

POLÍTICAS DE INCLUSÃO
E FORMAÇÃO FINANCEIRA

Encontro dos Bancos Centrais
dos Países de Língua Portuguesa
Lisboa, julho de 2013



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

POLÍTICAS DE INCLUSÃO E FORMAÇÃO FINANCEIRA

ENCONTRO DOS BANCOS CENTRAIS
DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA

Lisboa, 2013
Disponível em
www.clientebancario.bportugal.pt
ou em www.bportugal.pt



Banco de Portugal
EUROSISTEMA

BANCO DE PORTUGAL

Av. Almirante Reis, 71

1150-012 Lisboa

www.bportugal.pt

Edição

Departamento de Supervisão Comportamental

Design, impressão e acabamento

Departamento de Serviços de Apoio

Área de Documentação, Edições e Museu

Serviço de Edições e Publicações

Lisboa, 2013

Tiragem

150 exemplares

ISBN 978-989-678-210-8 (impresso)

ISBN 978-989-678-211-5 (*on-line*)

ISSN 2183-1033 (impresso)

ISSN 2183-1025 (*on-line*)

Depósito Legal n.º 366008/13

ÍNDICE

NOTA DO GOVERNADOR

INTRODUÇÃO

I. INCLUSÃO FINANCEIRA

- 11** 1. Importância e desafios da inclusão financeira
- 12** Caixa 1 | Conceito de inclusão financeira
- 15** 2. Princípios e melhores práticas internacionais de promoção da inclusão financeira
- 16** Caixa 2 | Princípios do G20 para a Inclusão Financeira Inovadora
- 19** 3. Iniciativas de inclusão financeira dos bancos centrais dos países de língua portuguesa
- 20** Caixa 3 | Índice de inclusão financeira

II. FORMAÇÃO FINANCEIRA

- 29** 1. Importância e desafios da formação financeira
- 31** Caixa 4 | Conceito de literacia financeira
- 33** 2. Princípios e melhores práticas internacionais de promoção da formação financeira
- 36** Caixa 5 | Princípios da OCDE/INFE sobre estratégias nacionais de formação financeira
- 42** 3. Iniciativas de formação financeira dos bancos centrais dos países de língua portuguesa

ANEXO – INICIATIVAS DOS BANCOS CENTRAIS DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA NA PROMOÇÃO DA INCLUSÃO E FORMAÇÃO FINANCEIRA

- 47** Banco Central de São Tomé e Príncipe
- 48** Banco Central de Timor-Leste
- 49** Banco Central do Brasil
- 51** Banco Central dos Estados da África Ocidental - Guiné-Bissau
- 52** Banco de Cabo Verde
- 53** Banco de Moçambique
- 55** Banco de Portugal
- 57** Banco Nacional de Angola

59 REFERÊNCIAS

LISTA DE SIGLAS

- AFI *Alliance for Financial Inclusion* (Aliança para a Inclusão Financeira)
- ATM *Automated Teller Machine* (Caixa Automática)
- BCPLP Bancos Centrais dos Países de Língua Portuguesa
- CGAP *Consultive Group to Assist the Poor* (Grupo Consultivo de Assistência aos Pobres)
- EBIC *European Banking Industry Committee* (Comité Bancário Europeu)
- FIEG *Financial Inclusion Experts Group* (Grupo de Peritos para a Inclusão Financeira do G20)
- FMI Fundo Monetário Internacional
- GPFI *Global Partnership for Financial Inclusion* (Parceria Global para a Inclusão Financeira)
- IIF Índice de Inclusão Financeira
- ILF Índice de Literacia Financeira
- INFE *International Network on Financial Education* (Rede Internacional de Formação Financeira)
- OCDE Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico
- PISA *Programme for International Student Assessment* (Programa Internacional de Avaliação de Estudantes)
- PME Pequenas e Médias Empresas
- POS *Point of Sale* (Terminal de Ponto de Venda)
- SMB Serviços Mínimos Bancários
- UE União Europeia



NOTA DO GOVERNADOR

É hoje amplamente reconhecida a importância da inclusão e da formação financeira para a proteção dos consumidores e para o bom funcionamento do sistema financeiro e da economia.

O acesso dos cidadãos a produtos e serviços financeiros adequados às suas necessidades de aforro e de investimento é um fator-chave para o desenvolvimento da economia e para o bem-estar das populações. Um sistema financeiro inclusivo é capaz de gerar mais poupança e de financiar o investimento de forma mais eficiente, potenciando o crescimento económico e reduzindo as desigualdades sociais.

A inclusão financeira contribui ainda para uma gestão mais eficiente do orçamento familiar e diminui o recurso a sectores informais de prestação de serviços financeiros, não regulamentados e não supervisionados e, portanto, menos seguros.

Finalmente, consumidores cientes da natureza e dos riscos dos produtos e serviços financeiros são capazes de tomar decisões mais adequadas ao seu perfil de risco e aos seus objetivos, contribuindo para a eficiência e estabilidade do sistema financeiro.

A recente crise financeira internacional demonstrou que a assunção de riscos desajustados do perfil, da realidade patrimonial e do rendimento de aforradores e investidores pode ter consequências devastadoras.

Os produtos financeiros são cada vez mais diversificados e complexos. Por isso, aforradores e investidores só devem assumir riscos que sejam capazes de compreender e de gerir. Os aforradores, em particular, tendem a olhar para a remuneração e a menosprezar os riscos associados, esperando que, em caso de perdas, estas sejam assumidas por terceiros. Ora, não há remunerações elevadas sem risco associado.

Compete aos supervisores financeiros garantir que as instituições prestam aos clientes informação clara e completa sobre os produtos e os serviços que comercializam. Mas, embora a informação financeira seja importante para a proteção dos consumidores, não é suficiente por si só. Os consumidores de produtos financeiros têm de conseguir compreender a informação que lhes chega e escolher os produtos e serviços que melhor se ajustem ao seu perfil de risco, às suas necessidades, património e rendimento. Por outro lado, têm de estar conscientes dos seus direitos e deveres, para adotarem uma postura crítica da atuação das instituições. São precisamente estes os objetivos da formação financeira.

Os bancos centrais dos países de língua portuguesa, entre os quais o Banco de Portugal, têm dedicado cada vez mais atenção à promoção da inclusão e da literacia financeira, participando ativamente na definição e implementação de estratégias com base nas melhores práticas internacionais e, designadamente, nos Princípios do G20 para a Inclusão Financeira Inovadora e nos Princípios da OCDE / *International Network on Financial Education* para a formação financeira.

Essa preocupação comum fica bem expressa com a realização em 2013, no Banco de Portugal, do encontro dos bancos centrais dos países de língua portuguesa sobre políticas de inclusão e formação financeira.



Nesta publicação sobre o encontro torna-se evidente que as estratégias de inclusão e formação financeira refletem a realidade demográfica, social, geográfica e o grau de desenvolvimento do sistema financeiro de cada país. No entanto, há iniciativas e, sobretudo, desafios comuns.

Para fomentar a inclusão financeira e desincentivar o recurso ao sector financeiro informal, os países de língua portuguesa têm procurado colmatar as lacunas existentes na rede física das instituições de crédito e, simultaneamente, têm reforçado a regulação e a supervisão dos produtos e serviços comercializados nos mercados de retalho.

Entre as principais medidas adotadas contam-se a criação de contas bancárias básicas para cidadãos com menores rendimentos, a definição de deveres de informação a observar pelas instituições de crédito na divulgação e comercialização de produtos e serviços, a criação de regulação específica para os produtos de poupança, crédito (por exemplo, regimes de taxas máximas) e seguros e o incentivo ao microcrédito.

A promoção da literacia financeira tem assentado na organização de iniciativas de informação e formação financeira, enquadradas, nos casos do Brasil e de Portugal, por estratégias nacionais de formação financeira.

Os importantes progressos nestes domínios não podem, todavia, fazer-nos esquecer os desafios com que estamos confrontados.

O primeiro desafio é o da regulação e da supervisão. Quando se expandem os canais de acesso ao sistema financeiro, desenvolvendo soluções de *mobile banking* ou criando “correspondentes bancários”, temos de ter consciência dos constrangimentos que se colocam aos supervisores financeiros. As empresas de telecomunicações, por exemplo, não estão sujeitas às exigências que impendem sobre as instituições financeiras, o que pode condicionar a qualidade dos serviços prestados e a resolução de conflitos com os clientes de *mobile banking*.

Os reguladores devem garantir que os incentivos das instituições e dos prestadores de serviços são os mais corretos, evitando, por exemplo, que aproveitem a sua posição para oferecer produtos financeiros menos adequados às necessidades de segmentos mais vulneráveis da população.

Da mesma forma, os reguladores devem equacionar o impacto das medidas a implementar na rentabilidade das instituições financeiras, como é o caso das políticas de incentivo à abertura de agências. Também aqui os incentivos devem ser adequadamente ponderados. O segundo grande desafio é o da comunicação. As estratégias de inclusão e de formação financeira devem fazer uso do maior número possível de canais e formas de divulgação, escolhidos em função dos vários públicos-alvo. Os meios de comunicação social, em particular, devem ser parceiros-chave neste tipo de iniciativas, como, aliás, preconiza o conjunto de boas práticas em matéria de proteção ao consumidor de produtos e serviços financeiros publicadas, em 2012, pelo Banco Mundial.

O terceiro desafio que se coloca aos bancos centrais e aos supervisores é envolver, motivar e apoiar um número cada vez maior de agentes de proximidade. São as entidades governamentais e não-governamentais que trabalham em contacto direto com a população que garantem a capilaridade das estratégias nacionais de inclusão e de formação financeira. A formação de formadores e dos profissionais que, no dia-a-dia, lidam com as populações mais vulneráveis é um objetivo importante a que devemos atentar.

Temos de chegar, de forma estruturada, às escolas e às universidades, através de parcerias com os ministérios da educação. Brasil, Portugal, Moçambique e, mais recentemente, Timor-Leste têm dado passos importantes neste sentido. As escolas constituem uma ponte importante com as famílias, porque acabam por introduzir questões que estas, por vezes, por falta de tempo ou de informação, nunca ponderaram.

As estratégias de inclusão e de formação financeira também devem ter em conta as empresas. Os gestores, sobretudo das microempresas e das pequenas e médias empresas (PME), devem aprofundar os seus conhecimentos para que consigam compreender os produtos financeiros com que trabalham e avaliar a adequação desses produtos à natureza do financiamento pretendido.

Promover uma cidadania financeira responsável é um objetivo de longo prazo que os bancos centrais e supervisores financeiros só conseguirão alcançar com a ajuda de todas as entidades no terreno. Todavia, esta colaboração tem de ser enquadrada, tem de pautar-se por princípios de qualidade e isenção, tem de ser concertada e, sobretudo, apoiada. As estratégias de inclusão e de formação financeira têm de ser projetos abertos, onde todos contam e onde todos têm de “remar” no mesmo sentido.

O Governador
Carlos da Silva Costa





INTRODUÇÃO

Esta publicação sobre **Políticas de Inclusão e Formação Financeira** surge na sequência do encontro promovido pelo Banco de Portugal com os Bancos Centrais dos Países de Língua Portuguesa (BCPLP), que teve lugar no dia 11 de julho de 2013, em Lisboa, sobre o papel dos bancos centrais na promoção da inclusão e da formação financeira. Este encontro insere-se no programa de cooperação entre estes bancos centrais.

No encontro participaram todos os bancos centrais dos países de língua portuguesa: Banco Central de São Tomé e Príncipe, Banco Central de Timor-Leste, Banco Central do Brasil, Banco Central dos Estados da África Ocidental (Guiné-Bissau), Banco de Cabo Verde, Banco de Moçambique, Banco de Portugal e Banco Nacional de Angola.

A primeira parte do encontro foi dedicada ao papel dos bancos centrais na promoção da inclusão financeira, abordando as formas de regulação e as políticas de inclusão financeira, a medição da inclusão financeira e as iniciativas de formação financeira para a inclusão financeira. A segunda parte centrou-se na missão dos bancos centrais na promoção da formação financeira, incluindo a medição do nível de literacia financeira da população e a definição de uma estratégia nacional de formação financeira.

Tratou-se do primeiro encontro de partilha de experiências sobre inclusão e formação financeira entre os bancos centrais dos países de língua portuguesa. As várias abordagens adotadas foram analisadas, discutindo-se a possibilidade da sua extensão a outros países com diferentes contextos sociais e económicos. As delegações analisaram ainda as melhores práticas para a medição do nível de inclusão e de literacia financeira da população e para a definição de uma estratégia nacional de formação financeira¹.

A presente publicação transmite parte do debate realizado ao mesmo tempo que procura sistematizar as principais orientações e linhas de ação que marcam a agenda internacional sobre os temas que estiveram em análise, apoiando a reflexão em curso, a qual não deixará de continuar a ser partilhada entre todos os presentes.

¹ As intervenções das delegações dos bancos centrais estão disponíveis no Portal dos Bancos Centrais dos Países de Língua Portuguesa (BCPLP), em <http://www.bcplp.org/pt-PT/EncontrosSectoriais/InclusaoFormacaoFinanceira/2013Portugal/Paginas/2013Portugal.aspx>





I. INCLUSÃO FINANCEIRA

1. IMPORTÂNCIA E DESAFIOS DA INCLUSÃO FINANCEIRA

O acesso da população a produtos e serviços financeiros é amplamente reconhecido como fator gerador de desenvolvimento económico e como componente da inclusão social, propiciando condições para a redução das desigualdades sociais. As políticas de promoção da inclusão financeira adotadas por muitos países têm por base os benefícios identificados, mas devem ser acompanhadas da adequada regulação dos produtos e serviços financeiros, que garanta a confiança dos cidadãos e a estabilidade do sistema financeiro.

O processo de inclusão financeira cria um círculo virtuoso pois promove o crescimento e o desenvolvimento económico que, por sua vez, propiciam uma maior participação da população no sistema financeiro. A inclusão financeira possibilita a aplicação da poupança no sistema financeiro formal. A maior disponibilidade de fundos contribui para a eficiência das instituições de crédito e da política monetária e promove o financiamento do investimento e o crescimento económico. Um sistema financeiro inclusivo contribui, assim, para a afetação eficiente dos recursos produtivos.

A inclusão financeira contribui ainda para uma gestão eficiente das finanças pessoais, reduz o recurso a canais informais de acesso ao crédito e promove práticas seguras e eficientes na prestação de serviços financeiros (Sarma, 2012).

O acesso a uma conta bancária (bancaarização) é a primeira etapa do processo de inclusão financeira por ser uma condição necessária para a aquisição de outros produtos e serviços financeiros (ver caixa 1). Ter uma conta bancária é também atualmente um requisito indispensável para a obtenção de outros bens e serviços, pelo que a exclusão financeira pode significar a impossibilidade da sua aquisição.

A gestão das finanças pessoais é igualmente condicionada pela falta de acesso ao sistema financeiro. Não utilizar uma conta bancária como instrumento de administração da poupança dificulta um planeamento inter-temporal que atenua as oscilações de rendimentos e despesas das famílias, tornando mais provável a tomada de decisões financeiras apenas com uma perspetiva de curto prazo. Manter o dinheiro em casa tem ainda como desvantagens a inexistência de remuneração da poupança e um menor nível de segurança, pela maior exposição à possibilidade de roubo, incêndio ou esquemas fraudulentos.

Em muitos países, a exclusão do sistema financeiro traduz-se no recurso da população a sectores informais de prestação de serviços financeiros. O sector informal não garante segurança na aplicação da poupança ou na transferência de dinheiro. A concessão de crédito no sector informal, além de ser usualmente realizada em condições menos favoráveis, não cumpre requisitos de transparência de informação e apresenta custos mais elevados. As famílias que recorrem ao crédito através do sector informal, para criar o seu próprio negócio ou para fins pessoais, enfrentam custos elevados que podem contribuir para o seu sobre-endividamento, situação particularmente gravosa uma vez que a exclusão financeira afeta sobretudo populações de baixos rendimentos.

CAIXA 1 | CONCEITO DE INCLUSÃO FINANCEIRA

O conceito de inclusão financeira envolve um critério não só quantitativo de acesso a produtos bancários, mas também qualitativo sobre a sua adequada utilização. A inclusão financeira é, em primeiro lugar, entendida como o acesso a uma conta bancária (bancarização), porque a posse de uma conta é um requisito essencial para aceder a outros produtos e serviços financeiros. Mas o conceito de inclusão financeira deve ainda abarcar o acesso a outros produtos e serviços financeiros e o seu uso efetivo por parte do consumidor. Ter uma conta bancária não significa, por si só, uma utilização adequada da conta e dos produtos e serviços financeiros associados.

Para a *Global Partnership for Financial Inclusion* (GPFI – Parceria Global para a Inclusão Financeira) e o *Consultive Group to Assist the Poor* (CGAP – Grupo Consultivo de Assistência aos Pobres) a inclusão financeira significa a população adulta ativa ter ‘acesso efetivo’ aos seguintes produtos e serviços prestados por instituições do sector financeiro formal: poupança (incluindo uma conta de depósito), crédito, serviços de pagamento e seguros (GPFI, 2011)¹. O ‘acesso efetivo’ envolve a disponibilização do produto ou serviço financeiro de forma apropriada e responsável, a um custo que possa ser suportado pelo cliente e que seja adequado para o prestador desse serviço, de forma a permitir o uso dos serviços financeiros disponibilizados pelo setor formal, em vez do recurso ao sector informal. A ‘disponibilização responsável’ envolve uma conduta de mercado adequada por parte dos prestadores de serviços financeiros e uma efetiva supervisão comportamental.

A OCDE / *International Network on Financial Education* (INFE) define a inclusão financeira como o processo de promoção do acesso adequado, atempado e a custos reduzidos a um conjunto de produtos e serviços financeiros regulados e a sua utilização pelos diversos segmentos da população, através de medidas inovadoras e adaptadas de sensibilização e formação financeira. O objetivo desta atuação é aumentar o bem-estar financeiro e a inclusão económica e social².

No âmbito da condução das suas políticas de inclusão financeira, alguns bancos centrais tomaram como referência as definições adotadas pelas organizações internacionais. O Banco Central do Brasil descreve a inclusão financeira como “um processo de efetivo acesso e uso pela população de serviços financeiros adequados às suas necessidades, contribuindo para a sua qualidade de vida” (Banco Central do Brasil, 2011). Para o Banco Nacional de Angola, a inclusão financeira é entendida como “o acesso da população a serviços financeiros básicos, incluindo instrumentos de pagamento seguros e eficientes, independentemente do seu rendimento e da sua localização geográfica no território nacional” (Banco Nacional de Angola, 2011).

O Banco de Portugal, na análise dos resultados do inquérito à literacia financeira da população portuguesa sobre inclusão financeira, teve em consideração vários critérios para a avaliação dos diversos graus de inclusão financeira: (i) indivíduos que possuem conta bancária; (ii) indivíduos que possuem conta bancária, mas que não a movimentam com regularidade; (iii) indivíduos que possuem conta

¹ Para o CGAP a inclusão financeira “refers to a state in which all working age adults, including those currently excluded by the financial system, have effective access to the following financial services provided by formal institutions: credit, savings (defined broadly to include current accounts), payments, and insurance.”

O CGAP define ainda os seguintes conceitos: “‘Effective access’ involves convenient and responsible service delivery, at a cost affordable to the customer and sustainable for the provider, with the result that financially excluded customers use formal financial services rather than existing informal options; ‘Financially excluded’ refers to those who do not have access to or are underserved by formal financial services; ‘Responsible delivery’ involves both responsible market conduct by providers and effective financial consumer protection oversight.”

² Para a OCDE/INFE a inclusão financeira é definida como “the process of promoting affordable, timely and adequate access to a range of regulated financial products and services and broadening their use by all segments of society through the implementation of tailored existing and innovative approaches including financial awareness and education with a view to promote financial wellbeing as well as economic and social inclusion.”

bancária e a movimentam, mas que não têm qualquer outro produto financeiro; (iv) indivíduos que têm outros produtos financeiros, para além da conta bancária. Aos vários critérios correspondem diferentes níveis de inclusão financeira (Banco de Portugal, 2011a).

O conceito de inclusão financeira pode ter maior ou menor abrangência quanto aos produtos e serviços financeiros considerados essenciais e quanto à qualidade da sua utilização, dependendo das circunstâncias específicas de cada país. A definição adotada deve refletir os objetivos a atingir, para que seja possível a avaliação dos resultados das políticas de inclusão financeira.

O desenvolvimento de um sistema financeiro inclusivo é, no entanto, um processo complexo. São hoje identificadas várias causas que explicam a exclusão financeira: (i) *exclusão por circunstâncias que dificultam ou impedem o acesso (exclusão de acesso)*, em que determinados segmentos da população não aderem ao sistema financeiro devido ao seu perfil de risco de crédito ou por residirem em áreas geográficas remotas, sem canais de acesso a produtos financeiros; (ii) *exclusão determinada pelas próprias características dos produtos comercializados (exclusão de condição)*, quando os produtos financeiros são desadequados às necessidades de algum(ns) segmento(s) da população; (iii) *exclusão determinada pelo preço dos produtos comercializados (exclusão de preço)*, quando o custo dos produtos financeiros é demasiado elevado para algum(ns) segmento(s) da população; (iv) *exclusão resultante de objetivos comerciais das instituições de crédito (exclusão comercial)*, quando a política de colocação de produtos das instituições se foca em determinado(s) público(s)-alvo e (v) *autoexclusão*, quando, por receio de rejeição ou outras barreiras psicológicas, é o próprio indivíduo que opta por se excluir do sistema financeiro formal (Kempson e Whyley, 1999 e Kempson and al., 2000).

Em muitos países, a **oferta de produtos e serviços financeiros** enfrenta barreiras físicas. A fraca densidade geográfica da rede de agências de instituições de crédito é, muitas vezes, um dos principais fatores de exclusão financeira. A inexistente ou insuficiente rede de agências a nível nacional resulta, em geral, de estratégias comerciais das instituições de crédito. A expansão para zonas rurais relativamente remotas, com menor densidade populacional e onde se concentram segmentos de população com menores rendimentos oferece uma menor rentabilidade. A instalação de agências nestes locais pode ter também custos mais elevados do que nas zonas urbanas. A falta de infraestruturas de base, como estradas, rede de eletricidade ou de telecomunicações, dificulta a expansão da rede de agências.

A comercialização de produtos com características pouco apropriadas às necessidades da população com baixos rendimentos e/ou baixos níveis de escolaridade dificulta também o acesso ao sistema financeiro. A exigência de saldos mínimos nas contas de depósito à ordem pode ser difícil de cumprir. O custo dos serviços no sector financeiro formal, como a comissão de manutenção de conta à ordem ou de transferência de dinheiro, pode ser elevado para o nível de rendimento desses segmentos da população.

A existência de um sector financeiro informal é outro constrangimento à inclusão financeira da população. O sector informal disponibiliza produtos e serviços financeiros não sujeitos à regulação e supervisão financeira. Muitas vezes a população acede a este tipo de serviços com mais facilidade, por razões de proximidade ou pelo conhecimento ou confiança nas pessoas que prestam os serviços. Contudo, a ausência de supervisão e o custo geralmente elevado dos serviços financeiros prestados no sector informal são riscos especialmente gravosos para os grupos populacionais mais vulneráveis, precisamente aqueles que recorrem normalmente a estes serviços.

A regulação e supervisão do sistema financeiro formal são essenciais para garantir a confiança dos cidadãos nas instituições e a estabilidade financeira. Mas a regulação pode também ela limitar a disponibilização de produtos e serviços financeiros a determinados grupos populacionais. Os requisitos de identificação para abertura de conta bancária podem ser difíceis de cumprir em países onde os sistemas de identificação ainda não cobrem toda a população. Noutros países, este problema pode surgir entre os imigrantes ou a população não residente.

Os fatores de exclusão na **procura de produtos e serviços financeiros** decorrem sobretudo dos baixos níveis de rendimento e de escolaridade, levando estes segmentos da população a considerar que não têm vantagem em recorrer ao sistema financeiro.

A vulnerabilidade financeira associada aos baixos rendimentos, baixos níveis de poupança, situações de desemprego ou registos negativos de responsabilidades de crédito, leva estes segmentos da população para fora do sistema financeiro. Os grupos populacionais mais vulneráveis consideram que os seus baixos níveis de rendimento não justificam o recurso ao sistema financeiro, convicção reforçada pela perspectiva de que o acesso possa ter custos proporcionalmente elevados.

Os reduzidos níveis de escolaridade e de formação financeira também dificultam a compreensão das características dos produtos e serviços financeiros e da forma de funcionamento do sistema financeiro. É, assim, natural a tendência para evitar a utilização de serviços em relação aos quais existe desconhecimento. Pelas mesmas razões, a reduzida inclusão tecnológica dificulta a utilização de tecnologias como as caixas automáticas (ATM), a internet ou o *mobile banking*.

A exclusão financeira assenta também muitas vezes em barreiras culturais e psicológicas. O receio da população com baixos rendimentos de que pode ser rejeitada, devido ao reduzido montante de dinheiro de que dispõe, pode explicar por que não recorre ao sistema financeiro. A sua falta de confiança nas instituições financeiras pode resultar da perceção de que tem fraco poder negocial e que pode, por isso, ter condições de acesso menos favoráveis do que os outros consumidores financeiros.

As barreiras linguísticas podem ser um obstáculo relevante, dificultando a comunicação com os prestadores de serviços e a compreensão dos produtos e serviços financeiros. Em países com várias línguas oficiais ou onde predominam dialetos locais, a informação financeira está geralmente disponível apenas na principal ou principais línguas oficiais, que podem não ser do domínio da generalidade da população.

Os fatores enunciados explicam que a exclusão financeira é um fenómeno multidimensional, que resulta de constrangimentos quer do lado da oferta quer do lado da procura de produtos e serviços financeiros. Não existe, assim, uma política única de promoção da inclusão financeira. Os fatores de exclusão financeira específicos de cada país, geralmente associados a fatores de exclusão social, obrigam a que sejam adotadas políticas de inclusão financeira diferenciadas e abrangentes.

2. PRINCÍPIOS E MELHORES PRÁTICAS INTERNACIONAIS DE PROMOÇÃO DA INCLUSÃO FINANCEIRA

A inclusão financeira tem merecido uma atenção especial na esfera internacional, pelos reconhecidos benefícios para o crescimento e desenvolvimento económico dos países e para a estabilidade do sistema financeiro. Na última década foram estabelecidos vários fóruns que debatem políticas de inclusão financeira, com destaque para a *Global Partnership for Financial Inclusion* (GPII – Parceria Global para a Inclusão Financeira), no âmbito do G20, e a *Alliance for Financial Inclusion* (AFI – Aliança para a Inclusão Financeira). Também o Fundo Monetário Internacional (FMI), o Banco Mundial e a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico (OCDE) têm publicado estudos e análises sobre esta matéria realçando a importância de um sistema financeiro inclusivo.

O *Global Findex*³ – um índice internacional que mede a inclusão financeira – indica que a percentagem da população adulta excluída do sistema financeiro é de 11 por cento nos países desenvolvidos e de 59 por cento nos países em desenvolvimento. Estes indicadores mostram que a inclusão financeira não é um problema exclusivo de países com um sistema financeiro menos desenvolvido. Também em países desenvolvidos existem segmentos da população sem acesso a uma conta bancária.

O processo de inclusão financeira deve ser conduzido de forma a garantir a sua adequabilidade e sustentabilidade, não devendo cingir-se à expansão de canais de acesso da população ao sistema financeiro. Todos os fóruns internacionais reconhecem que as políticas de inclusão financeira devem ser acompanhadas de uma adequada regulação dos mercados financeiros de retalho e de políticas de promoção da formação financeira dos consumidores.

Os **Princípios para a Proteção do Consumidor de Produtos Financeiros (OCDE, 2011)**, que tiveram o endosso do G20, reconhecem que a inclusão financeira, a regulação dos mercados financeiros e a promoção da formação financeira são três pilares essenciais para o reforço do sistema financeiro e a melhoria do bem-estar dos cidadãos. O primeiro Princípio, sobre o quadro regulamentar e de supervisão, refere a necessidade de a regulação ser adequada às características dos produtos financeiros e de reagir oportunamente aos novos produtos, tecnologias e formas de prestação de serviços. O Princípio menciona em particular que, quando necessário, devem ser desenvolvidos mecanismos dirigidos a novos canais de disponibilização de serviços financeiros, incluindo os canais eletrónicos como o *mobile banking*, de forma a salvaguardar os potenciais benefícios para os consumidores da utilização destes canais.

A proporção significativa de população que se encontra excluída do acesso a produtos e serviços financeiros e os fortes estrangulamentos ao alargamento das redes físicas de prestação de serviços financeiros têm levado à adoção de abordagens inovadoras na disponibilização de serviços financeiros, como é o caso do *mobile banking*. Este canal potencia o alargamento do acesso aos serviços financeiros a custos mais reduzidos, mas acarreta riscos para os consumidores resultantes de um menor nível de regulação e supervisão.

O desenvolvimento de novos canais de acesso e os desafios que estes colocam à proteção dos consumidores de produtos financeiros levaram à constituição de grupos de trabalho no âmbito do G20 – *Financial Inclusion Experts Group* (Grupo de Peritos para a Inclusão Financeira) e *Access Through Innovation Subgroup* (Subgrupo sobre o Acesso Através da Inovação) –, cujos trabalhos resultaram na definição dos **Princípios do G20 para Inclusão Financeira Inovadora**, aprovados em 2010. Estes Princípios baseiam-se nas estratégias de inclusão financeira prosseguidas por diversos países e constituem um conjunto de recomendações para a definição de políticas de inclusão financeira (ver caixa 2).

³ A *Global Financial Inclusion Database (Global Findex)* é um projeto financiado pela Fundação Bill & Melinda Gates que procede ao apuramento de indicadores sobre a forma como a população de 148 países realiza poupança, solicita crédito, efetua pagamentos e gere risco – <http://go.worldbank.org/1F2V9ZK8C0>

CAIXA 2 | PRINCÍPIOS DO G20 PARA A INCLUSÃO FINANCEIRA INOVADORA

A inclusão financeira inovadora é para o G20 a promoção do acesso das populações mais desfavorecidas aos serviços financeiros, através de novos canais de acesso seguros. O G20 preocupa-se com a criação de um enquadramento regulamentar propício à inclusão financeira inovadora. Este enquadramento é determinante para a celeridade do processo de inclusão financeira de mais de dois mil milhões de indivíduos que se estima estarem atualmente excluídos do sistema financeiro formal (G20 FIEG, 2010).

Em resultado das experiências e políticas adotadas em todo o mundo, em especial nos países em desenvolvimento, o G20 definiu um conjunto de Princípios para a Inclusão Financeira Inovadora.

- **Liderança:** desenvolver um amplo compromisso governamental com a inclusão financeira para ajudar no combate à pobreza.
- **Diversidade:** implementar políticas que promovam a concorrência entre prestadores de serviços e incentivos para a disponibilização de produtos e serviços financeiros a custos acessíveis (poupança, crédito, serviços de pagamento, transferências e seguros).
- **Inovação:** promover a inovação tecnológica e institucional como forma de expandir o acesso e aumentar a utilização do sistema financeiro, incluindo a melhoria das infraestruturas.
- **Proteção:** implementar uma política de proteção ao consumidor abrangente, que identifique as responsabilidades do governo, dos prestadores de serviços financeiros e dos consumidores.
- **Capacitação:** promover a formação financeira dos consumidores para que utilizem os conhecimentos adquiridos na escolha de produtos e serviços financeiros.
- **Cooperação:** criar um ambiente institucional com definição clara de responsabilidades das partes e respetiva coordenação e encorajar parcerias e processos de consulta que envolvam o governo, o sector privado e outros interessados.
- **Conhecimento:** melhorar a recolha de dados a utilizar na definição de políticas, na medição de impacto das iniciativas e no desenvolvimento da investigação em matéria de inclusão financeira.
- **Proporcionalidade:** implementar um enquadramento regulamentar proporcional aos riscos dos produtos e serviços inovadores.
- **Enquadramento:** ter em consideração os seguintes aspetos na definição do enquadramento regulamentar, atendendo aos princípios internacionais, à importância da concorrência e às circunstâncias nacionais:
 - a) adoção de um regime de combate ao branqueamento de capitais e ao financiamento do terrorismo que seja apropriado, flexível e baseado no risco;
 - b) definição de condições para os agentes que são intermediários entre as instituições financeiras e os consumidores;
 - c) criação de um regime regulamentar para a moeda eletrónica;
 - d) desenvolvimento de incentivos para a interoperabilidade e interconexões nas movimentações por meio eletrónico.

Estes Princípios refletem as condições que se destinam a estimular a inovação para a inclusão financeira, salvaguardando a proteção dos consumidores financeiros e a estabilidade financeira. Não constituem um conjunto rígido de requisitos e foram desenhados para auxiliar a definição de políticas de promoção da inclusão financeira. São suficientemente flexíveis para que possam ser adaptados ao contexto dos diferentes países.

A **União Europeia** (UE) reconhece igualmente a importância de ter uma conta bancária para a plena participação dos indivíduos na sociedade. Em julho de 2011, a Comissão Europeia adotou uma Recomendação⁴ relativa ao acesso a uma conta bancária básica. De acordo com esta Recomendação os Estados-Membros devem garantir a qualquer consumidor residente na UE, que não tenha ainda uma conta, o direito de abrir e movimentar uma conta bancária básica junto de um prestador de serviços de pagamento.

A facilidade na mudança de conta bancária entre instituições é também incentivada. A Comissão Europeia convidou o *European Banking Industry Committee* (EBIC – Comitê Bancário Europeu) a desenvolver uma iniciativa de autorregulação que permitisse ao cliente bancário, dentro de cada Estado-Membro, transferir a sua conta entre instituições de forma fácil e célere. Em novembro de 2008, o EBIC publicou os Princípios Comuns para a Mobilidade de Serviços Bancários que definem regras para garantir limites mínimos de qualidade na prestação do “serviço de mudança de conta”⁵, em termos de prazo, informação a prestar aos clientes e cooperação entre as instituições envolvidas.

A Comissão Europeia reconhece, no entanto, que a melhoria do acesso a uma conta bancária básica e a facilidade na mudança de conta entre instituições resultantes daquelas iniciativas foram limitadas, existindo ainda cerca de 58 milhões de consumidores da UE com mais de 15 anos que não dispõem de uma conta de depósito à ordem⁶. Por esta razão, a Comissão Europeia decidiu adotar uma política mais ativa de apoio à inclusão financeira, de promoção da transparência de encargos e de maior mobilidade da conta bancária e, em maio de 2013, divulgou uma proposta de diretiva sobre a comparabilidade das comissões relacionadas com as contas de depósito à ordem, a mobilidade de contas entre prestadores de serviços de pagamento e o acesso a contas bancárias básicas.

A proposta da Comissão Europeia versa três domínios:

- **A comparabilidade das comissões cobradas nas contas de depósito à ordem**, através de mecanismos que facilitem a comparação de encargos associados às contas e serviços de pagamento disponibilizados por bancos e outros prestadores de serviços de pagamento na União Europeia. Os mecanismos para promover a comparabilidade incluem a existência de uma lista dos serviços de pagamento mais representativos sujeitos a comissões⁷, a utilização de terminologia harmonizada, a disponibilização de um glossário com as definições correspondentes a cada comissão e a existência de um sítio de internet que assegure a comparação das comissões cobradas pelos prestadores de serviços de pagamento.
- **A mobilidade das contas de depósito à ordem**, através da criação de um procedimento simples e rápido para os consumidores que pretendam transferir a sua conta para outro banco ou prestador de serviços de pagamento.

4 Recomendação n.º 2011/442/EU, de 18 de julho, relativa ao acesso a uma conta bancária básica.

5 O “serviço de mudança de conta” inclui a transferência entre instituições da conta de depósito à ordem e de todos os serviços de pagamento, isto é, autorizações de débito direto e ordens de transferências regulares associadas a essa conta.

6 De acordo com a notícia publicada pela Comissão Europeia aquando da divulgação da proposta de Diretiva, a 8 de maio de 2013 (http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-415_pt.htm).

7 A lista dos serviços de pagamento mais representativos sujeitos a comissões tem de incluir, pelo menos, 20 serviços de pagamento que representem, pelo menos, 80 por cento dos serviços de pagamento mais representativos sujeitos a comissões a nível nacional.

- **O acesso a contas de depósito à ordem básicas** a todos os consumidores da UE, independentemente da sua situação financeira, e mesmo que não sejam residentes no país onde se encontra o prestador de serviços. Esta conta deve ser disponibilizada a título gratuito ou mediante uma comissão razoável e deve incluir um conjunto de serviços essenciais como a abertura e movimentação da conta, a disponibilização de um cartão de pagamento, o levantamento de dinheiro em qualquer país da UE e a realização de operações de débito direto e de transferências a crédito⁸.

A OCDE tem abordado a problemática da exclusão financeira sobretudo do ponto de vista da importância da formação financeira para uma adequada inclusão (OCDE, 2005). Quando o acesso a produtos financeiros básicos e o grau de literacia financeira são reduzidos – o que acontece em certos países para a generalidade da população e noutros para alguns segmentos de população –, medidas que procurem uma rápida inclusão financeira podem criar o risco de os consumidores serem alvo de fraudes e abusos. Este risco é acentuado pela inovação financeira e a crescente comercialização de produtos financeiros complexos.

A disponibilização de produtos e serviços destinados a promover a inclusão financeira deve ser, por isso, acompanhada de iniciativas de formação financeira que promovam a sua utilização responsável e eficiente. Caso contrário, o acesso a estes produtos pode ser ineficaz e contribuir para uma maior vulnerabilidade dos consumidores que não estejam suficientemente informados.

Os conteúdos de formação financeira devem ser equilibrados entre a informação sobre as vantagens e sobre os riscos associados aos produtos e serviços financeiros. A formação financeira, particularmente a destinada à promoção da inclusão financeira, deve dar especial atenção (i) aos fatores responsáveis pela exclusão financeira, procurando ultrapassar as dificuldades concretas de acesso e de utilização dos produtos e serviços financeiros; (ii) aos temas sobre os produtos e serviços promotores da inclusão financeira, sobre a prevenção da fraude e sobre os riscos do sobre-endividamento; (iii) aos meios adequados para transmitir essa informação, que devem ser de fácil acesso, de baixo custo e com tecnologia pouco sofisticada; e (iv) às etapas da vida ou momentos particularmente relevantes para a tomada de decisões financeiras.

Os estudos realizados pela OCDE revelam que promover a bancarização proporciona benefícios diretos e indiretos para os consumidores, designadamente:

- Maior nível de poupança individual, que se traduz no aumento da taxa de poupança nacional e na acumulação de riqueza. A posse de uma conta bancária pode favorecer a poupança por inércia e o acesso ao sistema financeiro formal permite evitar os custos usualmente mais elevados do sector informal.
- Maior número de indivíduos cobertos pelas regras de proteção ao consumidor de produtos e serviços financeiros e de prevenção contra práticas abusivas ou discriminatórias.
- Redução do custo associado às transferências de dinheiro (incluindo o custo suportado pelas entidades governamentais nas transferências para beneficiários de sistemas de segurança social) e diminuição do risco de fraude.

Adicionalmente, promover a bancarização através da formação financeira permite:

- Maior nível de informação e redução dos custos de pesquisa de informação sobre conceitos financeiros relevantes para os consumidores.

⁸ A conta de depósito à ordem básica não pode disponibilizar facilidades de descoberto, nem possibilitar a ultrapassagem de crédito.

- Melhoria na compreensão do funcionamento dos serviços financeiros básicos, reduzindo o recurso a serviços financeiros informais.
- Melhoria na compreensão dos riscos e benefícios associados aos produtos e serviços financeiros, contribuindo para a contratação responsável de crédito.

Em suma, a forma considerada mais eficiente para a promoção da inclusão financeira é a que acompanha a regulação da oferta de produtos e serviços financeiros com iniciativas de aumento da qualidade da procura desses produtos e serviços, proporcionada pela formação financeira. Ambas as vias contribuem para a confiança dos consumidores no sistema financeiro. E esta confiança é essencial para promover a estabilidade financeira, o crescimento económico e a eficiência na afetação de recursos numa ótica de longo prazo.

3. INICIATIVAS DE INCLUSÃO FINANCEIRA DOS BANCOS CENTRAIS DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA

Os impactos económicos e sociais da inclusão financeira têm motivado o envolvimento de bancos centrais e de supervisores financeiros na definição de estratégias de inclusão financeira. Não há contudo uma estratégia única de promoção da inclusão financeira, dependendo esta em larga medida das características sociodemográficas e geográficas e do grau de desenvolvimento do sistema financeiro do país.

Para enquadrar as políticas de promoção da inclusão financeira, alguns países consideram relevante começar por **medir a dimensão da exclusão financeira e identificar as razões com base em indicadores rigorosos, objetivos e fiáveis**. Esta avaliação permite não só aferir o grau de inclusão financeira, mas também estabelecer metas, identificar as barreiras existentes e monitorizar e avaliar a implementação das medidas a adotar.

Os países podem medir a inclusão financeira considerando três dimensões principais:

- (i) **Indicadores de acesso**, que refletem a quantidade e diversidade de produtos e serviços financeiros disponibilizados à população, tais como a densidade geográfica das agências bancárias ou dos terminais de pagamento automático. Estas medidas identificam barreiras do lado da procura que os clientes enfrentam no acesso às instituições financeiras.
- (ii) **Indicadores de utilização**, que medem a intensidade com que os clientes usam os serviços financeiros, tais como a regularidade da utilização da conta bancária, os saldos médios de poupança ou o número de pagamentos eletrónicos realizados.
- (iii) **Indicadores de qualidade**, que avaliam a adequação dos produtos ou serviços financeiros às necessidades da população, a gama de opções disponíveis e a capacidade do consumidor em compreender as suas características.

Os indicadores de inclusão financeira abrangem informação recolhida junto dos prestadores de produtos e serviços financeiros⁹ (dados do lado da oferta), através de inquéritos às instituições financeiras ou de reportes que estas enviam aos supervisores financeiros, e informação obtida junto dos utilizadores dos produtos e serviços financeiros (dados do lado da procura), através

⁹ Destaca-se o *Financial Access Survey* do FMI – <http://fas.imf.org/> – e o *Global Payment Systems Survey* do Banco Mundial – <http://go.worldbank.org/STOC3DV510>

de inquéritos realizados a indivíduos, famílias ou pequenas empresas¹⁰. Os dados do lado da oferta e do lado da procura são complementares e devem ser utilizados em combinação de forma a proporcionar uma avaliação holística da inclusão financeira.

A análise dos diversos indicadores permite um conhecimento detalhado sobre a extensão e as razões da exclusão financeira. Contudo, para avaliar o impacto das iniciativas de promoção da inclusão financeira e para facilitar a comparação entre países e/ou regiões torna-se necessária a definição de índices que agreguem os vários indicadores e que permitam obter uma medida abrangente da inclusão financeira. Alguns autores definiram metodologias para a construção de índices que englobam informação sobre as várias dimensões da inclusão financeira, como é o caso de Sarma (2010, 2012). O Banco Central do Brasil (2011) e o Banco de Moçambique (2013) basearam-se na metodologia de Sarma para apurar índices de inclusão financeira, sendo que o Banco Nacional de Angola pretende também vir a desenvolver este tipo de medida para análise da evolução e do impacto das políticas de inclusão financeira. O Banco de Portugal (2011a) também apurou um índice de inclusão financeira, mas recorrendo a uma metodologia própria, baseada nas respostas ao Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa (ver caixa 3).

CAIXA 3 | ÍNDICE DE INCLUSÃO FINANCEIRA

Os índices de inclusão financeira podem basear-se em indicadores recolhidos a partir de informação dos prestadores de serviços financeiros (dados do lado da oferta), como é o caso do Índice de Inclusão Financeira de Sarma, ou em indicadores obtidos através de inquéritos à população (dados do lado da procura) como é o caso da componente de inclusão financeira do Índice de Literacia Financeira apurado pelo Banco de Portugal.

O Índice de Inclusão Financeira (IIF) proposto por Sarma (2010, 2012) é uma medida que incorpora informação sobre as várias dimensões da inclusão financeira. O IIF utiliza quatro indicadores agregados para três dimensões da inclusão financeira: acessibilidade (ou penetração do sistema financeiro), disponibilidade dos serviços e utilização do sistema financeiro. A '**acessibilidade**' é uma medida da penetração do sistema bancário, utilizando como proxy o número de contas bancárias por 1000 adultos. A '**disponibilidade**' é medida pelo número de agências bancárias e pelo número de ATM por 100 000 adultos. A dimensão '**utilização**' é calculada através do volume de crédito e depósitos em proporção do PIB.

Sarma calculou o IIF para 63 países no período 2004-2010, concluindo pela existência de níveis de inclusão financeira bastante distintos. Em 2010, o Afeganistão apresentava o IIF mais baixo (0,052) e o Luxemburgo o IIF mais elevado (0,996). Para os países de língua portuguesa, Sarma calculou os seguintes valores de IIF: Angola (0,084); Brasil (0,354); Portugal (0,943).

O Banco Central do Brasil (2011) calculou um Índice de Inclusão Financeira, com base na metodologia de Sarma, mas considerando um maior número de indicadores. O Índice utiliza 18 indicadores para analisar três dimensões da inclusão financeira: sete indicadores para a dimensão '**disponibilidade geográfica**', sete indicadores para a dimensão '**disponibilidade demográfica**' e quatro indicadores para a dimensão '**uso**' (ver Tabela 1).

¹⁰ Alguns países, como é o caso de Portugal, apuram informação sobre inclusão financeira através de inquéritos à literacia financeira, aferindo não apenas o grau de bancarização, mas também a intensidade e a forma de utilização de produtos e serviços financeiros por parte do consumidor. Refira-se ainda o *Global Findex* (Demirguc-Kunt e Klapper, 2012) que recolhe informação sobre poupança, crédito, serviços de pagamento e gestão de risco por parte dos indivíduos.

Com base neste índice, o Banco Central do Brasil conclui que se verifica uma significativa evolução do processo de inclusão financeira no país (o índice apresenta valores de 9,0 em 2000, 13,8 em 2005 e 21,7 em 2010) e que os estados das regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste – região em que o Distrito Federal influencia fortemente a média – apresentam melhores valores de inclusão financeira do que as demais regiões.

Tabela 1

INDICADORES DO ÍNDICE DE INCLUSÃO FINANCEIRA (BRASIL)	
Dimensão	Indicador
Acesso (disponibilidade geográfica)	Agências por 1000 km ²
	PAB por 1000 km ²
	PAA por 1000 km ²
	PAE por 1000 km ²
	Cooperativas por 1000 km ²
	PAC por 1000 km ²
Acesso (disponibilidade demográfica)	Correspondentes por 1000 km ²
	Agências por 10 000 adultos
	PAB por 10 000 adultos
	PAA por 10 000 adultos
	PAE por 10 000 adultos
	Cooperativas por 10 000 adultos
Uso	PAC por 10 000 adultos
	Correspondentes por 10 000 adultos
	Razão Crédito / PIB
	Crédito (R\$ milhões) por 1000 adultos
	Razão Depósitos / PIB
	Depósitos (R\$ milhões) por 1000 adultos

Nota: PAB - Posto de Atendimento Bancário
 PAA – Posto de Atendimento Avançado
 PAE – Posto de Atendimento Bancário Eletrônico
 PAC – Posto de Atendimento Cooperativo

O Banco de Moçambique (2013) procede também ao cálculo de um Índice de Inclusão Financeira com base na metodologia desenvolvida por Sarma. Para as três principais dimensões da inclusão financeira – acesso geográfico, acesso demográfico e uso – foram utilizados 14 indicadores (ver Tabela 2).

O Índice de Inclusão Financeira de Moçambique aumentou entre 2005 e 2012. O valor do Índice passou de 9,21 em 2005 para 13,05 em 2012 como resultado do crescimento do número de pontos de acesso aos serviços e produtos financeiros (aumento de agências de bancos, de cooperativas de crédito e de microbancos a operar no país), do número de operadores de microcrédito, organizações de poupança e empréstimo, do número de agentes das instituições de moeda eletrônica, bem como dos instrumentos de pagamentos (ATM e POS), que cresceram tanto em densidade geográfica como demográfica.

Tabela 2

INDICADORES DO ÍNDICE DE INCLUSÃO FINANCEIRA (MOÇAMBIQUE)	
Dimensão	Indicador
Acesso (disponibilidade geográfica)	N.º de agências (bancos, microbancos e cooperativas de crédito) por 10 000 km ²
	N.º de operadores de microcrédito e organizações de poupança e empréstimo por 10 000 km ²
	N.º de agentes de instituições de moeda eletrónica por 10 000 km ²
	N.º de ATM por 10 000 km ²
	N.º de POS por 10 000 km ²
Acesso (disponibilidade demográfica)	N.º de agências (bancos, microbancos, cooperativas de crédito e organizações de poupança e empréstimo) por 100 000 adultos
	N.º de operadores de microcrédito e organizações de poupança e empréstimo por 100 000 adultos
	N.º de agentes de instituições de moeda eletrónica por 100 000 adultos
	N.º de ATM por 100 000 adultos
	N.º de POS por 100 000 adultos
Uso	Volume de depósitos por 100 000 adultos (<i>proxy</i> usada: N.º de contas bancários por 100 000 adultos)
	Depósitos (valor) / PIB
	Volume de crédito por 100 000 adultos (<i>proxy</i> usada: N.º de contratos de crédito por 100 000 adultos)
	Crédito (valor) / PIB

No âmbito da análise de resultados do Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa, o Banco de Portugal procedeu ao cálculo de um Índice de Literacia Financeira Global (ILF Global) e de Índices de Literacia Financeira Parciais (ILF Parciais), incluindo um índice parcial de Inclusão Financeira¹¹.

A construção do ILF Global tem por base 57 questões consideradas relevantes e que avaliam conhecimentos, comportamentos e atitudes financeiras, uma vez que a definição de literacia financeira abrange estas três componentes. As respostas às questões selecionadas foram classificadas na escala {-2, -1, 0, 1, 2}¹² de forma a produzir um indicador global de literacia financeira. Para cada entrevistado foi apurado um índice que resulta da soma aritmética da pontuação das suas respostas, dividida pelo número de questões que lhe foram colocadas. Este índice foi transformado para a escala de 0 a 100, de acordo com os valores mínimos e máximos possíveis para cada indivíduo. A distribuição do ILF Global apresenta uma mediana (60,27) superior à média (58,01), o que significa que mais de metade dos entrevistados tem índices superiores à média do ILF Global.

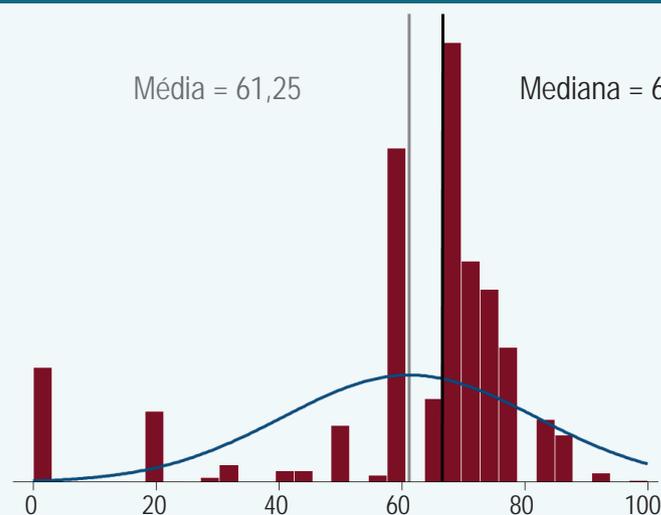
¹¹ Foram apurados seis Índices Parciais, correspondentes aos grupos temáticos do questionário: inclusão financeira; gestão da conta bancária; planeamento de despesas e poupança; escolha de produtos bancários; conhecimento das fontes de informação; e compreensão financeira.

¹² Em cada questão, o valor de “-2” traduz a menor classificação de literacia financeira e no ponto oposto da escala, o valor de “+2” traduz a maior classificação de literacia financeira, traduzindo o valor “0” uma situação de neutralidade.

Aplicando-se a mesma metodologia para o apuramento do ILF Parcial de Inclusão Financeira, a partir de seis questões sobre titularidade de contas bancárias e frequência da sua utilização, concluiu-se que este índice apresenta uma mediana de 66,67 e uma média de 61,25. Os níveis mais reduzidos de inclusão financeira estão associados aos indivíduos com mais idade (mais de 70 anos), aos desempregados, reformados e estudantes e aos indivíduos com menores rendimentos e menores níveis de escolaridade.

Figura 1

HISTOGRAMA DO ÍNDICE DE LITERACIA FINANCEIRA PARCIAL DE INCLUSÃO FINANCEIRA (PORTUGAL)



Os bancos centrais dos países de língua portuguesa têm adotado estratégias de inclusão financeira, que procuram superar os desafios e mitigar os constrangimentos existentes na oferta e na procura de produtos e serviços financeiros.

As iniciativas do lado da oferta consistem, em geral, na criação de incentivos junto das instituições de crédito para disponibilizarem produtos e serviços destinados a promover a inclusão financeira e na adoção de abordagens inovadoras para alargar o acesso aos serviços financeiros. A promoção da literacia financeira é a principal iniciativa do lado da procura.

Contas bancárias básicas

A criação de contas bancárias básicas é uma forma de regulação que promove a disponibilização de produtos apropriados para a população excluída do sistema financeiro. Pelas suas características, estas contas são usualmente adequadas a segmentos da população de baixo rendimento.

A eficácia das contas à ordem básicas como instrumento de acesso das populações ao sistema bancário enfrenta contudo alguns desafios. Após a criação deste tipo de contas bancárias, importa garantir a disseminação de informação sobre a sua existência e as suas regras de funcionamento. Esta publicitação pode ser feita através de meios de comunicação de massa, mas assume grande relevância o papel formador dos agentes de proximidade. A formação financeira neste âmbito tem de evidenciar as vantagens da gestão das finanças pessoais com recurso ao sistema financeiro, assegurando a utilização apropriada destas contas posteriormente.

Por outro lado, é necessário garantir que as instituições financeiras que comercializam este tipo de conta o fazem também de forma adequada. Pode existir o risco de a disponibilização de contas bancárias básicas ser uma forma de atrair novos segmentos de população, junto dos quais as instituições procurem comercializar outro tipo de produtos financeiros.

As contas bancárias básicas foram introduzidas em Angola – *conta Bankita à ordem e conta Bankita a Crescer* –, no Brasil – conta simplificada – e em Portugal – conta de Serviços Mínimos Bancários. O Banco Central de Cabo Verde apresentou também uma proposta legislativa para a criação deste tipo de contas bancárias.

Em Angola, a parceria com nove bancos comerciais permitiu a criação de contas bancárias à ordem e a prazo simplificadas. **A Conta Bankita à ordem** tem um valor mínimo de 100,00 kwanzas e um valor máximo de 100 000,00 kwanzas, pode ser aberta com um documento de identificação diferente do bilhete de identidade, não tem comissões de manutenção e inclui a emissão de um cartão de débito sem qualquer custo. **A Conta Poupança Bankita a Crescer** tem um valor mínimo de 1000,00 kwanzas e um valor máximo de 250 000,00 kwanzas, é constituída por um prazo mínimo de 30 dias e pode ser mobilizada antecipadamente sem notificação prévia e sem qualquer penalização.

No Brasil, foram criadas as **contas bancárias simplificadas** para promover a inclusão financeira dos grupos populacionais com menores rendimentos. Estas contas bancárias, de depósito à ordem e de poupança, têm um processo de abertura menos exigente em termos de documentos de identificação, são isentas de comissões e têm um limite máximo de depósitos durante um mês de 2000,00 reais.

O regime dos **Serviços Mínimos Bancários (SMB)** em Portugal permite o acesso a uma conta de depósito à ordem e a serviços de pagamento a custos reduzidos, a pessoas singulares que não sejam titulares de qualquer conta de depósito à ordem ou, que sendo titulares de apenas uma conta, solicitem a sua conversão em conta de serviços mínimos. O titular tem de manter um saldo médio mínimo de cinco por cento do salário mínimo nacional, os custos anuais de manutenção de conta e de utilização dos serviços de pagamento são no máximo um por cento do salário mínimo nacional (correspondendo a 4,85 euros em 2013) e o acesso à conta de serviços mínimos é independente do nível de rendimento do titular.

Mobile banking e correspondentes

A criação de contas bancárias básicas é um fator de promoção da inclusão financeira, mas o impacto deste tipo de medida depende muito da rede de agências existente no país. Alguns países têm adotado formas alternativas para a prestação de serviços financeiros, como o *mobile banking* ou os correspondentes, para ultrapassar os constrangimentos gerados pela fraca densidade da rede de agências. Contudo, estas soluções trazem também desafios específicos, sobretudo relacionados com os modelos de regulação e supervisão dos serviços financeiros prestados por estes canais.

O *mobile banking*, que consiste na disponibilização de serviços bancários através do telemóvel, tem surgido como estratégia de expansão dos canais de acesso ao sistema financeiro, em particular em países em que a exclusão financeira de alguns segmentos da população é determinada por constrangimentos geográficos. O *mobile banking* ainda não foi adotado em qualquer país de língua portuguesa, mas a Guiné-Bissau, Moçambique e Timor-Leste encontram-se a analisar este tipo de abordagem.

As empresas operadoras de telemóveis são uma parte essencial no desenvolvimento de soluções de *mobile banking*, mas estas entidades não estão no âmbito de competências dos reguladores e supervisores financeiros. Por esta razão, não estão sujeitas às mesmas exigências na prestação de serviços financeiros que as instituições financeiras, o que condiciona a qualidade do serviço prestado e a resolução de situações de conflito com os consumidores. A definição do modelo de supervisão dos serviços financeiros prestados através de *mobile banking* prevalece como um desafio. Este modelo deverá conciliar as vantagens da inclusão financeira da população com a garantia de níveis adequados de qualidade na prestação destes serviços, para que o acesso ao sistema financeiro por esta via não venha a lograr as expectativas dos seus utilizadores, em especial as dos novos consumidores financeiros.

O *mobile banking* é apontado como uma solução para a expansão dos canais de acesso ao sistema financeiro, na medida em que, mesmo em zonas remotas, as populações acedem com relativa facilidade a serviços de telemóvel. Esta não é contudo uma solução universal por não ser adequada para determinados segmentos da população que não acompanham os avanços tecnológicos, como acontece frequentemente com os mais idosos.

A figura do “**correspondente**” foi adotada no Brasil, num contexto em que o maior desafio à inclusão financeira identificado pelo Banco Central do Brasil está relacionado com a dimensão do país (200 milhões de pessoas distribuídas por 5500 municípios) e com as inerentes disparidades demográficas e geográficas. Também o Banco Nacional de Angola pondera vir a implementar este modelo para ampliar a rede de canais de acesso a serviços financeiros, através da criação do “correspondente bancário”.

Todas as instituições financeiras autorizadas pelo Banco Central do Brasil podem contratar correspondentes, que podem ser postos dos correios, padarias, casas de jogo, lojas e supermercados. Os correspondentes estão presentes em todos os municípios brasileiros e representam mais da metade do número de pontos de acesso a serviços financeiros, o que permite superar as barreiras geográficas que se colocam à tradicional rede de agências. Os correspondentes fazem a intermediação de serviços de pagamento, recebimento de depósitos e movimentação de contas. Podem também fazer propostas de abertura de conta, de operações de crédito e de contratação de cartões de crédito.

A supervisão da atuação dos correspondentes é feita sobretudo de forma indireta, através da supervisão das instituições financeiras para as quais estes trabalham. Por esta razão, nem sempre é fácil garantir que os correspondentes têm os incentivos corretos para a prestação de serviços financeiros adequados às necessidades dos consumidores financeiros. A lei da portabilidade do crédito no Brasil proibiu a cobrança de comissões pela amortização antecipada de empréstimos com o objetivo de fomentar a mobilidade do crédito e a concorrência entre instituições, para que os consumidores possam aceder a crédito em condições mais vantajosas. Como os correspondentes recebem uma comissão pela abertura de novos créditos, existe um risco de excesso de incentivo à mudança, podendo contribuir para a concessão de crédito de má qualidade e para o sobre-endividamento e afetar a estabilidade das próprias instituições financeiras.

Rede de agências

O *mobile banking* e os correspondentes são formas de expansão dos canais de acesso aos serviços financeiros alternativos à rede física de agências, que permitem contornar o principal constrangimento à inclusão financeira identificado do lado da oferta. As **políticas de incentivo à abertura de agências bancárias** não são fáceis de implementar, na medida em que está

em causa a rentabilidade das instituições financeiras. O Banco de Moçambique, no âmbito da sua Estratégia de Bancarização da Economia, procura mitigar a fraca densidade geográfica da rede de agências das instituições através da redução dos requisitos para a abertura e estabelecimento de uma agência bancária em zonas rurais. Em Portugal, a vasta rede de agências das instituições de crédito oferece uma ampla cobertura do território nacional. Contudo, a criação desta rede foi impulsionada pelo modelo de distribuição geográfica adotado nos anos 80 do século XX, que incentivava o equilíbrio na abertura de balcões, entre grandes centros urbanos e localidades mais afastadas.

O Banco Central dos Estados da África Ocidental, que abrange a Guiné-Bissau, promoveu nos anos 80 do século XX uma política de proximidade com as populações, ao enquadrar por regulamentação as entidades de microfinanças que anteriormente pertenciam ao sector informal. O enquadramento regulamentar permitiu a estas instituições comercializar legalmente os seus produtos e serviços financeiros, mas foi baseado em requisitos “mais leves”, como a não exigência de capital mínimo de constituição e a possibilidade de as instituições assumirem qualquer forma jurídica. O objetivo de expansão dos serviços financeiros de proximidade foi atingido, mas detetaram-se alguns problemas de funcionamento destas instituições, pelo que foi necessária nova regulamentação em vigor desde 2010, nomeadamente sobre transparência de informação (e.g. custos do crédito e taxas efetivas). Também a fiscalização das maiores instituições foi atribuída ao banco central, quando anteriormente todas as instituições eram fiscalizadas pelo Ministério das Finanças.

Regulação de produtos e serviços financeiros

A regulação e supervisão do sistema financeiro formal e o desincentivo à utilização do sector informal são essenciais para uma inclusão financeira que garanta a proteção do consumidor. Além da necessária regulação prudencial que garanta a solvabilidade das instituições, também a **regulação dos produtos e serviços financeiros comercializados nos mercados de retalho** é essencial para garantir que os produtos são disponibilizados de forma adequada e que a informação transmitida ao consumidor é transparente e completa. Além da regulação dos deveres de transparência de informação, muitos países adotam também regulação específica para os produtos de poupança, crédito e seguros. Os regimes de taxas máximas existentes na Guiné-Bissau e em Portugal são exemplo deste tipo de regulação, que têm como objetivo contribuir para maior confiança do consumidor e garantir que este não paga mais do que o razoável quando necessita de contrair crédito.

As **medidas no âmbito do microcrédito** para promoção do empreendedorismo, através do incentivo à disponibilização de empréstimos com custos relativamente reduzidos e junto de canais formais, têm também sido adotadas em alguns países, designadamente, no Brasil, em Cabo Verde e na Guiné-Bissau. No caso do Brasil foram criados em 2001 os ‘Postos de Atendimento de Microcrédito’ com o propósito de ampliar a rede de canais de acesso ao microcrédito por parte da população brasileira.

A regulação e desenvolvimento de **sistemas de pagamento** eficientes é atualmente preocupação dos bancos centrais de alguns países de língua portuguesa, como Cabo Verde e Timor Leste, na medida em que os pagamentos (incluindo as transferências) são serviços financeiros essenciais e, como tal, dos mais importantes para incentivar a inclusão financeira.

Promoção da literacia financeira

As iniciativas do lado da procura para o incentivo à inclusão financeira consistem essencialmente na **promoção da literacia financeira**, com o argumento de que um maior conhecimento sobre as vantagens e as características dos produtos e serviços bancários básicos promove a sua utilização.

Em alguns países a formação para a inclusão financeira é uma componente de uma estratégia nacional para a formação financeira mais abrangente, como é o caso de Portugal, em que a promoção da inclusão financeira foi definida como um objetivo do Plano Nacional de Formação de Financeira. Noutros países a abordagem é inversa, sendo a estratégia de inclusão financeira apoiada pela promoção da literacia financeira. São exemplos desta abordagem as estratégias de inclusão financeira desenvolvidas pelo Banco Nacional de Angola e pelo Banco Central do Brasil, cuja implementação tem sido acompanhada por programas de formação financeira.

O recurso a meios de comunicação de massa, como a imprensa, a televisão e a rádio, para divulgação de mensagens com conteúdos de formação financeira é feito pelo Banco Nacional de Angola e pelo Banco de Moçambique, prevendo o Banco Central de Timor-Leste vir também a utilizar estes meios. O Banco Nacional de Angola promove anúncios de rádio e de televisão em que evidencia as vantagens da inclusão financeira e publicita as contas bancárias básicas – *Conta Bankita à ordem e Conta Poupança Bankita a Crescer*. O Banco de Moçambique tem promovido anúncios sobre os meios eletrónicos de pagamento.

Não obstante a importância dos meios de comunicação de massa, pela sua capacidade de chegar a toda a população, para a promoção da inclusão financeira assume especial relevância a identificação de parceiros desta estratégia que lidem diretamente com a população excluída do sistema financeiro. A formação financeira destes segmentos da população requer um contacto de proximidade, que pode ser conseguido através de instituições do sector social, de organizações não-governamentais ou de estruturas do poder local. Estes parceiros são elementos chave para a disseminação da formação financeira junto das populações vulneráveis. As parcerias estabelecidas entre o Banco Central de São Tomé e Príncipe e as Câmaras Municipais e entre o Banco Nacional de Angola e algumas organizações não-governamentais são exemplos de políticas de proximidade na promoção da inclusão financeira.



II. FORMAÇÃO FINANCEIRA

1. IMPORTÂNCIA E DESAFIOS DA FORMAÇÃO FINANCEIRA

O contexto no qual as pessoas exercem as suas decisões financeiras do dia-a-dia sofreu grandes alterações ao longo dos últimos anos, em resultado, não só da inovação tecnológica, da evolução demográfica e da mudança na conjuntura económica, mas também da maior globalização e integração dos mercados financeiros. Essas alterações têm implicações sobre os níveis de literacia que são hoje exigidos aos cidadãos para que possam adquirir de forma confiante e responsável os produtos e serviços financeiros.

Os produtos e serviços comercializados nos mercados financeiros de retalho têm vindo a apresentar uma maior diversidade e complexidade. Os avanços tecnológicos e a maior integração dos mercados financeiros tornaram possível diversificar as características dos produtos acessíveis ao consumidor comum. A maior concorrência entre os bancos na criação de produtos inovadores levou ao aparecimento de produtos financeiros com um grau de complexidade e de risco que nem sempre são de fácil perceção, mesmo para consumidores mais sofisticados. Paralelamente, assistiu-se a um acesso cada vez mais generalizado a produtos e serviços financeiros por parte dos consumidores, incluindo os que possuem menores níveis de rendimento e/ou de escolaridade.

A maior variedade e complexidade da oferta de produtos, em paralelo com o acesso mais alargado da população a produtos financeiros, acentuam a assimetria de informação entre as instituições financeiras e os seus clientes. Aos clientes é exigida cada vez mais uma tomada de decisões financeiras informada e refletida. Mas à falta de informação ou à dificuldade por vezes de compreender a que lhe é prestada, associam-se comportamentos dos consumidores que indicam uma tendência para sobreavaliarem os seus conhecimentos e valorizar de forma excessiva o presente em detrimento do futuro. Estes e outros fatores culturais e psicológicos específicos afetam a forma como as decisões são tomadas.

A evolução demográfica associada ao progressivo envelhecimento da população nos países desenvolvidos e ao crescimento das camadas jovens, em processo de inclusão financeira, nos países em desenvolvimento são fenómenos que colocam novos desafios às decisões financeiras do dia-a-dia.

O envelhecimento da população e a redução dos benefícios assegurados pelos sistemas de segurança social conduzem a uma maior transferência de responsabilidade do Estado para o indivíduo, no planeamento da reforma e na prevenção de imprevistos como o desemprego ou a doença. Torna-se assim particularmente importante sensibilizar a população para a necessidade de constituição de poupança de médio e longo prazo, para o planeamento atempado da reforma e para o recurso responsável ao crédito.

O acesso a produtos financeiros por camadas da população, em especial pelos mais jovens, sem adequados níveis de formação financeira apresenta riscos relevantes, não só para os indivíduos mas também para a sociedade no seu conjunto. A aplicação da poupança em produtos com riscos desadequados ou não compreendidos pelos consumidores, a maior vulnerabilidade a fraudes e o recurso excessivo ao crédito têm um impacto significativo na gestão das finanças pessoais, refletindo-se em perda de confiança no sistema e em comportamentos que, se generalizados, não deixam de ter impacto no sistema financeiro no seu todo.

Num quadro de maior complexidade dos mercados financeiros, crescente responsabilidade financeira individual e maior incerteza face ao futuro, a formação financeira é considerada determinante

na capacitação do consumidor para a adoção de um comportamento financeiro adequado e responsável (ver caixa 4). Diversos estudos empíricos evidenciam que a insuficiente literacia financeira conduz a decisões financeiras não ótimas. Lusardi e Mitchell (2006, 2007a, 2007b) demonstram que um baixo nível de literacia financeira está associado a um deficiente planeamento da reforma. Moore (2003) conclui que os consumidores com menores níveis de literacia tendem a efetuar piores escolhas de produtos de crédito hipotecário. McCarthy (2011) e Gathergood (2011) demonstram, por seu turno, que os indivíduos com menores níveis de literacia financeira têm maior probabilidade de enfrentar dificuldades financeiras e situações de sobre-endividamento. Campbell (2006), com base numa análise do mercado do crédito hipotecário, conclui também que consumidores menos sofisticados tendem a efetuar erros nas decisões financeiras. Stango e Zinman (2006, 2007) obtiveram evidência de que a falta de formação financeira (em particular, a falta de competência para calcular a taxa de juro de um empréstimo) se traduz num maior nível de endividamento, menor acumulação de riqueza e maiores custos no recurso a crédito.

Um maior nível de literacia financeira, ao permitir tomar decisões informadas na gestão das finanças pessoais, contribui, não só para o bem-estar dos consumidores, mas também para a estabilidade do sistema financeiro e para o crescimento económico. Consumidores mais esclarecidos sobre a importância da poupança e conhecedores das características e riscos dos diversos produtos financeiros em que a podem aplicar adquirem melhores hábitos de poupança. Por outro lado, a correta identificação das necessidades financeiras e a escolha de produtos de crédito adequados podem evitar situações de endividamento excessivo e o inerente risco de incumprimento.

As consequências da crise financeira internacional evidenciaram o elevado custo e o impacto negativo de decisões financeiras individuais inadequadas – associadas a baixos níveis de literacia financeira – para os próprios cidadãos, os mercados financeiros e a sociedade em geral, levando vários bancos centrais e supervisores financeiros a reforçar a regulação e fiscalização dos sistemas financeiros. Em paralelo com a adoção de medidas de reforço da supervisão prudencial para assegurar a permanente solvabilidade das instituições de crédito, a supervisão comportamental adquire uma importância estratégica, com destaque para a supervisão da conduta das instituições de crédito na comercialização de produtos bancários de retalho. Políticas de proteção dos consumidores de produtos financeiros envolvem cada vez mais os reguladores e supervisores, que não só promovem a transparência nos produtos e serviços comercializados pelas instituições como lhes impõem condutas adequadas. Os acrescidos deveres de informação, em particular sobre os riscos dos produtos de aplicação da poupança, e a imposição de regras na comercialização dos produtos financeiros, com destaque para os produtos de crédito, impondo exigências de avaliação da solvabilidade dos clientes por parte das instituições de crédito, têm merecido especial destaque.

A par da informação, a promoção da formação financeira surge como uma componente da supervisão comportamental indispensável ao reforço das medidas de regulação e supervisão dos mercados financeiros de retalho. Consumidores com maior formação financeira e conhecedores dos seus direitos enfrentam uma relação menos assimétrica com as instituições de crédito. Estando mais capacitados para avaliarem a conduta das instituições apoiam o trabalho do supervisor na fiscalização do cumprimento das normas de regulação e de proteção dos consumidores financeiros em vigor. A atuação dos consumidores é fundamental para aumentar a eficácia da regulação imposta às instituições de crédito. A formação financeira, embora não substitua a regulação dos mercados, é um importante pilar das políticas de proteção dos consumidores de produtos financeiros, complementar à sua regulação. Assim, em muitos países, os bancos centrais e os supervisores financeiros têm assumido um envolvimento cada vez maior na elaboração de estratégias nacionais de formação financeira e na implementação de iniciativas de formação financeira, reconhecendo a sua importância para a estabilidade financeira.

CAIXA 4 | CONCEITO DE LITERACIA FINANCEIRA

A literacia financeira contribui para que os consumidores tomem decisões informadas em aspetos da sua vida financeira como a gestão do orçamento familiar, o controlo da conta bancária e a escolha de produtos e serviços bancários adequados às suas necessidades, nomeadamente na aplicação de poupança e no recurso ao crédito. A literacia financeira propicia, assim, a tomada de decisões financeiras informadas e promotoras de bem-estar e a utilização da informação financeira de forma mais eficiente e adequada.

A definição de literacia financeira mais citada a nível internacional é a que foi introduzida por Schagen (1997) para quem *“a literacia financeira é a capacidade de fazer julgamentos informados e tomar decisões concretas tendo em vista a gestão do dinheiro”*. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) define literacia financeira como *“a combinação de consciência, conhecimento, competências, atitudes e comportamentos necessários para a tomada de decisões financeiras sólidas com vista a atingir o bem-estar financeiro individual”*. Entendido nesta perspetiva, o conceito de literacia financeira vai para além dos conhecimentos sobre matérias financeiras, envolvendo também a forma como esses conhecimentos afetam os comportamentos e atitudes dos consumidores quando tomam decisões financeiras. Todas as dimensões da literacia financeira são importantes em decisões como a contratação de empréstimos, a aplicação da poupança ou a afetação inter-temporal de recursos.

A formação financeira promove o aumento do nível de literacia financeira. De acordo com a OCDE (2005b), a formação financeira é o processo pelo qual os consumidores melhoram a sua compreensão dos produtos e conceitos financeiros e desenvolvem capacidades e confiança para se tornarem mais atentos aos riscos e oportunidades financeiras, tomarem decisões refletidas, saberem onde se dirigir para obter ajuda e adotarem comportamentos que melhorem o seu bem-estar financeiro¹.

A formação financeira constitui, assim, um processo que envolve a aquisição de conhecimentos básicos de cálculo (aritmético e financeiro), promove o entendimento de conceitos e relações financeiras elementares e estimula a compreensão de riscos e benefícios associados a decisões financeiras.

¹ A educação financeira pode ser definida como *“the process by which financial consumers / investors improve their understanding of financial products, concepts and risks and, through information, instruction and / or objective advice, develop the skills and confidence to become more aware of financial risks and opportunities, to make informed choices, to know where to go for help, and to take other effective actions to improve their financial well-being”*.

A preparação e implementação de uma **estratégia nacional de formação financeira** têm de fazer face a um conjunto de desafios. A atribuição da liderança a uma ou várias instituições que seja(m) capaz(es) de prosseguir a sua execução, reunindo à sua volta todos os parceiros relevantes na prossecução empenhada de objetivos comuns e na operacionalização eficiente das diversas iniciativas é um importante desafio. Todos os países que se lançam neste tipo de projeto têm também de equacionar a melhor forma de gerir os recursos financeiros necessariamente escassos face à diversidade de projetos a desenvolver num horizonte temporal que terá de ser de médio / longo prazo. Uma estratégia nacional tem, assim, de ser capaz de criar os mecanismos adequados de coordenação e de colmatar limitações orçamentais. Tem ainda de estabelecer uma rede de parceiros para a formação dos diversos públicos-alvo que assegure a adequada capilaridade das iniciativas e o cumprimento do princípio de proximidade tão relevante na formação de determinados grupos populacionais. A estratégia tem igualmente de prever a formação de formadores e a disponibilização de materiais de formação para formadores e seus públicos, neste caso ajustados às respetivas características, o que pressupõe a adequada escolha da linguagem e dos canais de transmissão da informação. A monitorização e avaliação das várias iniciativas são os outros desafios que se colocam à implementação de uma estratégia nacional de formação financeira.

Na ausência de uma **liderança clara** podem desenvolver-se várias “estratégias nacionais”, inclusivamente por estruturas governamentais distintas, que ao competir entre si para obter visibilidade e apoio político, podem afetar negativamente o calendário de implementação e a eficiente afetação de recursos da estratégia nacional de formação financeira.

A coordenação do envolvimento de várias entidades públicas e privadas, as quais podem ter agendas próprias e conflitantes, surge, também, muitas vezes como um dos principais desafios a ultrapassar. Este é acentuado pela natureza de longo prazo de uma estratégia nacional de formação financeira e pela falta de impacto imediato e visível a curto prazo. A importância da coordenação e cooperação entre diversas entidades reforçam a necessidade de uma clara e reconhecida liderança para o desenvolvimento e implementação da estratégia nacional. A liderança deve ser assumida por uma entidade ou grupo de entidades credíveis, sendo que em muitos países esta surgiu de forma natural em resultado da tomada de iniciativa para a elaboração de uma estratégia nacional.

O **envolvimento de todos os parceiros relevantes** na implementação da estratégia e a permanente cooperação entre todos ao longo do tempo é também um desafio relevante, em particular para a liderança do projeto. Parceiros mais ativos em iniciativas de formação financeira, com programas próprios em curso, podem não se sentir motivados em participar na estratégia nacional.

A falta de **recursos financeiros e humanos** tem sido apontada por muitos países como a principal razão para não terem lançado ainda uma estratégia nacional de formação financeira. O financiamento e a eventual repartição de custos pelos diversos parceiros públicos e privados são também identificados como importantes dificuldades no desenvolvimento de uma estratégia nacional. A existência de um orçamento é um fator de credibilidade ao refletir o compromisso com a execução da estratégia. Contudo, a definição de um orçamento global para a estratégia nacional pode em alguns casos ser contraproducente e representar um limite rígido aos recursos a afetar. Daí que muitos países optem por definir orçamentos para programas de formação financeira específicos, desenvolvidos no quadro da estratégia nacional, em vez de um orçamento global.

O sucesso na implementação da estratégia nacional depende em larga medida da participação de diversas entidades públicas e privadas especialmente vocacionadas para a formação financeira, na medida em que importa assegurar a disponibilização de **materiais e ações de formação** com qualidade. Para tal é necessário identificar os parceiros com adequada capacidade científica e pedagógica para elaborarem materiais de apoio e conduzirem as ações de formação que respondam às necessidades dos grupos alvo.

A participação das instituições do sector financeiro pode ter como vantagem trazer para a implementação da estratégia o seu conhecimento e experiência em matérias financeiras, mas coloca questões ao nível da **gestão de potenciais conflitos de interesse**. É essencial assegurar que os programas de formação financeira conduzidos por instituições do sector financeiro não envolvem a publicidade ou a promoção comercial de produtos e serviços financeiros específicos.

A definição e implementação das necessárias medidas de **monitorização e avaliação de impacto** são preocupações que devem estar presentes no desenvolvimento de uma estratégia nacional. Há, por um lado, a necessidade de medir o impacto global da estratégia nacional através da condução regular de inquéritos à literacia financeira da população. Por outro lado, é importante incentivar os parceiros e os promotores dos programas de formação financeira a aplicar métodos que permitam avaliar o impacto das diversas ações e o seu contributo para a estratégia nacional.

A implementação de estratégias nacionais de formação financeira apresenta, assim, importantes desafios. Estas dificuldades não devem, contudo, inibir o seu desenvolvimento e a condução de iniciativas de formação financeira. Sugerem antes a necessidade de investigação adicional e de debate quanto aos melhores instrumentos, metodologias e meios de promoção das iniciativas de formação financeira e quanto aos melhores modelos de gestão da estratégia, que permitam contornar possíveis conflitos de interesses e manter um compromisso de longo prazo entre os vários parceiros da estratégia.

2. PRINCÍPIOS E MELHORES PRÁTICAS INTERNACIONAIS DE PROMOÇÃO DA FORMAÇÃO FINANCEIRA

As organizações internacionais como o G20, a OCDE, a União Europeia e o Banco Mundial têm desenvolvido um amplo trabalho de promoção de programas de formação financeira e de sensibilização para a importância da literacia financeira. A OCDE, nomeadamente através da *International Network on Financial Education (INFE)*², tem desempenhado um papel especialmente importante na partilha de experiências de formação financeira entre os vários países, na reflexão sobre as temáticas associadas à literacia financeira e na definição de princípios orientadores e boas práticas.

Todas as organizações partilham o entendimento de que a formação financeira não deve ser um instrumento isolado na redução das assimetrias de informação entre as instituições financeiras e os clientes, mas antes um complemento das normas legais e regulamentares de proteção dos consumidores. Os Princípios de Proteção do Consumidor de Produtos Financeiros (OCDE, 2011) endossados pelo G20 reconhecem que políticas de proteção dos consumidores de produtos financeiros que incidam apenas na atuação das instituições financeiras contribuem para o funcionamento eficiente dos mercados financeiros de retalho, mas não são suficientes.

² A INFE foi criada em 2008, sendo o Banco de Portugal um dos membros fundadores.

A integração da formação financeira no conjunto das políticas de proteção do consumidor de produtos financeiros contribui para que o consumidor faça escolhas informadas que vão de encontro às suas necessidades e expectativas. A formação e sensibilização financeiras são o tema do quinto dos Princípios de Proteção do Consumidor de Produtos Financeiros que define o seguinte:

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.

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 formação financeira desenvolvidos pela Rede Internacional sobre Formação 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.

A OCDE desde há muito que tem estado na primeira linha da reflexão sobre a importância da literacia financeira e da promoção da formação financeira. Em julho de 2005, esta organização adotou uma Recomendação (OCDE, 2005b) com um conjunto de princípios e boas práticas a disseminar pelas instituições do sector público e privado envolvidas na formação financeira. De entre os princípios definidos nesta Recomendação da OCDE destacam-se os seguintes:

- A formação financeira é o processo pelo qual os consumidores melhoram a sua compreensão dos produtos financeiros e vai para além da simples divulgação de informação financeira;
- A formação financeira deve ser considerada como um processo contínuo e de longo prazo e deve começar nas escolas o mais cedo possível;
- A formação financeira constitui um instrumento complementar à regulação e supervisão financeira e, por conseguinte, ao quadro normativo de proteção dos consumidores financeiros;
- A formação financeira deve ter em atenção o enquadramento legal e regulamentar e a crescente complexidade dos mercados financeiros;
- Os programas de formação financeira devem focar-se nas grandes prioridades definidas a nível nacional, que devem ser ponderadas tomando como referência a necessidade de acesso a diferentes produtos financeiros nas várias etapas ao longo da vida do consumidor;

- Os governos e outras entidades interessadas (*stakeholders*) devem promover a formação financeira de forma clara, coordenada e não enviesada;
- O papel das instituições de crédito na formação financeira deve ser estimulado e esta deve fazer parte dos seus princípios de boa governação em relação aos clientes.

Na sequência deste primeiro conjunto de recomendações sobre formação financeira, a OCDE deu continuidade à sua atuação neste domínio, tendo adotado posteriormente recomendações sobre boas práticas na promoção da qualidade da procura de produtos e serviços financeiros, designadamente quanto à formação financeira e consciencialização do risco assumido pelos consumidores na contratação de seguros (OCDE, 2008a), na subscrição de pensões no setor privado (OCDE, 2008b) e no recurso ao crédito (OCDE, 2009).

A criação, em 2008, da *International Network on Financial Education* (INFE), sob a égide do Comité de Mercados Financeiros e do Comité de Seguros e Pensões Privadas da OCDE, teve como objetivos promover e facilitar a cooperação internacional no âmbito da formação financeira. Esta rede tem desenvolvido um amplo trabalho sobre educação financeira nas escolas, metodologias de medição da literacia financeira, avaliação de programas de formação financeira e definição de estratégias nacionais de formação financeira, entre outros.

A OCDE/INFE tem prestado uma especial atenção à formação financeira dos jovens. Os resultados dos diversos inquéritos revelam que os jovens adultos estão entre os segmentos da população que apresentam níveis mais baixos de literacia financeira. Num contexto de maior complexidade dos mercados financeiros de retalho e da crescente responsabilidade das gerações mais novas no futuro planeamento das finanças pessoais é crucial a promoção da formação financeira dos mais jovens.

No âmbito da educação financeira nas escolas³, a OCDE/NFE publicou um conjunto de recomendações para a integração da formação financeira nos currículos escolares (OECD/INFE, 2013b) e apoiou a introdução da componente de literacia financeira no programa PISA (*Programme for International Student Assessment / Programa Internacional de Avaliação de Estudantes*).

A OCDE/INFE tem-se preocupado também com a definição de metodologias que permitam avaliar os níveis de literacia financeira da população e a sua evolução durante a implementação da estratégia. A avaliação é uma componente chave para o sucesso de uma estratégia nacional de formação financeira. A avaliação inicial facilita a identificação das lacunas existentes e a definição prioridades de intervenção. As avaliações posteriores permitem medir a evolução dos níveis de literacia financeira, comparar os resultados obtidos com os objetivos inicialmente definidos e ajustar, se necessário, as linhas de atuação da estratégia. Na sequência do trabalho desenvolvido pela OCDE/INFE em matéria de avaliação dos níveis de literacia financeira foi recentemente publicado o *Toolkit to measure financial literacy and financial inclusion* (Manual para medir a literacia financeira e a inclusão financeira) (OCDE/INFE, 2013a). Este manual apresenta a metodologia desenvolvida pela INFE para avaliar os conhecimentos, os comportamentos e as atitudes financeiras dos consumidores e incorpora um inquérito que pode ser implementado em diferentes países e que permite realizar comparações internacionais⁴.

³ <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/financialeducationinschools.htm>

⁴ O inquérito à literacia financeira da OCDE/INFE (*Financial Literacy Core Questionnaire*) foi já implementado em 14 países (Arménia, República Checa, Estónia, Alemanha, Hungria, Irlanda, Malásia, Noruega, Perú, Polónia, África do Sul, Reino Unido, Albânia e Ilhas Virgens Britânicas). Os resultados encontram-se disponíveis em Atkinson, A. and Messy, F. (2012).

A avaliação dos vários programas de formação financeira que integrem a estratégia nacional é igualmente essencial. A sua avaliação permite verificar se estes estão a ter impacto, se os objetivos definidos estão a ser cumpridos e identificar as tipologias de iniciativas mais eficientes. A OCDE/INFE tem realizado um vasto trabalho nesta matéria, tendo publicado guias práticos⁵ e os Princípios para a avaliação de programas de formação financeira (OCDE/INFE, 2011).

A OCDE/INFE destaca ainda a importância de se assegurar a eficiência na gestão dos programas de formação financeira e o seu impacto relevante no longo prazo. Os significativos recursos humanos e financeiros envolvidos requerem a implementação de estratégias coordenadas e adaptadas ao contexto nacional. É indispensável evitar a duplicação de esforços e recursos. Os Princípios da OCDE/INFE sobre estratégias nacionais de formação financeira (OCDE/INFE, 2012) apontam orientações para o desenvolvimento de estratégias nacionais de formação financeira eficientes pelos governos e autoridades públicas (ver caixa 5).

CAIXA 5 | PRINCÍPIOS DA OCDE/INFE SOBRE ESTRATÉGIAS NACIONAIS DE FORMAÇÃO FINANCEIRA

I - DEFINIÇÃO, ÂMBITO E OBJETIVO

Uma estratégia nacional de formação financeira (“Estratégia Nacional”) é uma abordagem à formação financeira, coordenada a nível nacional, que define um enquadramento adaptado às circunstâncias do país. Esse enquadramento deve:

- reconhecer a importância da formação financeira e definir o seu significado e âmbito a nível nacional, tomando em consideração as necessidades e lacunas identificadas;
- envolver a cooperação de diferentes parceiros e a identificação de um líder ou órgão / conselho coordenador a nível nacional;
- estabelecer linhas de atuação para atingir objetivos específicos e pré-definidos num determinado período de tempo;
- definir princípios orientadores que os programas de formação financeira devem seguir para contribuir de forma eficiente e apropriada para a Estratégia Nacional.

Não há um modelo ou processo único para o desenvolvimento de uma Estratégia Nacional. O processo de desenvolvimento e a definição do enquadramento da Estratégia Nacional devem ter em conta os desafios nacionais e ajustarem-se aos objetivos de curto e longo prazo do país. A Estratégia Nacional pode ser parte, ou complemento, de uma abordagem holística destinada a promover a capacitação financeira dos consumidores. Deve assentar também na promoção do desenvolvimento de mercados financeiros de retalho sólidos e equitativos.

A Estratégia Nacional deve ser consistente com a estratégia ou as iniciativas de inclusão financeira ou de proteção do consumidor de produtos financeiros. Deve refletir, tal como definido pelo G20 e OCDE/INFE, a necessidade de que a capacitação do consumidor financeiro assente na trilogia: formação financeira, inclusão financeira e proteção do consumidor de produtos e serviços financeiros.

⁵ *Practical guidance for evaluating financial education programmes* – <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/EvaluatingFinEdEN.pdf>

II - PREPARAÇÃO DA ESTRATÉGIA NACIONAL: DEFINIÇÃO DO ÂMBITO E DOS OBJETIVOS ATRAVÉS DO MAPEAMENTO, DIAGNÓSTICO E CONSULTA

O desenvolvimento de uma Estratégia Nacional deve incluir um mapeamento das iniciativas já existentes e um diagnóstico das necessidades de formação. Deve incluir também a realização de estudos preparatórios, um processo de consulta pública e a comunicação dos objetivos a prosseguir. Esta fase de preparação deve ser conduzida, de preferência, pelo Governo, por uma autoridade pública ou de regulação ou por uma estrutura de coordenação a nível nacional.

A – Mapeamento e avaliação das iniciativas existentes

A fase de preparação deve incluir o mapeamento e conhecimento de:

- iniciativas de formação financeira existentes promovidas por entidades públicas, privadas e da sociedade civil;
- literatura e investigação relevante;
- práticas internacionais (incluindo os instrumentos da OCDE e INFE, estudos analíticos e comparativos, resultados e recomendações).

B – Avaliação das necessidades da população

A avaliação deve incluir a identificação das necessidades da população em termos de literacia financeira e das principais lacunas existentes. A avaliação deve basear-se, de preferência, na medição da literacia financeira da população a nível nacional.

C – Consulta

Os vários parceiros da Estratégia Nacional e, se possível o público em geral, devem ser consultados durante a fase de preparação.

D – Conhecimento a nível nacional e comunicação

A comunicação dos resultados obtidos na fase preparatória deve ser promovida de forma adequada e o lançamento oficial da Estratégia Nacional ativamente publicitado junto dos parceiros relevantes e do público em geral.

III – MECANISMO DE GOVERNAÇÃO E O PAPEL DOS PRINCIPAIS PARCEIROS NA ESTRATÉGIA NACIONAL

A Estratégia Nacional deve ser flexível e ajustada às circunstâncias nacionais. Deve também assentar em mecanismos de governação e de coordenação transparentes, com a identificação da autoridade líder ou do modelo de governação e com a definição clara das funções e responsabilidades dos parceiros relevantes.

A – Liderança e estrutura de governação

A Estratégia Nacional deve ser iniciada, desenvolvida e monitorizada por uma autoridade líder ou uma estrutura de governação que seja amplamente credível e imparcial. A liderança deve ser reconhecida e promovida ao mais alto nível. A autoridade líder ou a estrutura de governação devem possuir competência técnica e um mandato explícito em matéria de formação financeira (ou em matéria de proteção dos consumidores financeiros, incluindo formação financeira). Deve ter também os recursos necessários e os poderes de execução que permitam assegurar a implementação apropriada de uma Estratégia Nacional sustentável, eficiente e adaptada às circunstâncias nacionais.

B – Coordenação e responsabilidades dos vários parceiros

A Estratégia Nacional deve ter uma coordenação intersectorial, de âmbito nacional, dos vários parceiros interessados e vocacionados para a formação financeira. Esta coordenação deve incluir a definição de responsabilidades dos principais parceiros, em função dos seus conhecimentos, experiência, interesses e recursos. A forma de coordenação deve ser suficientemente flexível para se adaptar às circunstâncias e permitir acertos com os parceiros sempre que necessário, de forma a melhor afetar os programas de formação financeira e a evitar duplicações desnecessárias.

1) Autoridades públicas

Todos os parceiros públicos potencialmente relevantes devem ser envolvidos, incluindo ministérios (em particular, os ministérios das finanças e da educação), o banco central, os reguladores e supervisores financeiros e outras autoridades públicas nacionais, regionais e locais.

O envolvimento das entidades públicas deve incluir.

- a preparação e definição do enquadramento da Estratégia Nacional, envolvendo a consulta aos parceiros;
- a identificação dos objetivos e prioridades nacionais para a formação financeira;
- a definição e/ou promoção de regulamentação, orientações, padrões de qualidade, códigos de conduta e/ou certificação para que os objetivos sejam atingidos com programas de formação financeira de elevada qualidade.

2) Sector privado e prestadores de serviços financeiros

O papel das instituições do sector financeiro na formação financeira e no desenvolvimento da Estratégia Nacional deve ser promovido como componente da responsabilidade social e da boa governança destas instituições, tendo em consideração os seus conhecimentos e recursos.

O contributo do sector privado para a formação financeira deve ser monitorizado e orientado de forma a gerir potenciais conflitos de interesse. O envolvimento das respetivas associações nacionais deve ser estimulado, bem como o patrocínio privado de programas públicos ou da sociedade civil. Devem ser adotados padrões de qualidade nacionais e/ou internacionais e códigos de conduta para o desenvolvimento e implementação de programas de formação financeira pelo sector privado. A sua execução pelo sector privado deve ser ativamente acompanhada e avaliada. O desenvolvimento de programas de formação financeira pelo sector privado não deve envolver a publicidade a produtos e serviços financeiros específicos.

3) Outros parceiros da sociedade civil e internacionais

Outros parceiros, tais como organizações não-governamentais, centrais sindicais, associações de consumidores, empregadores, comunicação social e outros disseminadores nacionais devem ser envolvidos na preparação da Estratégia Nacional e na sua implementação.

A cooperação internacional, incluindo através da OCDE e da INFE, deve também ser encorajada e utilizada para a promoção do desenvolvimento de estratégias nacionais eficientes.

IV – LINHAS DE ATUAÇÃO DA ESTRATÉGIA NACIONAL: PRIORIDADES, PÚBLICOS-ALVO, AVALIAÇÃO DE IMPACTO E RECURSOS

A Estratégia Nacional deve definir linhas de atuação que incluam: uma visão abrangente e intersectorial; objetivos realistas, mensuráveis e calendarizados; prioridades; e, quando relevante, públicos-alvo. A Estratégia Nacional deve também prever a avaliação de impacto e a identificação de recursos apropriados.

As linhas de atuação devem ser suficientemente flexíveis e ter em conta o contexto da Estratégia Nacional. Esta deve ser regularmente repensada, de acordo com os resultados de estudos de investigação e a análise da relevância das linhas de atuação definidas.

A – Objetivos comuns e prioridades

A Estratégia Nacional deve adotar uma visão abrangente e intersectorial, estabelecer objetivos gerais, realistas e mensuráveis e definir prioridades, em conformidade com os resultados da fase preparatória e as circunstâncias do país. Pode incluir objetivos como a promoção do acesso a serviços financeiros apropriados, a poupança e investimento adequados, a redução do endividamento e o apoio ao crédito responsável, o estímulo e a qualidade da poupança para a reforma, etc.

Estes objetivos e prioridades devem envolver a identificação de resultados intermédios e de curto prazo, bem como os resultados esperados no longo prazo e as metas quantitativas e qualitativas para a Estratégia Nacional. As linhas de atuação da Estratégia Nacional devem igualmente incluir um calendário para a concretização dos objetivos e prioridades.

B – Públicos-alvo

As linhas de atuação da Estratégia Nacional devem recomendar que a formação financeira seja introduzida o mais cedo possível na vida dos indivíduos, de preferência através da introdução da educação financeira no currículo escolar.

As linhas de atuação da Estratégia Nacional devem também indicar os principais públicos-alvo e prioridades tendo em consideração os resultados dos estudos preparatórios e, quando relevante, focar-se em determinados grupos vulneráveis da população.

C – Avaliação de impacto

As linhas de atuação da Estratégia Nacional devem identificar os métodos a utilizar na avaliação da sua implementação e prever um indicador para a medição do seu impacto.

A avaliação do impacto deve ser realizada, de preferência, através de inquéritos nacionais à literacia financeira da população, planeados no início da Estratégia Nacional e conduzidos com intervalos regulares (entre 3 a 7 anos).

D – Recursos

Os recursos financeiros para o desenvolvimento, implementação e avaliação da Estratégia Nacional devem ser orçamentados, se não para toda a Estratégia, pelo menos por cada um dos principais parceiros envolvidos. O orçamento é especialmente importante se as linhas de atuação definirem projetos concretos.

A combinação de vários recursos financeiros públicos e privados, bem como o financiamento através de parcerias, deve também ser considerada. A contribuição financeira pelo sector privado deve ser ativamente encorajada.

V – IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA NACIONAL: MECANISMOS DE DISSEMINAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS PROGRAMAS

A Estratégia Nacional deve dar orientações relativamente à disseminação, implementação e avaliação de programas de formação financeira específicos.

A – Métodos de disseminação e formação

A Estratégia Nacional deve apresentar recomendações gerais sobre os métodos mais eficientes de disseminação da formação financeira tendo em consideração as melhores práticas e os resultados da investigação.

As recomendações devem incluir:

- o uso de um vasto conjunto de métodos e de canais de disseminação da formação financeira ajustados às circunstâncias da população em geral e de públicos-alvo específicos;
- a promoção da formação financeira de forma regular junto da população e ao longo da vida dos indivíduos;
- a adequada formação dos disseminadores e prestadores de formação financeira;
- o desenvolvimento e a promoção pelas autoridades públicas competentes de regulação, de padrões de qualidade e de códigos de conduta e a sua implementação pelos promotores de programas de formação financeira.

B – Impacto e processo de avaliação dos programas

A monitorização e a avaliação de impacto dos programas de formação financeira que contribuem para a Estratégia Nacional deve ser ativamente promovida, como componente relevante da própria Estratégia. A utilização de métodos de avaliação já identificados e disponíveis deve ser recomendada.

A importância da promoção de iniciativas de formação financeira foi reconhecida pela **Comissão Europeia**, em dezembro de 2007, na sua Comunicação sobre Educação Financeira (COM 2007). Foram definidos oito princípios que devem ser observados nos programas nacionais de formação financeira:

- A formação financeira deve ser ativamente promovida em todas as etapas da vida;
- Os programas devem ser dirigidos às necessidades específicas dos consumidores, precedidos de uma investigação preliminar sobre o seu nível de conhecimentos financeiros;
- A formação financeira deve começar na escola;
- A sensibilização para a necessidade de melhorar a compreensão dos problemas e riscos financeiros deve ser ativamente promovida;
- A formação financeira por prestadores de serviços financeiros deve ser equilibrada, transparente e imparcial;
- Os recursos disponíveis para a formação devem ser adequados;
- As funções atribuídas a cada entidade a nível nacional devem estar bem definidas e ser coordenadas entre si;
- Os prestadores de formação financeira devem promover a avaliação das suas iniciativas.

O **Banco Mundial** tem vindo também a promover o tema da literacia financeira, no âmbito da proteção do consumidor de produtos e serviços financeiros. Em 2010, o Banco Mundial lançou o Programa Global para a Proteção do Consumidor e a Literacia Financeira (*Global Program for Consumer Protection and Financial Literacy*) que procura diagnosticar e analisar a situação dos países em matéria de políticas de proteção dos consumidores⁶. Em complemento às análises realizadas foram dinamizados programas de assistência técnica, incluindo dezoito inquéritos ao nível de literacia financeira. Com base nesta experiência, o Banco Mundial publicou em 2012 um conjunto de boas práticas em matéria de proteção do consumidor de produtos e serviços financeiros (Banco Mundial, 2012).

Em matéria de capacitação e formação financeira o Banco Mundial aponta como boas práticas:

- **Desenvolver um programa de formação financeira amplo e abrangente** – o objetivo de aumentar os níveis de literacia financeira da população deve envolver organizações governamentais e não-governamentais e requer a identificação de uma autoridade líder (como o banco central ou o(s) supervisor(es) financeiro(s)) para coordenar a preparação e a implementação do programa nacional de formação financeira.
- **Diversificar as iniciativas e os canais** – a(s) autoridade(s) competentes devem promover iniciativas diversas de formação financeira, envolver os meios de comunicação de massa na divulgação das iniciativas e criar incentivos para uma colaboração apropriada entre as entidades governamentais, supervisores financeiros, associações do sector financeiro e associações de consumidores.

⁶ No âmbito deste programa já foram realizados estudos nos seguintes países: República Checa, Eslováquia, Bulgária, Roménia, Lituânia, Azerbaijão, Croácia, Federação Russa, Letónia, Bósnia e Herzegovina, Cazaquistão, Malawi, África do Sul, Nicarágua, Ucrânia, Arménia, Moçambique e Tadjiquistão.

- **Disponibilizar informação imparcial aos consumidores** – os supervisores e associações de consumidores devem disponibilizar informação imparcial, através da internet ou de publicações impressas, sobre características, riscos e benefícios dos principais produtos e serviços financeiros. As autoridades competentes devem proporcionar uma melhor compreensão dos produtos e serviços, nomeadamente através da disponibilização de instrumentos de comparação de custos dos produtos e da promoção de campanhas de informação e formação financeira.
- **Promover a consulta de consumidores e das entidades do sector financeiro** – a(s) autoridade(s) devem consultar os consumidores, associações e instituições bancárias para ter em conta as necessidades e expectativas dos consumidores. As autoridades competentes devem também realizar testes junto dos consumidores para avaliar se as iniciativas produzem os resultados esperados.
- **Medir o impacto das iniciativas de formação financeira** – os níveis de literacia financeira dos consumidores devem ser medidos através de inquéritos nacionais regulares e as iniciativas de formação financeira devem ser avaliadas pelas autoridades competentes.

3. INICIATIVAS DE FORMAÇÃO FINANCEIRA DOS BANCOS CENTRAIS DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA

Os benefícios individuais e para a estabilidade do sistema financeiro, resultantes dos consumidores tomarem decisões financeiras informadas e refletidas têm levado bancos centrais e supervisores financeiros a promoverem e apoiarem iniciativas de formação financeira.

Estratégias nacionais

A importância da formação financeira levou muitos países a desenvolver estratégias nacionais de formação financeira, definindo objetivos e linhas gerais para a promoção de projetos nesta área. Esta opção resulta do reconhecimento de que através de uma estratégia nacional é possível promover a literacia financeira de forma mais eficiente, credível e abrangente. Estas estratégias têm normalmente como objetivo principal o aumento dos conhecimentos financeiros e a adoção de comportamentos financeiros responsáveis por parte da população, embora vários países tenham também considerado outros objetivos como promover a inclusão financeira ou sensibilizar a população para a importância da poupança e do recurso responsável ao crédito.

O Banco Central do Brasil e o Banco de Portugal estão envolvidos em **estratégias de formação financeira de âmbito nacional**, tendo o Banco de Moçambique iniciado o processo de preparação deste tipo de iniciativa. A Estratégia Nacional de Educação Financeira do Brasil foi lançada em 2010, por decreto presidencial, “com a finalidade de promover a educação financeira e previdenciária e contribuir para o fortalecimento da cidadania, a eficiência e solidez do sistema financeiro nacional e a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores”⁷. A estratégia brasileira é dinamizada pelos supervisores do sistema financeiro – Banco Central do Brasil, Comissão de Valores Mobiliários, Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC) e Superintendência de Seguros Privados (Susep) – e pelos Ministérios da Fazenda, da Educação, da Previdência Social e da Justiça. A condução da estratégia é feita pelo Comité Nacional de Educação Financeira, que, além das oito instituições governamentais mencionadas, conta ainda com quatro representantes da sociedade civil.

⁷ Decreto n.º 7397, de 22 de dezembro de 2010, da Presidência da República do Brasil.

Em Portugal, o Plano Nacional de Formação Financeira foi lançado em 2011, no quadro do Conselho Nacional de Supervisores Financeiros – Banco de Portugal, Comissão do Mercado de Valores Mobiliários e Instituto de Seguros de Portugal – e visa apoiar, enquadrar, dinamizar e difundir projetos de formação financeira, com o objetivo de “contribuir para elevar o nível de conhecimentos financeiros da população e promover a adoção de comportamentos financeiros adequados, através de uma visão integrada de projetos de formação financeira e pela junção de esforços das partes interessadas, concorrendo para aumentar o bem-estar da população e para a estabilidade do sistema financeiro” (PNFF, 2011).

A definição dos objetivos de uma estratégia nacional de formação financeira resulta em larga medida do diagnóstico das lacunas de literacia financeira da população, através da realização de inquéritos à população e/ou da análise de indicadores económicos. O Banco de Portugal conduziu, em 2010, o **Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa** o qual permitiu identificar necessidades de formação financeira em diversas matérias, algumas mais relevantes para a população em geral e outras mais específicas de alguns grupos populacionais. A realização regular deste tipo de iniciativa constitui igualmente um método de avaliação da própria estratégia nacional, ao permitir aferir a evolução dos níveis de literacia financeira da população ao longo do tempo.

Parcerias

As estratégias nacionais são usualmente coordenadas e dinamizadas por autoridades públicas, mas a implementação de projetos no terreno requer necessariamente a realização de **parcerias com entidades que estejam próximas das populações**. A Estratégia Nacional de Educação Financeira brasileira prevê a criação de parcerias com entidades públicas e instituições privadas. O Plano Nacional de Formação Financeira português tem duas Comissões de Acompanhamento em que participa um vasto conjunto de entidades envolvidas em projetos de formação financeira, incluindo ministérios, associações do sector financeiro, associações de consumidores, centrais sindicais, associações empresariais e universidades. Em Portugal, para **orientar a atuação das entidades públicas e privadas** que participam no Plano Nacional de Formação Financeira, foram definidos os Princípios Orientadores das iniciativas de formação financeira enquadradas no Plano, que estabelecem os critérios de qualidade, rigor, atualidade e isenção que as ações e materiais de formação financeira devem cumprir.

Ainda que não enquadradas por uma estratégia nacional, as iniciativas de formação financeira de vários bancos centrais de países de língua portuguesa contam com parcerias locais, como acontece em São Tomé e Príncipe, que tem a cooperação das Câmaras Municipais, ou em Angola, em que são realizadas parcerias com a associação de bancos, com a associação de defesa dos consumidores e com organizações não-governamentais.

Educação financeira nas escolas

Os ministérios da educação são um importante parceiro por se reconhecer que a educação financeira deve começar nas escolas. A educação financeira dos mais novos, desde a educação pré-escolar até ao ensino universitário, é a forma mais eficiente de formar financeiramente uma geração, capacitando os jovens para as decisões financeiras que terão de tomar no futuro e aproveitando o efeito multiplicador junto das suas famílias. O Banco Central do Brasil e o Banco de Portugal no quadro das respetivas estratégias nacionais estão envolvidos na **introdução da educação financeira nas escolas**, em colaboração com os respetivos ministérios da educação. O Banco de Moçambique iniciou recentemente a parceria com o Ministério da Educação e o Banco Central de Timor-Leste prevê fazer o mesmo.

No Brasil, no âmbito da Estratégia Nacional de Educação Financeira, tem vindo a ser implementado nas escolas um projeto de educação financeira, que inclui a elaboração de livros didáticos e manuais escolares e a formação de professores para lecionar o tema durante os três anos escolares do ensino médio. A educação financeira nas escolas começou com um projeto-piloto que será expandido a partir de 2014 a um maior número de escolas. Este projeto foi um dos pioneiros no que toca à realização de uma avaliação de impacto, a qual evidenciou resultados positivos nos conhecimentos dos alunos e na atitude face à poupança.

O Ministério da Educação e Ciência português adotou o Referencial de Educação Financeira para a educação pré-escolar, o ensino básico e secundário e a educação e formação de adultos, que foi desenvolvido em articulação com os supervisores financeiros. O documento tem como objetivo orientar a implementação da formação financeira em contexto educativo. O Banco de Portugal e os outros supervisores financeiros continuam a colaborar com o Ministério da Educação e Ciência na formação dos professores, com vista a uma eficiente implementação do Referencial de Educação Financeira. As escolas têm sido também desafiadas a participar no “Concurso Todos Contam”, um concurso anual que visa distinguir os melhores projetos de educação financeira em espaço escolar e cuja primeira edição teve lugar no letivo de 2012/2013.

Portais de formação financeira

A criação de **portais de formação financeira** é uma iniciativa que permite utilizar as novas tecnologias para fazer chegar a informação e a formação financeira a uma parte significativa da população. São exemplos deste tipo de iniciativa o Portal do Cliente Bancário do Banco de Portugal⁸, o portal Todos Contam do Plano Nacional de Formação Financeira português⁹, o Portal do Consumidor de Produtos e Serviços Financeiros do Banco Nacional de Angola¹⁰ e o perfil do cidadão no sítio de internet do Banco Central do Brasil¹¹.

O Banco de Portugal lançou em 2007 o Portal do Cliente Bancário, que disponibiliza informação sobre os direitos e deveres dos clientes, as características dos produtos e serviços bancários e os serviços prestados pelo Banco de Portugal (e.g. receção e gestão de reclamações contra instituições de crédito, consulta da central de responsabilidades de crédito, lista de utilizadores de cheque de risco). No âmbito do Plano Nacional de Formação Financeira foi criado em 2012 o portal “Todos Contam”. Concebido especificamente como instrumento de formação financeira disponibiliza conteúdos em linguagem simples sobre a gestão das finanças pessoais e sobre aspetos financeiros a ter em atenção nas várias etapas da vida. Divulga também iniciativas e materiais de formação desenvolvidos pelas várias entidades parceiras do Plano.

O Banco Nacional de Angola lançou em setembro de 2012 o Portal do Consumidor de Produtos e Serviços Financeiros. O Portal divulga informação sobre os produtos e serviços bancários (e.g. cartões, cheques, transferências, depósitos, crédito, microcrédito, *homebanking* e *mobile banking*), os direitos dos consumidores financeiros e as instituições financeiras a operar no país. Apresenta também conselhos úteis sobre segurança e prevenção de fraude, nomeadamente na utilização de cartões, cheques e *homebanking*, e conteúdos de formação financeira sobre o sistema financeiro, a função do dinheiro e a inflação.

⁸ <http://clientebancario.bportugal.pt>

⁹ <http://www.todoscontam.pt>

¹⁰ <http://www.consumidorbancario.bna.ao/>

¹¹ <http://www.bcb.gov.br/?CIDADAO>

Além de conteúdos sobre direitos e deveres dos consumidores e sobre os produtos e serviços financeiros, é usual os portais de informação e formação financeira disponibilizarem simuladores, nomeadamente de poupança e de produtos de crédito. São exemplos a calculadora do cidadão disponibilizada no perfil do cidadão do Banco Central do Brasil e os vários simuladores disponíveis em Portugal no Portal do Cliente Bancário e no portal Todos Contam. Neste último, é também disponibilizado um simulador para gestão do orçamento familiar.

Ações de sensibilização e formação

A **produção de publicações** (impressas e disponibilizadas nos portais) é uma iniciativa de informação e formação financeira prosseguida pelos bancos centrais de São Tomé e Príncipe, do Brasil, de Cabo Verde, de Moçambique e de Portugal. Também o Banco Central de Timor-Leste pretende vir a produzir publicações deste género. Em complemento, o Banco Central de São Tomé e Príncipe e o Banco de Cabo Verde criaram gabinetes de apoio ao consumidor.

Os **museus dos bancos centrais** são também um território propício para a promoção de iniciativas de formação financeira junto de diversos públicos, em especial dos estudantes. Além da participação na estratégia nacional brasileira, o Banco Central do Brasil conduz um programa sectorial de formação financeira, que inclui a valorização do Museu de Valores enquanto instrumento de formação financeira. Nas atividades desenvolvidas durante as visitas é dada ênfase à vertente da psicologia económica. Também o Banco de Portugal pretende dinamizar a vertente da formação financeira no âmbito do programa educativo do Museu do Dinheiro, para além dos atuais conteúdos sobre a evolução da moeda.

Alguns bancos centrais de países de língua portuguesa promoveram a divulgação de conteúdos de **informação e formação financeira na imprensa, televisão e rádio**. O Banco Nacional de Angola produziu anúncios de televisão para sensibilizar a população para a importância da poupança, da detenção de uma conta bancária e do conhecimento dos seus direitos e deveres. Também o Banco Central do Brasil lançou uma campanha de televisão sobre a portabilidade das contas bancárias. O Banco Central dos Estados da África Ocidental adotou um plano de comunicação para a promoção da bancarização com anúncios da televisão e rádio e produção de cartazes.

São também realizados **eventos com o objetivo de sensibilizar a população para a importância da formação financeira**. Destaca-se a exposição sobre “A bancarização em Moçambique”, da iniciativa do Banco de Moçambique, as palestras e cursos sobre gestão de finanças pessoais do Banco Central do Brasil, as conferências sobre literacia financeira do Banco de Portugal e a dinamização em Portugal do Dia da Formação Financeira, organizado a 31 de outubro, por ocasião do Dia Mundial da Poupança.

O Banco de Portugal dinamiza igualmente **ações de formação financeira**, no âmbito das atividades do Plano Nacional de Formação Financeira, dirigidas em especial a formadores, dada a sua importância enquanto agentes multiplicadores dessa formação.



Iniciativas dos bancos centrais dos países de língua portuguesa na promoção da inclusão e formação financeira

BANCO CENTRAL DE SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE

Área de São Tomé e Príncipe: 1001 km²
População: 189 milhares de hab. (2012; fonte: ONU)



Inclusão financeira

O Banco Central de São Tomé e Príncipe criou em 2011 um gabinete de apoio ao consumidor financeiro. A necessidade de criação deste gabinete resultou do aumento da bancarização da população, que se tem verificado em linha com o maior número de instituições financeiras a operar no país e o conseqüente aumento da disponibilização de produtos e serviços financeiros. Entre as atribuições do gabinete de apoio ao consumidor está a prestação de informações ao público, nomeadamente sobre cuidados que o consumidor deve ter quando abre uma conta bancária, contrai um empréstimo ou contrata qualquer outro serviço bancário.

O sistema financeiro de São Tomé e Príncipe, embora relativamente recente tem registado desenvolvimentos significativos no decorrer da última década. Atualmente, operam no país oito instituições financeiras, quando há cerca de 10 anos atrás existia apenas uma instituição financeira. A rede de máquinas ATM e terminais POS tem-se igualmente densificado.

No entanto, a maior parte da população não é ainda bancarizada. As instituições financeiras concentram-se em São Tomé, a capital do país, o que conduz a que o aumento da inclusão financeira se faça de forma assimétrica a nível nacional. A inexistência de incentivos para que as instituições financeiras se localizem em zonas mais longínquas e menos densamente povoadas leva a que estas instituições optem por não o fazer, uma vez que baseiam as suas decisões de localização em critérios de rentabilidade.

Por se concentrarem nas principais zonas urbanas do país, as instituições financeiras acabam por ser direcionadas para as populações de rendimento médio e alto. As opções de localização das instituições financeiras são assim um fator que dificulta o acesso ao sistema bancário por parte da população rural e de baixo rendimento.

Formação financeira

O Banco Central de São Tomé e Príncipe publica cadernos de formação financeira dirigidos à população. A evolução da moeda e da banca em São Tomé e Príncipe e o funcionamento dos cartões bancários são exemplos de temas destes cadernos.

Para promover a formação financeira, o Banco Central recorre a parcerias com as Câmaras Municipais que têm maior proximidade às populações. Esta estratégia é especialmente importante para fazer chegar a formação financeira aos segmentos da população de baixos rendimentos.

As iniciativas de formação financeira em São Tomé e Príncipe não são ainda enquadradas por uma estratégia nacional de formação financeira.



BANCO CENTRAL DE TIMOR-LESTE

Área de Timor-Leste: 15 007 km²

População: 1 164 milhares de hab. (2012; fonte: ONU)



Inclusão financeira

O Banco Central de Timor-Leste encontra-se a desenvolver o Plano Diretor para o Sector Financeiro, em que um dos objetivos é promover a inclusão financeira. A estratégia de inclusão tem em conta as necessidades de serviços financeiros dos grupos populacionais de rendimentos mais baixos e que ainda não têm conta bancária. O Plano Diretor pretende criar um ambiente favorável ao crescimento económico e à criação de empregos. Tem um horizonte temporal de 10 anos e baseia-se nas experiências e melhores práticas dos países em desenvolvimento e das economias mais avançadas. O Plano Diretor enfrenta, todavia, desafios relacionados com a necessidade de mecanismos nacionais de coordenação da implementação, com a forma de monitorização e avaliação do programa e com as limitações orçamentais.

Os dados estatísticos em Timor-Leste apontam para baixos níveis de inclusão financeira. Cerca de 75 por cento da população adulta, na sua maioria de baixo rendimento, não tem acesso a produtos de poupança, crédito e outros serviços de financeiros. Os quatro bancos comerciais existentes cobrem apenas uma pequena percentagem da população e concentram-se sobretudo em Dili, a capital do país. As instituições de microfinanças têm atualmente um papel relevante na prestação de serviços financeiros em áreas rurais e a microempresas.

O Banco Central de Timor-Leste lançou recentemente um projeto de melhoria do sistema de pagamentos nacionais, para assegurar que as bases do sistema financeiro são sólidas e eficientes. Este projeto tem como objetivo melhorar os sistemas eletrónicos de *clearing and settlement* interbancários, de forma a satisfazer as necessidades de consumidores e empresas, criando condições para a expansão da rede de máquinas ATM, do *homebanking* e de outras formas de banca eletrónica. Estes desenvolvimentos visam promover os pagamentos eletrónicos e reduzir a importância relativa do numerário e dos cheques.

Formação financeira

O Banco Central de Timor Leste criou, em outubro de 2012, um grupo de trabalho interno para desenvolver um plano estratégico para a formação financeira. Até ao momento, o Banco Central tem centrado a sua atuação de formação financeira na condução de campanhas públicas regulares sobre o tema “Conheça a sua moeda”.

O desenvolvimento de um plano estratégico tem como objetivos a melhoria do conhecimento dos produtos e serviços financeiros por parte do público e a proteção do consumidor financeiro, procurando assim facilitar a inclusão financeira.

Os principais grupos-alvo serão os funcionários públicos e os trabalhadores do sector privado, as pequenas e microempresas, os fornecedores de bens alimentares, os militares veteranos, os institutos de microcrédito, as cooperativas e os estudantes de todos os níveis de ensino.

As iniciativas de formação financeira previstas para o público em geral incluem a realização

de conferências, a divulgação de conteúdos em televisão e rádio, a publicação de brochuras, panfletos e DVDs e a divulgação de temas específicos de formação financeira no sítio de internet do Banco Central. O plano estratégico prevê ainda a realização reuniões e conferências para grupos específicos, como militares veteranos, estudantes e instituições de microcrédito, e a colaboração com o Ministério da Educação para a preparação de material que permita a introdução da educação financeira no currículo escolar nacional, da educação primária até à universitária.

Os principais desafios para a implementação do plano estratégico relacionam-se com a criação de mecanismos nacionais de coordenação, com a necessidade de monitorização e avaliação do plano e com a formação de formadores e de parceiros plano. As limitações orçamentais e a ausência de experiência no desenvolvimento de materiais de educação financeira que respondam às necessidades dos grupos alvo são também apontados como constrangimentos.

BANCO CENTRAL DO BRASIL

Área do Brasil: 8 514 876,599 km²

População: 198 765 milhares de hab. (2012; fonte: ONU)



Inclusão financeira

A estratégia de inclusão financeira do Banco Central do Brasil assenta em três vetores: (i) expansão e solidez dos canais de acesso a serviços financeiros, (ii) criação de produtos e serviços adequados aos segmentos da população com rendimentos mais baixos, (iii) garantia da qualidade na prestação de serviços financeiros. A estratégia adotada tem em conta o maior desafio à inclusão financeira identificado pelo Banco Central do Brasil, que é a dimensão do país (200 milhões de pessoas distribuídas por 5500 municípios) e as inerentes disparidades demográficas e económicas.

Os correspondentes das instituições financeiras assumem um importante papel no âmbito da expansão dos canais de acesso. Os correspondentes estão presentes em todos os municípios brasileiros e representam mais da metade do número de pontos de acesso a serviços financeiros. Todas as instituições financeiras autorizadas pelo Banco Central do Brasil podem contratar correspondentes (tais como, postos dos correios, padarias, casas de jogo, lojas e supermercados), que constituem um importante ponto de ligação entre o sistema financeiro e a população. Os correspondentes fazem a intermediação de serviços de pagamento, recebimento de depósitos e movimentações de contas. Podem também fazer propostas de abertura de conta, de operações de crédito e de contratação de cartões de crédito.

Em 2004, foi criada a conta bancária simplificada, com o objetivo de promover a inclusão financeira dos grupos populacionais com menores rendimentos. Trata-se de uma conta especial, de depósitos à ordem e de poupança, cujo processo de abertura é menos exigente em termos de documentação. Estas contas são isentas de comissões e têm um limite máximo de saldo de dois mil reais (limite de depósitos durante um mês).



A portabilidade gratuita da domiciliação do salário, dos dados de cadastro do consumidor e do crédito, foi regulada de forma a promover a mobilidade dos consumidores e a garantia de escolha entre instituições financeiras. A regulação da portabilidade do crédito foi acompanhada da proibição de cobrança de comissões de amortização antecipada de contratos de crédito, de forma a garantir que a mobilidade não é restringida pelos custos de cancelar o crédito na instituição de origem.

A promoção da inclusão financeira é um objetivo estratégico do Banco Central do Brasil, que se tem refletido na sua atuação a nível nacional e internacional. Em 2011, foi lançada a Parceria Nacional para Inclusão Financeira, constituída por uma rede de entidades públicas e privadas que conduzem ações coordenadas para a promoção de uma inclusão financeira adequada da população (Banco Central do Brasil, 2012). Em 2010, o Banco Central do Brasil coliderou, juntamente com a Austrália, as atividades do *Access Through Innovation Subgroup* do *Financial Inclusion Expert Group* (FIEG), no âmbito do G20, cujos trabalhos resultaram na definição dos Princípios do G20 para a Inclusão Financeira Inovadora.

Formação financeira

O Brasil tem uma Estratégia Nacional de Educação Financeira dinamizada pelos reguladores do sistema financeiro – Banco Central do Brasil (BCB), Comissão de Valores Mobiliários (CVM), Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC) e Superintendência de Seguros Privados (Susep) – e pelos Ministérios da Fazenda, da Educação, da Previdência Social e da Justiça. A condução da estratégia é feita pelo Comité Nacional de Educação Financeira, que, além das oito instituições governamentais mencionadas, conta ainda com quatro representantes da sociedade civil.

No âmbito da estratégia nacional, tem vindo a ser implementado nas escolas brasileiras um projeto de educação financeira, que inclui a elaboração de livros didáticos e manuais escolares e a formação de professores para lecionar o tema durante os três anos escolares do ensino médio. A educação financeira nas escolas começou com um projeto-piloto que será expandido para um maior número de escolas a partir de 2014. Este projeto foi um dos pioneiros no que toca à realização de uma avaliação de impacto, a qual evidenciou melhoria das atitudes e comportamentos face à poupança, consumo e endividamento. Atualmente estão a ser planeados projetos-piloto de formação financeira a implementar junto de outros segmentos de população, como as mulheres e os aposentados com baixos rendimentos.

Além da participação na estratégia nacional, o Banco Central do Brasil conduz um programa sectorial de formação financeira. Este programa inclui a valorização do Museu de Valores enquanto instrumento de formação financeira, sendo dada ênfase à vertente da psicologia económica nas atividades desenvolvidas durante as visitas. O Banco Central do Brasil promove também palestras e cursos sobre gestão de finanças pessoais, criou o perfil do cidadão no seu sítio de internet e desenvolveu novas funcionalidades para a calculadora do cidadão, com simuladores de crédito e de poupança. Estão ainda a ser celebradas novas parcerias para a realização de ações de formação financeira juntos de vários segmentos da população: estudantes do ensino técnico, empreendedores, colaboradores do Sistema de Defesa do Consumidor, cooperados, beneficiários do Programa Bolsa-Família e magistrados.

BANCO CENTRAL DOS ESTADOS DA ÁFRICA OCIDENTAL - GUINÉ-BISSAU

Área da Guiné-Bissau: 36 125 km²

População: 1670 milhares de hab. (2012; fonte: ONU)



Inclusão financeira

O Banco Central dos Estados da África Ocidental tem vindo a adotar um conjunto de iniciativas regulamentares que favorecem a inclusão financeira. Estas medidas incluem a alteração das competências de supervisão das instituições financeiras e de microfinanças; a regulação relativa à emissão da moeda eletrónica e às instituições de moeda eletrónica; a definição de taxas de usura para o crédito; a obrigatoriedade das instituições indicarem a taxa efetiva global do crédito; a criação de um sistema de garantia de depósito; a fixação de uma tipologia para a tarifação dos serviços bancários, em particular para as comissões; e o estabelecimento de medidas que visam a redução de algumas tarifas bancárias, de forma a permitir o acesso a uma conta bancária a um maior número de consumidores.

O Banco Central tem também acompanhado os desenvolvimentos internacionais em matéria de *mobile banking*, no quadro da promoção da bancarização e da utilização dos meios de pagamento eletrónicos.

A Guiné-Bissau aderiu à União Monetária Oeste-Africana (UMOA)¹ no dia 2 de maio de 1997. O Banco Central dos Estados da África Ocidental é o Banco Central da União e, por isso, é o Banco Central para a Guiné-Bissau. Atualmente a taxa de bancarização no conjunto dos oito países da União Monetária é de 15 por cento, da qual dois terços é assegurada por instituições de microfinanças.

A crise financeira dos anos 80 nos países da União Monetária Oeste-Africana evidenciou a necessidade de criação de estruturas alternativas de intermediação financeira, para que os agentes económicos que não tinham acesso às instituições de crédito clássicas pudessem aplicar as poupanças e recorrer ao crédito através de estruturas de proximidade, tanto no meio urbano como no rural. Assim, em 1997, as instituições financeiras não reguladas pela lei bancária, nomeadamente as entidades de microfinanças, foram autorizadas a receber depósitos e a conceder crédito. Esta alteração no quadro jurídico originou uma rápida expansão do sector das microfinanças, maioritariamente constituído por instituições mutualistas e cooperativas, e um forte crescimento na oferta de serviços financeiros de proximidade.

Formação financeira

Entre outubro de 2010 e março de 2011, o Banco Central dos Estados da África Ocidental realizou uma grande campanha de sensibilização junto do público para promover a bancarização e a utilização de meios de pagamento que não o numerário.

O Banco Central tem previsto, no seu plano para 2013 – 2016, a organização de uma campanha

¹ Integram a União Monetária Oeste-Africana o Benin, o Burkina-Faso, a Costa do Marfim, a Guiné-Bissau, o Níger, o Mali, o Senegal e o Togo.

de formação financeira. Todavia, as iniciativas de formação financeira não são ainda enquadradas por uma estratégia nacional de formação financeira.

Para o Banco Central dos Estados da África Ocidental a política de inclusão financeira deve ter associada uma componente de formação financeira. Cada país da União Monetária deve desenvolver uma estratégia nacional para a promover a inclusão financeira. Por seu turno, as entidades de microfinanças devem adaptar os seus produtos e serviços financeiros às necessidades das populações, tendo também em conta as inovações tecnológicas.

A lei obriga as instituições de microfinanças a assegurarem a formação adequada dos seus trabalhadores, mas tal não tem sido feito com regularidade. Este é um aspeto que deverá ser melhorado, aproveitando o novo quadro regulamentar e de supervisão, em que o Banco Central dos Estados da África Ocidental passou a ser responsável pelas entidades de microfinanças com maior nível de atividade².

BANCO DE CABO VERDE

Área de Cabo Verde: 4033 km²

População: 502 milhares de hab. (2012; fonte: ONU)



Inclusão financeira

O Banco de Cabo Verde promove uma maior e melhor inclusão financeira da população cabo-verdiana no âmbito do objetivo estratégico de garantia da estabilidade e do desenvolvimento do sistema financeiro. Promove igualmente a melhoria do acesso ao financiamento e a diminuição dos custos financeiros das micro e pequenas empresas.

Para que a relação entre o consumidor e a instituição financeira seja mais equilibrada, o Banco de Cabo Verde estabeleceu regras que exigem às instituições maior clareza e transparência na comercialização de produtos e serviços financeiros, nomeadamente quanto ao preçário (comissões, despesas, taxas de juros, etc.) a adotar. Foram definidas as regras que as instituições de crédito e parabancárias devem observar na divulgação do preçário, estabelecidos os deveres de informação e de assistência aos clientes e definidos os serviços bancários que são obrigatoriamente gratuitos³. Foi também publicado um Aviso que define as informações obrigatórias sobre taxas de juro e custos das operações de crédito.

O Banco de Cabo Verde tem também como objetivo estratégico manter um sistema de pagamentos seguro, confiável e eficiente. Neste contexto, tem sido preocupação a criação de condições favoráveis para o desenvolvimento de infraestruturas tecnológicas, as quais

² Anteriormente, o Ministério das Finanças era responsável pela supervisão de todas as entidades de microfinanças.

³ Abertura de contas de depósito; fornecimento de um extrato de conta por mês; atualização de dados do cliente; transferências intrabancárias; encerramento de conta; consulta *online* da conta pelo cliente; e operações de pagamento através dos POS.

têm promovido uma utilização crescente de cartões de pagamento e a melhoria dos serviços prestados pelas instituições financeiras.

Nos últimos anos, Cabo Verde teve um aumento bastante expressivo do grau de bancarização (atualmente superior a 90 por cento) e uma expansão da rede de agências. Ainda assim, enquanto estratégia para o aumento do acesso ao sistema bancário, o Banco de Cabo Verde pretende apresentar propostas de legislação sobre serviços mínimos bancários e sobre crédito ao consumo.

Formação financeira

O Banco de Cabo Verde criou um Gabinete de Apoio ao Consumidor, que tem como missão principal defender os direitos, garantias e interesses legítimos dos consumidores financeiros em todo o território nacional. O Gabinete trata as reclamações dos consumidores e presta presencialmente esclarecimentos sobre o sector financeiro de Cabo Verde, apoiando assim a inclusão financeira e a atuação esclarecida dos consumidores.

O programa de formação financeira do Banco de Cabo Verde envolve a publicação da série de “Cadernos de Educação Financeira”, dirigidos, essencialmente, aos jovens estudantes. Os cadernos são publicados no sítio de internet institucional e abrangem temas como a história da moeda, as notas e moedas de Cabo Verde, a inflação, a abertura e movimentação de contas de depósito à ordem, o crédito à habitação, a rede *vinti4* e o guia do consumidor financeiro. O Banco de Cabo Verde publica ainda no seu sítio de internet questões frequentes e desdobráveis que apoiam e esclarecem o consumidor financeiro.

Apesar da existência de várias iniciativas de formação financeira em Cabo Verde, estas não são ainda enquadradas por uma estratégia nacional de formação financeira.

O Banco de Cabo Verde inclui a promoção de literacia financeira no contexto da supervisão comportamental, com o objetivo de contribuir para a estabilidade do sistema financeiro. A formação financeira enquadra-se na política de aperfeiçoamento da comunicação, de promoção da informação e do esclarecimento aos agentes económicos e público em geral. Esta política tem como propósito preparar o consumidor para uma atuação informada, aumentando a sua capacidade de avaliar a natureza dos produtos e serviços financeiros.

BANCO DE MOÇAMBIQUE

Área de Moçambique: 799 380 km²

População: 23 740 milhares de hab. (2012; fonte: ONU)



Inclusão financeira

O Banco de Moçambique tem vindo a implementar um conjunto de medidas que visam assegurar uma maior cobertura geográfica das instituições financeiras e o consequente incremento do acesso e do uso dos produtos e serviços financeiros adequados à população. O Banco de



Moçambique procurou, em particular, melhorar o quadro jurídico-legal e institucional, visando atrair a entrada de novos operadores no sistema financeiro e a expansão das suas atividades para as zonas rurais.

A Estratégia de Bancarização da Economia, lançada em 2007, contempla a redução dos requisitos para a abertura e estabelecimento de uma agência bancária nas zonas rurais. Apesar dos incentivos, a informação estatística disponível indica que parte significativa dos distritos de Moçambique continua desprovida de pontos de acesso a serviços financeiros.

A estratégia de inclusão financeira de Moçambique é enquadrada pela Estratégia de Desenvolvimento do Sector Financeiro (2013 – 2022), que prevê a melhoria do acesso aos serviços financeiros e o apoio ao crescimento inclusivo e incumbe o Banco de Moçambique de elaborar uma Estratégia Nacional para a Inclusão Financeira (ENIF). O desenvolvimento de políticas apropriadas para a inclusão financeira inclui a melhoria da formação financeira, a proteção dos consumidores financeiros, o desenvolvimento dos sectores de microfinanças, poupanças e micropagamentos e a promoção da concorrência entre prestadores de serviços financeiros com impacto na expansão dos serviços financeiros para as zonas rurais.

O processo de bancarização da economia tem registado progressos, traduzidos na melhoria dos níveis de acesso e uso dos produtos e serviços financeiros. Contudo, há fatores de natureza socioeconómica e infraestrutural que influenciam a decisão de criação de canais de acesso físico pelas instituições financeiras (sobretudo agências de bancos). Para promover a inclusão financeira torna-se necessário desencadear ações coordenadas a nível multisectorial para disponibilização de infraestruturas básicas (v.g. telecomunicações, estradas e rede elétrica) nas regiões onde as mesmas não são adequadas à abertura de uma agência bancária.

Dadas as características geográficas e demográficas de Moçambique, o Banco Central considera que a estratégia de inclusão financeira deve passar pela promoção da banca móvel (*mobile banking*). Por um lado, a quantidade de pessoas com acesso a serviços de telemóvel é elevada e, por outro lado, existe disponibilidade destes serviços na grande maioria dos distritos do país, incluindo aqueles que ainda não estão cobertos por serviços bancários. Todavia, o Banco de Moçambique reconhece que é importante que a banca móvel seja criada com um enquadramento regulamentar adequado, para evitar abusos, sobretudo junto da população de baixos rendimentos.

Formação financeira

O Banco de Moçambique organiza palestras dirigidas a grupos profissionais sobre matérias financeiras, tais como a abertura de contas bancárias, a lei cambial, o papel do Banco Central, o Metical, a Central de Registos de Crédito, o cheque e o cheque sem provisão, o cadastro de emitentes de cheques sem provisão e os cuidados a ter com os meios de pagamento.

O Banco de Moçambique promove também campanhas de divulgação de informação e formação sobre cuidados básicos a observar no uso de meios eletrónicos de pagamento, através da imprensa, televisão e rádio. Estes meios de comunicação de massa são considerados os mais adequados para chegar à generalidade da população, sobretudo tendo em conta o reduzido nível de escolaridade.

A preparação de um programa de formação financeira para o país está a ser encetada pelo Banco de Moçambique, tendo sido também iniciada uma parceria institucional com Ministério de Educação com o objetivo de introduzir conteúdos de educação financeira nas escolas, nos currículos do ensino primário e secundário.

BANCO DE PORTUGAL

Área de Portugal: 92 090 km²

População: 10 708 milhares de hab. (2012; fonte: ONU)



Inclusão financeira

A estratégia de inclusão financeira adotada em Portugal passa pela promoção do acesso a uma conta de depósito à ordem e a serviços de pagamento a custos reduzidos, aproveitando a vasta rede de agências das instituições de crédito existente no país. O regime dos Serviços Mínimos Bancários (SMB), criado em 2000, foi revisto em 2012 de forma a facilitar o acesso a estes serviços⁴ e reforçar a sua divulgação junto da população. As instituições de crédito aderem aos SMB de forma voluntária, mas após essa decisão têm de respeitar as regras legalmente previstas. Podem aceder aos SMB as pessoas singulares que não sejam titulares de qualquer conta de depósito à ordem ou, as que sendo titulares de apenas uma conta, solicitem a sua conversão em conta de SMB. As instituições de crédito não podem cobrar comissões anuais por estes serviços num valor superior a um por cento da remuneração mínima mensal garantida (que corresponde a 4,85 € em 2013). O titular de uma conta de SMB pode subscrever outros produtos e serviços bancários (e.g. depósitos a prazo, contas-poupança, transferências interbancárias e internacionais, produtos de crédito), mas estes não estão sujeitos à limitação de custos inerente à prestação de SMB. No âmbito da estratégia de divulgação dos SMB, foram criados conteúdos no Portal do Cliente Bancário e no portal do Plano Nacional de Formação Financeira (Todos Contam), publicadas brochuras e realizadas ações de sensibilização e de formação de formadores.

Os resultados sobre o nível de bancarização, apurados através do Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa, conduzido em 2010 pelo Banco de Portugal, indicam que apenas nove por cento da população adulta (maiores de 18 anos) não possui conta bancária. Avaliando, contudo, o grau de envolvimento do cliente com o sistema financeiro apurou-se que 29 por cento da população bancarizada não possui qualquer outro produto financeiro (Banco de Portugal, 2011).

Formação financeira

O Banco de Portugal lançou em 2008 o Portal do Cliente Bancário, uma das primeiras iniciativas de informação e formação financeira dos clientes bancários. O Portal disponibiliza informação sobre os direitos e deveres dos clientes, sobre as características dos produtos e serviços bancários e sobre serviços prestados pelo Banco de Portugal (e.g. reclamações, central de responsabilidades de crédito, lista de utilizadores de cheque de risco).

⁴ Incluem-se nos Serviços Mínimos Bancários (SMB) a abertura e manutenção de conta de depósito à ordem, a utilização de cartão de débito, a movimentação da conta SMB através de caixas automáticas, *homebanking* e balcões, e a realização de operações de depósito, levantamento, pagamento de bens e serviços, débitos diretos e transferências intrabancárias nacionais. As contas de SMB não podem ter saldo negativo pelo que as instituições não podem disponibilizar facilidades de descoberto ou permitir ultrapassagens de crédito.



O Banco de Portugal realizou o diagnóstico dos níveis de literacia financeira da população, através de um Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa conduzido em 2010, cuja implementação seguiu os princípios e as melhores práticas internacionais definidas pela *International Network on Financial Education* (INFE). O Inquérito foi um importante instrumento para a identificação de necessidades e prioridades previamente à definição do Plano Nacional de Formação Financeira (Banco de Portugal, 2011a).

O Conselho Nacional de Supervisores Financeiros – Banco de Portugal, Comissão do Mercado de Valores Mobiliários e Instituto de Seguros de Portugal – lançou em 2011 o Plano Nacional de Formação Financeira. Com um horizonte temporal de cinco anos, o Plano tem como objetivos melhorar conhecimentos e atitudes financeiras, apoiar a inclusão financeira, desenvolver hábitos de poupança, promover o recurso responsável ao crédito e criar hábitos de precaução contra situações de risco (PNFF, 2011).

O Plano conta com a participação de um vasto conjunto de entidades envolvidas em projetos de formação financeira, incluindo ministérios, associações do sector financeiro, associações de consumidores, centrais sindicais, associações empresariais e universidades. Para orientar a atuação das muitas entidades públicas e privadas, foram definidos os Princípios Orientadores das iniciativas de formação financeira, que estabelecem os critérios de qualidade, rigor, atualidade e isenção que as ações e os materiais de formação financeira devem cumprir para serem enquadrados no Plano.

O Portal “Todos Contam” é o portal do Plano e foi criado em 2012 como instrumento de formação financeira, que disponibiliza conteúdos e materiais e divulga as iniciativas desenvolvidas pelas várias entidades parceiras do Plano. O Dia da Formação Financeira é organizado a 31 de outubro, por ocasião do Dia Mundial da Poupança, e foi assinalado pela primeira vez em 2012, com os objetivos de sensibilizar a população para a importância da formação financeira e de divulgar iniciativas desenvolvidas por entidades parceiras do Plano.

No âmbito de uma parceria entre os supervisores financeiros e o Ministério da Educação e Ciência foi publicado o Referencial de Educação Financeira para a educação pré-escolar, o ensino básico e secundário e a educação e formação de adultos, destinado a orientar a implementação da formação financeira em contexto educativo. Os trabalhos de implementação deste Referencial de Educação Financeira vão envolver a colaboração com o Ministério da Educação e Ciência na formação dos professores. As escolas têm sido também desafiadas a participar no “Concurso Todos Contam”, um concurso anual que visa distinguir os melhores projetos de educação financeira em espaço escolar e cuja primeira edição teve lugar no letivo de 2012 / 2013.

O Banco de Portugal tem vindo a dinamizar ações de formação, no âmbito das atividades do Plano, as quais têm como objetivo sobretudo a formação de formadores, dada a sua importância enquanto agentes multiplicadores dessa formação.

BANCO NACIONAL DE ANGOLA

Área de Angola: 1 246 700 km²

População: 20 169 milhares de hab. (2012; fonte: ONU)



Inclusão financeira

Em Angola, no quadro da estratégia para a inclusão financeira foram estabelecidas parcerias com a Associação Angolana de Bancos (ABANC), com nove bancos comerciais, com o Instituto Nacional de Defesa do Consumidor (INADEC) e com várias organizações não-governamentais (ONG). A parceria com os bancos comerciais permitiu a criação de contas bancárias à ordem e a prazo simplificadas. A Conta Bankita à ordem pode ser constituída com o valor mínimo de Kz 100,00 e um valor máximo de Kz 100 000,00, podendo ser aberta com um documento de identificação diferente do Bilhete de Identidade. Esta conta não tem comissões de manutenção e contempla a emissão de um cartão de débito sem qualquer custo. A Conta Poupança Bankita a Crescer pode ser constituída com valor mínimo de Kz. 1000,00 e valor máximo de Kz 250 000,00, por um prazo mínimo de 30 dias (juros calculados diariamente e capitalizados mensalmente). Pode ser mobilizada antecipadamente sem notificação prévia e sem qualquer penalização.

Para o Banco Nacional de Angola, os resultados da campanha de divulgação destas contas têm sido bastante positivos, com o número de contas Bankita à ordem a passar de 29 398, em 2011, para mais de 209 500 contas, em julho de 2013. Para sensibilizar a população para as vantagens de ter conta bancária foram promovidas ações “porta a porta” (através de ONG), campanhas nos mercados municipais, praças e postos de táxis, distribuídos folhetos em banda desenhada, difundidos anúncios e intervenções de rádio e televisão, colocados *placards* publicitários e realizado teatro comunitário.

A inclusão financeira é uma preocupação do Banco Nacional de Angola, num país em que se estima que apenas 26,4 por cento da população tem conta bancária e em que, apesar do forte crescimento da rede de agências nos últimos anos, mais de metade desta rede está localizada na capital, Luanda. Procurando aumentar os níveis de bancarização da população, o Banco Nacional de Angola estabeleceu, em finais de 2009, as bases para a implementação de um Programa de Educação Financeira a nível nacional. O programa tem como objetivos promover o acesso da população ao sistema bancário, incluindo a população de baixos rendimentos, e contribuir para a redução da disparidade social, a absorção da atividade informal e o desenvolvimento económico sustentado. Foi estabelecido como meta elevar para 30 por cento a taxa de bancarização da população até dezembro de 2013. O Banco Nacional de Angola planeia desenvolver um Índice de Inclusão Financeira para medição da evolução de vários indicadores de acesso e uso do sistema financeiro em Angola.

O Banco Nacional de Angola identifica, contudo, alguns constrangimentos ao processo de inclusão financeira, designadamente, a fraca expansão de agências bancárias no interior do país (dificultada pelas fracas infraestruturas de base), o número significativo de cidadãos sem documentos, a multiplicidade de línguas nacionais e o atendimento menos adequado por parte das instituições financeiras. Como estratégia para a expansão dos canais de acesso, o Banco Nacional de Angola publicou um conjunto de normativos que estabelecem os termos e condições para constituição de sociedades cooperativas de crédito e microcrédito, para estimular o empreendedorismo e a criação de micro e pequenas empresas e promover melhores



condições sociais às populações com rendimentos baixos. Foram também definidas regras para a prestação de serviços bancários por intermédio de “correspondentes bancários”, com vista a colmatar a fraca penetração da rede bancária nas áreas mais remotas do país.

Formação financeira

O Banco Nacional de Angola lançou, em setembro de 2012, o Portal do Consumidor de Produtos e Serviços Financeiros. O Portal disponibiliza informação sobre os produtos e serviços bancários (e.g. cartões, cheques, transferências, depósitos, crédito, microcrédito, *homebanking* e *mobile banking*), os direitos dos consumidores financeiros e as instituições financeiras a operar no país. Apresenta também conselhos úteis sobre segurança e prevenção de fraudes, nomeadamente na utilização de cartões, cheques e *homebanking*, bem como conteúdos de formação financeira sobre o sistema financeiro, a função do dinheiro e a inflação.

Com base nos conteúdos temáticos do Portal, o Banco Nacional de Angola colocou à disposição do público uma cartilha informativa sobre cartões bancários, estando atualmente em preparação outras cartilhas dedicadas aos temas da segurança na utilização de cartões bancários, direitos e deveres dos consumidores, transferências bancárias, cheques e depósitos.

O Banco Nacional de Angola tem conduzido campanhas massivas de sensibilização da população sobre a importância da conta bancária, os direitos e deveres dos consumidores de produtos e serviços financeiros, os cartões bancários e a utilização de máquinas ATM, recorrendo à divulgação de informação por intermédio de publicidade em televisão e rádio. O objetivo é promover a adesão à abertura e utilização de contas bancárias, depósitos e cartões bancários.

As ações de sensibilização incluem ainda a distribuição de panfletos e cartilhas informativas junto do público e a realização de palestras sobre vários temas de formação financeira, dirigidas aos institutos de ensino médio e politécnico, universidades, igrejas, Conselho Nacional da Juventude, mercados e praças, postos de táxis, órgãos de defesa nacional e segurança interna, etc.

O Banco Nacional de Angola está a promover a primeira abordagem com o Ministério da Educação, no sentido de incluir a temática da educação financeira no currículo escolar nacional, do 1.º ao 3.º ciclo de ensino.

REFERÊNCIAS

- Atkinson, A. and Messy, F. (2012), "Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study", OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 15, OECD Publishing – <http://dx.doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>.
- Banco Nacional de Angola (2011), Discurso do Senhor Governador na Conferência sobre Inclusão Financeira no âmbito do ciclo de conferências alusivo ao 35º aniversário do BNA – <http://www.bna.ao/uploads/%7B0ec28873-baf4-4041-9db2-6211b04a4b06%7D.pdf>
- Banco de Portugal (2011a), Relatório do Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa 2010, Banco de Portugal – <http://clientebancario.bportugal.pt/pt-PT/Publicacoes/InqueritoLiteraciaFinanceira/Paginas/InqueritoLiteraciaFinanceira.aspx>
- Banco de Portugal (2011b), Relatório de Supervisão Comportamental (2010), Banco de Portugal – <http://clientebancario.bportugal.pt/pt-PT/Publicacoes/RSC/Paginas/RSC.aspx>
- Banco Central do Brasil (2011), Relatório de Inclusão Financeira n.º 2. Banco Central do Brasil – <http://www.bcb.gov.br/Nor/reincfin/RIF2011.pdf>
- Banco Central do Brasil (2012), Plano de Ação para Fortalecimento do Ambiente Institucional, Banco Central do Brasil – http://www.bcb.gov.br/nor/reincfin/Plano_de_Acao_PNIF.pdf
- Banco Mundial (2012), Good Practices for Financial Consumer Protection, Banco Mundial – http://siteresources.worldbank.org/EXTFINANCIALSECTOR/Resources/Good_Practices_for_Financial_CP.pdf
- Banco de Moçambique (2013), Desafios da Inclusão Financeira em Moçambique: Uma Abordagem do Lado da Oferta, Banco de Moçambique.
- Campbell, John Y. (2006), "Household Finance", *The Journal of Finance*, 61 (4), 1553-1604.
- Comissão Europeia COM (2007) 808 final, Comunicação da Comissão Europeia sobre Educação Financeira – <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0808:FIN:PT:PDF>
- Demircuc-Kunt, A. and Klapper L. (2012), "Measuring Financial Inclusion: The Global Findex Database", Policy Research Working Paper 6025, World Bank.
- G20 Financial Inclusion Experts Group – G20 FIEG (2010), Principles and Report on Innovative Financial Inclusion – <http://www.gpfi.org/knowledge-bank/publications/principles-and-report-innovative-financial-inclusion>
- Gathergood, J. (2011), "Self-Control, Financial Literacy and Consumer over-Indebtedness", *Journal of Economic Psychology*, Volume 33, Issue 3, June 2012, pp. 590–602.
- GPFI (2011), Global Standard-Setting Bodies and Financial Inclusion for the Poor Toward Proportionate Standards and Guidance. A White Paper Prepared by CGAP on Behalf of the G-20's Global Partnership for Financial Inclusion – <http://www.gpfi.org/knowledge-bank/white-papers/global-standard-setting-bodies-and-financial-inclusion-poor>
- Grifoni, A. and Messy, F. (2012), "Current Status of National Strategies for Financial Education: A Comparative Analysis and Relevant Practices", OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 16.
- Kempson, E. and Whyley, C. (1999), "Kept out or opted out? Understanding and combating financial exclusion", The Policy Press, UK.
- Kempson, E., Whyley, C., Collard, S. and Caskey, J. (2000), "In or out? Financial exclusion: a literature and research review", *Consumer Research* 3, Financial Services Authority.
- Lusardi, A. and Mitchell, O. (2006), "Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Wellbeing", Pension Research Council Working Paper No. 1.





Lusardi, A. and Mitchell, O. (2007a) "Baby Boomer retirement Security: The Roles of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth", *Journal of Monetary Economics*, 54, 205-224.

Lusardi, A. and Mitchell, O. (2007b), "Financial Literacy and Retirement Planning: New Evidence from the Rand American Life Panel", Michigan Retirement Research Center.

McCarthy, Y. (2011), "Behavioural characteristics and financial distress", European Central Bank Working Paper Series No. 1303.

Moore, D. (2003), "Survey of Financial Literacy in Washington State: Knowledge, Behaviour, Attitudes and Experiences." Washington State Department of Financial Institutions, Technical Report 03-39.

OCDE (2005a), *Improving Financial Literacy. Analysis of Issues and Policies* – <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/improvingfinancialliteracyanalysisofissue-andpolicies.htm>

OCDE (2005b), *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness* – <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/35108560.pdf>

OECD (2008a), *Recommendation on Good Practices for Enhanced Risk Awareness and Education on Insurance Issues* – <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/40537762.pdf>

OECD (2008b), *Recommendation on Good Practices for Financial Education Relating to Private Pensions* – <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/46193119.pdf>

OECD (2009), *Recommendation on Good Practices on Financial Education and Awareness Relating to Credit* – <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/46193051.pdf>

OCDE (2011), *G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection* – <http://www.oecd.org/regreform/sectors/48892010.pdf>

OCDE/INFE (2011), *High-level Principles for the Evaluation of Financial Education Programmes* – <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/49373959.pdf>

OCDE/INFE (2012), *High-level Principles on National Strategies for Financial Education* – http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_INFE_High_Level_Principles_National_Strategies_Financial_Education_APEC.pdf

OCDE/INFE (2013a), *Toolkit to measure financial literacy and financial inclusion* – <http://www.oecd.org/finance/financial-education/Toolkit-to-measure-fin-lit-2013.pdf>

OCDE/INFE (2013b), *Guidelines for Financial Education in Schools* – http://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/financial-education-in-schools_9789264174825-en

PNFF (2011), *Plano Nacional de Formação Financeira (2011-2015)* – <http://www.todoscontam.pt/pt-PT/PNFF/PNFF/Missao/Paginas/MissaoObjetivos.aspx>

Sarma, M. and Pais, J. (2010), "Financial Inclusion and Development", *Journal of International Development*, 23(5), p. 613-628.

Sarma, M. (2012), "Index of Financial Inclusion – A measure of Financial sector inclusiveness", Working Paper 07/2012, Berlin Working Papers on Money, Trade, Finance and Development – http://daadpartnership.htw-berlin.de/fileadmin/working_paper_series/wp_07_2012_Sarma_Index-of-Financial-Inclusion.pdf

Stango, V. and Zinman, J. (2006), "How a Cognitive Bias Shapes Competition: Evidence from Consumer Credit Markets." Working Paper, Dartmouth College.

Stango, V. and Zinman, J. (2007), "Fuzzy Math and red Ink: When the Opportunity Cost of Consumption is Not What it Seems." Working Paper, Dartmouth College.

