

Semana Nacional de
**EDUCAÇÃO
FINANCEIRA**

**Relatório 11ª Semana Nacional
de Educação Financeira (2024)**

Sumário



Palavra da Presidente	4
A Semana	5
Tema central: Proteção Financeira e Solidariedade aos Irmãos do Rio Grande do Sul	14
Iniciativas.....	16
Edição de maio	16
Edição especial para o Rio Grande do Sul em setembro	30
Resultados.....	31
Resultados da 11ª Semana ENEF (2024): campanhas de maio e setembro	31
Organizadores.....	34
Área de Atuação	35
Público-alvo.....	38
Formato.....	41
Temas.....	44
Distribuição geográfica.....	49
Considerações finais	53



11ª SEMANA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Proteção Financeira e Solidariedade aos Irmãos do Rio Grande do Sul.

11ª SEMANA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Proteção Financeira e Solidariedade aos Irmãos do Rio Grande do Sul.

1. Educação, qualificação e desenvolvimento sustentável de empresas privadas.
2. Atuação nacional, com ações relevantes em todos os estados e municípios.
3. Oferta universal, com diversidade relevante de gênero, raça ou grau de escolaridade.
4. Abordagem de temas relevantes (educação financeira, consumo consciente e organização financeira).
5. Modelo híbrido e a mais ampla (livres em redes sociais, palestras, oficinas e seminários).

11ª SEMANA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Proteção aos Irmãos do Rio Grande do Sul.



Semana Nacional de **EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

Palavra da Presidente

A Semana Nacional de Educação Financeira (Semana ENEF) é um evento anual que visa a promover a conscientização e a disseminação de conhecimentos sobre finanças pessoais e a educação financeira para a população do Brasil.

Organizada pelos membros do Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF) e realizada em parceria com diversas instituições públicas e privadas, a Semana ENEF tem como objetivo principal incentivar a mudança de comportamento das pessoas em relação ao uso do dinheiro, buscando uma gestão mais consciente e responsável das finanças.

Em um contexto econômico marcado positivamente pelo aumento da popularidade das finanças digitais para a gestão e o controle do dinheiro, após o avanço da tecnologia e o surgimento de novas soluções financeiras e, por outro lado, marcado negativamente pelo aumento de fraudes e golpes financeiros em escala global e pela baixa compreensão da população sobre risco, seguro e investimento, o grande desafio está relacionado à segurança das transações. Ou seja: como garantir a proteção de dados pessoais e evitar golpes e fraudes financeiros, tanto no ambiente físico, quanto no digital?

Após essa reflexão, o Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF) aprovou a Proteção Financeira como tema central, e definiu os seguintes objetivos educacionais para a Semana ENEF 2024: 1) mitigar riscos financeiros e cibernéticos; 2) promover o combate e a prevenção a fraudes; e 3) promover a segurança da informação (dados).

A 11ª edição da Semana ENEF foi realizada duas vezes em 2024. A 1ª campanha foi realizada em maio, seguindo o modelo das últimas edições, ao passo que a 2ª foi realizada em setembro do mesmo ano. Esta última foi realizada de forma extraordinária, apenas para a população do Estado do Rio Grande do Sul, em razão das enchentes que assolaram a região em maio de 2024.

A Semana ENEF desempenha um papel crucial na vida da população. Vivemos em uma sociedade onde a exposição a riscos financeiros, a vulnerabilidade a golpes e fraudes, e a falta de conhecimento sobre mecanismos de proteção financeira são problemas recorrentes. Dessa forma, a proteção financeira, no âmbito da educação financeira, torna-se essencial para que os indivíduos possam identificar ameaças, evitar perdas financeiras desnecessárias e preservar seu patrimônio de forma consciente e segura.

Nathalie De Andrade Araujo Matoso Vidual

Presidente do Fórum Brasileiro de Educação Financeira (biênio junho de 2022 a junho de 2024)



Através da Semana ENEF, a sociedade é incentivada a refletir sobre os riscos que envolvem suas decisões financeiras e a adotar medidas preventivas, como o uso de ferramentas de segurança digital, a escolha criteriosa de produtos financeiros e a denúncia de práticas fraudulentas. A proteção financeira é tema de responsabilidade individual, mas é também assunto de interesse coletivo.

Uma população financeiramente educada e protegida contribui para a estabilidade econômica do país, reduz os prejuízos causados por fraudes e golpes e promove um ambiente financeiro mais seguro para todos. Além disso, ao desenvolver o conhecimento sobre como evitar armadilhas financeiras, os indivíduos fortalecem sua resiliência econômica e colaboram para um futuro mais justo e sustentável.

Gostaria de agradecer mais uma vez a imprescindível participação dos parceiros que contribuíram para a realização de quase 9 mil iniciativas, alcançando mais de 127 milhões de pessoas no somatório das duas campanhas. A participação de cooperativas, instituições financeiras, associações, escolas e universidades, empresas públicas e privadas, ONGs, pessoas físicas, entre outros setores, é fundamental para o sucesso da Semana ENEF.

Por fim, gostaria de comunicar e felicitar a SUSEP por assumir a Presidência do FBEF no biênio 2024 – 2026. Seguimos juntos no propósito de levar a educação financeira para cada vez mais pessoas e contamos com o apoio e a participação de todos na próxima edição que será realizada em maio de 2025.

A Semana

A Semana Nacional de Educação Financeira (Semana ENEF) é uma iniciativa do Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF), atual instância de governança da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). A ENEF tem a finalidade de promover a educação financeira, previdenciária, securitária e fiscal no Brasil e contribuir para o fortalecimento da cidadania, para a eficiência e solidez do Sistema Financeiro Nacional (SFN), e para a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores.

A 11ª Semana ENEF ocorreu de 13 a 19 de maio de 2024. Em virtude das fortes chuvas que assolaram o Estado do Rio Grande do Sul em abril e maio daquele ano, e da situação de calamidade pública reconhecida pelo Governo Federal, o tema da campanha de maio foi alterado de “Proteção Financeira” para “Proteção Financeira e Solidariedade aos Irmãos do Rio Grande do Sul”.

Em razão do aumento da popularidade das finanças digitais para a gestão e o controle do dinheiro, após o avanço da tecnologia e o surgimento de novas soluções financeiras, cria-se também um enorme desafio em relação à segurança das transações e à proteção financeira das pessoas. Dito isso, o foco das iniciativas da campanha de maio foi direcionado para os seguintes pontos:

- Mitigar riscos financeiros cibernéticos;
- Promover o combate e a prevenção a fraudes; e
- Promover a segurança da informação.

A B3, em parceria com a ANBIMA e CVM, realizou a abertura da Semana com o tradicional “Toque de Campinha”.



MINISTÉRIO DA
PREVIDÊNCIA SOCIAL

MPS

SUSEP

CVM
Comissão de Valores Mobiliários

TESOURO NACIONAL

**BANCO CENTRAL
DO BRASIL**

SECRETARIA NACIONAL DO
CONSUMIDOR

MINISTÉRIO DA
FAZENDA

MINISTÉRIO DA
EDUCAÇÃO

MINISTÉRIO DA
JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA

“A educação financeira é fundamental para a prosperidade das pessoas e da economia de um país. Ao apoiar esse evento e um estudo sobre o tema, queremos ajudar as pessoas a terem consciência da importância de poupar e investir, e a conquistarem autonomia financeira, sendo capazes de tomar decisões sobre o próprio dinheiro”, disse **Christianne Bariquelli**, superintendente de Educação da B3.

“A participação na Semana ENEF se soma a uma série de outras iniciativas da B3 para promover educação financeira. Temos mais de 100 cursos on-line disponibilizados no site da B3 Educação, o aplicativo HUB3, que também oferece conteúdos educacionais e um simulador de investimentos, e patrocinamos o MUB3 - Museu da bolsa do Brasil, que promove visitas guiadas gratuitas para estudantes e o público em geral”, completou Christianne Bariquelli.

“Gostaria de expressar minha sincera e profunda solidariedade aos irmãos e irmãs do Rio Grande do Sul. Nossa intenção é que a Semana ENEF seja também um chamado à ação, para que possamos ajudar as regiões afetadas. Estamos incentivando todos os participantes da Semana ENEF a indicarem instituições confiáveis e fidedignas que possam receber doações para serem enviadas ao Rio Grande do Sul e às regiões afetadas. Além disso, assumimos aqui um compromisso firme de realizar uma Semana ENEF inédita e exclusiva no Rio Grande do Sul assim que possível, com o propósito de apoiar a reconstrução da região”, comentou **Nathalie Vidual**, Superintendente de Orientação aos Investidores e Finanças Sustentáveis da CVM e Presidente do Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF) no período 2022-2024.

O evento de abertura contou também com um painel com **Edgard Gouveia Jr.**, que apresentou um pouco da sua trajetória e a técnica que utiliza para mobilizar pessoas para ações sociais que são um sucesso.



E por fim, no período da manhã, houve a apresentação do Mapa das Iniciativas de Educação Financeira no Brasil, ministrada pela ANBIMA, B3, CVM e FEBRABAN.

A iniciativa tem o objetivo de reconhecer e valorizar projetos dedicados à promoção do conhecimento sobre a temática em todo o país. Essa é a terceira edição do levantamento, realizado em 2013 e em 2017 a pedido da AEF (Associação de Educação Financeira), antiga instância da ENEF (Estratégia Nacional de Educação Financeira), que teve a ANBIMA entre as entidades fundadoras. A metodologia do estudo foi mantida em todas as edições, assim como o instituto de pesquisas responsável pela organização dos dados, o Plano CDE, permitindo a comparabilidade entre os resultados atuais com os dos anos anteriores.

A coleta de dados foi feita a partir de um formulário online, com o preenchimento das iniciativas de empresas e pessoas físicas. O cadastro ficou disponível entre 27 de fevereiro e 5 de julho de 2024. Consideramos inscritas as ações que continham nome, contato e a descrição do projeto.

A análise dos novos achados contou com o apoio da Rede ANBIMA de Educação, que agregou a ótica do mercado aos dados quantitativos. Uma prévia dos destaques do estudo foi apresentada durante o 1º Encontro de Educação Financeira, na abertura da Semana ENEF.

O mapa mostra que a maioria das ações de educação financeira no país é gratuita, com oferta universal (sem distinções relevantes entre os perfis dos participantes), além de realizada e financiada por empresas privadas. As abordagens priorizam temas introdutórios, como poupança, consumo consciente e organização dos recursos. O modelo híbrido é o mais usado nas iniciativas, mesclando lives em redes sociais com palestras e oficinas presenciais. E, ainda que tenham alcance nacional, mais de 60% das iniciativas são provenientes da região Sudeste.



Ainda durante o evento de lançamento da Semana ENEF, a CVM firmou acordo com a União, por intermédio do Ministério da Previdência Social (MPS), o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), a Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC) e a Superintendência de Seguros Privados (SUSEP).

A parceria prevê integrar conteúdos sobre Educação Previdenciária e Securitária ao Programa Educação Financeira na Escola, abrangendo tanto o Ensino Fundamental, quanto o Ensino Médio. Atualmente, a parceria entre CVM, MEC e Sebrae resultou em nove módulos para o Ensino Fundamental.

“A CVM entende que o letramento financeiro é condição fundamental para apoiar o bem-estar financeiro da sociedade, contribuindo para o atingimento dos objetivos de desenvolvimento sustentável. A assinatura deste acordo de cooperação técnica é mais um passo dado pela Autarquia no âmbito da educação financeira, ao incluir as temáticas Previdenciária e Securitária nos conteúdos de capacitação de professores dos Ensinos Fundamental e Médio, que serão multiplicadores e poderão contribuir para a inclusão e letramento financeiro nas escolas públicas do país, preferencialmente”, comentou **Nathalie Vidual**, Superintendente de Orientação aos Investidores e Finanças Sustentáveis (SOI) da CVM.

“A previdência é componente fundamental para a segurança financeira e o bem-estar do cidadão ao longo de sua vida. O Ministério da Previdência Social, como responsável pelas políticas públicas relacionadas à previdência complementar, reconhece a importância de se investir na formação da cultura previdenciária da população brasileira desde a juventude. Por esse motivo, juntamente com outros integrantes do Fórum Brasileiro de Educação Financeira, passa a fazer parte do Programa Educação Financeira na Escola, para disponibilizar aos professores da educação básica de todo o país conteúdos educacionais sobre a previdência”, mencionou **Narlon Gutierre Nogueira**, Diretor do Departamento do Regime de Previdência Complementar do MPS.



“Do ponto de vista da educação securitária e previdenciária, é relevante e necessário levar este tipo de conhecimento para as escolas. O seguro é instrumento do desenvolvimento econômico e social e é ferramenta essencial para planejamento e proteção financeira dos cidadãos”, destacou **Júlia Normande Lins**, Diretora da SUSEP.

Segundo o Diretor de Normas da PREVIC, Alcinei Rodrigues, a educação financeira é estratégica para a população e o país. “Um dos aspectos importantes desse convênio diz respeito à previdência complementar. Nós, da PREVIC, queremos apresentar subsídios para que as pessoas, desde a juventude, tenham as informações necessárias e planejem a vida pós-laboral com segurança”, disse Alcinei, que também é membro do Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF).



Foto: B3 [Júlia Normande, Diretora Técnica da SUSEP; Naron Nogueira, Diretor do Departamento do Regime de Previdência Complementar do MPS; Nathalie Vidual, Superintendente de Proteção e Orientação aos Investidores da CVM; e Luciana Miranda, Chefe da Divisão de Educação Previdenciária na Administração Central do INSS]

No período da tarde, 75 convidados se reuniram em um estiloso restaurante no Centro de São Paulo, a Casa de Francisca. Os convidados Bia Santos, Alini Dal Magro, Jessé Barbosa e Daniel Mundukuru contaram um pouco da sua relação com o dinheiro, planejamento e educação financeira.

Na sequência, com a facilitação da consultoria Moviments, foi realizada uma dinâmica com uma troca muito rica de informações entre os convidados, onde eles foram divididos em pequenos grupos e puderam contar sobre seus projetos e experiências. O objetivo foi fazer um mapa vivo das iniciativas de cada um e abrir essa comunicação entre eles para que os projetos de educação financeira possam ganhar cada vez mais força.



A Edição Especial da Semana ENEF foi realizada entre os dias 09 e 15 de setembro de 2024 e teve como temáticas principais a resiliência financeira e a reconstrução do Estado do Rio Grande do Sul.

O evento de lançamento ocorreu no dia 09 de setembro, no Centro Administrativo Sicredi, em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. O evento contou com a participação de diversos órgãos públicos e parceiros como CVM, Sicredi, SUSEP, BANCO CENTRAL, PLANEJAR, Sicoob, MPS e SENACON. Os coorganizadores Sicredi, CVM e SUSEP iniciaram o evento com falas institucionais sobre a importância da promoção da educação financeira junto à população.

Alexandre Englert Barbosa, Diretor de Sustentabilidade, Administração e Finanças do Sicredi, destacou que a educação financeira é um tema estratégico e fundamental para a construção de uma sociedade mais próspera. Para alcançar esse objetivo, é essencial estar próximo não apenas dos associados, mas também de toda a comunidade, promovendo conhecimento e conscientização. Diante do crescente número de fraudes e golpes financeiros, torna-se cada vez mais importante que a população esteja atenta e bem-informada para se proteger de riscos e armadilhas.

Além disso, em um cenário onde as apostas se tornaram acessíveis e amplamente difundidas, a educação financeira surge como um meio indispensável para mitigar os impactos negativos que essas práticas podem causar na renda das famílias brasileiras. Assim, investir na disseminação do conhecimento financeiro é um passo essencial para fortalecer a população e promover maior segurança e estabilidade econômica.



Paulo Portinho, Gerente de Educação e Inclusão Financeira da CVM, reforçou que a educação financeira desempenha um papel fundamental na reconstrução da resiliência econômica da população do Rio Grande do Sul, especialmente após os impactos das recentes enchentes. O acesso ao conhecimento sobre planejamento e gestão de recursos possibilita que indivíduos e empreendedores tomem decisões mais seguras e estratégicas em relação ao seu dinheiro. Dessa forma, é possível evitar endividamento excessivo e promover investimentos sustentáveis, que impulsionem o desenvolvimento regional.

Além disso, iniciativas de educação financeira contribuem para fortalecer a cultura de poupança e o uso consciente do crédito, permitindo maior estabilidade econômica para as famílias e pequenos negócios. A longo prazo, uma população financeiramente instruída se torna menos vulnerável a crises e mais capaz de aproveitar oportunidades de crescimento.

Para isso, é essencial que governo, instituições financeiras e entidades educacionais atuem em conjunto, promovendo ações que incentivem o planejamento financeiro e o uso eficiente dos recursos disponíveis. O fortalecimento do sistema financeiro local, aliado à disseminação da educação financeira, contribuirá para a recuperação econômica do estado e para a construção de uma sociedade mais estável e próspera.

Por fim, **Alessandro Octaviani**, Superintendente da SUSEP, mencionou que somente com um alto nível de educação financeira somos capazes de poupar, fazer melhores escolhas, tomar decisões mais assertivas e, assim, construir um futuro financeiramente responsável e duradouro que o nosso país merece e vai ter.



Após as falas institucionais, o evento contou com uma série de apresentações sobre educação financeira a partir de diferentes pontos de vista, de acordo com a área de atuação de cada instituição participante.

- CVM (Paulo Portinho): Prevenção contra golpes e fraudes nos investimentos
- Banco Central (Luis Mansur): Prevenção contra golpes e fraudes em operações bancárias
- SENACON (Vitor Hugo): Sistema Nacional de Prevenção e Tratamento do Superendividamento
- Sicredi (Cristiane Amaral): No Sicredi não é só dinheiro, é entender sobre como cuidar
- Sicoob (Marcio Ribeiro): A importância da educação financeira para os desafios da vida
- PLANEJAR (Viviane Ferreira): Como o planejamento financeiro transforma a vida das pessoas
- MPS (Narlon Nogueira): Educação Previdenciária e a População do Rio Grande do Sul
- SUSEP (Gabriel Porto): A importância da educação securitária para proteção financeira

No final do evento, os participantes foram convidados a visitar o Espaço de Educação Financeira do Sicredi em parceria com a Turma da Mônica, localizado no mesmo endereço.

Tema central: Proteção Financeira e Solidariedade aos Irmãos do Rio Grande do Sul

A Importância da Disseminação da Proteção Financeira no Âmbito da Educação Financeira segundo a OCDE

A educação financeira tem se tornado um tema de destaque nas discussões globais, especialmente no contexto de promover o bem-estar econômico das populações. Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), a disseminação da proteção financeira é um dos pilares fundamentais para garantir que os indivíduos tomem decisões informadas e estejam preparados para lidar com adversidades financeiras.

A proteção financeira refere-se à capacidade de uma pessoa ou família de mitigar riscos econômicos e de se resguardar contra eventos inesperados que possam comprometer sua estabilidade financeira, como desemprego, doenças graves ou desastres naturais. Para a OCDE, esse conceito está diretamente ligado ao fortalecimento da resiliência financeira, que é essencial em um mundo marcado por incertezas econômicas e sociais.

Nesse contexto, a disseminação de conhecimento sobre proteção financeira desempenha um papel crucial. Ela envolve a conscientização sobre a importância de criar e manter fundos de emergência, adquirir seguros adequados e planejar o futuro por meio de investimentos sustentáveis. A educação financeira, quando bem estruturada, capacita os indivíduos a identificar riscos financeiros, avaliar opções de proteção disponíveis no mercado e tomar decisões que estejam alinhadas aos seus objetivos de longo prazo.

A OCDE destaca que a educação financeira deve ser incorporada desde cedo, preferencialmente no currículo escolar, para que as crianças cresçam entendendo conceitos básicos de gestão de recursos e proteção financeira. Essa abordagem ajuda a formar cidadãos mais

preparados para enfrentar os desafios econômicos ao longo da vida. Além disso, programas de educação financeira para adultos também são essenciais, especialmente em grupos vulneráveis, como populações de baixa renda, idosos e jovens em início de carreira.

Outro ponto enfatizado pela OCDE é o papel das políticas públicas na promoção da proteção financeira. Governos devem criar regulamentações claras e oferecer incentivos que encorajem práticas saudáveis, como a aquisição de seguros e a contribuição para planos de previdência. A disponibilização de ferramentas acessíveis e plataformas digitais que promovam a educação financeira também é vista como uma estratégia eficaz para alcançar um público mais amplo.

Empresas e instituições financeiras, por sua vez, têm a responsabilidade de promover transparência em seus produtos e serviços, ajudando os consumidores a compreender os custos, benefícios e riscos envolvidos. A colaboração entre governos, setor privado e organizações da sociedade civil é essencial para criar um ecossistema que favoreça a disseminação da proteção financeira.

Um aspecto essencial da proteção financeira, destacado pela OCDE, é a prevenção contra fraudes e golpes financeiros, tanto físicos quanto digitais. Com o aumento da digitalização dos serviços financeiros, indivíduos estão cada vez mais expostos a ameaças como roubo de identidade, *phishing*, golpes em investimentos e transações fraudulentas. A educação financeira deve incluir a conscientização sobre esses riscos e fornecer ferramentas para que os consumidores saibam como identificar e se proteger dessas práticas.

Na esfera digital, isso significa ensinar boas práticas, como a criação de senhas fortes, o reconhecimento de e-mails suspeitos e a verificação de legitimidade de plataformas de investimentos ou comércio online. No âmbito físico, é importante alertar sobre golpes presenciais, como falsas promessas de rendimento rápido ou ofertas de crédito com condições duvidosas. Quando indivíduos estão bem-informados, tornam-se menos suscetíveis a armadilhas financeiras, contribuindo para sua segurança e para a integridade do sistema financeiro.

Além de beneficiar os indivíduos, a disseminação da proteção financeira tem impactos positivos na economia como um todo. Populações mais informadas tendem a ser menos vulneráveis a crises financeiras pessoais, o que contribui para a estabilidade econômica e social. Ademais, sociedades com maior nível de educação financeira são mais propensas a adotar hábitos de poupança e investimento, fomentando o desenvolvimento econômico sustentável.

A OCDE também ressalta que a inclusão financeira é um elemento chave na disseminação da proteção financeira. É fundamental garantir que todos, independentemente de sua condição socioeconômica, tenham acesso a produtos financeiros acessíveis e de qualidade. Sem inclusão, os esforços de educação financeira podem ser limitados em sua eficácia, perpetuando desigualdades sociais.

Em suma, a disseminação da proteção financeira no âmbito da educação financeira é um investimento estratégico para o futuro. Ela contribui para a autonomia dos indivíduos, reduz a vulnerabilidade a choques financeiros, previne fraudes e promove o bem-estar econômico de forma sustentável. A OCDE aponta que, em um cenário global de rápidas mudanças e incertezas, priorizar a educação financeira é não apenas uma questão de responsabilidade social, mas também uma estratégia para fortalecer a resiliência das nações.

Para o desenvolvimento pleno do letramento financeiro, é essencial compreender que inclusão financeira, educação financeira, proteção financeira e psicologia financeira são pilares fundamentais e interdependentes. A inclusão assegura acesso a serviços financeiros básicos; a educação oferece o conhecimento necessário para escolhas conscientes; a proteção minimiza riscos e vulnerabilidades; e a psicologia financeira aborda os aspectos comportamentais que influenciam decisões econômicas. Quando integrados, esses elementos criam uma base robusta para que os indivíduos não apenas gerenciem melhor seus recursos, mas também contribuam para sociedades mais justas e sustentáveis.

Em suma, a **Proteção Financeira**¹ é um tema transversal e um dos pilares do letramento financeiro.



¹ Proteção dos consumidores e dos investidores através de iniciativas educacionais de prevenção contra fraudes e golpes financeiros.

Iniciativas

Edição de maio

A 11ª edição da Semana Nacional de Educação Financeira (Semana ENEF) ocorreu entre os dias 13 e 19 de maio de 2024, contando com a realização de 8.025 iniciativas e teve como tema central “Proteção Financeira e Solidariedade aos Irmãos do Rio Grande do Sul”. As iniciativas foram divididas em iniciativas específicas (eventos)² e campanhas em massa (ações de divulgação)³.

No total, foram promovidos 6.617 eventos e 1.408 ações de comunicação, com o objetivo de disseminar educação financeira em âmbito nacional. Destaca-se que todas as unidades da Federação, incluindo o Distrito Federal, participaram ativamente, promovendo, no mínimo, uma iniciativa educacional ao longo da semana.

Ao longo da campanha de maio, o setor cooperativista foi responsável pela realização de 93% dos eventos e 71% das ações de divulgação. Dentre as iniciativas promovidas pelos participantes, citamos alguns destaques:

CVM

No dia 13/05/2024, a CVM firmou acordo com a União, por intermédio do Ministério da Previdência Social (MPS), o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), a Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC) e a Superintendência de Seguros Privados (SUSEP).

A parceria prevê integrar conteúdos sobre educação previdenciária e de seguros ao Programa Educação Financeira na Escola, abrangendo tanto o Ensino Fundamental quanto o Ensino Médio. A parceria entre CVM, MEC e Sebrae já resultou em nove módulos para o Ensino Fundamental.



Foto: B3 [Júlia Normande, Diretora Técnica da SUSEP; Naron Nogueira, Diretor do Departamento do Regime de Previdência Complementar do MPS; Nathalie Vidual, Superintendente de Proteção e Orientação aos Investidores da CVM; e Luciana Miranda, Chefe da Divisão de Educação Previdenciária na Administração Central do INSS]

² Palestras, lives, seminários, workshops, oficinas, cursos, painéis de discussão, sessões de orientação financeira, feiras, quiz, peças de teatro, ferramenta de aprendizado, material de ensino e outros.

³ Postagens em redes sociais, vídeos curtos (pílulas de conhecimento), campanha, mensagens por celular, publicações em revistas e sites, divulgação/participação em programas de rádio e Tv, podcasts etc.

A CVM divulgou, ainda, um [quiz sobre educação financeira para mulheres](#). O material foi produzido pela Divisão de Inovação e Finanças Sustentáveis – DIFIS (hoje Gerência de Inovação e Finanças Sustentáveis – GEFIS), da Superintendência de Orientação aos Investidores e Finanças Sustentáveis (SOI) da Autarquia, e aborda a educação financeira para mulheres e a prevenção da violência patrimonial.

A ação está alinhada à iniciativa 10 da [Política de Finanças Sustentáveis da CVM](#), que trata de Educação Financeira e proteção da mulher investidora.

“A CVM incluiu o tema Educação financeira e Proteção da Mulher Investidora como uma das iniciativas em seu Plano de Ação de Finanças Sustentáveis. As finanças sustentáveis, que buscam fomentar a inclusão e a equidade, abrangendo a diversidade de gênero, raça, etnia e outras formas de diversidade, são evidenciadas através da valorização das práticas de governança corporativa que fomentam a diversidade nos conselhos de administração e na liderança das empresas. Nesse contexto, a educação financeira para mulheres, em todos os níveis, desempenha papel fundamental, promovendo o empoderamento financeiro, a gestão eficiente dos recursos familiares, a inclusão em estratégias de finanças sustentáveis e a implementação de iniciativas específicas.”

Michelle da Rocha Faria,
Gerente de Inovação e Finanças Sustentáveis da CVM.

Você já caiu em algum golpe financeiro?

Para abordar este assunto cada vez mais recorrente no Brasil, principalmente no meio digital, a CVM realizou um [webinar sobre a Psicologia por Trás dos Golpes Financeiros e Modos de Prevenção](#).

O objetivo do evento foi mergulhar nos dados sobre fraudes no Brasil e entender como certos aspectos psicológicos podem tornar as pessoas mais propensas a se tornarem vítimas de golpes financeiros. Também foram discutidas maneiras de prevenir essas situações.



QUIZ TIME

Vamos testar seus conhecimentos sobre Educação Financeira para mulheres?

SAIBA MAIS NA LEGENDA

CVM
11ª Semana Nacional de EDUCAÇÃO FINANCEIRA



WEBINAR CVM
17/5 | ÀS 16H

A PSICOLOGIA POR TRÁS DOS GOLPES FINANCEIROS E MODOS DE PREVENÇÃO

Maria Adriana Campelo
Isabella Pereira
Philip Silberman

CVM
@cvmeducacional
11ª Semana Nacional de EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Sicredi

O Sicredi ofereceu não apenas serviços financeiros, mas também orientação e educação financeira por meio de sua plataforma de educação financeira (<https://www.sicredi.com.br/site/educacaofinanceira/>). Essa ferramenta capacita os associados a tomar decisões financeiras mais conscientes e a alcançar seus objetivos financeiros de forma mais eficaz.

Uma das principais funcionalidades da plataforma é o questionário e parecer da saúde financeira do associado, utilizando o Índice de Saúde Financeira do Brasileiro (I-SFB) desenvolvido pela Febraban.

Além disso, a plataforma oferece uma ampla gama de conteúdos sobre educação financeira do Sicredi, Banco Central do Brasil e Febraban. Em 2024, o Sicredi lançou três novos cursos de educação financeira:

1. "Investir é para todas as pessoas": Este curso foi desenvolvido com o intuito de desmistificar o mundo dos investimentos e proporcionar segurança às pessoas que desejam dar os próximos passos em direção à sua liberdade financeira. Por meio de conteúdos claros e acessíveis, os participantes adquirem conhecimentos para tomar decisões mais informadas e conscientes em relação ao seu dinheiro.





Crescimento e equilíbrio financeiro

Educação Financeira para uma vida sustentável

Crescimento e Equilíbrio Financeiro

01:30 h ★★★★★

Saiba mais→

2. “Crescimento e equilíbrio financeiro”: Este curso tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento de novos hábitos financeiros, identificando prioridades e construindo uma base sólida para uma vida financeira mais equilibrada. Os conteúdos abordam temas como orçamento pessoal, controle de gastos, planejamento financeiro de curto e longo prazo, além de estratégias para lidar com dívidas e alcançar metas financeiras.
3. “Descomplicando o dinheiro”: Este curso busca fomentar espaços de diálogo sobre dinheiro, um tema que muitas vezes é considerado “tabu”, mas que está presente na vida de todas as pessoas. Nele, os participantes são encorajados a refletir sobre suas crenças e comportamentos em relação ao dinheiro, além de adquirir conhecimentos práticos sobre consumo consciente e planejamento para o futuro.



Descomplicando o Dinheiro

Educação Financeira para uma vida sustentável

Descomplicando o Dinheiro

01:30 h ★★★★★

Saiba mais→

Sicoob

Um dos destaques da atuação do Sicoob na Semana ENEF foi o Programa Clínicas Financeiras, que é desenvolvido com o intuito de realizar ação de atendimento direto à pessoa, para ouvi-la sobre como se relaciona com o dinheiro e orientá-la sobre como pode melhorar essa relação. Parte-se da premissa de que o olhar externo especializado, com empatia, pode ajudar muito.

O Programa Clínicas Financeiras acontece em eventos abertos gratuitos e conta com orientadores financeiros voluntários, qualificados e experientes, que prestam atendimentos individualizados para a população tirar dúvidas sobre orçamento pessoal e familiar, endividamento, investimentos e outros assuntos ligados à educação financeira.

O Sicoob realizou Clínicas Financeira em diversos estados, com destaque para Bahia, Rio de Janeiro e São Paulo, beneficiando mais de 2.800 pessoas só com este programa.

Outro programa com bastante relevância, executado durante a SENEF foi o Financinhas, que através da Coleção de livros levou educação financeira de forma leve e divertida para crianças e jovens. Os livros da Coleção Financinhas abordam conceitos sobre educação financeira para crianças e jovens de 6 a 12 anos e estão disponíveis em português, inglês e espanhol. De forma lúdica e inteligente, as histórias apresentam reflexões que contribuem para a formação de gerações bem-informadas e aptas a tomar decisões conscientes, sustentáveis e derivadas da responsabilidade que o uso do dinheiro exerce nos processos relativos às finanças.





Contar histórias sobre educação financeira é uma estratégia poderosa para transmitir conceitos complexos de forma acessível e envolvente. Entre os benefícios que essa abordagem proporciona, destacamos algumas razões para enfatizar sua importância como aproximação com o público infantil, facilitar a compreensão de assuntos que naturalmente podem ser complexos, estimular a reflexão e mudança de comportamento, promove engajamento, memorização e retenção.

Em resumo, contar histórias sobre educação financeira é uma estratégia eficaz para educar, inspirar e motivar as crianças a adotarem hábitos financeiros mais saudáveis e sustentáveis. A Semana ENEF é de suma importância para conscientizar e trazer à tona a temática das finanças, além de fomentar e incentivar a educação financeira desde cedo. Nesta edição, foram mais de 148 mil crianças beneficiadas pelo programa.



Cresol

A Cresol realizou diversas ações na Semana ENEF 2024 como eventos, palestras, *workshops*, visitas, rodas de conversa, além de postagens nas mídias sociais referentes à temática de educação financeira. O alcance total das iniciativas da Cresol ultrapassou a marca de 6 milhões de pessoas.

Cledir Magri, presidente da Cresol, destacou a participação da cooperativa: “O zelo com a saúde financeira dos cooperados é uma preocupação da Cresol. Promovemos a educação financeira norteada por três eixos: planejamento, investimentos e crédito”. E ainda ressaltou: “Conectando proteção financeira, princípios de educação financeira e escolhas conscientes, atuamos de diversas formas, desde atendimento financeiro, palestras, parcerias até compartilhamentos de conteúdos e materiais para diversos públicos”.



ANBIMA

A ANBIMA, em parceria com a CVM, assumiu em 2024 a liderança do Mapa das Iniciativas de Educação Financeira no Brasil, com o objetivo de reconhecer e valorizar projetos dedicados à promoção do conhecimento sobre a temática em todo o país. Essa é a terceira edição do levantamento, realizado em 2013 e em 2017 a pedido da AEF (Associação de Educação Financeira), antiga instância da ENEF (Estratégia Nacional de Educação Financeira), que teve a ANBIMA entre as entidades fundadoras. A metodologia do estudo foi mantida em todas as edições, assim como o instituto de pesquisas responsável pela organização dos dados, o Plano CDE, permitindo a comparabilidade entre os resultados atuais com os dos anos anteriores.

A coleta de dados foi feita a partir de um formulário online, com o preenchimento das iniciativas de empresas e pessoas físicas. O cadastro ficou disponível entre 27 de fevereiro e 5 de julho de 2024. Consideramos inscritas as ações que continham nome, contato e a descrição do projeto.

A análise dos novos achados contou com o apoio da Rede ANBIMA de Educação, que agregou a ótica do mercado aos dados quantitativos. Uma prévia dos destaques do estudo foi apresentada durante o 1º Encontro de Educação Financeira, na abertura da Semana ENEF.

O mapa mostra que a maioria das ações de educação financeira no país é gratuita, com oferta universal (sem distinções relevantes entre os perfis dos participantes), além de realizada e financiada por empresas privadas. As abordagens priorizam temas introdutórios, como poupança, consumo consciente e organização dos recursos. O modelo híbrido é o mais usado nas iniciativas, mesclando lives em redes sociais com palestras e oficinas presenciais. E, ainda que tenham alcance nacional, mais de 60% das iniciativas são provenientes da região Sudeste.



Outra iniciativa da ANBIMA em 2024 foi o lançamento do Programa de voluntariado da ANBIMA, que estimula a conexão entre o mercado de capitais e jovens em situação de vulnerabilidade social de todo o país. Com o desafio de atrair esse público e de disseminar a educação financeira, a ANBIMA desenvolveu o Finanças em Jogo, um instrumento lúdico de letramento sobre o tema.

Para a estreia do programa, em outubro, foram reunidas em São Paulo cerca de 100 pessoas entre 15 e 21 anos vinculadas a organizações sociais. Equipes de voluntários e voluntárias de nove empresas associadas à ANBIMA conduziram as dinâmicas, com a aplicação do jogo de tabuleiro e o esclarecimento de conceitos de finanças pessoais.

Na ocasião, os participantes ainda puderam acompanhar bate-papos com representantes da ANBIMA e de entidades parceiras, como CVM, Febraban e B3, sobre proteção do dinheiro e cuidados com fraudes e golpes, além de fazer consultas individuais com planejadores financeiros relacionados pela Planejar. A iniciativa contou também com o apoio do Instituto Proa e da Escola da Nuvem, que apresentaram suas ações voltadas à conquista do primeiro emprego.

A partir de 2025, todas as instituições associadas à ANBIMA poderão inscrever suas equipes para fazer parte do projeto. O objetivo é expandir o alcance da educação financeira gratuita pelo Brasil.

Outra iniciativa de destaque da ANBIMA é o programa [Como Investir em Você](#), que completou 10 anos em 2024. Trata-se de um curso online oferecido gratuitamente a estudantes universitários com conteúdo voltado para educação financeira.

O projeto foi reformulado, com novos conteúdos e abordagem atualizada. A iniciativa de educação financeira da ANBIMA para o público universitário contabiliza mais de 178 mil pessoas inscritas desde o lançamento. No último ano, as parcerias foram multiplicadas e agora mais de 600 instituições de ensino oferecem gratuitamente o conteúdo do Como Investir em Você como parte da formação de seus alunos e alunas.

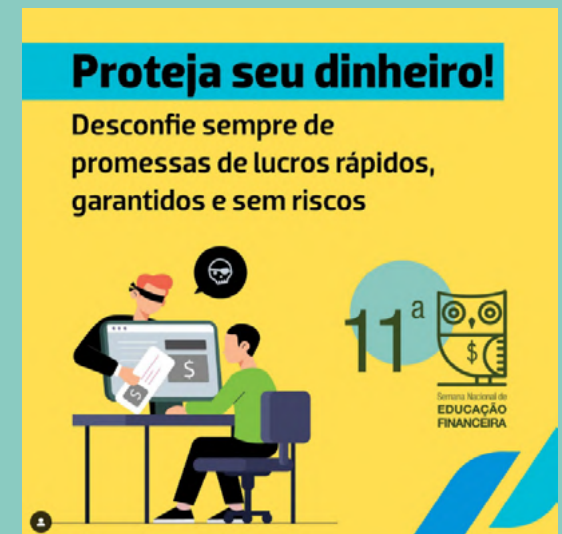


Em 2024, também foi possível mensurar o impacto social desse projeto. A partir de pesquisas e da metodologia do IDIS (Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social), chegamos a um indicador de retorno social de investimento de 2,16. Isso significa que, para cada R\$ 1 investido no Como Investir em Você, são gerados R\$ 2,16 em valor social. O resultado confirmou a relevância e os benefícios do projeto para a vida dos participantes e para a sociedade.

A ANBIMA desenvolveu ainda, novamente em parceria com a CVM, um experimento para alertar a população sobre o cuidado com fraudes. Foi colocado no ar um site de uma falsa corretora de criptomoedas, deixando evidentes vários indícios de um potencial golpe (como promessas de lucros altos sem riscos e de aumento rápido de patrimônio, ausência de informações sobre a empresa etc.). O resultado é que quase metade das pessoas (48%) que acessaram o site clicou em um dos links para contratar a empresa fictícia. Esses indivíduos poderiam ser vítimas de fraude, caso não fosse um experimento.

Como você se protege de golpes financeiros? Veja a seguir cinco dicas importantes para não cair em ciladas:

- 1) Sempre desconfie de promessas de promessas financeiras milagrosas com ganhos altos em curto prazo;
- 2) Não caia em promessas de alta liquidez, com a possibilidade de saques semanais ou de lucros exponenciais diários;
- 3) Verifique o site, as redes sociais e procure reclamações sobre a empresa que pretende contratar para cuidar do seu dinheiro. Atenção também em páginas que contenham muitos erros ortográficos e que não apresentem o CNPJ da instituição;
- 4) Se encontrar pouca ou nenhuma informação sobre a empresa ofertante, o produto, o serviço, o suposto negócio ou o investimento, as chances são grandes de ser um golpe. Cuidado!
- 5) Desconfie de ofertas com alto senso de urgência. A insistência para que você feche um negócio e não perca a oportunidade pode indicar uma fraude.



B3

Além do evento de lançamento da Semana ENEF na segunda-feira (13/05), a B3 realizou outras iniciativas durante toda a semana. Uma das iniciativas foi a visita a 10 universidades de São Paulo, onde foram realizadas palestras sobre finanças pessoais e mercado. Ao todo as palestras presenciais atingiram 664 pessoas.





Outra iniciativa da B3, realizada no sábado - dia 18 de maio, foi um evento exclusivo para mulheres, com a participação das influencers Julia @asinvestidoras e da Ana Laura Magalhães @amagalhaesana.

Os posts delas falando sobre o evento tiveram um engajamento total de 3.235 curtidas.





E por fim, durante a semana, a B3 divulgou um vídeo divertido sobre finanças para o [TikTok](#), falando sobre a Semana ENEF e ativando cursos gratuitos sobre educação financeira, que teve 1,2 milhões de visualizações.

O vídeo apresentou dicas relacionados a:

- 1) Reserva de emergência;
- 2) Investimentos;
- 3) Planejamento financeiro;
- 4) Definição de Metas; e
- 5) Acompanhamento das iniciativas da Semana ENEF.

SEBRAE

O Sebrae Previdência realizou na Semana ENEF o Curso de Preparação para Aposentadoria – PPA, uma ação do Programa de Educação Financeira e Previdenciária do Instituto. O programa tem como objetivo proporcionar um espaço de reflexão, debate e troca de experiências sobre a aposentadoria, diminuindo inseguranças, ansiedades e preocupações.

Foram sete encontros em formato on-line, onde os participantes tiveram a oportunidade de rever diversas situações que envolvem o plano SEBRA-EPREV, questões familiares, benefícios do INSS, finanças pessoais, entre outras.

Evandro Nascimento, diretor-presidente do Sebrae Previdência, ponderou: “Acreditamos que é preciso compreender e planejar a aposentadoria como mais uma etapa da vida. Pretendemos incentivar e apoiar os participantes na construção de projetos para esta nova fase”.

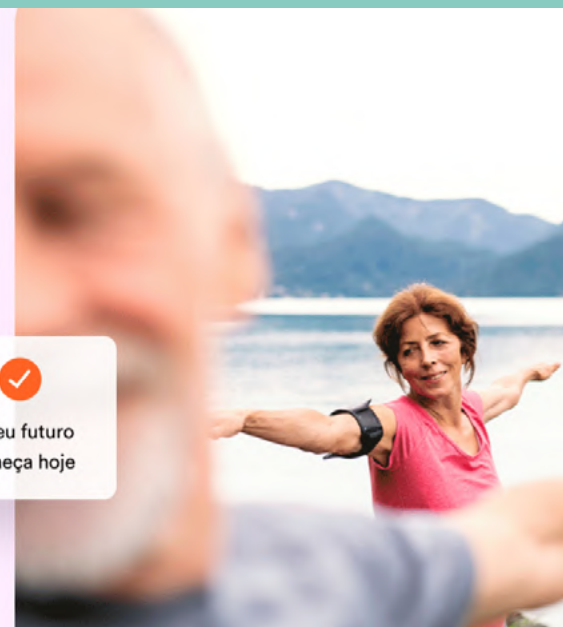
Curso Viver Mais: um novo olhar para o futuro

Sebrae Previdência

O Sebrae Previdência está com inscrições abertas para a nova turma do curso "Viver Mais", um programa transformador que vai muito além do planejamento financeiro. O curso é um convite para refletir e planejar o futuro de maneira consciente e equilibrada. Abordando temas como benefícios do Sebrae Previdência, finanças pessoais, benefícios do INSS, e relações familiares, o Viver Mais oferece uma compreensão completa das diversas etapas que vão desde a vida profissional até o momento da aposentaria.



O seu futuro
começa hoje



Edição especial para o Rio Grande do Sul em setembro

A edição especial realizada no mês de setembro ocorreu entre os dias 9 e 15, com o objetivo principal de promover iniciativas de educação financeira para a população do Rio Grande do Sul, fortemente impactada pelas enchentes que atingiram o Estado em maio de 2024.

A edição extraordinária da Semana ENEF para o RS contou com ações direcionadas para pessoas físicas e micro, pequenas e médias empresas, e teve como objetivo apoiar a recuperação da região com iniciativas sobre reorganização financeira, renegociação de dívidas e acesso ao crédito, com ênfase em capital de giro, fluxo de caixa e investimentos.

As instituições financeiras promoveram iniciativas e campanhas de doações e renegociação de dívidas, com taxas, prazos e condições especiais. As cooperativas e associações realizaram palestras e atendimentos (clínicas financeiras). Outras instituições ofereceram: isenção ou suspensão de tarifas nos serviços; atendimento especial e auxílio a segurados atingidos; e suporte ao saque de recursos do FGTS.

Ao longo do período, foram desenvolvidas 838 iniciativas, distribuídas entre 690 eventos e 148 ações de comunicação. Dentre as instituições participantes, o Sicredi, cuja sede está localizada no Rio Grande do Sul, destacou-se por ter conduzido centenas de iniciativas voltadas ao público afetado. Além disso, a Cresol e a Planejar tiveram participação expressiva, promovendo dezenas de ações durante a campanha.

No que se refere ao formato dos eventos, a maioria das atividades ocorreu por meio de palestras e clínicas financeiras, realizadas tanto presencialmente quanto em ambiente virtual. Os principais temas abordados foram proteção financeira e linhas de crédito voltadas para pessoas físicas e microempreendedores.

Em relação à distribuição geográfica das iniciativas, a maior parte das ações da Edição Especial da Semana ENEF em setembro foi realizada no Rio Grande do Sul. No entanto, também houve participação em outros Estados da região Sul, bem como em localidades das regiões Centro-Oeste e Nordeste, incluindo o Mato Grosso do Sul, Brasília e a Bahia, e em todos os Estados da Região Sudeste.



Semana Nacional de
**EDUCAÇÃO
FINANCEIRA**

EDIÇÃO ESPECIAL: RIO GRANDE DO SUL

www.gov.br/semanaenef

Resultados

Resultados da 11ª Semana ENEF (2024): campanhas de maio e setembro

A campanha de maio da Semana ENEF alcançou um público de 621 mil pessoas por meio de ações específicas e de 100,4 milhões por alcance das campanhas de massa enquanto a edição especial de setembro teve 47 mil pessoas por meio de ações específicas e 25,9 milhões por meio das campanhas de massa.

O alcance direto total (campanhas de maio e setembro) foi de 668.792 pessoas enquanto o alcance indireto total foi de 126,3 milhões de pessoas. Em comparação com a edição de 2023, a edição de 2024 teve 29% de aumento de alcance nas ações específicas e quase o triplo (+165%) do alcance nas campanhas de massa.

A melhora dos resultados foi devido à realização de duas campanhas na Semana ENEF 2024, ou seja, a campanha tradicional em maio e a edição especial para o Rio Grande do Sul em setembro, ambas com bastante engajamento de parceiros motivados não somente pelo lado educacional, mas também pela solidariedade à população do Rio Grande do Sul que foi afetada fortemente pelas enchentes em maio. Além disso, o aumento significativo do alcance indireto, proveniente majoritariamente das ações das associações, das instituições financeiras e das cooperativas, também corroborou para o aumento dos resultados.

Ano	Senef	Alcance direto ⁴	Alcance indireto ⁵	Alcance Total	Nº iniciativas
2019	6ª edição	912.000	69.900.000	70.812.000	14.835
2020	7ª edição	1.100.000	105.900.000	107.000.000	3.278
2021	8ª edição	802.600	101.600.000	102.402.600	4.612
2022	9ª edição	266.928	50.091.195	50.358.123	1.765
2023	10ª edição	519.290	47.653.570	48.172.860	6.882
2024	11ª edição	668.792	126.347.568	127.016.540	8.828

⁴ Alcance direto representa o público das iniciativas específicas (eventos)

⁵ Alcance indireto representa o público das campanhas em massa (ações de divulgação)

Em relação ao número de iniciativas específicas, aproximadamente 95% foram realizadas no formato presencial tanto na campanha de maio quanto na edição especial em setembro. Este resultado se deve principalmente ao setor de cooperativismo que prioriza eventos presenciais com o objetivo de gerar maior conexão e engajamento com as comunidades onde atuam. Os principais tipos de iniciativas foram: palestras; cursos; atendimento e orientação financeira; contação de histórias e oficinas.

Quanto às campanhas em massa, a grande maioria das ações foi realizada no formato online nas duas campanhas. As principais ações foram: posts nas redes sociais; vídeos; entrevistas em programa de rádio/TV; mensagens por celular e distribuição de folder.

Campanha de maio

Iniciativas Específicas		
Nº Ações	Formato	Público
303	Online	66.460
6.266	Presencial	551.677
18	Misto	3.497
6.587	Total	621.634

Campanhas em Massa	
Campanhas	1.403

Formato	Público
Online	100.321.920
Presencial	61.613
Misto	32.033
Total	100.415.566

Campanha de setembro – Edição Especial para o RS

Iniciativas Específicas		
Nº Ações	Formato	Público
30	Online	74.075
656	Presencial	32.900
4	Misto	6.963
690	Total	47.338

Campanhas em Massa	
Campanhas	148

Formato	Público
Online	25.773.110
Presencial	158.289
Misto	603
Total	25.932.002

Resultado geral (somatório das campanhas de maio e setembro)

Iniciativas Específicas		
Nº Ações	Formato	Público
333	Online	73.935
6.922	Presencial	584.577
22	Misto	10.460
7.277	Total	668.972

Campanhas em Massa	
Campanhas	1.551

Formato	Público
Online	126.095.030
Presencial	219.902
Misto	32.636
Total	126.347.568

Organizadores

Os membros do Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF), responsáveis pela organização da 11ª edição da Semana ENEF, focaram na organização de iniciativas específicas, apresentando os seguintes números quanto à quantidade de eventos realizados:

Organização	Iniciativas
STN	5
CVM	3
SUSEP	3
BACEN	1
MPS	1
SENACON	1
CVM/BACEN/MPS/SENACON/SUSEP	1
Total	15

Pelo menos 86 instituições participaram da Semana ENEF 2024 (edições de maio e setembro).

A seguir, listamos as instituições com os maiores resultados em termos de alcance direto (iniciativas específicas: eventos) e alcance indireto (campanhas de massa: ações de divulgação), levando em consideração o resultado consolidado das campanhas de maio e setembro. O somatório do alcance destas organizações representa ao menos 95% do total de alcance para cada segmento.

Nº	Instituição	Alcance Direto
1	Sicredi	329.006
2	Sicoob	241.887
3	Cresol	30.287
4	Febraban	24.766
5	Sebrae	7.524

Nº	Instituição	Alcance Direto
1	Febraban	62.548.142
2	Banco Bradesco	24.083.752
3	Banco Santander	13.981.449
4	Sicredi	12.318.045
5	Cresol	6.024.303
6	Sicoob	4.309.754

Área de Atuação

A seguir, apresentamos as tabelas com os resultados das campanhas de maio e setembro segundo a área de atuação dos organizadores, considerando as iniciativas específicas e as campanhas em massa.

As principais áreas de atuação consideradas no relatório são: cooperativismo; bancos e outras instituições financeiras⁶; associações de classe⁷; fundos de pensão; governo; serviços; pessoa física; e outros.

O setor cooperativista foi responsável pelo maior número de iniciativas, tanto específicas (94% na campanha de maio e 91,7% na campanha de setembro) quanto em massa (71,49% na campanha de maio e 83,78% na campanha de setembro).

As cooperativas também foram responsáveis pelo maior público nas iniciativas específicas: 91,8% na campanha de maio e 69,1% na campanha de setembro. Em relação ao alcance das campanhas de massa, as associações de classe apresentaram os maiores resultados na campanha de maio (52%) e as instituições financeiras na campanha de setembro (42,93%).

2024: edição de maio - Iniciativas específicas

Área de Atuação	Público Presencial	Público Online	Público Híbrido	Público Total	% Público Total	Iniciativas	% Iniciativas
Cooperativismo	38.754	28.936	2.733	570.423	91,76%	6.189	93,96%
Associações de Classe	1.457	29.764	-	31.221	5,02%	57	0,87%
Serviços	7.846	993	361	9.200	1,48%	282	4,28%
Instituições de Ensino	1.515	2.337	203	4.055	0,65%	12	0,18%
Governo	473	2.258	-	2.731	0,44%	20	0,30%
Pessoa Física	1.564	299	-	1.863	0,30%	12	0,18%
Bancos e Outras IFs	68	1.402	-	1.470	0,24%	10	0,15%
Fundos de Pensão	-	471	-	471	0,08%	4	0,06%
Outros	-	-	200	200	0,03%	1	0,02%
TOTAL	551.677	66.460	3.497	621.634	100,0%	6.587	100,0%
TOTAL %	89%	11%	1%	100%			

⁶ São excluídas as cooperativas, que são classificadas em categoria específica.

⁷ Associações de classe: Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), Federação Brasileira de Bancos (Febraban), Associação Brasileira de Planejamento Financeiro (PLANEJAR), Associação Brasileira de Profissionais de Educação Financeira (ABEFIN), Associação Nacional das Corretoras de Valores (ANCORD), Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento (ACREFI), Associação de Profissionais, Planejadores, Orientadores e Educadores em Finanças (APOEF) e Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC).

2024: edição de maio - Campanhas de massa

Área de Atuação	Alcance	% Alcance	Campanhas	% Campanhas
Associações de classe	52.217.516	52,00%	325	23,16%
Bancos e Outras IFs	27.030.001	26,92%	22	1,57%
Cooperativismo	19.610.302	19,53%	1.003	71,49%
Serviços	1.325.657	1,32%	12	0,86%
Fundos de pensão	132.909	0,13%	10	0,71%
Governo	92.029	0,09%	20	1,43%
Instituições de ensino	6.820	0,01%	9	0,64%
Pessoa física	332	0,0003%	2	0,14%
TOTAL	100.415.566	100%	1.403	100%

2024: edição especial de setembro - Iniciativas específicas

Área de Atuação	Público Presencial	Público Online	Público Híbrido	Público Total	% Público Total	Iniciativas	% Iniciativas
Cooperativismo	31.313	1.015	396	32.724	69,1%	633	91,7%
Governo	-	200	6.517	6.717	14,2%	3	0,4%
Serviços	1.210	1.600	-	2.810	5,9%	8	1,2%
Pessoa física	50	2.312	50	2.412	5,1%	6	0,9%
Associações de Classe	307	1.748	-	2.055	4,3%	34	4,9%
Bancos e Outras IFs	20	600	-	620	1,3%	6	0,9%
TOTAL	32.900	7.475	6.963	47.338	100%	690	100%
TOTAL %	69,50%	15,79%	14,71%	100%			

2024: edição especial de setembro - Campanhas de massa

Área de Atuação	Alcance	% Alcance	Campanhas	% Campanhas
Bancos e Outras IFs	11.133.200	42,93%	10	6,76%
Associações de Classe	10.400.011	40,10%	3	2,03%
Cooperativismo	3.208.016	12,37%	124	83,78%
Serviços	1.038.200	4,00%	3	2,03%
Governo	152.475	0,59%	7	4,73%
Pessoa física	100	0,0004%	1	0,68%
TOTAL	25.932.002	100%	148	100%

Público-alvo

A seguir, apresentamos as tabelas com a divisão das iniciativas específicas e das campanhas em massa por público-alvo. Por meio dessa classificação, identificou-se uma concentração de mais de 90% direcionadas a apenas dois públicos: 1) geral/adultos e 2) crianças/jovens. Essa concentração ocorreu tanto nas iniciativas específicas quanto nas campanhas de massa.

Nas iniciativas específicas, a maior parte das iniciativas da edição de maio (59,78%) foi voltada para crianças e jovens, enquanto na edição especial de setembro a maioria (51,30%) foi destinada ao público geral/adultos. Menos de 10% das iniciativas específicas foi direcionada para outros segmentos: mulheres, idosos, endividados, vulneráveis, baixa renda, PcD e indígenas.

Nas campanhas de massa, a grande maioria das iniciativas foi voltada para o público geral/adultos (80,61% na edição de maio e 97,30% na edição de setembro).

2024: edição de maio - Iniciativas específicas

Público-alvo ⁸	Iniciativas específicas	% Iniciativas	Público presente	Público online	Público híbrido	Público total	% Público
Crianças/Jovens	3.938	59,78%	369.170	561	407	370.138	59,54%
Geral/Adultos	2.402	36,47%	174.454	65.233	3.090	242.777	39,05%
Idosos	141	2,14%	5.713	-	-	5.713	0,92%
Mulheres	65	0,99%	1.064	376	-	1.440	0,23%
Baixa renda	31	0,47%	1.067	131	-	1.198	0,19%
Endividados	6	0,09%	22	159	-	181	0,03%
PcD	2	0,03%	104	-	-	104	0,02%
Vulneráveis	1	0,02%	48	-	-	48	0,01%
Indígenas	1	0,02%	35	-	-	35	0,01%
Total	6.587	100%	551.677	66.460	3.497	621.634	100%

⁸ As categorias de público-alvo foram baseadas no Comunicado FBEF 2/2021 e complementadas conforme necessidade:

- geral/ adultos: população brasileira como um todo/adultos em geral;
- crianças e jovens: referente ao público escolar, mas não limitado a ele;
- baixa renda: famílias das classes D e E;
- endividados: indivíduos com baixa resiliência a choques financeiros ou que sofram algum tipo de abalo psicológico devido à situação de endividamento ou, ainda, que possuam grande dificuldade de superar a situação objetiva de endividamento sem auxílio externo. Inclui o superendividado, consumidor pessoa natural, de boa-fé, com a impossibilidade manifesta de pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial, nos termos da regulamentação (art.54 –A do CDC, acrescentado pela Lei n.14.181/21);
- idosos: indivíduos acima de 60 anos;
- indígenas: população indígena tribalizada ou população destribalizada que encontra dificuldade na compreensão cultural de educação financeira;
- migrantes e refugiados: indivíduos e famílias de migrantes e refugiados;
- mulheres: público feminino;
- PcD: indivíduos que se encontram financeiramente vulneráveis por conta de sua situação de PcD (Pessoas com Deficiência);
- vulneráveis: indivíduos financeiramente vulneráveis, que possuem grande dificuldade de tomar decisões financeiras e de superar situações de endividamento sem apoio externo.

2024: edição especial de setembro - Iniciativas específicas

Público-alvo	Iniciativas específicas	% Iniciativas	Público presente	Público online	Público híbrido	Público total	% Público
Geral/Adultos	354	51,30%	13.871	6.646	6.963	27.480	58,05%
Crianças/Jovens	277	40,14%	17.780	-	-	17.780	37,56%
Idosos	29	4,20%	1.007	-	-	1.007	2,13%
Mulheres	20	2,90%	216	-	-	216	0,46%
Baixa renda	1	0,14%	15	-	-	15	0,03%
Endividados	7	1,01%	-	817	-	817	1,73%
PcD	2	0,29%	11	12	-	23	0,05%
Total	690	100%	32.900	7.475	6.963	47.338	100%

2024: edição de maio - Campanhas de massa

Público-alvo ⁹	Campanhas	% Campanhas	Alcance	% Alcance
Geral/Adultos	1.131	80,61%	7.168.166	96,77%
Crianças/Jovens	254	18,10%	3.241.686	3,23%
Idosos	9	0,64%	1.699	0,00%
Mulheres	5	0,36%	205	0,00%
Endividados	2	0,14%	3.775	0,00%
PcD	2	0,14%	35	0,00%
Total	1.403	100%	100.415.566	100%

⁹ As categorias de público-alvo das campanhas em massa foram baseadas no Comunicado FBEF 2/2021, da mesma forma que a tabela das iniciativas específicas.

2024: edição especial de setembro - Campanhas de massa

Público-alvo	Campanhas	% Campanhas	Alcance	% Alcance
Geral/Adultos	144	97,30%	5.931.635	99,999%
Crianças/Jovens	4	2,70%	367	0,001%
Total	148	100%	25.932.002	100%

Formato

Nas tabelas a seguir, as iniciativas específicas e as campanhas em massa são classificadas quanto ao seu formato. É possível perceber que nas iniciativas específicas o formato mais utilizado foi palestra tanto na campanha de maio quanto setembro (cerca de 50%).

Em relação às campanhas de massa, os programas de rádio / Tv atingiram o maior público na campanha de maio (54,74%). Na edição de setembro, as campanhas tiveram o maior alcance de público (50,35%) seguido das mídias sociais (47,96%).

2024: edição de maio - Iniciativas específicas

Formato da Iniciativa	Público presente	Público online	Público misto	Público Total	% Público	Iniciativas	% Iniciativas
Palestra	283.047	20.418	1.548	305.013	49,066%	3.117	47,32%
Contação de histórias	146.934	1.636	317	148.887	23,951%	956	14,51%
Material de ensino	38.702	2.790	144	41.636	6,698%	400	6,07%
Oficina	34.291	1.092	-	35.383	5,692%	842	12,78%
Ferramenta de aprendizagem	16.486	11.572	-	28.058	4,514%	351	5,33%
Curso	635	26.819	231	27.685	4,454%	113	1,72%
Jogo	12.518	-	-	12.518	2,014%	121	1,84%
Atendimento	6.319	1.001	1.025	8.345	1,342%	479	7,27%
Peça de teatro	5.128	-	-	5.128	0,825%	31	0,47%
Roda de conversa	2.319	400	32	2.751	0,443%	91	1,38%
Feira	2.282	-	-	2.282	0,367%	5	0,08%
Quiz	1.435	687	-	2.122	0,341%	54	0,82%
Seminário	578	25	200	803	0,129%	18	0,27%
Concurso	500	-	-	500	0,080%	1	0,02%
Mesa redonda	347	-	-	347	0,056%	5	0,08%
Filme	150	-	-	150	0,024%	1	0,02%
Webinário	-	20	-	20	0,003%	1	0,02%
Debate	6	-	-	6	0,001%	1	0,02%
TOTAL	551.677	66.460	3.497	621.634	100%	6.587	100%

2024: edição especial de setembro - Iniciativas específicas

Formato da Iniciativa	Público presente	Público online	Público misto	Público Total	% Público	Iniciativas	% Iniciativas
Palestra	9.324	6.202	6.913	22.439	47,40%	258	37,39%
Material de ensino	8.401	200	-	8.601	18,17%	92	13,33%
Oficina	6.805	-	-	6.805	14,38%	185	26,81%
Ferramenta de aprendizagem	5.193	10	-	5.203	10,99%	84	12,17%
Jogo	1.553	100	-	1.653	3,49%	20	2,90%
Curso	114	963	-	1.077	2,28%	15	2,17%
Feira	1.000	-	-	1.000	2,11%	2	0,29%
Atendimento	243	-	-	243	0,51%	17	2,46%
Roda de conversa	127	-	-	127	0,27%	5	0,72%
Seminário	50	-	50	100	0,21%	2	0,29%
Quiz	81	-	-	81	0,17%	1	0,14%
Peça de teatro	9	-	-	9	0,02%	9	1,30%
TOTAL	32.900	7.475	6.963	47.338	100%	690	100%

2024: edição de maio – Campanhas de massa

Formato da Iniciativa	Nº Campanhas	% Campanhas	Alcance	% Alcance
Mídias sociais	725	51,7%	23.781.541	23,68%
Campanha	305	21,7%	6.256.223	6,23%
Mensagens por celular	127	9,1%	14.241.810	14,18%
Rádio / TV	122	8,7%	54.970.345	54,74%
Vídeo(s)	106	7,6%	1.068.631	1,06%
Podcast	9	0,6%	63.090	0,06%
E-mail marketing	7	0,5%	22.582	0,02%
SMS	2	0,1%	11.344	0,01%
TOTAL	1403	100%	100.415.566	100%

2024: edição especial de setembro - Campanhas de massa

Formato da Iniciativa	Nº Campanhas	% Campanhas	Alcance	% Alcance
Mídias sociais	83	56%	2.436.215	47,96%
Campanha	27	18%	13.056.219	50,35%
Rádio / TV	26	18%	120.447	0,46%
Mensagens por celular	9	6%	71.198	0,27%
Vídeo(s)	3	2%	245.823	0,95%
TOTAL	148	100%	5.929.902	100%

Temas

Os temas das iniciativas estão alinhados com aqueles constantes do Plano de Ação do FBEF para implementação da nova ENEF¹⁰. Além dos temas presentes no plano de ação, foram incluídos o tema central da Semana ENEF 2024 e temas de parceiros importantes na realização da Semana ENEF, como cooperativismo; empreendedorismo; finanças comportamentais; finanças sustentáveis; tecnologia e finanças digitais; e educação fiscal.

O tema central da 11ª edição da Semana ENEF foi: “Proteção financeira e Solidariedade aos Irmãos do Rio Grande do Sul”.

Após o avanço da tecnologia e o surgimento de novas soluções financeiras, as finanças digitais têm se tornado uma alternativa cada vez mais popular na gestão e controle do dinheiro.

As principais vantagens das finanças digitais são: praticidade e agilidade nas transações; maior controle e transparência sobre as finanças pessoais; maior facilidade para realizar planejamento financeiro e tomada de decisões. Por outro lado, as finanças digitais têm gerado alguns problemas principalmente no que se refere ao aumento de golpes e fraudes financeiras.

Além disso, o tema original (proteção financeira) foi ajustado em virtude das enchentes que assolaram o Estado do Rio Grande do Sul nos meses de abril e maio.

Diante deste contexto, o tema proteção financeira foi escolhido para a Semana ENEF 2024 tendo como principais objetivos educar a população a: mitigar riscos financeiros e cibernéticos; promover o combate e a prevenção a fraudes; e promover a segurança da informação (dados).

A seguir apresentamos tabelas contendo os temas mais contemplados nas iniciativas específicas e nas campanhas de massa realizadas na Semana ENEF 2024.

Pelo menos 70% das iniciativas específicas abordaram um dos seguintes temas: planejamento, consumo, poupança e proteção financeira, tanto na campanha de maio, quanto na campanha de setembro. Além disso, é importante destacar a crescente demanda pelo tema finanças comportamentais, sendo este tema o quinto mais utilizado nas iniciativas específicas da campanha de maio.

Os três temas mais utilizados nas campanhas de massa, com pelo menos 60% do alcance total, foram: planejamento, consumo e proteção financeira.

¹⁰ Os temas foram definidos de acordo com o plano de ação do FBEF disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/comunicados/FBEF-Comunicado-02-2021.pdf

- consumo: consumo consciente e sustentável;
- crédito: uso consciente do crédito e tipos de produtos existentes;
- direitos e deveres do contribuinte: educação fiscal;
- direitos e deveres sobre produtos e serviços financeiros: formação e informação sobre direito do consumidor de produtos e serviços financeiros;
- investimento: formação e informação sobre produtos de investimento, com o objetivo de promover a decisão consciente e formação de poupança;
- planejamento: gestão de finanças pessoais e planejamento financeiro para realização de sonhos e projetos pessoais;
- poupança: incentivo, formação e informação sobre o ato de poupar e realizar projetos que dependam de recursos financeiros;
- Previdência: formação e informação sobre a importância de poupar no longo prazo e conhecimento sobre os benefícios da previdência para o bem-estar financeiro na terceira idade;
- seguros: formação e informação sobre produtos de seguro e a importância desses produtos na manutenção do patrimônio e aumento da resiliência financeira.

2024: edição de maio - Iniciativas específicas

Tema	Iniciativas Específicas ¹¹	% do Total
Planejamento	2.593	26,87%
Consumo	2.001	20,73%
Poupança	1.358	14,07%
Proteção financeira	1.085	11,24%
Finanças comportamentais	571	5,92%
Investimento	468	4,85%
Cooperativismo	452	4,68%
Empreendedorismo	283	2,93%
Crédito	281	2,91%
Finanças sustentáveis	277	2,87%
Direitos e deveres sobre produtos e serviços financeiros	107	1,11%
Previdência	75	0,78%
Seguros	45	0,47%
Tecnologia e finanças digitais	35	0,36%
Direitos e deveres do contribuinte	19	0,20%
Educação fiscal	1	0,01%
Total	9.651	100%

¹¹A soma é superior à quantidade de iniciativas específica, pois cada iniciativa pode ser classificada em mais de um tema.

2024: edição especial de setembro - Iniciativas específicas

Tema	Iniciativas Específicas	% do Total
Planejamento	340	41,7%
Consumo	216	26,5%
Proteção financeira	78	9,6%
Poupança	54	6,6%
Investimento	34	4,2%
Cooperativismo	26	3,2%
Crédito	23	2,8%
Direitos e deveres sobre produtos e serviços financeiros	15	1,8%
Finanças comportamentais	11	1,3%
Empreendedorismo	8	1,0%
Previdência	4	0,5%
Seguros	3	0,4%
Finanças sustentáveis	2	0,2%
Direitos e deveres do contribuinte	2	0,2%
Total	816	100%

2024: edição de maio – Campanhas de massa

Tema	Campanhas em massa	% do total
Planejamento	604	29,19%
Consumo	310	14,98%
Proteção financeira	304	14,69%
Finanças comportamentais	187	9,04%
Poupança	178	8,60%
Investimento	136	6,57%
Cooperativismo	127	6,14%
Finanças sustentáveis	55	2,66%
Crédito	43	2,08%
Seguros	34	1,64%
Direitos e deveres sobre produtos e serviços financeiros	30	1,45%
Empreendedorismo	27	1,30%
Previdência	21	1,01%
Tecnologia e inovação financeira	8	0,39%
Direitos e deveres do contribuinte	4	0,19%
Educação fiscal	1	0,05%
Total	2.069	100%

2024: edição especial de setembro - Campanhas de massa

Tema	Campanhas em massa	% do total
Planejamento	51	28,0%
Consumo	43	23,6%
Proteção financeira	41	22,5%
Direitos e deveres sobre produtos e serviços financeiros	20	11,0%
Finanças comportamentais	8	4,4%
Crédito	7	3,8%
Investimento	6	3,3%
Poupança	4	2,2%
Finanças sustentáveis	1	0,5%
Cooperativismo	1	0,5%
Total	182	100%

Distribuição geográfica

O mapa a seguir demonstra o alcance geográfico das iniciativas¹² da 11ª edição da Semana ENEF.

Na Semana ENEF 2024, as iniciativas alcançaram todas as 27 unidades federativas do país. Foram realizadas na campanha de maio 7.990 iniciativas em 1.626 municípios. Já em relação à campanha de setembro, foram realizadas 838 iniciativas em 247 municípios. Considerando as duas campanhas, foram realizadas 8.828 iniciativas em 1799 municípios distintos.

Em ambas as edições, todas as regiões do país contribuíram para a campanha, com destaque para o eixo centro-sul, que apresentou maior quantidade de iniciativas, graças à forte atuação das cooperativas de crédito.

Semana ENEF (maio)

Região	Qtde Iniciativas	% Participação	% Acumulado
Sudeste	2.620	32,8%	32,8%
Sul	2.536	31,7%	64,5%
Centro Oeste	1.545	19,3%	83,9%
Norte	734	9,2%	93,1%
Nordeste	555	6,9%	100,0%
	7.990	100,0%	

¹² Total de iniciativas = total de iniciativas específicas + total de campanhas em massa

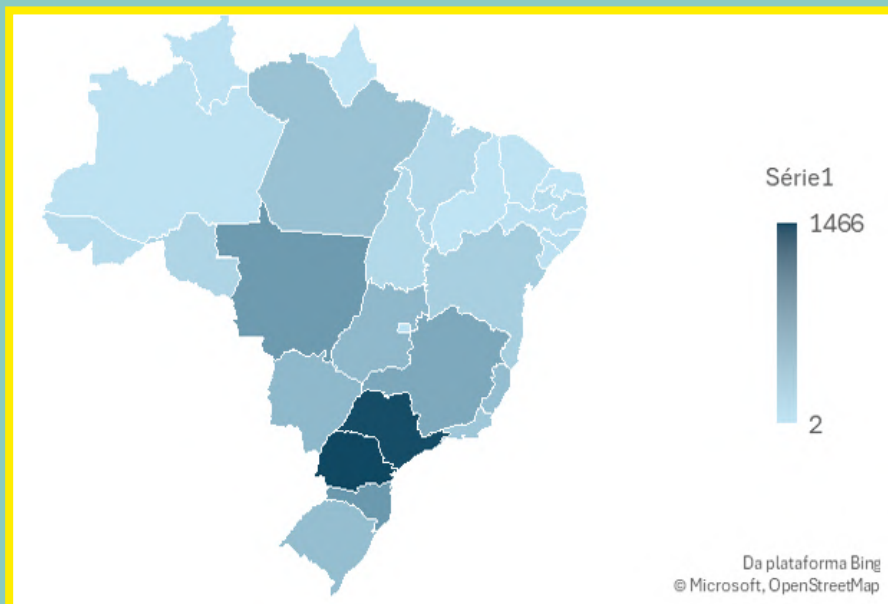
Edição Especial da Semana ENEF para o Rio Grande do Sul (setembro)

Região	Qtde Iniciativas	% Participação	% Acumulado
Sul	776	92,6%	92,6%
Sudeste	49	5,8%	98,4%
Centro Oeste	8	1,0%	99,4%
Nordeste	5	0,6%	100,0%
Norte	-	0,0%	100,0%
	838	100%	

Resultado consolidado: Semana ENEF de maio + Edição Especial de setembro

Região	Qtde Iniciativas	% Participação	% Acumulado
Sul	3.312	37,5%	37,5%
Sudeste	2.669	30,2%	67,8%
Centro Oeste	1.553	17,6%	85,3%
Norte	734	8,3%	93,7%
Nordeste	560	6,3%	100,0%
	8.828	100%	

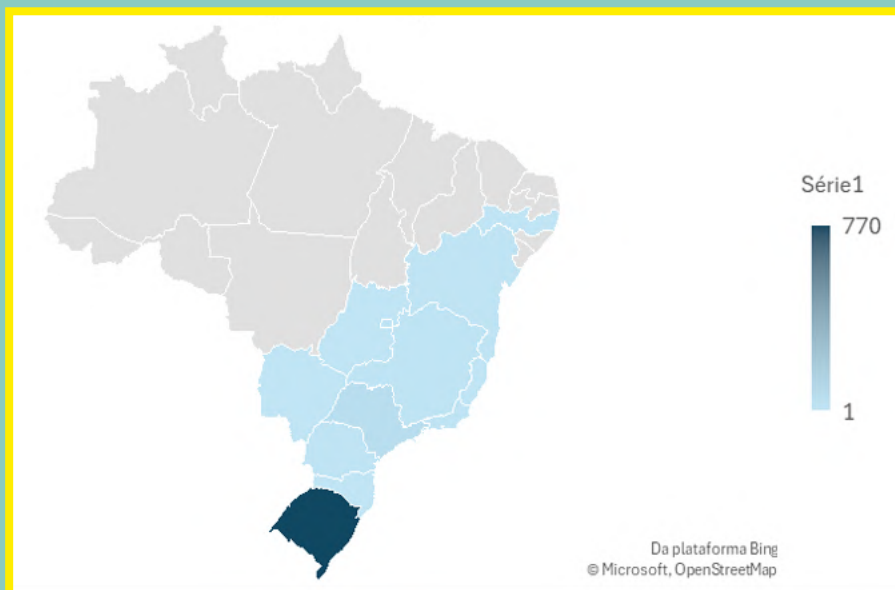
Distribuição geográfica das Iniciativas SENEF/24 (maio)



60% das iniciativas da edição de maio estão concentradas em cinco Unidades Federativas: Paraná; São Paulo; Santa Catarina; Mato Grosso e Minas Gerais.

Estado	Qtde Iniciativas	% Participação	% Acumulado
Paraná	1.466	18,3%	18,3%
São Paulo	1.416	17,7%	36,1%
Santa Catarina	701	8,8%	44,8%
Mato Grosso	692	8,7%	53,5%
Minas Gerais	557	7,0%	60,5%
Mato Grosso do Sul	412	5,2%	65,6%
Goiás	411	5,1%	70,8%
Rio Grande do Sul	369	4,6%	75,4%
Espírito Santo	364	4,6%	79,9%
Pará	326	4,1%	84,0%
Rio de Janeiro	283	3,5%	87,6%
Bahia	211	2,6%	90,2%
Rondônia	152	1,9%	92,1%
Tocantins	118	1,5%	93,6%
Maranhão	111	1,4%	95,0%
Acre	74	0,9%	95,9%
Paraíba	69	0,9%	96,8%
Alagoas	56	0,7%	97,5%
Pernambuco	36	0,5%	97,9%
Sergipe	35	0,4%	98,4%
Distrito Federal	30	0,4%	98,7%
Amazonas	28	0,4%	99,1%
Roraima	26	0,3%	99,4%
Ceará	22	0,3%	99,7%
Piauí	13	0,2%	99,8%
Amapá	10	0,1%	100,0%
Rio Grande do Norte	2	0,0%	100,0%
Total	7.990	100%	

Distribuição geográfica das Iniciativas Ed. Especial da ENEF RS (setembro)



Mais de 90% das iniciativas da edição especial de setembro foram realizadas no Rio Grande do Sul. Pelo menos 12 Unidades Federativas participaram da edição especial (hachurados em azul no gráfico).

Estado	Qtde Iniciativas	% Participação	% Acumulado
Rio Grande do Sul	770	91,9%	91,9%
São Paulo	35	4,2%	96,1%
Minas Gerais	8	1,0%	97,0%
Rio de Janeiro	5	0,6%	97,6%
Distrito Federal	5	0,6%	98,2%
Paraná	4	0,5%	98,7%
Bahia	4	0,5%	99,2%
Santa Catarina	2	0,2%	99,4%
Mato Grosso do Sul	2	0,2%	99,6%
Goiás	1	0,1%	99,8%
Espírito Santo	1	0,1%	99,9%
Pernambuco	1	0,1%	100,0%
Total	838	100%	

Considerações finais

A educação financeira é uma ferramenta essencial para promover o desenvolvimento econômico e social no Brasil. Por meio de campanhas educativas, é possível capacitar cidadãos para tomar decisões financeiras mais conscientes, melhorar a gestão de recursos e fomentar uma cultura de planejamento que contribua para a redução das desigualdades.

Em 2024, a Semana ENEF desempenhou um papel ainda mais relevante ao apoiar a recuperação das comunidades no Rio Grande do Sul afetadas pelas enchentes de abril e maio. Nesse contexto, o fomento à educação financeira, através das campanhas da Semana ENEF, foi um pilar para orientar as famílias na reorganização de suas finanças e na busca por estabilidade em meio às adversidades.

As duas edições da Semana ENEF em 2024, realizadas em maio e setembro, consolidaram-se como momentos estratégicos de mobilização nacional.

Em maio, a Semana ENEF ampliou o alcance das ações. Além de iniciativas direcionadas tradicionalmente para adultos, as atividades também foram direcionadas à inclusão digital, à educação financeira para pessoas idosas, e ao empoderamento de jovens e mulheres. A campanha trouxe debates sobre temas como planejamento e organização financeira, consumo consciente, prevenção contra golpes e fraudes financeiras, empreendedorismo, investimentos, economia, finanças comportamentais e sustentabilidade financeira. Inovações tecnológicas, como aplicativos de educação financeira e transmissões interativas ao vivo, permitiram que os eventos alcançassem públicos em regiões remotas, promovendo a inclusão e democratização do conhecimento.

A edição especial para o Rio Grande do Sul, realizada em setembro, teve como enfoque principal auxiliar as comunidades atingidas pelas enchentes. Com a participação de centenas de cidades/municípios e a mobilização de órgãos governamentais, instituições financeiras, associações, cooperativas, organizações não governamentais (ONGs), seguradoras, empresas privadas e sociedade, foram realizadas oficinas, palestras, atendimentos e ações de conscientização. Essas atividades abordaram temas como reorganização do orçamento familiar, renegociação de dívidas, acesso a linhas de crédito emergencial e proteção financeira. Materiais educativos, incluindo guias práticos e simuladores financeiros, foram distribuídos gratuitamente, alcançando milhares de pessoas diretamente.

Os resultados foram expressivos, mas também evidenciaram desafios que precisam ser superados. Dados coletados ao longo das campanhas mostraram que, embora a participação em áreas urbanas tenha sido elevada, comunidades rurais e periferias urbanas ainda enfrentam barreiras para acessar essas iniciativas, seja pela falta de conectividade ou pela limitada divulgação, principalmente nas regiões Norte e Nordeste.

A integração de diferentes setores é vital para o fortalecimento e a expansão da educação financeira no país. Parcerias entre o setor público, privado e a sociedade civil permitem que os recursos sejam utilizados de forma mais eficiente e que as ações tenham maior impacto. Por exemplo, instituições financeiras, associações e cooperativas contribuíram com conhecimento técnico e ferramentas, enquanto ONGs e novamente as cooperativas forneceram apoio local, mobilização comunitária, materiais educacionais e atendimentos financeiros. Já órgãos governamentais desempenharam um papel essencial na articulação de políticas públicas e na disponibilização de recursos.



Entre as boas práticas destacadas, estão as parcerias com escolas, que promoveram a inclusão do tema no currículo escolar. Crianças e jovens participaram de dinâmicas que simulavam situações financeiras reais, incentivando o aprendizado de forma lúdica e prática. Essa abordagem reforça a importância de inserir a educação financeira desde cedo, criando uma base sólida para gerações futuras.

No entanto, o caminho para a consolidação de uma cultura de educação financeira no Brasil ainda é longo. A expansão das ações para regiões isoladas, a criação de programas voltados para grupos específicos, como pequenos agricultores, empreendedores informais, pessoas idosas e população indígena, e o fortalecimento de políticas públicas que incentivem a inclusão financeira são medidas urgentes. Adicionalmente, o uso de tecnologias, como plataformas digitais e aplicativos móveis, deve ser ampliado para atingir um público ainda maior e facilitar o acesso às informações.

Para o futuro, é essencial que a Semana ENEF continue evoluindo e ampliando seu alcance. É importante desenvolver uma maior integração com plataformas digitais para facilitar o acesso aos materiais educacionais. Além disso, é crucial fortalecer a colaboração entre os setores, promovendo um alinhamento estratégico que maximize os recursos e resultados.

Em síntese, as campanhas da Semana ENEF de 2024 demonstraram como a educação financeira pode ser um catalisador para o desenvolvimento e a recuperação econômica, especialmente em cenários de adversidade. Por meio de ações coordenadas, inovação e inclusão, é possível transformar a realidade de milhões de brasileiros e construir um país mais equilibrado e sustentável financeiramente.



Semana Nacional de
EDUCAÇÃO
FINANCEIRA

