



COMISSÃO  
DO MERCADO  
DE CAPITAIS  
REPÚBLICA DE ANGOLA

**PROGRAMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

**CMC | 2024**

## **I. ENQUADRAMENTO**

1. A Comissão do Mercado de Capitais, no âmbito das suas atribuições de promoção do mercado, desenvolve acções que visam estimular a aplicação da poupança em valores mobiliários, através da participação em acções integradas que contribuam para a elevação da capacidade e bem-estar financeiro da população, bem como garantir a estabilidade no Sistema Financeiro Nacional.
2. As linhas de orientação definidas para Programa de Educação Financeira (PEF) da CMC em 2024, reforçam o Plano Estratégico da CMC 2023-2027 (PE 23-27) e estão alinhadas às directrizes do Comité de Coordenação da Estratégia Nacional de Inclusão Financeira (CCENIF)<sup>1</sup>, Comité 8 da IOSCO (C8)<sup>2</sup>, bem como à Rede Internacional de Educação Financeira da OCDE (INFE)<sup>3</sup>, dos quais a CMC é membro.

- II.** Neste entendimento, são apresentadas no presente programa, as principais propostas de actividades para o período supracitado, bem como os detalhes pertinentes.

## **III. DESENVOLVIMENTO**

### **2.1. Linhas de Actuação do PEF e Método de Avaliação**

3. O PEF é um instrumento de materialização anual, que impactam directamente no alcance das metas de médio e longo prazo, tendo como principal missão, o contributo para o aumento dos níveis de

---

<sup>1</sup> Comité Nacional que congrega os principais intervenientes na elaboração, implementação, avaliação e monitoramento da Estratégia Nacional de Inclusão Financeira (ENIF).

<sup>2</sup> Comité dos Investidores de Retalho da IOSCO, que lida com questões relacionadas aos investidores não-institucionais (pessoa singular) com foco na educação financeira como ferramenta para a protecção ao investidor.

<sup>3</sup> Rede Subsidiária da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico(OCDE), que visa promover a educação financeira a nível mundial.

literacia financeira da população nacional, como importante complemento às medidas de protecção dos investidores.

4. Tendo em conta os resultados obtidos no exercício económico de 2023, pretende-se em 2024, aumentar o alcance das acções de educação financeira em pelo menos 25% (em termos quantitativos), desenvolvendo actividades de forma mais eficiente, que busquem o aprimoramento do conhecimento<sup>4</sup> em assuntos relacionados ao MC, principalmente entre estudantes, potenciais emitentes, agentes de intermediação, potenciais investidores, empreendedores, etc.
5. Com a execução do PEF 2023, foi possível obter os seguintes resultados de realce:
  - 3 mil visualizações em vídeos publicados;
  - 16 mil seguidores nas redes sociais;
  - Um total 960 participantes em palestras;
  - Criação de 3 jogos didácticos;
  - Publicações mensais sobre educação financeira nas redes sociais.
6. Foi com base nestas premissas que se estruturou o mapa abaixo, no qual são apresentadas as perspectivas e metas a alcançar em 2024:

**Figura 1** – Perspectivas e Metas 2024<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Importa realçar que na análise SWAT do seu PE 23-27, a CMC indica “Reduzidos níveis de educação financeira no contexto nacional” como ameaça.

<sup>5</sup> Tendo em conta as restrições orçamentais, para o número de seguidores nas redes sociais, foi definida uma meta de aumento de alcance inferior aos 25%.

<b>Alcance PEF</b>		
<b>Programa</b>	<b>Alcance 2023</b>	<b>Meta 2024</b>
<b>Programa de Palestras</b>	960	1200
<b>Jogos didáticos</b>	3	8
<b>Visualizações em Vídeos Publicados</b>	3000	3750
<b>Publicação Mensal Sobre Educação Financeira</b>	12	15
<b>Semana Mundial do Investidor</b>	2620	3275
<b>CMC&amp;U</b>	252	315
<b>Seguidores nas Redes Sociais*</b>	19664	23000
<b>Total</b>	<b>26511</b>	<b>31563</b>

Fonte: DCEF

7. Os dados apresentados na Figura 1 indicam apenas resultados quantitativos, olhando para o alcance das actividades desenvolvidas. No entanto, entende-se que considerar apenas os resultados quantitativos não é suficiente para mensurar a eficácia do PEF. Para 2024, pretende-se reforçar a componente qualitativa, analisando métricas que permitam avaliar o impacto das acções desenvolvidas.
8. Deste modo, previamente às acções previstas (onde possível), será realizado um inquérito<sup>6</sup> onde serão recolhidos dados biográficos dos participantes e se fará uma aferição do nível de literacia financeira dos mesmos. Após realização da acção, será disponibilizado o mesmo inquérito para que possam aferir o grau de retenção da informação transmitida, bem como um questionário de satisfação, que versará sobre a qualidade da informação transmitida, métodos utilizados na sessão e pertinência do conteúdo didáctico. Deste modo, a meta para este ano é assegurar que haja uma melhoria entre os inquéritos (pré e pós acção) de 3-4 questões e uma avaliação de satisfação de "Bom".
9. Outrossim, considerando que nem todas as iniciativas do PEF são susceptíveis de avaliação por via da apresentação de questionários, como é o caso, por exemplo, das acções e eventos de sensibilização, reforça-se a pertinência por um lado, da realização de auscultações

---

<sup>6</sup> Vide os anexos I, II e III.

regulares aos investidores, empresas e outros participantes do mercado para obter *feedback* e adaptar a estratégia de actuação.

10. Por outro lado, considera-se pertinente a participação da CMC em inquéritos mais abrangentes do sistema financeiro, que, pese embora não tenham a finalidade de avaliar directamente o PEF, são indispensáveis para o acompanhamento das alterações nas atitudes e comportamentos, bem como dos conhecimentos financeiros da população, que certamente irão auxiliar para a definição das prioridades em termos de ofertas formativas e educativas nos próximos períodos.

## **2.2. Principais Acções a Desenvolver**

11. Para 2024, pretende-se que as acções de educação financeira sejam melhor direccionadas para atender os grupos excluídos e desfavorecidos, conforme foi observado no Relatório Final do Apoio à Elaboração da Estratégia Nacional de Inclusão Financeira<sup>7</sup>.
12. Dentro dos grupos identificados neste relatório, para este ano, pretende-se dirigir as acções para o grupo das mulheres, jovens e as Micro, Pequenas e Médias Empresas Rurais e Urbanas. Adicionalmente, temos como público alvo estudantes e professores do ensino médio e superior, potenciais investidores, entidades públicas, e jornalistas<sup>8</sup>.
13. Tanto as MPME rurais como as urbanas operam frequentemente no sector informal e enfrentam a exclusão financeira devido a vários factores, como a falta de registos financeiros, garantias insuficientes, ausência de um plano de negócios, falta de documentação, preocupações com a tributação ou orientação comercial limitada. No entanto, estas empresas desempenham um papel significativo na dinamização da economia e na criação de oportunidades de emprego.

---

<sup>7</sup> Relatório elaborado pelo Consórcio da FinMark Trust, GFA Consulting Group e Southern Africa Trust.

<sup>8</sup> Em coordenação com a BODIVA, no sentido de evitar a sobreposição de actividades.

14. As pequenas lojas de retalho urbanas, por exemplo, podem necessitar de serviços de pagamento digital e de empréstimos, ao passo que as MPME rurais envolvidas na agricultura podem necessitar de empréstimos alinhados com o calendário agrícola para investimentos e para colmatar o défice durante os períodos de escassez de fundos até à época das colheitas. É fundamental responder a estas necessidades financeiras sem recorrer a credores informais.
15. Além disto, existe a necessidade de apoio em termos de formação em contabilidade e literacia empresarial. A oferta deste tipo de formação pode melhorar as capacidades de gestão financeira dos pequenos agricultores e das MPME, permitindo-lhes tomar decisões informadas e melhorar o seu desempenho empresarial geral.
16. No que se refere às mulheres, a maioria, cerca de 91,3%, trabalha no sector informal, contrariamente a cerca de 77,20% dos homens. Além disso, 56,6% das empresas são maioritariamente detidas por mulheres.
17. A taxa de alfabetização das mulheres está estimada em 60,7%, enquanto a dos homens é de 82%. Um estudo da FINCA realizado na República Democrática do Congo (RDC) revelou que o «conhecimento limitado» foi o factor mais significativo que contribuiu para as dificuldades das mulheres em identificar produtos financeiros adequados. Esta constatação é provavelmente aplicável também à Angola.
18. Neste sentido apresentamos abaixo, de forma sintética, as principais propostas de actividades para o exercício económico de 2024.

#### **(i) Programa de Palestras<sup>9</sup>**

19. Consiste no programa de preleções que visa informar os diferentes públicos alvo identificados<sup>10</sup> sobre temas e conceitos relevantes da

---

<sup>9</sup> Uma vez que o PE 23-27 identificou criação, **monitorização e avaliação do impacto** dos programas de educação financeira como desafio, serão feitos inquéritos de satisfação após os eventos.

<sup>10</sup> Inclui entidades públicas, colaboradores de intermediários financeiros, alunos dos ensinos médio e

dinâmica e funcionamento do Mercado de Capitais, garantindo o acolhimento das orientações de instituições internacionais das quais a CMC é membro e alinhado à matriz do plano estratégico para a ENIF<sup>11</sup>.

20. O objectivo último deste ciclo de palestras é de fomentar a educação financeira e conscientização sobre o Mercado de Capitais entre os diversos públicos alvo, considerando cada uma das suas particularidades e necessidades.

21. Desta feita, definiram-se os seguintes objectivos concretos para cada público alvo identificado:

- a) Para os **empreendedoras e gestores das MPME**<sup>12</sup>, pretende-se promover a adesão das micro, pequenas e médias empresas, às fontes de financiamento do MC e integrar nas sessões dirigidas a este público-alvo, o acesso a novos produtos financeiros, especialmente aqueles comercializados através dos canais digitais (*fintech*), a título de exemplo do *crowdfunding*, beneficiando da rede de serviços do INAPEM e demais parceiros relevantes para o processo;
- b) Para os **estudantes e professores do Ensino Médio e Superior** o objectivo é sensibilizar os professores e alunos sobre as questões financeiras e disseminar a compreensão básica e interesse pelo MC, preparando a próxima geração para a tomada de decisões financeiras informadas;
- c) Para os **potenciais investidores**, pretende-se proporcionar um conhecimento aprofundado sobre as oportunidades de investimento e riscos associados ao mercado, incentivando a participação informada e responsável;
- d) Para as **entidades públicas**, pretende-se sensibilizar os colaboradores dos distintos órgãos ministeriais, institutos públicos,

---

superior, não-residentes da província capital, e *finfluencers*.

<sup>11</sup> Importa realçar que os trabalhos do CCENIF já incorporam princípios plasmados no **Relatório Final do Apoio à Elaboração da Estratégia Nacional de Inclusão Financeira** remetido pela SADC.

<sup>12</sup> Micro, Pequenas e Médias Empresas.

- empresas do Sector Empresarial Público e órgãos judiciais, sobre as alternativas de financiamento e investimento existentes no MC e outros temas ligados à rentabilização das suas poupanças, através da realização de acções conjuntas com a Agência Angolana de Supervisão de Seguros e a Bolsa de Dívida e Valores de Angola;
- e) Para os **jornalistas**, pretende-se estabelecer uma relação de proximidade com os meios de comunicação social e promover encontros informativos sobre assuntos recentes e relevantes sobre o Mercado de Capitais, que visam educar financeiramente este importante parceiro na difusão massiva de informação. Estas sessões serão conduzidas num ambiente informal, denominado **“Desmistificando o Mercado de Capitais”** em que serão convidados os meios de comunicação voltados ao jornalismo económico, visando aprimorar a qualidade das notícias e informações financeiras veiculadas pela comunicação social<sup>13</sup>;
- f) No âmbito das **Jornadas Mulheres, Negócios e Mercado de Capitais**, palestras para as **jovens universitárias**, intitulada “O Mercado de Capitais no Feminino”, em que são abordados tópicos relacionados à educação financeira, orçamento familiar, poupança, investimentos no MC e planeamento financeiro. E palestras para as **Mulheres Empresárias e Empreendedoras**, que visam promover o desenvolvimento pessoal e profissional das participantes através da disseminação de conceitos, servindo como um vector para o empoderamento e fortalecimento de uma comunidade exclusiva de mulheres, podendo apoiar-se uma na outra, e acesso a eventos que promovam o *networking* entre as diferentes participantes.

22. Ao definir-se claramente os objectivos para cada grupo, serão estruturados os conteúdos das palestras, em função das necessidades específicas de cada público alvo, permitindo assim, uma avaliação

---

<sup>13</sup> Perspectiva-se que ocorram preferencialmente no final de cada ano (Dezembro).

efectiva do impacto destas acções em termos de aumento da literacia financeira e engajamento com o MC.

23. No programa de palestras, a previsão é de realizarmos **28 palestras/acções no ano**, estando a realização efectiva dependente da interação com os pontos focais do público alvo. Estas acções poderão ser realizadas de forma virtual, através das plataformas digitais, bem como presencialmente no Auditório Archer Mangueira da CMC ou nas instalações do público-alvo visado (mediante a negociação).
24. Outrossim, no sentido de reduzir os custos associados ao programa e atingir o mínimo de 1 200 pessoas em 2024, pretende-se contar com o apoio da Rede de Mediatecas de Angola (ReMA), a Associação dos Estudantes das Universidades Privadas de Angola (AEUPA), bem como outras entidades com quem se estabeleceu ou se pretende estabelecer protocolos de cooperação ou memorandos de entendimento.

#### **(ii) Produção de Conteúdos**

25. A produção de conteúdos tem como objectivo primário a disseminação de informação e contribuir para o aumento do nível de literacia financeira da população, com particular destaque para o segmento juvenil que tenha acesso à internet. Para enriquecer as temáticas abordadas na nossa estratégia de produção de conteúdo, adoptaremos as seguintes abordagens:
- a) **Vídeos com Conceitos de Base do MC:** criação de conteúdos didáticos com o intuito de elucidar o público sobre matérias básicas do mercado, através da divulgação do glossário do mercado de capitais em séries de vídeos explicativos sobre o MC. Serão produzidos pelo menos **4 vídeos**;
  - b) **Tutoriais de Como investir no MC:** criação de conteúdos dedicados a orientar o público sobre como iniciar e aprimorar a jornada de investimentos no MC. Estes materiais abordarão desde noções básicas como a abertura de conta em

corretoras/distribuidoras, até conceitos mais avançados como classe de activos e diversificação de investimentos e riscos associados. Serão produzidos pelo menos **2 tutoriais**;

- c) **Entrevistas das Profissões no MC:** criação de uma série dedicada às diversas carreiras e profissionais no MC, visando elucidar as funções, responsabilidades, e o impacto destes profissionais no funcionamento do MC. Serão realizadas **3 entrevistas** (analista financeiro, compliance officer, perito avaliador de imóveis), identificados perfis de carreira e feitas passagens do dia a dia dos mesmos;
- d) **Highlight das Entidades Participantes do mercado:** desenvolvimento de conteúdos específicos sobre as entidades do mercado, visando esclarecer o papel, função, e a importância de cada entidade dentro do ecossistema do mercado. Será dedicado um mês para cada tipologia de participante do mercado, onde serão feitos posts semanais explicando a função desta entidade. Para os próximos 6 meses, teremos em destaque as seguintes entidades: CMC (Junho), BODIVA (Julho), SDVM/SCVM (Agosto), SGOIC (Setembro), OIC (Outubro), e consultores/analistas financeiros (Novembro);
- e) **Artigos de Opinião:** elaboração de artigos de opinião pelos colaboradores da CMC, no sentido de trazer uma perspectiva do regulador sobre os temas que terão em destaque, de acordo com as temáticas elencadas para cada mês.
- f) **Revista Digital:** Lançamento de uma revista digital dedicada ao Mercado de Capitais de publicação trimestral ou semestral, com fonte abrangente de informações, estatísticas, análises e artigos projectados para educar e informar o público sobre o funcionamento e as oportunidades do Mercado.

Os conteúdos da Revista incluem os periódicos da CMC, artigos, tutoriais, notícias, estudos de caso, infográficos e entrevistas. Em 2024, a **revista terá uma edição** piloto, e será desenvolvida

internamente, portanto não acarreta **nenhum custo adicional**.

- g) **Podcast “Investir com Segurança”**: Trata-se de uma série de podcasts dedicados à educação financeira. Este programa inovador terá edições bimensais, com um custo associado de um milhão e duzentos mil kwanzas por episódio. O principal objectivo desta série de podcasts é promover a literacia financeira entre os cidadãos, fornecendo informações claras, práticas e acessíveis sobre diversos tópicos financeiros.
  - h) **Criação de Jogos Didáticos** - Está a ser promovido um ambiente lúdico de aprendizagem, incorporando elementos como feedback rápido, badges/metastas e competição através da produção de jogos. No entanto, pretende-se em 2024 expandir o leque de jogos disponíveis para jogos de palavras (word games) e questionários (quiz) que serão desenvolvidos com o objectivo de informar, esclarecer e contribuir de forma lúdica para a criação de bons hábitos financeiros na sociedade Angolana.
  - i) **Participação em Programas Radiofónicos Juvenis** - Em parceria com as estações de Rádio a CMC pretende futuramente promover programas de rádio dedicado a temas essenciais de educação financeira,
26. Com a divulgação de conteúdos nas plataformas digitais e redes sociais, pretende-se atingir um marco de 23 (Vinte e três) mil seguidores e melhorar o seu nível de literacia financeira.

### **(iii) *Global Money Week (GMW)***

27. Trata-se de um evento externo organizado pelo Banco Nacional de Angola (BNA) que conta com a participação activa da CMC nos últimos 4 anos. Este evento tem como objectivo promover actividades relacionadas com a Semana Global do Dinheiro, através da realização de palestras, workshops, actividades lúdicas, entre outros e é realizado especificamente no mês de Março e tem periodicidade anual.

28. Em 2024, a CMC participou do certame com a exposição na *Stand*, realização de palestras e apresentou jogos lúdicos e vídeos na feira, que foi visitada por mais de 1 000 crianças.

**(iv) Concurso de Investigação Científica “CMC e as Universidades” (CMC&U)**

29. Trata-se de um evento voltado para os estudantes universitários, pré-finalistas e finalistas, nas variadas áreas do saber, com intuito de os envolver na dinamização do Mercado de Capitais.

30. O CMC&U tem por objectivo estimular o conhecimento dos estudantes a apresentarem trabalhos científicos sobre temas relacionados com o Mercado de Capitais.

31. Em 2023 realizou-se a 3.<sup>a</sup> edição do concurso que contou com 103 grupos inscritos (309 estudantes). Para a 4.<sup>a</sup> edição, pretende-se contar com parceiros externos na divulgação e patrocínio (em termos de estágios, prémios, etc.) do concurso, dentre estes o Ministério do Ensino Superior, Ciências, Tecnologia e Inovação, bem como as entidades supervisionadas, garantindo a participação e engajamento de um maior número de estudantes ao nível de todas as províncias do País.

32. Perspectiva-se que esta iniciativa seja lançada no II semestre de 2024, período que será marcado pelo início da recepção das candidaturas, seguindo-se a selecção e avaliação dos projectos, que culminará com a divulgação do grupo vencedor do concurso em simultâneo com a cerimónia de entrega de prémios prevista ocorrer no I semestre de 2025.

**(v) Semana Mundial do Investidor (SMI)**

33. É um evento de grande porte, sob iniciativa da Organização Internacional das Comissões de Valores (IOSCO) com a coordenação regional em África da CMC, nos últimos 3 anos consecutivos.

34. A SMI é uma campanha de sensibilização que conta a participação dos reguladores do Mercado de Capitais em diferentes países, mantendo o objectivo de promover iniciativas de cariz educativo, sobre finanças e protecção dos investidores no âmbito do mercado de capitais.
35. A iniciativa tem periodicidade anual e ocorre geralmente na primeira semana do mês de Outubro, onde são realizadas, entre outras actividades, palestras, webinars, Feira do Investidor com exposição dos serviços e produtos dos diferentes players do sistema financeiro, mesas redondas, participação em programas televisivos e radiofónicos, publicação de artigos e concursos educativos.
36. Em 2024, prevê-se que a SMI mantenha o modelo aplicado na edição anterior, conforme as orientações da IOSCO, com a substituição de alguns eventos virtuais por eventos presenciais<sup>14</sup>, com realce para a realização da Feira do Investidor, participação em programas de rádio e televisão, a produção de um artigo opinião<sup>15</sup>.
37. A Feira do Investidor é uma iniciativa de grande porte que visa criar um espaço onde, durante a SMI, os investidores e potenciais investidores poderão mergulhar no mundo do Mercado de Capitais. Serão disponibilizadas stands para expositores, com realce para os agentes de intermediação, que poderão expor os seus serviços e produtos e promoverem assim a inclusão financeira e acessibilidade aos mercados financeiros. Outrossim, será dado um destaque especial aos gestores de MPMEs.

**Figura 2** – Fluxograma Feira do Investidor

---

<sup>14</sup> Pretende-se fazer a cerimónia de abertura e encerramento de forma presencial, bem como pelo menos uma mesa redonda.

<sup>15</sup> Importa realçar que o artigo será sobre um tema relacionado ao tema do mês de Outubro (Finanças pessoais e prevenção contra fraudes e golpes).

#### **(vi) Dinamização do Website Didáctico – Cresce Investindo**

38. O website didáctico denominado “Cresce Investindo” (CI), tem como missão promover a educação financeira e o entendimento do MC, para o público alvo mais júnior, ou seja, estudantes do ensino primário e secundário.
39. Não obstante a isso, as plataformas digitais passaram a ser um canal conveniente para a realização de acções de educação financeira com alargado público alvo e ampla cobertura territorial, permitindo estender as iniciativas de forma mais eficiente.

#### **(vii) Dia Mundial da Poupança**

40. Trata-se de actividade de pequeno porte, que tem como objectivo principal consciencializar as pessoas sobre a importância de poupar, investindo e pensando na construção de um futuro financeiramente sólido e seguro.
41. Tendo em conta a estratégia no domínio da educação financeira, que tem como objectivo promover actividades relacionadas à poupança e investimentos no MC, pretende-se em alusão à data comemorativa, realizar numa universidade (ou no auditório Archer Magueira) com a qual a CMC tem protocolo de cooperação, eventos lúdicos como jogos, disseminação de vídeos e concursos relacionados à poupança, em parceria com a AEUPA.

#### **2.4. Plano de Comunicação para o PEF**

42. O plano de comunicação para o PEF 2024, tem como objectivo dar visibilidade e promover o plano, educar o público-alvo sobre a proteção dos investidores e a literacia financeira, e incentivar a participação nas

diversas actividades e iniciativas desenvolvidas. Abaixo segue o plano de comunicação referente ao PEF 2024:

43. Outro objectivo do plano de comunicação da PEF 2024, é de aumentar a conscientização sobre a Educação Financeira. Outrossim, pretende-se educar os investidores a nível nacional, sobre os mecanismos de protecção que estão disponíveis para si, bem como os deveres que acarreta ao aplicar os seus recursos em mercados regulamentados.
44. O público alvo deve igualmente perceber a relação directa que existe entre o nível de literacia financeira, e a capacidade de evitar burlas e fraudes. Adicionalmente, deve-se fazer investimentos que acarretem um risco adequado para o perfil do investidor.
45. Por último, almeja-se incentivar a participação do público em eventos. Periodicamente serão divulgadas peças que promovem os eventos que irão decorrer, e as temáticas a serem abordadas serão publicitadas no sentido de maximizar a participação.
46. Deste modo, o Plano de Comunicação da PEF 2024 (PCPEF-2024) tem como objectivo atingir os seguintes públicos alvo:
  - a) **Investidores Particulares ou de Retalho** – De acordo com os instrutivos da IOSCO/C8, o retail investor é um dos principais alvos da educação financeira, e como tal, as peças partilhadas terão em conta este grupo.
  - b) **Profissionais Financeiros** – Este segmento será contemplado tendo em conta a importância que os profissionais de finanças têm como gatekeepers do mercado.
  - c) **Reguladores** – Os reguladores definem as normas e formulam as políticas que regem o funcionamento dos mercados. Assim, importa partilhar conteúdos que sejam benéficos no sentido de auxiliar na definição de estratégias.
  - d) **Instituições Financeiras** – Este público-alvo foi selecionado porque as instituições financeiras são o elo entre os produtos financeiros e o investidor, e como tal devem estar inteiradas das

matérias atinentes às boas práticas e a protecção do investidor.

- e) **Instituições de Ensino/formação** – A educação financeira é uma ferramenta essencial para salvaguardar a protecção do investidor. Deste modo, as instituições de ensino ou ligadas à educação/formação, devem ter informação sobre educação financeira. Estas entidades são um parceiro estratégico que garante acesso a estudantes, e oferece condições logísticas para albergar eventos.

### (i) Mensagens Chave

47. O PEF 2024 abordará temas relevantes dadas as condições actuais do mercado global. Foram escolhidos temas principais, contudo, realçamos que a lista é maleável, podendo ser adaptada às necessidades do nosso público. A listagem abaixo ilustra a proposta de temas para o PEF 2024:

- a) Novo Modelo de Funcionamento do Mercado de Capitais (implicações);
- b) Ofertas Públicas e a admissão à negociação em Bolsa;
- c) Poupança e Investimento;
- d) Papel do regulador do mercado de capitais;
- e) Finanças Pessoais e Prevenção contra Fraudes e Golpes;
- f) Activos virtuais e Intermediação Financeira;
- g) Títulos sustentáveis e boas práticas ESG<sup>16</sup>.

### (ii) Canais de Distribuição

48. Os canais de distribuição são os meios que serão utilizados para garantir que a informação chegue ao nosso público alvo. O PEF 2024 prevê os seguintes canais para difundir conteúdos:

- a) **Website:** O website da CMC terá um link para o website didáctico que terá ferramentas como vídeos, jogos e inquéritos. O website terá uma interface criada para facilitar a navegação

---

<sup>16</sup> Ambientais, Sociais e de Governação Corporativa.

do utilizador, e utilizará técnicas de *gamification* para incentivar a participação.

- b) **Redes Sociais:** Serão utilizadas plataformas como *Twitter*, *Facebook*, *LinkedIn* e Instagram para actualizações regulares, teasers e engajamento com o público alvo.
- c) **E-mail:** Serão partilhadas mensagens com parceiros, com actualizações de eventos, links de inscrição e conteúdo educacional.
- d) **Press Releases:** Serão anunciados eventos através de comunicados de imprensa para atrair cobertura da comunicação social.
- e) **Vídeos:** Serão criados vídeos didácticos com recurso a infográficos, com o intuito de passar conceitos de educação financeira de forma lúdica. Estes vídeos têm como público alvo crianças, adolescentes, e jovens adultos.
- f) **Whatsapp:** Tendo em conta o alcance e facilidade de uso do whatsapp, será feita a partilha de conteúdos aos contactos na nossa base de dados.
- g) **Comunicação Social:** Serão escritos artigos, haverá a participação em programas de rádio e em programas de televisão (Tarde é Nossa e Janela Aberta da TPA e Zimbo), para garantir exposição aos meios de grande alcance, sem que se acarrete um encargo financeiro adicional.

### (iii) Estratégia nas Redes Sociais

49. Sendo que existem recursos escassos, haverá um enfoque adicional no uso das redes sociais. Pretendemos executar uma campanha ligeiramente mais agressiva, implementando as seguintes estratégias:

- a) **Uso de hashtags** – Serão utilizadas populares relacionadas a finanças e investimentos.
- b) **Publicidade** – Faremos publicidade direccionada ao público alvo, garantindo assim o engajamento de um número predeterminado

de participantes.

- c) **Parcerias** – Partilharemos conteúdo com os nossos parceiros, garantindo assim maior alcance das nossas publicações.

#### IV. CONCLUSÕES

50. O PEF estabelece as linhas gerais de orientação para a promoção da educação financeira, identifica as iniciativas propostas para o efeito e tem como base os objectivos de educação financeira plasmados no PE 2023-2027 da CMC, e as directrizes do C8, CCENIF e INFE.

51. Face ao acima descrito, concluímos o seguinte:

- a) Para 2024, pretende-se intensificar as acções e apostar em plataformas digitais que visam alcançar novos públicos e de forma mais célere, perspectivando-se um aumento geral de 25% face aos resultados de 2023, em termos quantitativos;
- b) Nesta edição, será reforçada a componente qualitativa, visando avaliar a eficácia das acções realizadas (com a melhoria de 3-4 questões entre os inquéritos e uma avaliação de satisfação de "Bom"), procurando a optimização dos recursos disponíveis;
- c) O PEF é composto por **07 programas/eventos**, que **congregam 87 acções**, com realce para palestras, criação de jogos e conteúdos didácticos, promoção de eventos e a realização de um concurso académico;
- d) Propõe como principal público alvo das palestras e sessões de capacitação empreendedoras e gestores das MPME, os estudantes e professores do ensino médio e universitário, colaboradores das entidades públicas, agentes de intermediação, profissionais do sector financeiro e do sector empresarial, potenciais investidores, jornalistas,