

# Carta Propague

edição 4

## CIDADANIA FINANCEIRA

estratégias para  
popularização  
da Agenda BC#



# Sumário

## Executivo

Nos últimos anos, a cidadania financeira se tornou um dos principais temas nos quais o Banco Central do Brasil (BCB) tem trabalhado, usando como diretriz básica a inclusão das pessoas no Sistema Financeiro, de modo que sejam participantes ativos, e a educação financeira para que sejam consumidores capacitados. Considerando o objetivo de atingir as metas da Agenda BC#, a autoridade reconhece que desenvolver educação e inclusão paralelamente não é suficiente, por isso trabalha os conceitos juntos no de cidadania financeira.

Olhando para o cenário internacional, há um consenso em torno do objetivo de garantir acesso e capacidade de participação ativa no sistema financeiro: a grande maioria dos países têm estratégias específicas com essa finalidade, com diferenças de foco a partir do contexto socioeconômico e de relação com o sistema financeiro pré-existent. É nesse contexto que as ações do BCB se inserem. Com o intuito de contribuir para a compreensão de tais ações e identificar quais são os próximos passos para o Brasil, verificamos a posição do país nos estágios de desenvolvimento das políticas de cidadania financeira e trazemos exemplos do que tem recebido destaque internacional nesse contexto.

De forma geral, o Brasil acompanha a fronteira internacional em relação às recomendações de organizações internacionais, tendo uma boa variedade de projetos em estágio inicial voltados para a capacitação e segurança do consumidor em meio à modernização do sistema financeiro. No âmbito de estratégias de inclusão financeira digital, o Brasil se destacou graças ao Pix e ao Auxílio Emergencial, mas ainda é preciso identificar as lacunas da infraestrutura e da confiança

do consumidor antes de considerar uma atividade inserida no cotidiano brasileiro. Duas tendências para acompanhar nessa frente são: o avanço da infraestrutura de 5G após o leilão em novembro e o surgimento de novos produtos via Open Banking que, apesar de depender de um grau de capacidade financeira para adesão, com maior tempo de operação pode trazer soluções que diminuam barreiras de acesso.

Na frente de desenvolvimento de capacidade, a tendência que se destaca é a de diversificar os grupos atendidos pela ENEF (Estratégia Nacional de Educação Financeira). Hoje focada em jovens em escolas, a tendência é a expansão para novos grupos e locais de atendimento, ainda mais considerando que o Banco Central mapeou desafios de idosos e microempreendedores. No caso de estratégias de distribuição ativa de conteúdo via mensagens de texto, há espaço para pegar experiências pontuais bem-sucedidas e avaliar a aplicação em maior escala. A ação se mostrou eficaz em contextos de vulnerabilidade socioeconômica porque, como podem ser implementadas por SMS, acabam sendo mais democráticas.

Apesar dos avanços do Brasil na promoção de cidadania financeira, o cenário está sendo delineado enquanto o sistema se moderniza, o que traz dificuldades. Nesse contexto, superá-las demanda participação da iniciativa privada, que se beneficia de agentes financeiramente estáveis e capazes. Hoje já existem ações pontuais, mas a tendência é que ganhe força na medida em que inovações sejam lançadas e o sucesso dependa da capacidade do público de usufruir. O Open Banking é uma das apostas do Banco Central nesse sentido.

Nos últimos anos, a cidadania financeira se tornou um dos principais temas nos quais o Banco Central do Brasil (BCB) tem trabalhado, usando como diretriz básica a inclusão das pessoas no Sistema Financeiro, de modo que sejam participantes ativos, e a educação financeira para que sejam consumidores capacitados de serviços financeiros. Considerando o objetivo de atingir as metas da Agenda BC#, o BCB reconhece que desenvolver educação e inclusão paralelamente é pouco eficiente, por isso trabalha os conceitos juntos no de cidadania financeira.

O Banco Central define cidadania financeira como as ações que oferecem capacitação ao cidadão para que este consiga sustentar suas contas pessoais e seus negócios: não só permite que o consumidor faça escolhas seguras e adequadas referentes a suas atividades financeiras, como também o aproxima do sistema financeiro e de suas oportunidades. Os pilares por meio dos quais atua nesse objetivo são (i) inclusão dos cidadãos no mercado financeiro; (ii) educação dos consumidores em relação a não somente a sustentabilidade de suas contas, mas também às ofertas de produtos disponíveis para sua utilização; (iii) proteção e transparência das regulações financeiras e dados de seus consumidores; e (iv) estabelecimento de uma relação próxima e sólida de diálogo e participação no Sistema Financeiro Nacional (SFN).<sup>1</sup>

A aceleração da transformação do sistema financeiro tornou ainda mais essencial aprofundar ações para que se compreenda a importância da diferença entre somente exposição e acesso a recursos e serviços financeiros para todos os grupos sociais, e a efetiva absorção e compreensão do conhecimento para gerar autonomia no aproveitamento de tais serviços. A título de exemplo, mais do que saber o que é o Open Banking para decidir se compartilha ou não seus dados, o consumidor precisa ter capacidade de escolher entre os produtos oferecidos a partir dele com vistas a satisfazer um objetivo ou uma necessidade.

Dada a relevância do tema para o sistema financeiro moderno, é importante compreender

as oportunidades de desenvolvimento da cidadania financeira no Brasil e no mundo. Olhando para o cenário internacional, ainda que não necessariamente se dê o nome de cidadania financeira ao fenômeno, há um consenso em torno do objetivo de garantir acesso e capacidade de participação ativa no sistema financeiro: a grande maioria dos países têm estratégias específicas com essa finalidade<sup>2</sup>. O que muda é o foco: alguns focam em estratégias de inclusão financeira junto das educação, outros são orientados majoritariamente para esta última.

Em geral, a diferença de foco está relacionada ao próprio grau de acesso ao sistema financeiro: países em que o grau de exclusão é muito pronunciado tendem a focar os primeiros esforços em estratégias de inclusão, ainda que trabalhem ambas as frentes de forma coordenada (ex: Brasil, Peru, Índia). Por outro lado, países em que há praticamente universalização do acesso tendem a ter apenas estratégias de educação financeira (ex: Canadá) ou maior direcionamento para esse tipo de foco (ex: Austrália, Reino Unido). É nesse contexto que as ações do BCB se inserem: consenso em torno do objetivo de ter uma população financeiramente capacitada, mas diferentes estágios de desenvolvimento associados ao uso de diferentes instrumentos para promovê-lo.

Com o intuito de contribuir para a compreensão de tais ações e identificar quais são os próximos passos para o Brasil, verificamos a posição do país nos estágios de desenvolvimento das políticas de cidadania financeira e trazemos exemplos do que tem sido considerado boa prática nesse contexto. Antes, no entanto, é preciso apresentar um parâmetro das estratégias e melhores práticas para cada tipo de foco de cidadania financeira, o que se faz a partir das recomendações propostas pela OCDE. Assim, é possível ter uma noção se o caminho que está sendo trilhado pelo país faz uso de instrumentos que potencializam a chance de resultados positivos e se há espaço para o desenvolvimento de novas ações que contribuam para o objetivo final e estejam sendo colocadas em prática em contextos semelhantes ao brasileiro.

1. Ver: Banco Central (2018). Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/bchashtag>. Acessado em 18 de novembro de 2021.

2. OCDE/INFE (2021). G20/OECD-INFE Report on Supporting Financial Resilience and Transformation through Digital Financial Literacy. Disponível em <https://www.oecd.org/finance/financial-education/supporting-financial-resilience-and-transformation-through-digital-financial-literacy.html>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

# 1. Projetos de desenvolvimento de cidadania financeira no contexto da transformação digital

Dentre as recomendações propostas pela OCDE para o avanço da cidadania financeira<sup>3</sup>, estão ações públicas que visem a promoção da cooperação internacional para impulsionar os projetos de capacitação e educação financeira de sucesso, tornando-os modelos para outros países que enfrentam obstáculos para desenvolvê-los. A organização faz o papel de um fórum de compartilhamento de informações e experiências para a propagação de boas práticas e resultados<sup>4</sup>. É por meio desse compartilhamento de recomendações que podemos analisar o perfil do desenvolvimento de políticas de cidadania financeira ao redor do mundo e traçar um perfil entre os benchmarks internacionais e o que está acontecendo no Brasil.

O primeiro ponto de observação é que há um consenso internacional em torno do objetivo de democratização do sistema financeiro. A grande maioria dos países possuem estratégias nacionais voltadas para o alcance desse objetivo. A título de exemplo, já em 2013 a OCDE já havia

identificado que 45 países tinham implementado, ou estavam em processo de implementar, estratégias de educação financeira, sendo que alguns a atrelavam a políticas de inclusão (Indonésia, México, Turquia e Índia, por exemplo)<sup>5</sup>. Adicionalmente, o Banco Mundial — que acompanha políticas para inclusão financeira no National Financial Inclusion Strategies Resource Center — possuía um repositório com mais de 40 estratégias nacionais de inclusão financeira mapeadas em 2019, sendo a grande maioria de economias de renda baixa e renda média, com apenas o Reino Unido fugindo desse perfil<sup>6</sup>.

Além da constatação no sentido de que possuir estratégias de desenvolvimento de capacidade financeira é uma diretriz internacional amplamente disseminada, foi possível traçar dois perfis de construção desse tipo de política que estão diretamente relacionados ao grau de absorção da cidadania financeira nas agendas nacionais:

**1** países que, a despeito de terem políticas específicas para inclusão financeira, têm foco nas estratégias de educação uma vez que os índices de inclusão financeira e de adesão digital são amplamente satisfatórios para a maioria da população economicamente ativa;

**2** países que precisam desenvolver simultaneamente e de maneira coordenada estratégias de inclusão e educação devido à distância da população para o sistema financeiro e à impossibilidade de acesso desta ao cenário digital em larga escala.

3. O termo cidadania financeira não é utilizado por todos os países e organismos internacionais aqui mencionados, mas a sua definição de tratamento integrado de inclusão com educação financeira é amplamente aceito. Dessa forma, estendemos a terminologia do BC para outros contextos.

4. OCDE/CVM (2005), Recomendação sobre os Princípios e as Boas Práticas de Educação e Conscientização Financeira, disponível em [https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/\[PT\]%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf](https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/[PT]%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf). Acessado em 22 de novembro de 2021.

5. OCDE (2017). Advancing National Strategies for Financial Education. Disponível em: [https://www.oecd.org/finance/financial-education/G20\\_OECD\\_NSFinancialEducation.pdf](https://www.oecd.org/finance/financial-education/G20_OECD_NSFinancialEducation.pdf). Acessado em 25 de novembro de 2021.

6. Ver: The World Bank (2019). National Financial Inclusion Strategies Resource Center. Disponível em: <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/brief/financial-inclusion-strategies-resource-center>. Acessado em 25 de novembro de 2021.

Essas duas formas de atuação também não são novas, com o mesmo mapeamento da OCDE de 2013 indicando que:

“

*Não há um modelo tamanho único para o desenvolvimento de uma estratégia nacional. De fato, o objetivo principal é que ele seja adaptado às necessidades da população e às circunstâncias dos países (incluindo a maturidade do sistema financeiro, bem como a estrutura regulatória e de conduta de mercado). Assim, em alguns países (emergentes), o principal objetivo da estratégia nacional de educação financeira é apoiar os esforços de inclusão financeira (por exemplo, na Índia, Indonésia e México), enquanto na maioria dos outros a estratégia é mais geralmente destinada a capacitar financeiramente os consumidores e ajudá-los a enfrentar os desafios do panorama financeiro e socioeconômico em evolução.*

OCDE, 2013, p. 12<sup>7</sup>

”

Assim, o que temos é um cenário em que, para alcançar o mesmo objetivo, países com graus de desenvolvimento socioeconômico e do sistema financeiro diferentes definem estratégias diferentes com instrumentos de ação diferentes. Alguns têm apenas políticas de inclusão, outros coordenam inclusão e educação e um terceiro grupo foca majoritariamente em educação.

O Brasil se encontra no segundo grupo, tendo ainda forte desbancarização e barreiras para acesso digital mesmo que a situação venha melhorando recentemente<sup>8</sup>, de modo que é mais adequado usar de benchmark para comparar suas ações de promoção de educação financeira com a de países em situações semelhantes, uma vez que estes também precisam trabalhar ambos os conceitos de inclusão e educação financeira de maneira coordenada e isso influencia os tipos de iniciativas desenvolvidas. Usando novamente o exemplo do Open Banking,

desenvolver estratégias para que as pessoas aprendam sobre seu funcionamento é um exercício diferente que ter que lidar com isso e com a realidade de que esse tipo de política demanda primeiro um grau mínimo de bancarização e conhecimento adequado de produtos financeiros disponíveis.

Assim, alguns bons exemplos de benchmarks para o Brasil são aqueles em que se é possível olhar para instrumentos de promoção de cidadania financeira que considerem a etapa de acesso a serviços, principalmente os digitais, uma etapa anterior e necessária que influencia a forma de pensar a educação financeira: a construção de políticas será diferente daquelas criadas apenas para capacitar um público já acostumado com serviços financeiros e digitais. Sendo assim, destacamos medidas regulatórias e estratégias implementadas por países no mesmo grupo de atuação do Brasil.

7. OCDE (2017). Advancing National Strategies for Financial Education; A Joint Publication by Russia's G20 Presidency and the OECD. Disponível em: [https://www.oecd.org/finance/financial-education/G20\\_OECD\\_NSFinancialEducation.pdf](https://www.oecd.org/finance/financial-education/G20_OECD_NSFinancialEducation.pdf). Acessado em 25 de novembro de 2021.

8. Ver: Banco Central (2021) Relatório de Cidadania Financeira. Disponível em [https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos\\_cidadania/RIF/Relatorio\\_de\\_Cidadania\\_Financeira\\_2021.pdf](https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/RIF/Relatorio_de_Cidadania_Financeira_2021.pdf). Acessado em 16 de novembro de 2021.

## 1.1 Estratégias de desenvolvimento de cidadania financeira pelo mundo

Olhando para ações de promoção de cidadania focadas em inclusão, a OCDE e outros organismos internacionais, como o BIS e o Banco Mundial, têm destacado o papel da digitalização dos serviços de pagamento, em especial a criação de canais para pagamentos instantâneos<sup>9</sup>. A racionalidade por trás do destaque desse tipo de iniciativa como boa prática em termos de política de inclusão financeira é que o primeiro contato com o sistema, ainda mais por canais digitais, é potencializado se for através de serviços simplificados, rotineiros e de fácil compreensão. Dentre os produtos e serviços financeiros, o que mais se enquadra nesse perfil são os pagamentos.

Assim, a digitalização de pagamentos em geral, e pagamentos instantâneos em específico, têm sido apontados como política de inclusão financeira de sucesso justamente por serem práticos, terem poucas etapas, serem interativos e menos dependentes de infraestrutura e capacitação digital que outros serviços financeiros. Também se aproveitam da expansão massiva do acesso aos celulares por parte da população de baixa renda, como apontado pelo Banco Mun-

dial na avaliação da estratégia de inclusão financeira do México<sup>10</sup>. Mesmo em países com menor acesso à internet, adaptações foram feitas para viabilizar pagamentos através de SMS, como no Peru<sup>11</sup>, Quênia<sup>12</sup> e Uganda<sup>13</sup>.

As experiências da Índia e da China são referência em como alcançar altos níveis de acesso a serviços financeiros após a massificação de pagamentos digitais. A primeira conseguiu alcançar a meta de bancarização do Banco Mundial em 2 anos após implementar a plataforma de pagamentos instantâneos chamada UPI<sup>14</sup>. Já a segunda se tornou pioneira do movimento de substituição do dinheiro-papel por meio da popularização do uso de aplicativos de e-commerce que detêm estruturas digitais de pagamento internas, como o AliPay e WeChat<sup>15</sup>. No entanto, são as medidas de estímulo à adesão desses meios de pagamento que chamam atenção enquanto mecanismo de promoção da cidadania financeira, por ajudarem a garantir que pessoas excluídas do sistema efetivamente usem as plataformas e tenham acesso a algum serviço financeiro. Foi o caso da Tailândia com o PromptPay em 2017.

9. GFPI (2014) The Use of Financial Inclusion Data Country Case: Mexico. Disponível em: [https://www.gpfi.org/sites/gpfi/files/documents/The%20Use%20of%20Finacial%20Inclusion%20Dat%20Country%20Case%20Study\\_Mexico.pdf](https://www.gpfi.org/sites/gpfi/files/documents/The%20Use%20of%20Finacial%20Inclusion%20Dat%20Country%20Case%20Study_Mexico.pdf). Acessado em 25 de novembro de 2021.

10. GFPI (2014) The Use of Financial Inclusion Data Country Case: Mexico. Disponível em: [https://www.gpfi.org/sites/gpfi/files/documents/The%20Use%20of%20Finacial%20Inclusion%20Dat%20Country%20Case%20Study\\_Mexico.pdf](https://www.gpfi.org/sites/gpfi/files/documents/The%20Use%20of%20Finacial%20Inclusion%20Dat%20Country%20Case%20Study_Mexico.pdf). Acessado em 25 de novembro de 2021.

11. Ver: Noomis/Febraban (2016). Peru faz inclusão financeira com pagamento móvel. <https://nomis.febraban.org.br/temas/meios-de-pagamento/peru-faz-inclusao-financiera-com-pagamento-movel>. Acessado em 25 de novembro de 2021.

12. Ragazzo, C. et. al. 2021. O Regulador Inovador: Banco Central e a Agenda de Incentivo a Inovação. Disponível em: <https://institutopropague.org/livros/ebook-o-regulador-inovador-banco-central-e-a-agenda-de-incentivo-a-inovacao/>. Acessado em 30 de novembro de 2021.

13. CGAP. (2019). 8 Lessons from Using a Messaging Platform to Support Digital Payments. Disponível em: <https://www.cgap.org/blog/8-lessons-using-messaging-platform-support-digital-payments>. Acessado em: 25 de novembro de 2021

14. Ragazzo, C. e Cataldo B. (2020). Pix - Potencial Motor de Inclusão Financeira no Brasil. Disponível em: <https://institutopropague.org/analises/pix-potencial-motor-de-inclusao-financiera-no-brasil/>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

15. Ragazzo, C. e Cataldo B. (2020). Pix - Potencial Motor de Inclusão Financeira no Brasil. Disponível em: <https://institutopropague.org/analises/pix-potencial-motor-de-inclusao-financiera-no-brasil/>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

O programa de pagamentos instantâneos revolucionou o sistema de pagamentos tailandês, permitindo que os usuários realizassem transações financeiras apenas com o número do celular ou de identidade e sem taxas<sup>16</sup>. A exclusão bancária e a baixa adesão à serviços do universo financeiro era bastante expressiva, com 97%

de pagamentos do varejo sendo realizados por meio de dinheiro<sup>17</sup>. A estratégia de adesão que o tornou bem-sucedido foi associá-lo ao recebimento de benefícios sociais, restituições de impostos e pagamento de seguridades sociais, o que deu confiança na população para migrar para o novo serviço ofertado.

O resultado foi positivo, de modo que, em 2018, mais de 50% dos tailandeses já era adepto à utilização do recurso e, em 2020, a modalidade chegou a movimentar USD 5,3 bilhões frente aos USD 88 milhões do primeiro ano de operação em 2017.<sup>18</sup>

Essa estratégia de inclusão financeira pode ser caracterizada de forma mais geral, e vai além da ação específica de promoção da digitalização de pagamentos. Ela consiste em impulsionar a adesão do público a um serviço financeiro a partir da adesão do próprio governo em suas políticas públicas. É o caso da China, que passou a pagar parte do salário dos servidores em yuan digital para estimular o uso de sua CBDC (moeda digital emitida pelo Banco Central), por exemplo. O destaque para pagamentos instantâneos, entretanto, vem da combinação entre uma ferramenta que já é construída para facilitar o acesso, e uma estratégia de adesão que potencializa essa característica, já que pessoas em situação de vulnerabilidade social são público-alvo de múltiplas políticas públicas que envolvem transferência de recursos e também a maioria dos desbancarizados.

Políticas de inclusão financeira de sucesso trabalham tanto o lado da oferta de serviços financeiros acessíveis como o estímulo ativo à demanda por eles com políticas de adesão direcionadas ao público excluído do sistema, sendo o caso dos pagamentos instantâneos apenas um exemplo da aplicação desse tipo de estratégia. O estímulo à inclusão, entretanto, não necessariamente melhora a capacidade financeira dos recém ingressados no sistema e nem garante a continuidade do uso dos serviços inicialmente acessados.



16. Ver: <https://www.bangkokbank.com/en/Personal/Digital-Banking/PromptPay>. Acessado em 20 de novembro de 2021.

17. Ver "Saúde financeira dos brasileiros está equilibrada, mas apenas 25% ganham mais do que gastam, segundo pesquisas", Instituto Propague (2021). Disponível em <https://institutopropague.org/noticias/saude-financeira-dos-brasileiros-esta-equilibrada-mas-apenas-25-ganham-mais-do-que-gastam-segundo-pesquisas/>. Acesso em 26 de novembro de 2021.

18. Ver: Volume of PromptPay transactions in Thailand from 2017 to 2020. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1131100/thailand-volume-of-promptpay-transactions/>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

Isso é particularmente verdade para o grupo de países que aderiram ao objetivo de promover cidadania financeira partindo de um grau de desenvolvimento muito baixo, precisando promover inclusão e educação financeira de forma coordenada. Foi o caso da África do Sul, que criou uma estratégia de inclusão financeira com objetivo de aumentar o acesso a contas bancárias e, para isso, fez parcerias com o setor bancário para criar produtos mais acessíveis. Apesar de ter conseguido aumentar o número de contas, não conseguiu aumentar o seu uso e nem a adesão a outros perfis de produto financeiro<sup>19</sup>. Sendo assim, os organismos internacionais apontam que esse perfil de país precisa criar a porta de entrada ao sistema com estratégias como criação de produtos que favoreçam a adesão de um grupo tipicamente excluído do sistema financeiro (pagamentos digitais, microcrédito,

contas bancárias simplificadas, etc.), mas não prescindem de ter iniciativas de capacitação em conjunto para garantir que essas pessoas permaneçam no sistema e diversifiquem sua participação nele.

Recorrendo aos benchmarks internacionais desse tipo de estratégia, a OCDE/INFE (International Gateway for Financial Education) pontuou casos de boas práticas para a transformação na capacitação financeira do indivíduo<sup>20</sup>. Neles, foram construídas uma série de conhecimentos e habilidades que permitem o indivíduo ter autonomia para tomar decisões conscientes e coerentes ao que se relaciona à gestão e administração de suas contas e negócios<sup>21</sup>. Analisando as medidas destacadas, elas podem ser classificadas em três diferentes grupos além do já destacado para inclusão financeira.

**Figura 1 | Estratégias identificadas a partir das boas práticas selecionadas pela OCDE**

**1. Inclusão Financeira através da oferta de serviços simplificados**, combinados com mecanismos de massificação da adesão. Foco principal em diminuir o número de desbancarizados e oferecer o primeiro contato facilitado do usuário ao sistema financeiro.

**2. Disponibilização de materiais de capacitação em plataformas** para que o usuário busque seus conteúdos de interesse de forma independente e que possa escolher o formato de consumo que melhor o agrada (vídeos, workshops, cartilhas).

**3. Implementação de programas de capacitação em espaços de construção e formação dos cidadãos**, como escolas, universidades, sindicatos e indústrias. Tende a ser voltada para a educação do público jovem e de potenciais empreendedores e pessoas

**4. Distribuição ativa de conteúdos e materiais financeiros** por parte do regulador responsável de forma que o indivíduo com baixa capacidade financeira receba o material sem exigir um interesse específico prévio.

19. GPF (2014). The Use of Financial Inclusion Data Country Case Study: South Africa. Disponível em: <https://www.gpfi.org/publications/use-financial-inclusion-data-country-case-study-south-africa>. Acessado em 25 de novembro de 2021.

20. OCDE/INFE (2021). G20/OECD-INFE Report on Supporting Financial Resilience and Transformation through Digital Financial Literacy. Disponível em <https://www.oecd.org/finance/financial-education/supporting-financial-resilience-and-transformation-through-digital-financial-literacy.html>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

21. Ragazzo, C. e Cataldo, B. (2020). Open Banking e Demanda: Programas de Capacitação Financeira. Disponível em <https://institutopropague.org/analises/open-banking-e-demanda-programas-de-capitacao-financiera/>. Acessado em 20 de novembro de 2021.



A primeira dentre essas três, voltada para garantir a disponibilização de material de qualidade em alguma plataforma para que o próprio consumidor possa buscar sempre que necessário, é bastante comum e disseminada em países desenvolvidos, em que a autonomia financeira básica tende a ser maior. Na Austrália, por exemplo, a plataforma do governo Seeking Finance oferece material informativo em diferentes formatos com foco em conteúdo para empreendedores conseguirem melhores ofertas de crédito e financiamento. Nem sempre a iniciativa vem do governo: no Reino Unido, a UK Finance (instituição representante do setor bancário britânico) estrutura uma plataforma ampla de workshops e módulos de ensino para PMEs com conteúdos específicos de capacitação e prevenção da saúde financeira desses usuários.

A iniciativa recebe destaque nesse perfil de país porque permite à população usufruir de forma mais natural de materiais para desenvolver suas habilidades de gestão financeira, já que praticamente não existem questões como dificuldade de acesso digital ou falta de relacionamentos com instituições bancárias. A estratégia também dá mais autonomia ao

consumidor e permite maior diversificação de conteúdo, aspecto que aí sim pode ser de valor a países com populações heterogêneas em termos de grau de conhecimento financeiro. É possível disponibilizar material para diferentes graus de fluência e públicos-alvo, em múltiplos formatos (vídeo aulas, cartilhas, apostilas etc) e com variados graus de profundidade. O objetivo e a construção desse tipo de política em países com necessidade de trabalhar inclusão financeira, como o Brasil, no entanto, precisa ser mais elaborado do que o visto na Austrália e Reino Unido.

Trazendo um caso desse perfil como exemplo, a Superintendência de Administradores de Bancos, Seguros e Previdência Privada do Peru (SBS) desenvolveu o programa educacional Finanzas para Ti, que oferece materiais em seu site para capacitar a população desde os conhecimentos financeiros mais básicos até o avançado para que desenvolvam habilidades e competências para uma gestão eficiente de suas contas<sup>22</sup>. Em 2021, a SBS incluiu também a preocupação com materiais e conteúdos de segurança do compartilhamento de informações e simulações de tomadas de decisões online de acordo com o perfil do usuário.

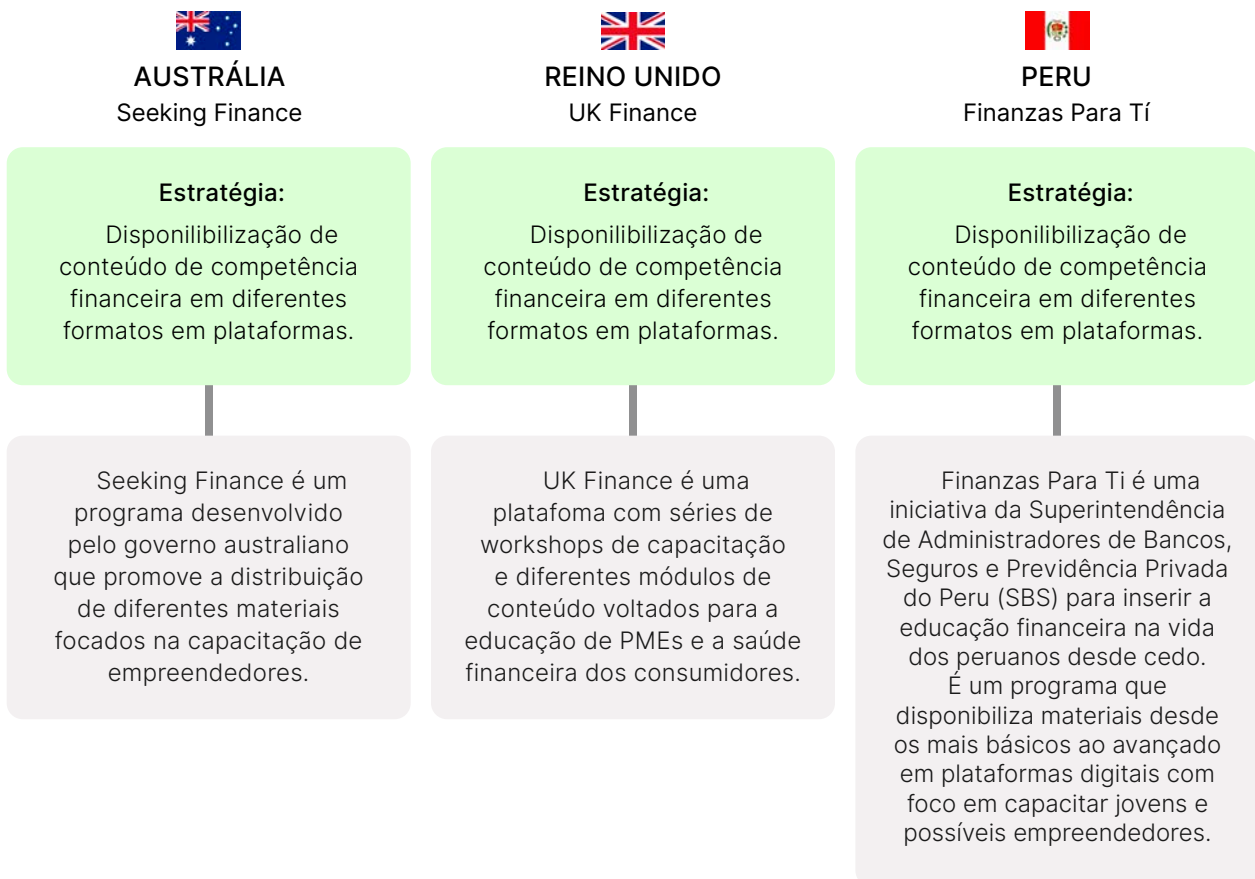


22. OCDE/INFE (2021). G20/OECD-INFE Report on Supporting Financial Resilience and Transformation through Digital Financial Literacy. Disponível em <https://www.oecd.org/finance/financial-education/supporting-financial-resilience-and-transformation-through-digital-financial-literacy.html>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

O desafio de alcance em países com maior exclusão financeira, no entanto, é evidente. Ainda que a OCDE tenha destacado positivamente o desenho do programa, dados disponibilizados pelos organizadores apontam que as áreas de maior adesão foram os municípios com melhores indicadores socioeconômicos, incluindo a capital Lima<sup>23</sup>. Essa informação sugere que, apesar

da estrutura promissora e resultados favoráveis aos que conseguem acessar e se cadastrar na plataforma, esse tipo de estratégia precisa ser complementado a outras em países com maior exclusão financeira devido a barreiras de acesso que persistem. O público alvo, em geral, são pessoas já inseridas no sistema financeiro, que precisam de capacitação para navegá-lo.

**Figura 2 | Benchmarks internacionais de estratégias de educação financeira**



Um outro perfil de estratégia é a criação de programas de capacitação presenciais em escolas, sindicatos e outros espaços em que o público-alvo de iniciativas de construção de cidadania financeira frequentam. Em geral, esse público envolve jovens que precisam aprender a navegar o sistema financeiro quando entrarem na vida adulta, pequenos empreendedores que precisam de ferramentas básicas de finanças para cuidar do próprio negócio e beneficiários

de programas sociais que estão começando a ter acesso a serviços financeiros e precisam de orientação sobre como fazê-lo.

Essa estratégia tem uma natureza mais facilmente compatível com qualquer um dos dois perfis de política de promoção de cidadania financeira: os focados em inclusão e educação ou mais orientados apenas para educação de uma população já ativamente participante do sistema. É utilizada em países como Canadá,

23. SBS, Finanzas Para Ti. Ver em: <https://www.sbs.gob.pe/educacion-financiera/Finanzas-para-Ti>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

EUA, Reino Unido, Austrália, França e Alemanha, mas também na Indonésia, Turquia, México e Índia. As variações ficam pelo conteúdo a ser ministrado e, novamente, a maior heterogeneidade do público a ser atendido. O objetivo é entender os desafios específicos de cada grupo e construir programas específicos para que possam ser aplicados em seus espaços de atuação, sempre visando atender a maior quantidade de grupos.

Dentre as economias emergentes, um exemplo que se destaca é a Índia, que possui um Centro Nacional de Educação Financeira (NCFE), englobando uma gama de diferentes programas voltados para o ensino dos conceitos chave do mercado financeiro para públicos-alvo bastante variados. Há programas específicos voltados à capacitação de:



crianças e adolescentes nas escolas



professores e servidores públicos



jovens universitários<sup>24</sup>



trabalhadores domésticos



pequenos e potenciais empreendedores



trabalhadores rurais



aposentados



imigrantes

Por fim, há a estratégia de distribuição ativa de informação sobre o sistema financeiro. O princípio é que uma pessoa com baixa capacidade financeira pode nem saber como buscar informação, que tipo de conteúdo precisa consumir para aprender. Esse tipo de estratégia não busca ape-

nas minimizar barreiras do processo de busca de informação, mas também ser mais simples para estimular a capacitação em massa, principalmente de grupos que dificilmente teriam como frequentar programas de educação financeira mais tradicionais como os apresentados acima.



24. Ver: NCFE Annual Report, 2020-2021, disponível em <https://www.ncfe.org.in/reports/>. Acessado em 25 de novembro de 2021.

Esse tipo de iniciativa é mais utilizado e associado a países com alto grau de exclusão financeira e um caso destacado pela OCDE foi a Ucrânia que, no último Global Findex Database, teve resultados de desbancarização semelhantes aos brasileiros<sup>25</sup>. No caso, o Banco Nacional da Ucrânia fez uma parceria com um popular aplicativo de mensagens no país, no qual os usuários cadastrados receberiam mensagens instantâneas com variados conteúdos de educação financeira com uma linguagem acessível e básica para diferentes tipos de consumidores. A obtenção dos dados no ato de cadastro do aplicativo permite personalização, de modo que o usuário recebe conteúdos adequados ao seu perfil, além de informações sobre direitos e deveres das instituições bancárias, regras e precauções para pa-

gamentos online e até pequenos questionários interativos para diversificar o conteúdo.

Ações do tipo já vêm sendo aplicadas sem ser em caráter de política pública há anos pelo terceiro setor com resultados positivos em países como Uganda, Tanzânia, Paraguai e Filipinas. Nesses países, a CGAP (Consultative Group to Assist the Poor) desenvolveu uma plataforma de mensagens que oferece conteúdo de aprendizagem sobre serviços financeiros contextualizados à realidade da vida das pessoas para apoiar o processo. No Paraguai, as transações em carteiras digitais aumentaram em 21% entre os que participaram e nas Filipinas 7%. Na Tanzânia, os agricultores que participaram tiveram taxas de poupança até cinco vezes superiores ao grupo que não participou da intervenção.

**Figura 3 | Estratégias de Educação Financeira: Distribuição em Massa**

### Estratégia de distribuição em massa

Distribuição de materiais e conteúdos financeiros por origem da instituição reguladora de forma acessível e prática, sem exigir que o usuário tenha algum interesse ou conhecimento prévio relacionado ao assunto. Essa estratégia permite que o conteúdo seja distribuído de uma forma mais básica, focando na interatividade com o usuário e o estágio inicial da relação entre o cidadão e o sistema financeiro.

#### Exemplos

  
UCRÂNIA

O Banco Nacional da Ucrânia, através do aplicativo de mensagens instantâneas Viber bastante popular no país, utilizou da plataforma para criar um canal de disparo de mensagens para os usuários cadastrados com informações básicas e mais avançadas relacionadas ao sistema financeiro.

  
UGANDA

  
TANZÂNIA

  
PARAGUAI

  
FILIPINAS

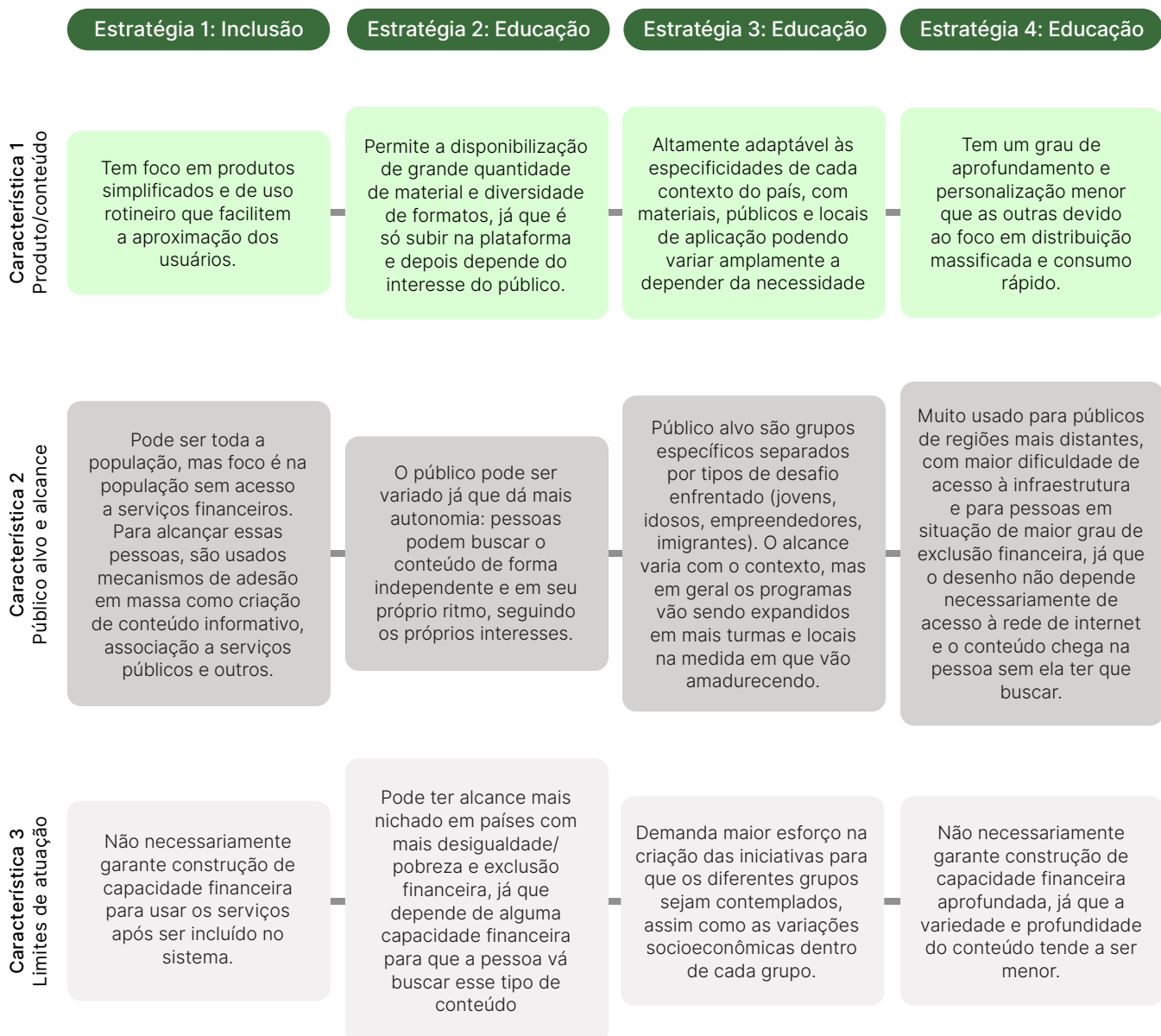
A CGAP (Consultative Group to Assist the Poor) desenvolveu uma plataforma de mensagens que oferece conteúdo de aprendizagem sobre serviços financeiros contextualizados à realidade da vida das pessoas para apoiar o processo.

25. Acuant (2020). The World's Unbanked Population. Disponível em: <https://www.acuant.com/blog/the-worlds-unbanked-population/>. Acessado em 25 de novembro de 2021.

Vale ressaltar que as 3 estratégias apresentadas não são as únicas disponíveis, mas sim as que têm recebido maior destaque no debate internacional. Também foi possível identificar que há pouca compreensão sobre o impacto efetivo e de grande escala desses tipos de programas nos indicadores de desempenho em educação financeira, de modo que o estado do debate internacional é de construção de frameworks<sup>26</sup> de atuação e orientação sobre quais gargalos precisam ser preenchidos no conhecimento das pessoas.

Com isso em mente, vale olhar a experiência do Brasil e perceber de que forma as ações dialogam com as estratégias macro aqui registradas. Importante considerar que, mesmo em âmbito internacional, o debate é recente, de modo que há pouca clareza e análises do impacto efetivo, de modo que as particularidades de cada local devem ser levadas em consideração. Dessa forma, para olhar a experiência brasileira, se usa o quadro abaixo com as características de cada perfil de estratégia.

Figura 4 | Benchmarks das Estratégias no Cenário Internacional



26. Ver OCDE (2018), disponível em <http://www.oecd.org/finance/financial-education/OECD-INFE-core-competencies-framework-on-financial-literacy-forMSMEs.pdf>, para exemplo de framework de referência para construção de políticas de cidadania financeira para pequenos empreendedores.

## 1.2 Promoção de cidadania financeira no Brasil

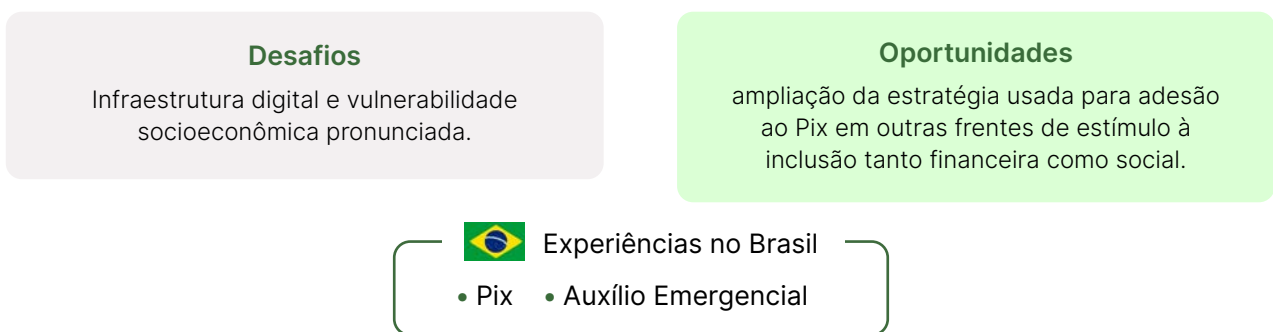
Olhando a experiência brasileira em relação à etapa inicial de promoção de inclusão financeira por meio do acesso a serviços financeiros mais básicos, o país passou a ser visto como um caso de sucesso pela OCDE<sup>27</sup> devido à estratégia usada para o Pix. O Banco Central não só aderiu à ideia de promover inclusão financeira via digitalização de pagamentos aproveitando a ampla cobertura de celulares e recente expansão do acesso, pelo menos mais básico, à internet, como usou a estratégia de associar o Pix ao serviço público, com ações voltadas a aceitar o meio de pagamento para arrecadação de impostos e a fazer parcerias com o setor privado para facilitar o pagamento de contas básicas como luz e gás<sup>28</sup> através da plataforma.

Também foi reconhecido pela decisão de massificar a propaganda através de mídias sociais e personalidades influenciadoras, além de criar uma série de vídeos e conteúdos simples sobre a inovação dos pagamentos instantâneos e suas vantagens. Tirando proveito da forte

presença dos brasileiros no consumo de redes sociais e do crescente acesso à internet fixa e móvel estimulado pelo isolamento social, o Banco Central conseguiu tornar o produto atrativo e confiável.

A estratégia de criar plataformas digitais que têm como intuito aproximar a população de serviços financeiros mais simples em associação à massificação de comunicação e políticas públicas, inclusive, tem sido replicada em outras situações. Foi o caso da criação de contas digitais para recebimento do Auxílio Emergencial em nível federal, existindo também experiências locais como a de Maricá, com a criação de aplicativo para recebimento do programa Renda Básica Cidadania<sup>29</sup>. Nesse sentido, o Brasil se mostra não só seguidor das tendências de promoção de inclusão financeira, como destaque na implementação destas, ainda que siga tendo um difícil caminho a percorrer até a universalização devido a questões socioeconômicas e de infraestrutura de telecomunicações.

**Figura 5 | Estratégia 1: Inclusão financeira**



Em relação às iniciativas focadas em expandir capacidade financeira para além da inclusão, o Brasil tem algum grau de atuação em todas, ainda que em algumas seja pontual ou esteja em estágio inicial. No caso de disponibilizar material em plataformas para capacitação e consulta do usuário, há portais digitais ofertados por instituições reguladoras como o "Portal do Investidor"<sup>30</sup>, da CVM, focado em in-

vestimentos e mercado de capitais, e a área de cidadania financeira do site do Banco Central<sup>31</sup>, que conta com conteúdo dividido em objetivos como "quero me planejar", "estou endividado", "quero aprender a poupar e investir".

Há também iniciativas de organizações representativas de agentes do setor privado, como a plataforma da Febraban, "Meu bolso

27. OCDE/INFE (2021). G20/OECD-INFE Report on Supporting Financial Resilience and Transformation through Digital Financial Literacy. Disponível em <https://www.oecd.org/finance/financial-education/supporting-financial-resilience-and-transformation-through-digital-financial-literacy.html>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

28. Ver: Nubank.Pix poderá ser usado para pagar contas de luz, telefone e água. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/pix-conta-de-luz-agua-telefone/>. Acessado em 25 de novembro de 2021.

29. Prefeitura de Maricá. Nova plataforma da Moeda Mumbuca é apresentada a comerciantes da cidade. Disponível em: <https://www.marica.rj.gov.br/2017/12/06/nova-plataforma-da-moeda-mumbuca-e-apresentada-a-comerciantes-da-cidade/>. Acessado em 25 de novembro de 2021.

em dia”, focada na interação do consumidor com instituições financeiras, e a disponibilização por parte da ANBIMA<sup>32</sup> de material gratuito para que pessoas estudem para a certificação mais básica que garante habilitação para trabalhar ofertando produtos de investimento.

Vale destacar, no entanto, que esse tipo de estratégia pode resultar em alcance mais restrito a pessoas já inseridas no sistema financeiro e com

níveis socioeconômicos mais altos, como destacado no caso do Peru. Considerando que os indicadores de conhecimento financeiro do Brasil são muito baixos e mesmo as pessoas participantes do sistema financeiro precisam desenvolver essa capacitação, isso não é um problema. Há apenas de se reconhecer a que tipo de público a aplicação dessa estratégia de educação financeira costuma atender para não se limitar a ela.

**Figura 6 | Estratégia 2 - Distribuir material gratuito em plataformas abertas**

### Desafios

O público de alcance tende a ser mais nichado e já com maior grau de participação no sistema financeiro.

### Oportunidades

Dados os resultados do Brasil de capacidade financeira, esse público também precisa de iniciativas de educação financeira, ainda mais com tantas inovações como Pix e Open Banking.



### Experiências no Brasil

- Portal do Investidor (CVM)
- Meu bolso em dia (Febraban)
- Página de Cidadania Financeira (Banco Central)
- Página de educação (ANBIMA)

Já no caso da estratégia mais tradicional de oferecer programas de formação a grupos específicos, o Brasil tem políticas públicas como o programa “Aprender Valor”, feito em parceria com o Fundo de Defesa de Direitos Difusos (FDD) para inserir a educação financeira no currículo básico de ensino das escolas públicas, já que um levantamento dos conhecimentos básicos de conceitos financeiros feito entre 2017 e 2019<sup>33</sup> expôs que o conhecimento sobre juros, inflação e riscos entre a população jovem não alcança 80% em nenhuma das categorias. O objetivo, portanto, é desenvolver habilidades e competências tanto para os alunos quanto para o corpo docente. Em 2020 o programa operou como piloto em cinco escolas de diferentes estados. A próxima fase pretende alcançar 60 mil profissionais de educação e mais de 600 mil

alunos, que devem ser inseridos na plataforma digital e no material disponível para a capacitação do público-alvo. Esse e demais programas são norteados pela Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), conduzida pelo Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF), que envolve instituições como o Banco Central, CVM, SUSEP, MEC e outros.

Um ponto de atenção é que os programas de formação têm sido bastante direcionados para crianças e adolescentes na escola: no mapeamento mais recente disponível, de 2018, 88% das ações da ENEF tiveram como público-alvo a comunidade escolar ou universitária, sendo que 58% foram realizadas em escolas<sup>34</sup>. É preciso que a atenção também se direcione para outros tipos de público, como destacado na experiên-

30. Ver: <https://www.investidor.gov.br/>

31. Ver: Banco Central (2021). Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/cidadaniafinanceira>. Acessado em 25 de novembro de 2021.

32. Ver: [https://www.anbima.com.br/pt\\_br/educar/certificacoes/cpa-10.htm](https://www.anbima.com.br/pt_br/educar/certificacoes/cpa-10.htm). Acessado em 25 de novembro de 2021.

33. Banco Central (2021) Relatório de Cidadania Financeira. Disponível em [https://www.bcb.gov.br/content/cidadania-financeira/documentos\\_cidadania/RIF/Relatorio\\_de\\_Cidadania\\_Financeira\\_2021.pdf](https://www.bcb.gov.br/content/cidadania-financeira/documentos_cidadania/RIF/Relatorio_de_Cidadania_Financeira_2021.pdf). Acessado em 16 de novembro de 2021.

34. AEF-Brasil. (2018). “Mapeamento de iniciativas de Educação financeira”. Disponível em: [https://www.vidaedinheiro.gov.br/2-mapeamento/?doing\\_wp\\_cron=1605659263.1181330680847167968750](https://www.vidaedinheiro.gov.br/2-mapeamento/?doing_wp_cron=1605659263.1181330680847167968750). Acessado em 13 de novembro de 2021.

cia indiana. O próprio Banco Central ressaltou no Relatório de Cidadania Financeira que está analisando os diferentes desafios dos diferentes grupos de interesse para desenvolvimento de cidadania financeira, especificamente idosos e microempreendedores além dos jovens.

Além desse tipo de iniciativa voltado para escolas, o Brasil tem políticas públicas e projetos de inovação como o Laboratório de Inovação Financeiras e Tecnológicas (LIFT). O LIFT busca a capacitação e acompanhamento dos brasileiros ao novo e moderno sistema financeiro e se desdobra em algumas vertentes que permitem a cria-

ção de um canal entre o BCB e a sociedade para um diálogo mais efetivo sobre a sugestão de projetos que podem melhorar os índices de cidadania financeira no país<sup>35</sup>. O resultado foi o desenvolvimento de projetos como o (i) Caishen, uma plataforma de educação financeira voltada para micro e pequenos empreendedores à administrarem seus negócios e fomentar a competitividade de mercado; (ii) Meu Primeiro Cartão, um projeto focado no público infanto-juvenil com propósito de desenvolver o interesse e o know-how do sistema financeiro e estimular não só a relação familiar nesse processo, como também a confiança do consumidor na estrutura de mercado.

**Figura 7 | Estratégia 3 - Implementação de programas de capacitação em espaços de construção e formação dos cidadãos.**

#### Desafios

Dar escala e alcançar os diferentes públicos com diferentes necessidades específicas de capacitação.

#### Oportunidades

As iniciativas focadas em jovens tendem a, no longo prazo, minimizar o esforço necessário para adultos.



#### Experiências no Brasil

- Programas da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF):
  - 1) Aprender Valor
  - 2) Laboratório de Inovações Financeiras e Tecnológicas (LIFT)

O tipo de estratégia menos representado no Brasil é o de distribuição ativa de informação sobre o sistema financeiro por parte do regulador responsável pela política. Apesar de ser um tipo de ação cujo impacto positivo na cidadania financeira já chegou a ser identificado em programas desenvolvidos pelo terceiro setor em países com vulnerabilidades ainda mais destacadas que as do Brasil, não encontramos um plano de política pública em desenvolvimento para implementação em escala nacional, apenas experiências temporárias. Uma delas, o PoupeMais (desenvolvido pela startup Mgov), foi uma parceria com o setor privado em que se enviava informações e sugestões

visando melhorar o planejamento financeiro e as decisões de consumo. Na parceria com o Bolsa Família, os beneficiários receberam duas dicas por semana por 18 semanas com textos aprovados pelo Ministério de Desenvolvimento Social em 2018.

Considerando que é uma boa prática apontada pela OCDE com implementação como política pública em outros países de contexto semelhante e com impacto positivo identificado, esse é um tipo de iniciativa na qual o Brasil poderia focar. Principalmente para alcançar o público mais financeiramente vulnerável do país: os de menor renda e da zona rural, por exemplo.

35. Ragazzo, C. et. al. 2021. O Regulador Inovador: Banco Central e a Agenda de Incentivo a Inovação. Disponível em: <https://institutopropague.org/livros/ebook-o-regulador-inovador-banco-central-e-a-agenda-de-incentivo-a-inovacao/>. Acessado em 30 de novembro de 2021.



Figura 8 | Estratégia 4 - Distribuição ativa de conteúdos e materiais financeiros por parte do regulador.

**Desafios**

Não chegou a ser implementado como política contínua e de grande escala.

**Oportunidades**

Apresentou impactos positivos em países com vulnerabilidades ainda maiores que a do Brasil e pode ser uma solução para inclusão de “última milha”, a de pessoas de maior difícil acesso no país.



Experiências no Brasil

- PoupeMais + Bolsa Família



## 2. Propague Tendências

Ainda que o Brasil parta de indicadores piores que a média do G20 e América latina de alfabetização financeira, as médias em geral são baixas e impõem um desafio para um setor em acelerada transformação<sup>36</sup>. Justamente por ser um desafio generalizado e, que tem passado por uma mudança estrutural devido ao processo de digitalização, os países ainda estão descobrindo que ações podem melhorar a capacidade financeira.

Uma tendência mais geral que fica clara é que nos próximos anos deve se tornar mais fácil identificar o impacto de cada tipo de programa no aprendizado e comportamento financeiro dos consumidores, com o tema ganhando relevância e as experiências se tornando mais maduras. Hoje, considerando políticas públicas de maior escala, a principal forma de ação tem sido a construção de frameworks que orientem o que a pessoa deve saber para atuar no sistema financeiro de maneira adequada e ações são construídas e definidas como referência em torno disso. Órgãos internacionais também

têm agido como coordenadores de cooperação internacional para socializar boas práticas identificadas e, eventualmente, realizar programas focalizados com avaliações de impacto que possam servir de referência para políticas públicas.

De forma geral, o Brasil se posiciona acompanhando a fronteira internacional em relação às estratégias e recomendações dadas por organizações internacionais e, inclusive, apresenta uma boa variedade de projetos em estágio inicial voltados para a capacitação e segurança do consumidor em meio à modernização do sistema financeiro. Entretanto, é importante aumentar a variedade de públicos-alvo desses projetos para garantir o avanço da cidadania em escala nacional e eventual massificação de inovações associadas à Agenda BC#. Ainda assim, como mostra o quadro, identificamos políticas de dimensões públicas e privadas nas quatro frentes apontadas, valendo destacar que as ações mapeadas para distribuição ativa de conteúdo ainda são pontuais.

### Estratégia 1 > Inclusão financeira

Oferecer serviços simplificados + associar adesão a serviços públicos.  
**Experiências no Brasil:** Pix, Auxílio Emergencial

### Estratégia 2 > Educação financeira

Distribuir material gratuito em plataformas abertas.  
**Experiências no Brasil:** Portal do Investidor da CVM, Meu bolso em dia da Febraban, Página de Cidadania Financeira do Banco Central, Página de educação da ANBIMA. **Desafios:** o público de alcance tende a ser mais nichado e já com maior grau de participação no sistema financeiro. **Oportunidades:** dados os resultados do Brasil de capacidade financeira, esse público também precisa de iniciativas de educação financeira, ainda mais com tantas inovações como Pix e Open Banking.

### Estratégia 3 > Educação financeira

Implementação de programas de capacitação em espaços de construção e formação dos cidadãos.  
**Experiências no Brasil:** programas da ENEF, como o Aprender Valor e LIFT. **Desafios:** dar escala e alcançar os diferentes públicos com diferentes necessidades específicas de capacitação. **Oportunidades:** as iniciativas focadas em jovens tendem a, no longo prazo, minimizar o esforço necessário para adultos.

### Estratégia 4 > Educação financeira

Distribuição ativa de conteúdos e materiais financeiros por parte do regulador. Experiências no Brasil: PoupeMais + Bolsa Família. **Desafios:** não chegou a ser implementado como política contínua e de grande escala. **Oportunidades:** apresentou impactos positivos em países com vulnerabilidades ainda maiores que a do Brasil e pode ser uma solução para inclusão de “última milha”, a de pessoas de maior difícil acesso no país.

Nesse contexto, um dos principais desafios para o futuro próximo do Brasil em termos de cidadania financeira é identificar os diferentes grupos que compõem a camada social e seus diferentes níveis de aceitação e acesso às informações financeiras, além de entender como as barreiras criadas pela variação entre grupos e suas vulnerabilidades socioeconômicas podem impactar no processo de fortalecimento da relação com o mercado. O Brasil já começou a desenvolver iniciativas dentro das estratégias de destaque internacional, mas precisa seguir o processo de implementação e avaliação do impacto destas. Falta entender se elas atendem a todos os grupos que deveriam, na escala necessária e com impacto positivo.

No âmbito de estratégias de inclusão financeira digital, o Brasil se destacou na esfera do primeiro contato com o mercado financeiro e com a migração para contas digitais graças ao Pix e ao Auxílio Emergencial, mas ainda é preciso identificar as lacunas da infraestrutura digital e da confiança do consumidor no uso de serviços financeiros através desse meio antes de considerar uma atividade amplamente inserida no cotidiano brasileiro. Além de buscar formas de lidar com barreiras que limitam acesso

a planos de dados que suportem a utilização de serviços financeiros no celular, barreira bastante relevante no Brasil (principalmente fora dos centros urbanos), há um espaço para buscar a adequação das plataformas digitais para uma linguagem de fácil entendimento e intuitiva, a fim de quebrar algumas barreiras de acesso de certos grupos, como os idosos e cidadãos com menores níveis educacionais<sup>37</sup>.

Dois importantes tendências para acompanhar nessa frente são, portanto:

**1)** o avanço da infraestrutura de 5G no país após o leilão realizado em novembro cuja contrapartida para operação das empresas de telecomunicações é investir na expansão da infraestrutura na região Amazônica, da cobertura com sinal de internet para 31.500 quilômetros de rodovias e mais de 9.600 localidades onde a internet móvel ainda não chegou<sup>38</sup>;

**2)** o surgimento de novos produtos financeiros digitais a partir do Open Banking que, apesar de depender inicialmente de um grau de capacidade financeira para adesão, com maior tempo de operação pode trazer soluções que diminuam as barreiras de acesso.



36. OCDE (2017), disponível em <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/G20-OECD-INFE-report-adult-financial-literacy-in-G20-countries.pdf>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

37. Ribeiro, E; et al. (2020). Inclusão financeira e o perfil dos excluídos no Brasil. Disponível em: <https://institutopropague.org/livros/ebook-inclusao-financeira-e-o-perfil-dos-excluidos-no-brasil/>. Acessado em 24 de novembro de 2021.

38. Governo Federal do Brasil. (2021). Governo Federal realiza leilão do 1º 5G da América Latina. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/transito-e-transportes/2021/11/governo-federal-realiza-leilao-do-1o-5g-da-america-latina>. Acessado em 30 de novembro de 2021.

39. OCDE/CAF (2020), Estrategias nacionales de inclusión y educación financiera en América Latina y el Caribe: retos de implementación, disponível em <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1605?from=caf.com>. Acessado em 30 de novembro de 2021.

Já na frente de desenvolvimento de capacidade, a tendência que se destaca é a de diversificar os grupos atendidos pela ENEF e a forma de atendê-los. Hoje focada em jovens e, principalmente, escolas, a tendência é a expansão para novos grupos e locais de atendimento, ainda mais considerando que o Banco Central mapeou os principais desafios de idosos e microempreendedores em seu relatório sobre o tema, indicando uma possibilidade de direcionar ações para eles. No caso das ações já existentes e focadas em jovens, os programas estão crescendo em escala, de modo que a tendência e a expectativa é que os resultados identificados em 2018<sup>39</sup> melhorem. Ainda assim, o histórico de evolução desses indicadores é lento e sugere que pode ser necessário pensar novas estratégias de contato com o jovem.

Já no caso de estratégias de distribuição ativa de conteúdo, há espaço para pegar experiências pontuais bem-sucedidas e avaliar a aplicação em maior escala. Hoje, não encontramos um plano de política pública em desenvolvimento para implementação em escala nacional, mas ela se mostrou eficaz em contextos de vulnerabilidade socioeconômica, inclusive para regiões rurais e de difícil acesso onde a questão da infraestrutura é um grande desafio. Como podem ser implementadas por SMS, que não depende da rede de internet, acabam sendo mais democráticas.

Apesar dos avanços do Brasil em termos de políticas de promoção de cidadania financeira, o cenário internacional está sendo delineado

enquanto o sistema se moderniza, o que traz dificuldades para todos. Nesse contexto, superá-las é um desafio que demanda participação da iniciativa privada, que se beneficia de um sistema financeiro com agentes financeiramente estáveis e capazes<sup>40</sup>. A OCDE, inclusive, incentiva a participação de iniciativas públicas e privadas em parceria para a criação de novos projetos de desenvolvimento<sup>41</sup>. Já existem ações pontuais voltadas para o tema vindas do setor privado brasileiro, mas a tendência é que isso ganhe cada vez mais força na medida em que inovações forem sendo lançadas e seu sucesso dependa da capacidade do público de usufruir delas.

O Open Banking é uma das apostas do Banco Central nesse sentido. Ele é apontado como uma opção favorável ao avanço da educação financeira e capacitação de seus consumidores por promover o surgimento de produtos e serviços personalizados às necessidades do usuário. É necessário reconhecer que a adesão a ele depende de algum conhecimento prévio de serviços financeiros para que haja compreensão dos benefícios e disposição para dar consentimento ao compartilhamento dos dados, o que pode limitar o acesso das camadas mais vulneráveis. Também é uma medida regulatória bastante dependente da inclusão digital, embora, especificamente no Brasil, esse obstáculo esteja sendo minimizado pelo sucesso do Pix. Ainda assim, com o tempo de operação e circulação de dados, a expectativa é que o setor privado seja capaz de desenvolver produtos e serviços que promovam cidadania financeira, ao facilitar a participação no sistema.

40. Ragazzo, C. e Cataldo, B. (2020). Open Banking e Demanda: Programas de Capacitação Financeira. Disponível em <https://institutopropague.org/analises/open-banking-e-demanda-programas-de-capacitacao-financeira/>. Acessado em 20 de novembro de 2021.

41. Ver OCDE/CVM (2005), Recomendação sobre os Princípios e as Boas Práticas de Educação e Conscientização Financeira, disponível em [https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/\[PT\]%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf](https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/[PT]%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf). Acessado em 22 de novembro de 2021.

