima advém de uma floresta manejada de forma ecologicamente correta, socialmente e economicamente viável.

