

Mais de 60% da centena e meia de entidades que responderam pesquisa da Abrapp já possuem **Programas de Educação Financeira e Previdenciária** (PEFP). Esta é, no entender de Consuelo Vecchiatti (Fipcq), Coordenadora da Comissão Técnica Nacional de Educação, uma das principais evidências, mas não a única, da importância que o tema vem assumindo para os dirigentes de nossas associadas. Um outro sinal claro da enorme relevância do assunto, segundo ela, é que quase a metade do quadro associativo enviou suas respostas. “Foi um dos melhores retornos em muito tempo”, sintetiza Consuelo.

A pesquisa, realizada nos meses de maio e junho e agora divulgada na forma de sumário, terá os seus resultados conhecidos com muitos mais detalhes no 2º Encontro Nacional de Educação dos Fundos de Pensão, a realizar-se na primeira semana de outubro próximo.

Uma ampla maioria (88,16%) envia os seus programas de educação para a aprovação da Previc (Superintendência Nacional de Previdência Complementar), o que revela altas formalização e consolidação.

O percentual de entidades que não possui programas formalmente estruturados (39,68%), embora não seja pequeno, está longe de ser expressivo. E perde mais em expressividade quando se considera, nota Consuelo, que “em grande parte delas o que se verifica são providências em andamento para que a associada tenha o seu PEFP”. Em resumo, é pura questão de tempo.

Perguntadas há quanto tempo possuem os seus programas, 44,74% das entidades informaram entre 2 e 3 anos, 23,68% entre 3 e 4 anos e 18,42% no último 1 ano. Apenas 13,16% os têm há mais de 5 anos, o que reforça a ideia de que o tema educação previdenciária emergiu há não muito tempo, fruto da necessidade de levar os participantes a entender as mudanças na conjuntura, em que se combinam uma maior complexidade do mundo atual, uma maior dificuldade em obter rentabilidades adequadas e uma maior diversidade de opções a escolher.

Em 34,21% das entidades o programa de educação é levado adiante pela área de comunicação. Em 17,11% dos casos a responsabilidade cabe diretamente à Diretoria. Praticamente empatadas aparecem as áreas de segurança (14,47%) e de relacionamento (13,16%).

Fonte: [ABRAPP](#), em 05.08.2014.