



PRINCÍPIOS DO G20 PARA A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS FINANCEIROS

Outubro 2011



Organisation for Economic Co-operation and Development,
2 rue André-Pascal, 75775 Paris cedex 16, France
www.oecd.org

PREÂMBULO

A confiança dos consumidores em mercados de produtos e serviços financeiros que funcionem corretamente promove a estabilidade financeira, o crescimento, a eficiência e a inovação numa ótica de longo prazo. Nesta perspetiva, os regimes tradicionais de fiscalização e regulação habitualmente adotados pelas entidades de supervisão contribuem, atualmente, para a proteção dos consumidores, sendo esta, frequente e crescentemente, reconhecida como um dos principais objetivos destes organismos, a par da estabilidade financeira. No entanto, reconhece-se como necessário a implementação de iniciativas adequadas e direcionadas para complementar ou reforçar a proteção do consumidor de produtos financeiros, de forma a responder aos mais recentes desenvolvimentos estruturais, apesar de estas iniciativas já estarem consagradas em vários ordenamentos jurídicos.

A necessidade de uma política e de um enfoque regulamentar renovados na proteção do consumidor de produtos financeiros decorre, nomeadamente, da maior transferência de oportunidades e riscos para os indivíduos e para as famílias nos vários segmentos dos serviços financeiros, bem como da crescente complexidade dos produtos financeiros e das rápidas alterações tecnológicas. Estas questões são suscitadas num momento em que o acesso básico aos produtos financeiros e o grau de literacia financeira se encontram ainda em níveis reduzidos em certos países. O risco de os consumidores serem alvo de fraudes e abusos pode aumentar perante um desenvolvimento e inovação rápidos no mercado financeiro, a existência de prestadores de serviços financeiros não regulados, inadequadamente regulados e/ou supervisionados, assim como de incentivos desadequados atribuídos a estes fornecedores de produtos e serviços financeiros. Em particular, os consumidores com baixos rendimentos e menos experientes nestas matérias enfrentam, muitas vezes, desafios específicos nestes mercados.

Neste contexto, a proteção do consumidor de produtos financeiros deve ser fortalecida e estar associada a políticas de inclusão e de formação financeiras, pois tal contribui para o reforço da estabilidade financeira. Apesar de a proteção do consumidor de produtos financeiros ser essencial para proteger os direitos dos consumidores, reconhece-se que esses direitos são, simultaneamente, acompanhados de responsabilidades para o consumidor. Impõe-se, assim, a consagração legal da proteção do consumidor de produtos financeiros, de entidades de supervisão com autoridade e recursos necessários para a prossecução do seu objeto, de um tratamento equitativo, da divulgação de informação adequada, da melhoria da formação financeira, de conduta responsável da parte dos prestadores de serviços financeiros e dos agentes autorizados, de um aconselhamento objetivo e apropriado, de proteção de ativos e de dados, nomeadamente contra fraudes e abusos, de um regime concorrencial, de meios adequados ao tratamento de reclamações e mecanismos e políticas de recurso que tenham em conta, quando necessário, as especificidades sectoriais e internacionais, os desenvolvimentos tecnológicos e as necessidades especiais de grupos vulneráveis. Esta abordagem complementa e desenvolve a regulação e supervisão financeiras, assim como a governação financeira.

É importante que todas as partes interessadas participem no processo de elaboração desta política, de forma a garantir a consagração de regimes efetivos e proporcionais de proteção do consumidor de produtos financeiros.

Estes princípios são dirigidos aos membros do G20 e a outras economias interessadas, tendo sido desenvolvidos para apoiar os esforços de melhoria da proteção do consumidor de produtos financeiros. São princípios voluntários, concebidos para complementar os princípios ou orientações financeiros internacionais existentes, não os substituindo. Não abordam, em concreto, questões sectoriais específicas tratadas pelas organizações internacionais competentes e pelos organismos de regulação financeira, tais como o Comité de Supervisão Bancária de Basileia (BCBS), a Associação Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS) e a Organização Internacional de Comissões de Valores Mobiliários (IOSCO). Diferentes tipos de transações apresentam diferentes perfis de risco. Os princípios são suscetíveis de ser adaptados aos contextos nacionais específicos e sectoriais e deverão ser revistos periodicamente pelas organizações internacionais relevantes¹. Os membros do G20 e outras economias interessadas deverão avaliar os respetivos regimes nacionais relativos à proteção do consumidor de produtos financeiros, tendo em consideração estes princípios, bem como promover a cooperação internacional para apoiar o reforço da proteção do consumidor de produtos financeiros, nos termos consagrados nestes princípios.

¹ Tal poderá, em concreto, incluir relatórios de avaliação efectuados pela OCDE, *Financial Stability Board* (FSB), Banco Mundial e organismos de normalização, tais como o BCBS, IOSCO e IAIS.

PRINCÍPIOS

1. Quadro legal, regulamentar e de supervisão

A proteção financeira do consumidor deve ser uma parte integrante do quadro legal, regulamentar e de supervisão, devendo refletir a diversidade das condições nacionais, o mercado global e os desenvolvimentos da regulação no sector financeiro.

A regulação deve refletir e ser adequada às características, tipo e variedade dos produtos e dos consumidores financeiros, aos seus direitos e responsabilidades e reagir oportunamente aos novos produtos, respetivas estruturas, tecnologias e formas de prestação de serviços². Devem ser consagradas estruturas legais e judiciais ou mecanismos de supervisão fortes e efetivos que protejam os consumidores e sancionem as fraudes financeiras, abusos e erros.

Os prestadores de serviços financeiros e agentes autorizados³ devem ser objeto de adequada regulamentação e/ou supervisão, tendo em conta o serviço que prestam e as especificidades sectoriais.

As entidades não-governamentais competentes – nas quais se incluem as associações do sector financeiro e dos consumidores, ordens profissionais e organismos de investigação – devem ser ouvidas aquando da elaboração de políticas relativas à proteção do consumidor de produtos financeiros ou à formação financeira. A participação destas entidades e, em particular, das associações de consumidores, deve ser facilitada e promovida.

2. Papel das entidades de supervisão

Devem existir entidades de supervisão com responsabilidades expressamente consagradas no âmbito da proteção do consumidor de produtos financeiros, de forma não necessariamente exclusiva, e com os necessários poderes para cumprir este objetivo. Estas entidades deverão ter uma clara e objetiva definição de responsabilidades e governação adequada, independência operacional, responsabilização pelas suas atividades, poderes apropriados, recursos e competências, um regime de implementação definido e transparente e processos de regulamentação claros e consistentes. As entidades de supervisão devem observar elevados padrões profissionais, nomeadamente quanto a normas de confidencialidade a aplicar às informações relativas aos consumidores e ao sigilo profissional, bem como evitar conflitos de interesses.

Deve ser promovida a cooperação com outras autoridades de supervisão dos serviços financeiros e entre autoridades ou departamentos responsáveis por matérias sectoriais. Sempre que se considere adequado, a igualdade de condições entre serviços financeiros deve ser incentivada. Deve também ser promovida a cooperação internacional entre entidades de supervisão, dando particular atenção às questões de proteção do consumidor decorrentes de transações internacionais e de práticas de comercialização e vendas transfronteiriças.

² Sempre que necessário, devem ser desenvolvidos mecanismos apropriados dirigidos a novos canais de prestação de serviços financeiros, incluindo a distribuição de produtos financeiros através de comunicações móveis, por meios electrónicos e à distância, enquanto forma de preservar os seus benefícios potenciais para os consumidores.

³ Entende-se por agentes autorizados os terceiros que actuam em nome do prestador de serviços financeiros ou de forma independente, nos quais se incluem os agentes (sejam agentes vinculados ou agentes independentes), corretores, consultores e intermediários, etc.

3. Tratamento equitativo e justo dos consumidores

Os consumidores de produtos financeiros devem ser tratados de forma equitativa, honesta e justa em todas as fases do relacionamento com os prestadores de serviços financeiros. Tratar de forma justa os consumidores deve ser inerente à boa governação e à cultura empresarial dos prestadores de serviços financeiros e agentes autorizados. Deve prestar-se especial atenção às necessidades dos grupos vulneráveis.

4. Deveres de informação e de transparência

Os prestadores de serviços financeiros e agentes autorizados devem prestar aos consumidores a informação essencial, que especifique as vantagens, os riscos e as condições fundamentais do produto. Deve também ser prestada informação ao consumidor, por parte do prestador de serviços financeiros, sobre eventuais conflitos de interesses do agente autorizado que vende o produto⁴.

A informação deve incidir, designadamente, sobre as características essenciais do produto financeiro. Deve ser prestada informação adequada em todas as fases do relacionamento com o cliente. Todo o material promocional sobre o produto financeiro deve ser preciso, fiável, compreensível e verdadeiro. Sempre que possível, devem ser adotadas práticas normalizadas de informação pré-contratual (por exemplo, impressos) que permitam a comparação entre produtos e serviços da mesma natureza. Devem ser desenvolvidos mecanismos específicos, incluindo mecanismos de alerta, para prestar informações adequadas relativas aos produtos e serviços conforme a sua complexidade e risco. De forma a determinar e a melhorar a eficácia da informação prestada, devem, quando possível, ser realizados estudos junto dos consumidores.

O aconselhamento deve ser o mais objetivo possível e deve, em geral, basear-se no perfil do consumidor, considerando a complexidade do produto e os riscos a ele associados, bem como os objetivos financeiros do cliente, os seus conhecimentos, capacidades e experiência.

Os consumidores devem estar cientes da importância de prestarem informações relevantes, exatas e de que disponham aos prestadores de serviços financeiros.

5. Formação e sensibilização financeiras

A formação e a sensibilização financeiras devem ser promovidas por todos os intervenientes relevantes, devendo também ser disponibilizadas informações claras sobre a proteção dos consumidores e respetivos direitos e responsabilidades. Devem ser desenvolvidos mecanismos adequados para ajudar os atuais consumidores, bem como os futuros, a desenvolver conhecimentos, capacidades e confiança que lhes permitam compreender adequadamente os riscos, incluindo os riscos e as oportunidades de natureza financeira, fazer escolhas informadas, saber onde dirigir-se para obter assistência e tomar medidas eficazes para melhorar a sua situação económica.

⁴ Os prestadores de serviços financeiros e agentes autorizados devem prestar informações por escrito e oralmente que sejam claras, concisas, rigorosas, fiáveis, comparáveis, facilmente acessíveis e tempestivas sobre os produtos e serviços financeiros que estão a fornecer, nomeadamente no que respeita às principais características dos produtos e, se for caso disso, sobre produtos e serviços alternativos que prestem, incluindo os mais simples. Em regra, a informação deve incluir preços, custos, sanções pecuniárias, comissões de cancelamento, riscos e modalidades de cessação.

Deve ser promovida uma oferta abrangente de formação e informação financeiras de forma a permitir o aprofundamento de capacidades e de conhecimentos financeiros dos consumidores, especialmente dos grupos vulneráveis.

Tendo em consideração os contextos nacionais, a formação e a sensibilização financeiras devem ser encorajadas como parte de uma estratégia mais ampla de proteção dos consumidores de produtos financeiros e de formação financeira, a ser disponibilizada através de meios variados e apropriados, tendo início na infância e sendo acessível em todas as etapas da vida. Devem ser desenvolvidos programas e abordagens específicos relacionados com a formação financeira orientados para os grupos vulneráveis de consumidores de produtos financeiros.

As partes interessadas devem ser encorajadas a implementar os princípios e orientações internacionais sobre educação financeira desenvolvidos pela Rede Internacional sobre Educação Financeira da OCDE (INFE – *International Network on Financial Education*). Deve ser compilada, por instituições nacionais e organizações internacionais relevantes, informação adicional que permita efetuar comparações, a nível nacional e internacional, sobre formação e sensibilização financeiras, a fim de avaliar e melhorar a eficácia das abordagens de formação financeira.

6. Conduta empresarial responsável dos prestadores de serviços financeiros e agentes autorizados

Os prestadores de serviços financeiros e agentes autorizados devem ter como objetivo prosseguir os interesses dos seus clientes e ser responsáveis por apoiar as iniciativas de proteção dos consumidores de produtos financeiros. Os prestadores de serviços financeiros devem também ser responsáveis e responsabilizados pelos atos dos seus agentes autorizados.

Dependendo da natureza da transação, e tendo por base informações prestadas pelos clientes, os prestadores de serviços financeiros, antes de celebrarem um contrato para a venda de um produto ou para a prestação de um serviço ou de aconselhamento, devem avaliar os recursos financeiros relevantes dos seus clientes, as condições em que estes se encontram e as respetivas necessidades. Os funcionários, especialmente aqueles que interagem diretamente com os clientes, devem ter formação e qualificação adequadas às funções que desempenham. Perante situações que possam desencadear conflitos de interesses, os prestadores de serviços financeiros e agentes autorizados devem procurar evitá-las. Quando tais conflitos não puderem ser evitados, os prestadores de serviços financeiros e agentes autorizados devem assegurar a prestação adequada de informação, dispor de mecanismos internos para gerir esses conflitos ou recusar a venda do produto ou a prestação do serviço ou do aconselhamento.

A política de remuneração dos funcionários, tanto dos prestadores de serviços financeiros como dos agentes autorizados, deve ser definida de forma a encorajar uma conduta empresarial responsável, a promover o tratamento justo dos consumidores e a evitar o surgimento de conflitos de interesses. Essa política deve ser divulgada junto dos clientes sempre que necessário, nomeadamente quando potenciais conflitos de interesses não possam ser geridos ou evitados.

7. Proteção dos ativos dos consumidores contra fraudes e abusos

A prestação de informação relevante e os mecanismos de controlo e de proteção devem assegurar, de forma adequada e com elevado grau de segurança, os depósitos dos consumidores, as poupanças e outros ativos financeiros semelhantes, nomeadamente contra fraudes, má administração ou abusos.

8. Proteção de dados e da privacidade dos consumidores

Os dados financeiros e pessoais dos consumidores devem estar protegidos através de mecanismos adequados de controlo e de proteção. Esses mecanismos devem definir os fins para os quais os dados podem ser recolhidos, processados, guardados, utilizados e divulgados, especialmente no que respeita ao acesso por terceiros. Estes mecanismos devem também prever o direito dos consumidores de obterem informação sobre a partilha de dados, a forma de acesso aos dados e a possibilidade de correção imediata e/ou eliminação de informações imprecisas ou ilegalmente recolhidas ou processadas.

9. Tratamento de reclamações e reparação

Os ordenamentos jurídicos devem assegurar que os consumidores têm acesso a mecanismos adequados de tratamento de reclamações e de reparação, que sejam acessíveis, pouco dispendiosos, independentes, justos, responsáveis e que atuem de forma tempestiva e eficiente. Tais mecanismos não devem implicar custos, atrasos ou encargos irrazoáveis para os consumidores. Nos termos *supra* referidos, os prestadores de serviços financeiros e agentes autorizados devem dispor de mecanismos de tratamento de reclamações e de reparação. Quando as reclamações apresentadas não sejam resolvidas eficazmente através dos mecanismos de resolução interna de litígios dos prestadores de serviços financeiros e agentes autorizados, os consumidores devem ter ao seu alcance uma via de recurso independente. Deve ser tornada pública informação agregada respeitante a reclamações e à sua resolução.

10. Concorrência

Devem ser fomentados mercados competitivos, a nível nacional e internacional, a fim de proporcionar aos consumidores maior possibilidade de escolha quanto a serviços financeiros e deve ser promovido um incentivo concorrencial entre os respectivos prestadores, tendo em vista a disponibilização de produtos competitivos, o aumento da inovação e a manutenção de elevada qualidade de serviço. Os consumidores devem ser capazes de procurar, comparar e, se for caso disso, trocar de produtos e de prestadores de serviços financeiros contratados de forma fácil, com custos razoáveis e devidamente publicitados.