

13^a



Semana Nacional de
**EDUCAÇÃO
FINANCEIRA**

***Relatório de Ações e
Resultados da Semana ENEF
2026***

13^a



Semana Nacional de
**EDUCAÇÃO
FINANCEIRA**

Relatório produzido por:



SUSEP
SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS

Presidente do FBEF 2024/2026

Sumário

Sumário Executivo	2
1. Apresentação	3
2. Evento de Abertura da 13 ^a Semana ENEF	4
2.1. Fala do Presidente na abertura da 13 ^a Semana ENEF	4
2.2. Painel 1 – "Mensagem dos Membros do FBEF"	5
2.3. Painel 2 – "FBEF convida para a Semana ENEF"	6
3. Ações realizadas na 13 ^a Semana ENEF	10
3.1. Alcance de público nas últimas edições da Semana ENEF	10
3.2. Iniciativas de alcance direto e indireto na 13 ^a Semana ENEF	12
3.3. Análise das iniciativas de alcance direto na 13 ^a Semana ENEF	14
3.4. Análise das iniciativas de alcance indireto na 13 ^a Semana ENEF	18
3.5. Iniciativas dos Membros do Fórum: um Recorte Ilustrativo	22
4. Para Além da Semana	24
4.1. Programa Aprender Valor – Banco Central	24
4.2. Meu Futuro Seguro nas Redes Sociais – SUSEP	24
4.3. Educação Financeira para População Indígena – CVM	25
4.4. Olimpíada do Tesouro Direto de Educação Financeira (OLITEF) – Tesouro Nacional	25
5. Considerações finais	26

Sumário Executivo

Resumem-se aqui os principais resultados da 13ª Semana Nacional de Educação Financeira (Semana ENEF), realizada entre os dias 18 e 24 de maio de 2026, sob o tema “**Educação Financeira: construindo um futuro com longevidade e prosperidade**”. A iniciativa, coordenada pelo Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF), contou com ampla participação de órgãos públicos, instituições privadas e sociedade civil, consolidando-se como uma das principais ações nacionais de promoção da educação financeira, securitária, previdenciária e fiscal.

Ao longo da semana, foram realizadas 3.802 iniciativas de alcance direto, incluindo palestras, cursos, oficinas e atividades educacionais, além de 632 ações de alcance indireto, como campanhas em mídias digitais, rádio, televisão e outras plataformas. No total, a edição de 2026 produziu 4.434 iniciativas e atingiu aproximadamente 119 milhões de participações, considerando o alcance combinado dos dois tipos de ações.

O alcance total de público em 2026 foi o segundo maior observado desde 2019, com crescimento de 53% em relação a 2025, quando atingiu 77,8 milhões de participações.

Não obstante, houve redução na quantidade de iniciativas de alcance direto e indireto, de 8.762, em 2025, para 4.434, em 2026. Essa redução pode ser explicada, em parte, pela alteração na forma de cadastramento e contabilização das iniciativas. Em 2026, além de o cadastramento ter passado a ser realizado exclusivamente pelo site da agenda da Semana ENEF e de terem sido consideradas apenas as iniciativas cadastradas previamente à sua realização, iniciativas de mesma natureza realizadas em diferentes momentos puderam ser agrupadas em um único cadastro, com a consolidação do público alcançado. Dessa forma, a redução observada na quantidade de iniciativas não representa, necessariamente, uma redução equivalente na realização das ações. Isso é corroborado pelo fato de que o alcance do público, ao contrário, apresentou crescimento em 2026 em relação a 2025.

O aumento do público atingido em 2026 demonstra que as iniciativas abarcadas pela Semana ENEF estão aumentando sua penetração na sociedade brasileira, apesar de ainda ser observada uma distribuição assimétrica das iniciativas, com forte presença nas regiões Sul e Sudeste em detrimento das demais regiões do país.

As iniciativas de alcance indireto foram responsáveis pela maior parcela do público atingido, demonstrando a relevância das estratégias de comunicação em larga escala. Por outro lado, as ações de alcance direto tiveram papel fundamental na promoção de experiências educativas mais aprofundadas, com destaque para atividades presenciais, que representaram a maior parte das iniciativas.

A atuação coordenada dos membros do FBEF e de instituições parceiras foi determinante para os resultados alcançados, com destaque para iniciativas desenvolvidas em âmbito educacional, programas voltados à formação de jovens e ações de conscientização financeira direcionadas a diferentes públicos.

Com tudo isso, entende-se que a 13ª Semana ENEF continuou a consolidar a relevância da educação financeira como uma política pública estratégica, com o objetivo de ajudar a reforçar as bases do bem-estar social e econômico da sociedade brasileira.

1. Apresentação

Este relatório tem como objetivo consolidar os principais resultados alcançados pela 13ª Semana Nacional de Educação Financeira (Semana ENEF), realizada no período de 18 a 24 de maio de 2026, cujo tema foi **“Educação Financeira: construindo um futuro com longevidade e prosperidade”**.

A Semana ENEF é um evento anual que objetiva a difusão da consciência sobre a utilização do dinheiro e dos instrumentos de crédito para solidificar a percepção sobre boas práticas em relação aos ambientes financeiro, securitário, previdenciário e fiscal.

A 13ª Semana foi organizada pelos membros do Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF) e realizada em parceria com diversas instituições públicas e privadas, contando também com a participação de pessoas físicas que promovem e organizam iniciativas de educação financeira. Os eventos ocorreram sob a forma de palestras, cursos, oficinas, campanhas de divulgação, sendo todas essas iniciativas gratuitas e sem viés comercial.

O Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF) e a nova Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) foram instituídos pelo [Decreto nº 10.393, de 9 de junho de 2020](#). O atual FBEF substitui o Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF), extinto em 2019, e tem o objetivo de promover a educação financeira, securitária, previdenciária e fiscal no País. O FBEF visa implementar e estabelecer os princípios da Estratégia Nacional de Educação Financeira, divulgar as ações, compartilhar as informações e promover a interlocução entre os órgãos, as entidades públicas e as instituições privadas.

O Fórum é composto por oito órgãos e entidades diretamente relacionados aos aspectos educacionais da ENEF, que promovem a articulação com a sociedade:

- Banco Central do Brasil
- Comissão de Valores Mobiliários
- Ministério da Educação
- Ministério da Previdência Social
- Secretaria do Tesouro Nacional
- Secretaria Nacional do Consumidor
- Superintendência de Seguros Privados
- Superintendência Nacional de Previdência Complementar

2. Evento de Abertura da 13ª Semana ENEF

A SUSEP, enquanto membro no exercício da presidência do Fórum Brasileiro de Educação Financeira em 2026, organizou a abertura da 13ª Semana ENEF. A abertura foi realizada na tarde de 18 de maio de 2026, no auditório do Ministério da Gestão e Inovação em Serviços Públicos, em Brasília, com participação de representantes de todos os membros do Fórum.

2.1. Fala do Presidente na abertura da 13ª Semana ENEF

Figura 1. Foto do Presidente do Fórum Brasileiro de Educação Financeira e Superintendente da SUSEP, Alessandro Octaviani



A saudação oficial de abertura do evento, feita pelo Presidente do Fórum Brasileiro de Educação Financeira e Superintendente da SUSEP, Alessandro Octaviani, enfatizou a necessária colaboração entre todos os envolvidos nas ações de educação financeira:

“... Parte substancial da nossa tarefa aqui é basicamente parabenizar o esforço, já de muito tempo, de todas as instituições que compõem o nosso fórum e também as diversas entidades do setor privado, que há muito tempo vêm costurando uma política nacional de educação financeira, previdenciária e securitária... parabéns a todos os que estão aqui e contamos com vocês, não só para relatar o passado e o presente, que já é de sucesso, mas para que nós sejamos capazes de, de mãos dadas, todos juntos, construirmos este passo para o nosso país. Parabéns a todos pelo envolvimento na nossa Semana Nacional de Educação Financeira.”

2.2. Painel 1 – “Mensagem dos Membros do FBEF”

Figura 2. Foto da mesa componente do Painel 1



A mesa solene do Painel 1 da Cerimônia de abertura da Semana ENEF 2026 contou com a participação de representantes do Fórum Brasileiro de Educação Financeira. Abaixo, destacamos alguns pontos da intervenção de cada participante:

Alessandro Octaviani (Superintendente da SUSEP e Presidente do Fórum):

- ressaltou a importância da educação para a economia e tratou da educação das crianças e jovens como um compromisso do presente com o futuro da população economicamente ativa e da própria nação;
- fez um balanço positivo dos dois anos da SUSEP à frente da presidência do FBEF, destacando a elevação da educação financeira, fiscal, previdenciária e securitária a uma posição estratégica dentro da SUSEP e das demais instituições participantes do fórum;
- reconheceu os avanços obtidos por meio de numerosas iniciativas públicas e privadas de educação financeira;
- apontou o programa **Na Ponta do Lápis** como uma iniciativa capaz de integrar, dar coerência e ampliar a visibilidade das ações existentes.

Ana Valéria Dantas (Representante do Ministério da Educação):

- destacou que a Base Nacional Comum Curricular inclui educação financeira, fiscal, previdenciária e securitária entre os temas contemporâneos transversais;

- defendeu que esses temas não sejam tratados apenas durante a Semana ENEF, mas de maneira contínua, ao longo de todos os dias letivos;
- relacionou essa política à formação integral prevista na Constituição, na Lei de Diretrizes e Bases da Educação e na BNCC;
- manifestou a expectativa de consolidação do **Na Ponta do Lápis** como política relevante de educação financeira, fiscal, previdenciária e securitária.

Paulo Roberto dos Santos Pinto (Representante do Ministério da Previdência Social):

- relacionou o tema da Semana ENEF à missão da Previdência de cuidar do presente e do futuro das pessoas;
- apresentou o **Projeto Poupadores do Futuro**, inicialmente criado como projeto-piloto e posteriormente transformado em programa permanente, e informou que o projeto passou de 13 para mais de 100 parceiros, com a meta de superar 500 parceiros no ciclo seguinte;
- alertou para a influência das apostas e do discurso de enriquecimento fácil sobre os jovens;
- ressaltou que o aumento da longevidade exige poupança, planejamento e acumulação de recursos e argumentou que é mais difícil alterar comportamentos financeiros já consolidados entre adultos.

2.3. Painel 2 – “FBEF convida para a Semana ENEF”

Figura 3. Foto da mesa componente do Painel 2



No 2º Painel da cerimônia de abertura, representantes dos membros do FBEF apresentaram suas agendas para a 13ª Semana ENEF, ressaltando as principais iniciativas:

Marcílio Otávio Nascimento Filho — SUSEP:

- ressaltou que a atuação da SUSEP em educação financeira e securitária não se limita à Semana ENEF, mas ocorre ao longo de todo o ano;
- relacionou educação securitária a prevenção, previsibilidade, responsabilidade e fortalecimento da economia;
- apresentou o projeto de educação financeira nas mídias sociais, com conteúdo destinado a explicar o funcionamento dos mercados de seguros e previdência privada, que alcançou mais de 500 mil visualizações no Instagram no último ano;
- apresentou o programa **Meu Futuro Seguro** e mencionou a cooperação com instituições reguladoras e organismos de países de língua portuguesa;
- informou a participação da SUSEP no comitê estratégico do **Na Ponta do Lápis** e argumentou que a formação de crianças e jovens nessas matérias contribuirá para uma sociedade e uma economia mais maduras.

Luís Gustavo Mansur Siqueira — Banco Central do Brasil:

- destacou a importância de discutir longevidade e planejamento financeiro de longo prazo, temas ainda pouco presentes na cultura brasileira, e defendeu que a educação financeira acompanhe todas as etapas da vida, começando o mais cedo possível;
- relacionou o planejamento financeiro ao uso consciente do crédito, à formação de reservas e à preparação para despesas maiores na velhice;
- apresentou o **Aprender Valor**, programa de educação financeira integrado transversalmente à Base Nacional Comum Curricular (BNCC), e explicou que a plataforma fornece aulas, projetos, avaliações e formação gratuita para professores, incluindo também a organização da vida financeira pessoal dos docentes;
- citou cursos e conteúdos digitais para jovens e adultos, como **Eu e Meu Dinheiro**, **BC Te Explica** e **BC Sincero**.

Nara Cecília de Melo — CVM:

- destacou a cooperação da CVM com o Banco Central na elaboração de conteúdo do Aprender Valor para o ensino médio;
- mencionou a realização de pesquisa nacional sobre letramento financeiro, em articulação com a OCDE;
- ressaltou que, antes de se tornar investidor, é preciso que o cidadão poupe e tenha conhecimentos fundamentais como: liquidez, risco e retorno, e que a constatação da necessidade de disseminar conhecimentos de educação financeira tem norteado as ações da CVM;
- apresentou a priorização de públicos específicos, como comunidades indígenas, com projetos de letramento digital, empreendedorismo e educação financeira.

Maurício Dias Leister — Tesouro Nacional:

- apresentou a **Olimpíada do Tesouro Direto de Educação Financeira — OLITEF**, uma iniciativa gratuita e voltada a estudantes a partir do sexto ano do ensino fundamental, ensino médio e educação de jovens e adultos, informando que a OLITEF distribui prêmios para alunos, professores e escolas, tendo sido distribuídos, na edição de 2025, mais de R\$7.700.000,00 (sete milhões e setecentos mil reais) em kits educacionais para escolas e títulos do Tesouro Direto para professores e diretores;
- destacou o crescimento na participação na 2ª Edição, em 2025, com cerca de 13 mil escolas e 1,7 milhão de estudantes, mais de 63 mil medalhistas, e apresentou a meta de alcançar 5 milhões de alunos na 3ª Edição, em 2026;
- apresentou também o **TD Impacta**, plataforma de apoio a soluções inovadoras de educação financeira e inclusão no mundo dos investimentos;
- citou projetos com inteligência artificial e conteúdos destinados a apoiar professores;
- divulgou eventos para a Semana ENEF sobre reserva de emergência, educação financeira nas escolas e planejamento da aposentadoria.

Narlon Gutierrez Nogueira — Ministério da Previdência Social:

- relacionou educação financeira, previdenciária, fiscal e securitária aos desafios de uma sociedade em que as pessoas tendem a viver 90 ou 100 anos, e defendeu a preparação individual e coletiva para que a longevidade seja também uma conquista social e econômica;
- apresentou os programas **OLITEF**, **Na Ponta do Lápis** e **Aprender Valor** como programas que já ultrapassaram as fronteiras dos órgãos que os criaram, como política federativa, envolvendo União, estados e municípios, informando que o Aprender Valor é a plataforma oficial do programa Na Ponta do Lápis e, também, que os demais membros do FBEF estão contribuindo com conteúdo para a OLITEF, destacando a colaboração entre os membros;
- informou a contribuição do Ministério da Previdência Social para a matriz de competências do Aprender Valor, destacando a inclusão de habilidades relacionadas a aposentadoria, poupança, planejamento, investimento e renda;
- destacou a contratação do MPS para o desenvolvimento de projetos educacionais com conteúdo de educação previdenciária para o 8º e 9º anos do ensino fundamental, que serão incorporados ao Programa Aprender Valor.
- apresentou o **Poupadores do Futuro**, por meio do qual parceiros visitam escolas durante a Semana ENEF com o objetivo de promover educação previdenciária na comunidade escolar, informando que em 2025 o projeto reuniu 13 parceiros, atuou em sete unidades da Federação, 25 cidades e 51 escolas, alcançando cerca de 5 mil alunos, tendo sido o programa expandido, em 2026, para aproximadamente 110 parceiros e cerca de 200 escolas, com a expectativa de alcançar ao menos 30 mil estudantes;
- avaliou que o Fórum e a Estratégia Nacional de Educação Financeira vêm ganhando força a cada ano graças à cooperação institucional.

Ana Valéria Dantas — Ministério da Educação:

- detalhou o programa Na Ponta do Lápis, informando que a política foi construída em diálogo com órgãos federais, estados e municípios antes mesmo de sua formalização, tendo como eixos: currículo, formação de professores e profissionais da educação; materiais pedagógicos; mobilização e disseminação de boas práticas; acompanhamento e avaliação;
- fundamentou o programa na Constituição, na LDB e na BNCC, especialmente no dever de promover a formação integral dos estudantes, destacando o programa **Aprender Valor** como plataforma oficial e instrumento de articulação dos conteúdos produzidos pelos parceiros;
- apontou o elevado endividamento das famílias como uma das justificativas para a política;
- argumentou que as populações mais vulneráveis são justamente as que mais precisam compreender direitos, riscos, crédito, consumo, proteção e planejamento;
- defendeu a institucionalização de uma política permanente, integrada à rotina escolar e não limitada a campanhas pontuais.

Osny da Silva Filho — Senacon:

- sustentou que não basta ensinar orçamento doméstico, poupança e juros, sendo preciso também discutir práticas empresariais, regulação e produtos predatórios, ressaltando que o consumidor não decide em condições ideais de liberdade, informação e racionalidade, precisando de educação financeira crítica;
- defendeu que a política considere vulnerabilidades, assimetrias de informação e estratégias comerciais que induzem decisões e, também, informação ostensiva, completa e compreensível, combinada com regulação e responsabilização dos fornecedores;
- criticou mercados de apostas e produtos que exploram fragilidades comportamentais dos consumidores, afirmando que uma educação financeira crítica deve explicar não apenas como funcionam os produtos, mas porque podem ser nocivos individual e socialmente;
- mencionou a elaboração de um **Plano de Combate ao Endividamento Predatório**, cujo objetivo é identificar produtos nocivos ou insuficientemente informados e estabelecer medidas de proteção;
- diferenciou dívida produtiva ou útil de endividamento predatório, mencionando que o crédito pode ampliar liberdade e planejamento, mas se torna prejudicial quando é concedido ou apresentado de forma abusiva.

3. Ações realizadas na 13ª Semana ENEF

As ações realizadas durante a Semana ENEF seguem os princípios estabelecidos na Estratégia Nacional de Educação Financeira, sendo obrigatoriamente gratuitas, de interesse público e sem caráter comercial.

Ao longo de toda a semana, foram realizadas iniciativas específicas, como atendimentos, concursos, cursos, ferramentas de aprendizado, jogos, oficinas, palestras, peças de teatro, quizzes, seminários e outros. Também foram realizadas ações de disseminação, como campanhas, materiais de ensino, mensagens por celular, mídias sociais, rádio, tv, vídeo e outros.

Todas essas ações foram registradas no site da agenda da Semana ENEF, de forma a permitir que, com auxílio de filtros, qualquer interessado pudesse identificar as ações de seu interesse para acompanhá-las.

3.1. Alcance de público nas últimas edições da Semana ENEF

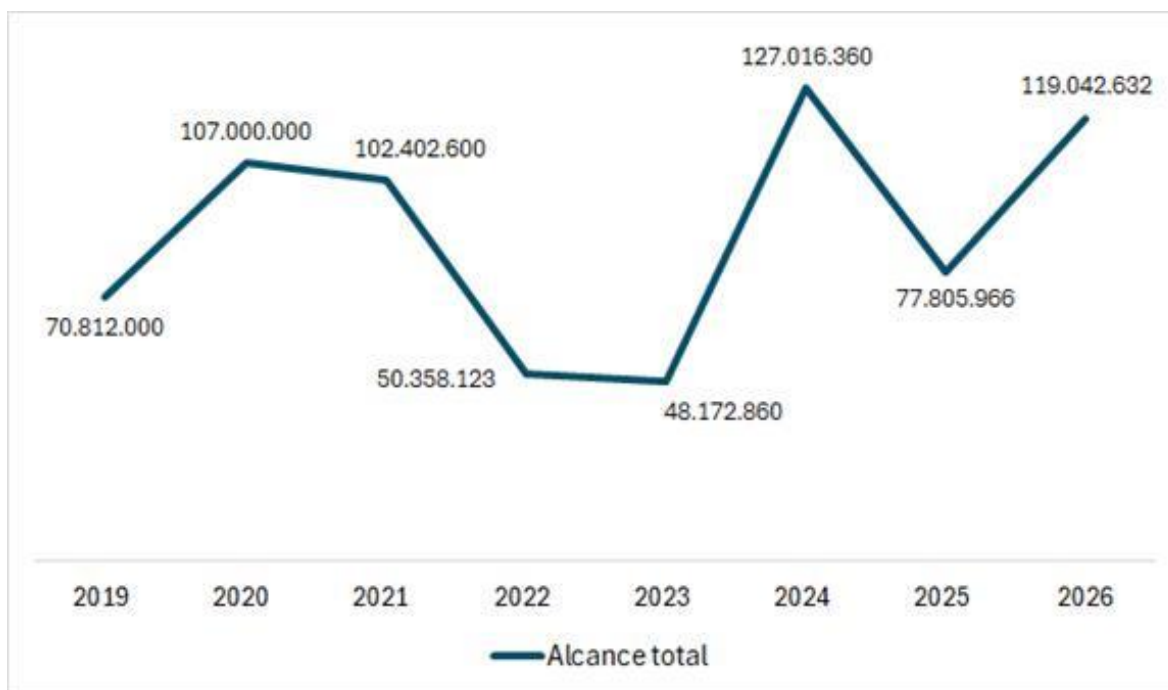
A 13ª Semana ENEF alcançou um total de 119.042.632 participantes (alcance direto e indireto), sendo palco para 4.434 iniciativas, conforme a Tabela 1.

Tabela 1. Alcance direto, indireto e total e número de iniciativas das Semanas ENEF (6ª Edição à 13ª Edição)

Ano	Semana ENEF	Alcance direto	Alcance indireto	Alcance Total	Nº iniciativas de alcance direto e indireto
		a	b	c = a+b	d
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	127.016.360	8.828
2025	12ª edição	722.157	77.083.809	77.805.966	8.762
2026	13ª edição	3.996.451	115.046.181	119.042.632	4.434

- O **alcance direto** representa o público das iniciativas específicas (eventos), tais como atendimentos, concursos, cursos, ferramentas de aprendizado, jogos, materiais de ensino, oficinas, palestras, peças de teatro, quizzes e seminários.
- O **alcance indireto** representa o público das ações em massa, como campanhas, mensagens por celular, mídias sociais, rádio, TV, vídeos e outros.

Gráfico 1. Público total atingido por iniciativas de alcance direto e indireto da 6^a à 13^a Edição da Semana ENEF



O alcance total em 2026 foi o segundo maior observado no período (119.042.632 participantes), ficando atrás apenas do alcance total no ano de 2024. Contudo, 2024 foi um ano atípico, em razão da realização de duas edições da Semana ENEF, uma delas motivada pela calamidade provocada pelas enchentes no estado do Rio Grande do Sul, o que implicou no aumento do número de participantes impactados. Em relação ao ano de 2025 (quando o alcance total atingiu 77.805.966 participantes), o crescimento do alcance total em 2026 foi relevante, na ordem de 53%.

Outro ponto importante refere-se ao número de iniciativas, que em 2026 foi inferior ao observado no ano de 2025 (4.434 frente a 8.762 iniciativas). Esse número menor pode ser explicado pelo fato de, em 2026, ter sido alterado o critério para a recepção dos resultados das iniciativas – cujo cadastramento passou a ser feito, exclusivamente, pelo site da agenda da Semana ENEF – e terem sido levadas em consideração somente as iniciativas lá cadastradas antes de sua realização, não sendo permitido o cadastramento posterior. Dessa forma, as iniciativas que não foram cadastradas previamente no site da Agenda da Semana ENEF não puderam ser consideradas na contabilização do evento em 2026.

Contudo, importante notar que essa redução da quantidade de iniciativas não se traduziu em idêntica redução do alcance do público atingido, que, ao contrário, cresceu em 2026 frente a 2025, como já demonstrado.

3.2. Iniciativas de alcance direto e indireto na 13ª Semana ENEF

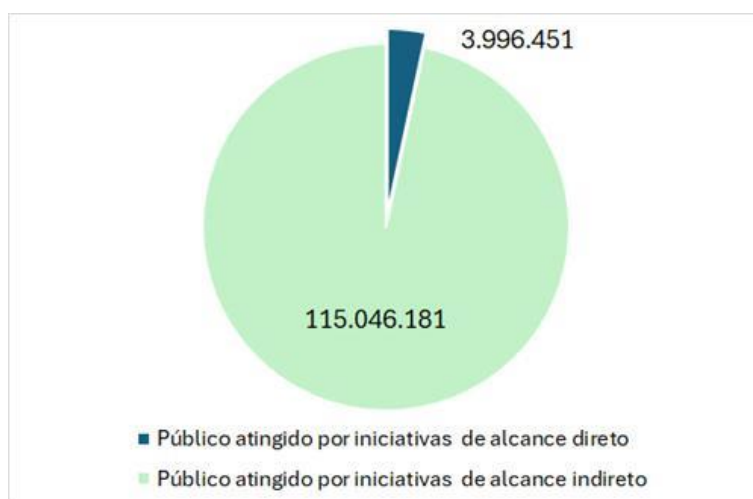
O número de iniciativas de alcance direto na 13ª Semana foi de 3.802, enquanto as iniciativas de alcance indireto chegaram a 632, perfazendo o total de 4.434 iniciativas, como ilustra o gráfico a seguir.

Gráfico 2. Quantidade de iniciativas de alcance direto e indireto na 13ª Semana ENEF



Apesar da maior relevância numérica das atividades de alcance direto, a maior fatia do público atingido foi derivada das iniciativas de alcance indireto, campanhas de massa, executadas em larga escala, com um total de 115.046.181 participantes impactados, enquanto o total do público atingido por iniciativas de alcance direto foi de 3.996.451 participantes.

Gráfico 3. Quantidade de público atingido por iniciativas de alcance direto e indireto na 13ª Semana ENEF



A região Sul foi a que mais apresentou iniciativas de alcance direto e indireto, com 41,4% das iniciativas em relação ao total, como mostram a Tabela 2, o Gráfico 4 e a Figura 4. O estado do Rio Grande do Sul foi responsável por 19,7% das iniciativas de alcance direto e indireto.

Tabela 2. Iniciativas de alcance direto e indireto na 13ª Semana ENEF, por UF

<i>Estado</i>	<i>Qtde de Iniciativas</i>	<i>% Participação</i>	<i>Estado</i>	<i>Qtde de Iniciativas</i>	<i>% Participação</i>
Rio Grande do Sul	859	19,7%	Paraíba	43	1,0%
São Paulo	763	17,5%	Amazonas	37	0,8%
Paraná	698	16,0%	Rio Grande do Norte	31	0,7%
Mato Grosso	440	10,1%	Sergipe	30	0,7%
Santa Catarina	246	5,7%	Rondônia	26	0,6%
Pará	206	4,7%	Ceará	25	0,6%
Minas Gerais	188	4,3%	Acre	17	0,4%
Mato Grosso do Sul	150	3,4%	Roraima	10	0,2%
Rio de Janeiro	125	2,9%	Piauí	8	0,2%
Distrito Federal	112	2,6%	Maranhão	4	0,1%
Alagoas	96	2,2%	Amapá	3	0,1%
Espírito Santo	86	2,0%	Tocantins	2	0,0%
Pernambuco	60	1,4%	Subtotal	4.353	100,0%
Goiás	45	1,0%	Não identificadas	81	
Bahia	43	1,0%	Total	4.434	

Ressalte-se que, assim como no ano anterior, a baixa representatividade de iniciativas nas regiões Norte e Nordeste do país apresenta-se como um ponto de atenção a ser enfrentado pelos membros do fórum no planejamento das ações futuras.

Gráfico 4. Iniciativas de alcance direto e indireto na 13ª Semana ENEF, por região do país

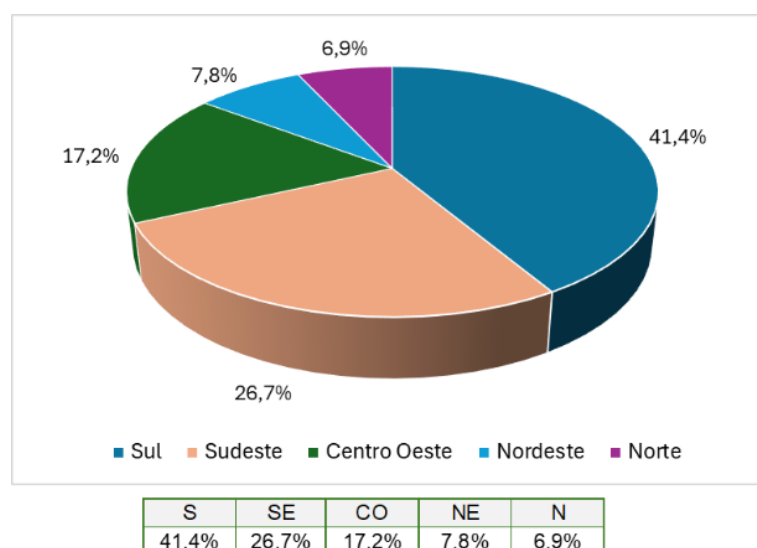
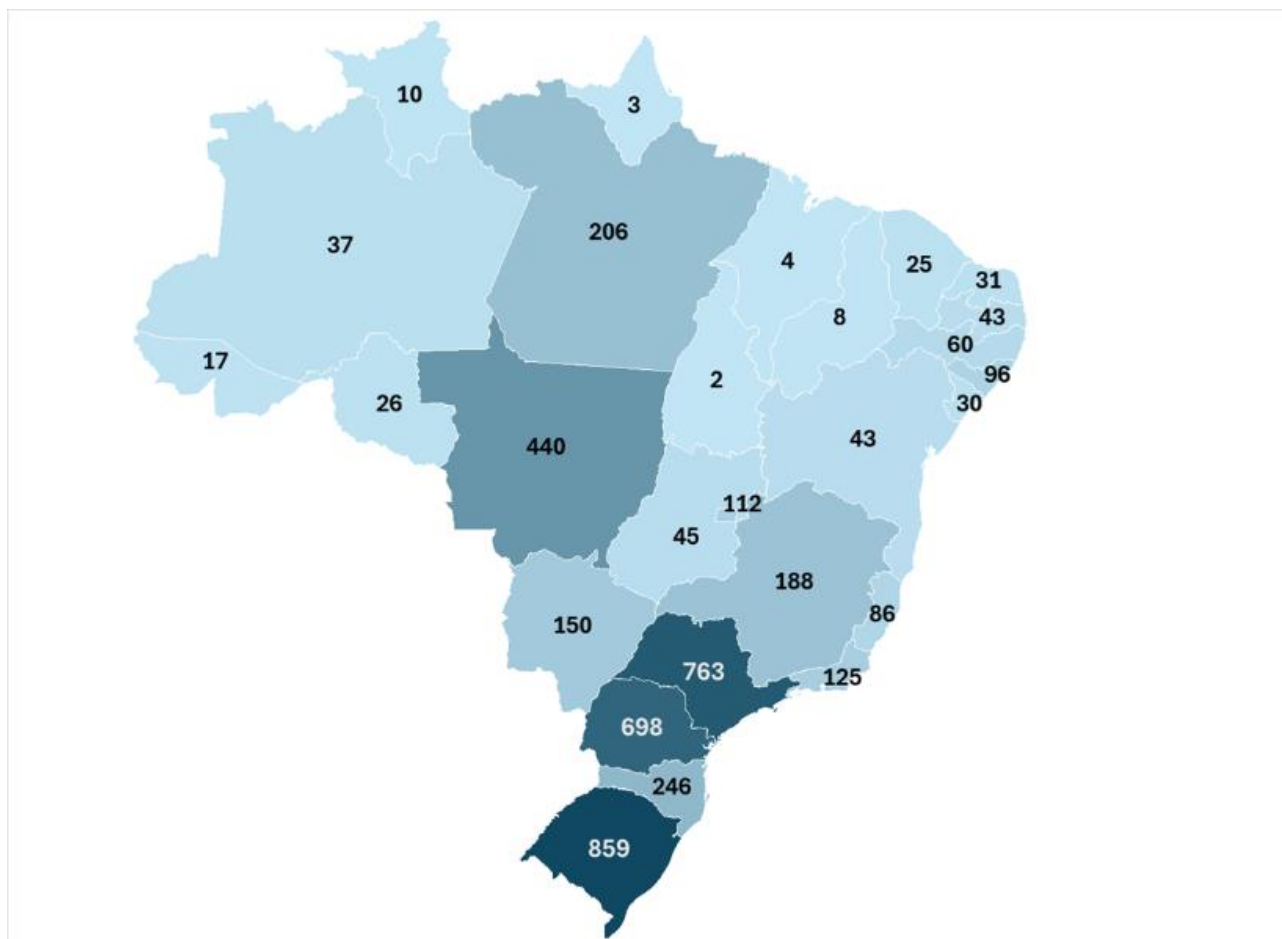


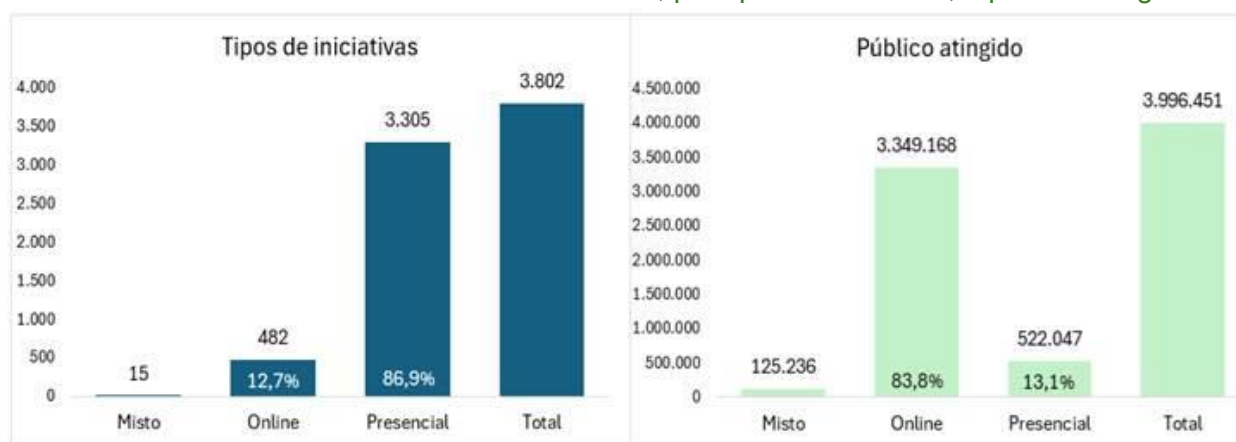
Figura 4. Participação dos estados por quantidade de iniciativas de alcance direto e indireto na 13ª Semana ENEF



3.3. Análise das iniciativas de alcance direto na 13ª Semana ENEF

Em relação ao alcance direto na 13ª Semana ENEF, das 3.802 iniciativas, tem-se que 86,9% delas foram do tipo presencial, sendo responsáveis pelo impacto direto sobre 522.047 participantes, o que equivale a 13,1% do total do impacto (sobre o universo de 3.996.451 participantes impactados). A maior parcela do público atingido por iniciativas de alcance direto veio de atividades do tipo Online, com 3.349.168 participantes atingidos, o que representa 83,8% do total, conforme o Gráfico 5.

Gráfico 5. Alcance direto na 13ª Semana ENEF, por tipo de iniciativas, e público atingido

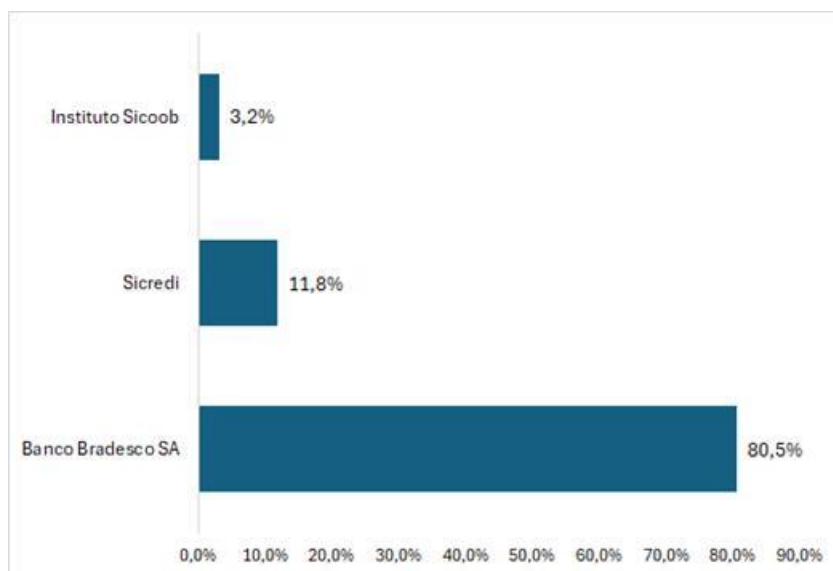


Três organizações foram responsáveis por 95,5% do total do alcance de público decorrente de iniciativas de alcance direto: Banco Bradesco SA, Sicredi e Instituto Sicoob, conforme ilustram a Tabela 3 e o Gráfico 6 a seguir. Ressalte-se que o Banco Bradesco foi responsável, individualmente, por 80,5% do público atingido pelas iniciativas de alcance direto.

Tabela 3. Dez maiores resultados efetivos de iniciativas de alcance direto, considerando o total de público atingido, por instituição

Organizações		Quantidade de pessoas atingidas por alcance direto	% do Total	% Acumulado
1	Banco Bradesco SA	3.216.358	80,5%	80,5%
2	Sicredi	472.187	11,8%	92,3%
3	Instituto Sicoob	126.351	3,2%	95,5%
4	Febraban - Federação Brasileira de Bancos	39.112	1,0%	96,4%
5	Cresol Confederação	38.250	1,0%	97,4%
6	Itaú Unibanco	20.227	0,5%	97,9%
7	Secretaria Municipal de Educação - Tabatinga-Amazonas	9.607	0,2%	98,1%
8	Banco Safra	9.206	0,2%	98,4%
9	Apoef - Ass. de Profis. Orientadores e Educadores em Finanças	7.171	0,2%	98,5%
10	Banco do Brasil SA	4.481	0,1%	98,7%
Todas as demais		53.501	1,3%	100,0%
Total		3.996.451	100,0%	--

Gráfico 6. Três maiores resultados efetivos de iniciativas de alcance direto, considerando o total de público atingido, por organização



As atividades de alcance direto que tiveram como foco o público de adultos foram as mais representativas na 13^a Semana ENEF, representando 50,1% do total das iniciativas diretas e 90,2% do público total atingido (público presencial e online).

Tabela 4. Público-alvo e alcance presencial, online e total das iniciativas de alcance direto

<i>Público alvo específico</i>	<i>Iniciativas diretas</i>	<i>% do total</i>	<i>Público presencial</i>	<i>Público online</i>	<i>Público total</i>	<i>% do total</i>
Geral/Adultos	1.903	50,1%	254.863	3.350.632	3.605.495	90,2%
Crianças e jovens	1.832	48,2%	374.232	1.716	375.948	9,4%
Idosos	12	0,3%	242	579	821	0,0%
Mulheres	10	0,3%	112	530	642	0,0%
Baixa renda	8	0,2%	1.657	50	1.707	0,0%
Endividados	5	0,1%	0	1.400	1.400	0,0%
Indígenas	3	0,1%	517	0	517	0,0%
Necessidades especiais	2	0,1%	26	0	26	0,0%
Vulneráveis	1	0,0%	72	0	72	0,0%
Outros	26	0,7%	894	8.929	9.823	0,2%
Subtotal			632.615	3.363.836		
Total	3.802	100,0%	3.996.451		3.996.451	100,0%

Obs: O público atingido pelas iniciativas de tipo misto foi distribuído proporcionalmente entre o público presencial e online, nessa tabela.

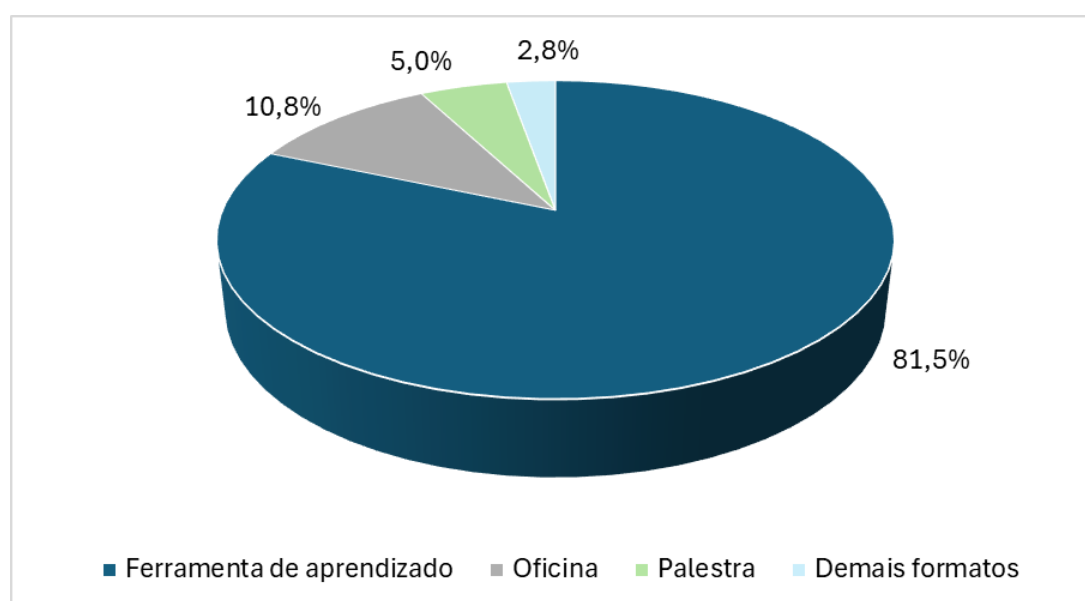
As ferramentas de aprendizado, oficinas e palestras foram os três principais formatos das iniciativas implementadas em 2026. Essas três modalidades, em conjunto, foram responsáveis pelo impacto sobre 97,2% do total do público de alcance direto, conforme a seguir.

Tabela 5. Formatos das iniciativas de alcance direto, público presencial, online e total alcançado

<i>Formatos das iniciativas diretas</i>	<i>Público Presencial</i>	<i>Público Online</i>	<i>Público Total</i>	<i>% do Total</i>
Ferramenta de aprendizado	20.772	3.235.252	3.256.024	81,5%
Oficina	412.950	17.364	430.314	10,8%
Palestra	165.819	33.041	198.860	5,0%
Curso	1.788	55.188	56.976	1,4%
Material de ensino	4.934	21.064	25.998	0,7%
Atendimento	18.135	3	18.138	0,5%
Jogo	3.135	916	4.051	0,1%
Peça de Teatro	2.473	0	2.473	0,1%
Seminário	1.662	653	2.315	0,1%
Quiz	657	355	1.012	0,0%
Concurso	290	0	290	0,0%
Total	632.615	3.363.836	3.996.451	100,0%

Obs: O público atingido pelas iniciativas de tipo misto foi distribuído proporcionalmente entre o público presencial e online, nessa tabela.

Gráfico 7. Principais formatos das iniciativas de alcance direto em percentual do total



Por fim, temos que os temas planejamento, previdência e educação financeira, em conjunto, representaram 80,2% do total em relação ao conjunto dos temas abordados na 13ª Semana ENEF nas iniciativas diretas.

Tabela 6. Total de iniciativas por temas abordados e percentual de composição das iniciativas diretas por temas

Tema	Iniciativas	% do Total
Planejamento	1.985	44,8%
Previdência	790	17,8%
Educação Financeira – Conceitos Gerais	777	17,5%
Consumo	411	9,3%
Investimento	155	3,5%
Crédito	104	2,3%
Empreendedorismo	74	1,7%
Poupança	59	1,3%
Cooperativismo	14	0,3%
Direitos e deveres do contribuinte	9	0,2%
Capitalização	8	0,2%
Seguros	8	0,2%
Direitos e deveres sobre produtos e serv. financeiros	7	0,2%
Outros	27	0,6%
Total	4.428	100,0%

Obs: É possível haver mais de um tema por iniciativa, em virtude disso o total de 3.802 iniciativas diretas diverge da quantidade das 4.428 iniciativas em função de seus temas (conforme a tabela).

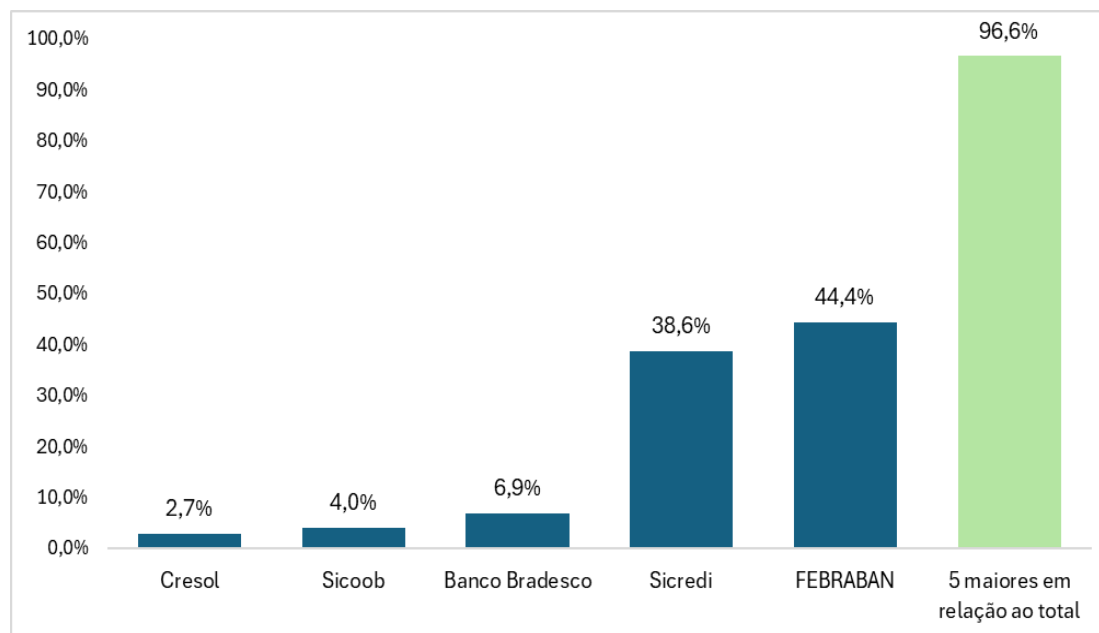
3.4. Análise das iniciativas de alcance indireto na 13ª Semana ENEF

Em relação às atividades de alcance indireto, as cinco instituições mais representativas foram responsáveis por 96,6% do total do alcance de público decorrente dessas iniciativas, sendo elas: FEBRABAN, Sicredi, Banco Bradesco, Sicoob e Cresol, como demonstram a Tabela 7 e o Gráfico 8.

Tabela 7. Dez maiores resultados efetivos de iniciativas de alcance indireto, considerando o total de público atingido

Organização	Quantidade de pessoas atingidas por alcance indireto	% do total	% do total acumulado
1 FEBRABAN - Federação Brasileira de Bancos	51.043.814	44,4%	44,4%
2 Sicredi	44.453.961	38,6%	83,0%
3 Banco Bradesco SA	7.889.356	6,9%	89,9%
4 Instituto Sicoob	4.584.475	4,0%	93,9%
5 Cresol Confederação	3.132.998	2,7%	96,6%
6 Banco Votorantim S.A	1.623.282	1,4%	98,0%
7 Fundação Vale do Rio Doce de Seguridade Social - Valia	1.147.368	1,0%	99,0%
8 Sistema Ailos	645.839	0,6%	99,5%
9 INSS	155.293	0,1%	99,7%
10 Banco Central do Brasil	140.655	0,1%	99,8%
Subtotal	114.817.041	99,8%	99,9%
Outras	229.140	0,2%	100,1%
Total	115.046.181	100,0%	100,0%

Gráfico 8. Cinco maiores resultados efetivos de iniciativas de alcance indireto, considerando o total de público atingido, por instituição



As atividades de alcance indireto que tiveram como foco o público adulto (de maneira geral) foram as mais representativas, representando 69,5% do total das iniciativas indiretas e 87,5% do público total atingido.

Tabela 8. Público-alvo e alcance total das iniciativas de alcance indireto

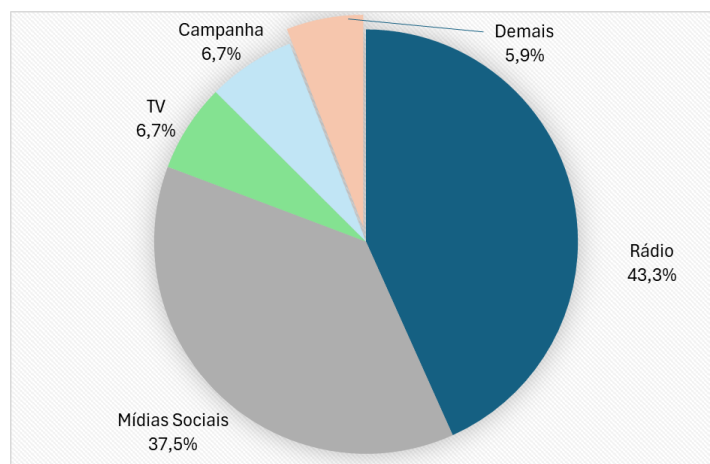
<i>Público alvo específico</i>	<i>Iniciativas indiretas</i>	<i>% do total</i>	<i>Público total</i>	<i>% do total</i>
Geral/Adultos	439	69,5%	100.621.583	87,5%
Crianças e jovens	130	20,6%	735.075	0,6%
Baixa renda	1	0,2%	77	0,0%
Endividados	6	0,9%	65.138	0,1%
Mulheres	6	0,9%	5.877.953	5,1%
Idosos	3	0,5%	334	0,0%
Outros	47	7,4%	7.746.021	6,7%
Total	632	100,0%	115.046.181	100,0%

Em relação às iniciativas de alcance indireto, as mídias sociais representaram 28,2% do total de ações implementadas, já o rádio foi o formato que teve o maior alcance, com um atingimento de 49.799.429 participantes, equivalente a 43,3% do total do alcance.

Tabela 9. Formatos das iniciativas indiretas: número de ações e alcance

<i>Formatos das iniciativas indiretas</i>	<i>Número de ações</i>	<i>% de ações</i>	<i>Alcance</i>	<i>% do alcance</i>
Mídias Sociais	178	28,2%	43.086.025	37,5%
Vídeo(s)	31	4,9%	927.456	0,8%
Rádio	26	4,1%	49.799.429	43,3%
Campanha	26	4,1%	7.677.009	6,7%
Mensagens por celular	19	3,0%	123.860	0,1%
TV	10	1,6%	7.726.780	6,7%
Outros	342	54,1%	5.705.622	5,0%
Total	632	100,0%	115.046.181	100,0%

Gráfico 9. Principais formatos das iniciativas de alcance indireto em percentual do total do alcance



Por fim, observa-se que os temas planejamento, educação financeira e previdência, em conjunto, representaram 71,9% do total em relação ao conjunto dos temas abordados na 13^a Semana ENEF, nas iniciativas de alcance indireto.

Tabela 10. Total de iniciativas por temas abordados e percentual de composição das iniciativas de alcance indireto, por temas

<i>Tema</i>	<i>Iniciativas</i>	<i>% do Total</i>
Planejamento	318	38,2%
Educação Financeira – Conceitos Gerais	170	20,4%
Previdência	111	13,3%
Consumo	92	11,0%
Investimento	37	4,4%
Crédito	26	3,1%
Cooperativismo	16	1,9%
Poupança	15	1,8%
Empreendedorismo	12	1,4%
Direitos e deveres do contribuinte	9	1,1%
Direitos e deveres sobre produtos e serv. financeiros	8	1,0%
Seguros	4	0,5%
Capitalização	1	0,1%
Outros	14	1,7%
Total	833	100,0%

Obs: É possível haver mais de um tema por iniciativa, em virtude disso o total de 632 iniciativas indiretas diverge da quantidade das 833 iniciativas em função de seus temas (conforme a tabela).

3.5. Iniciativas dos Membros do Fórum: um Recorte Ilustrativo

SUSEP

Webinar “Previdência em Transformação: desafios regulatórios e oportunidades para o futuro”, que reuniu servidores para discutir a evolução da previdência complementar no Brasil, o cenário atual do mercado supervisionado pela autarquia e as perspectivas para o desenvolvimento regulatório do setor.

CVM

Painel online “Securitização para pequenos investidores”, em parceria com a Escola de Educação Financeira da UFF. O evento abordou como a securitização afeta o pequeno investidor e que oportunidades e riscos geram para as micro e pequenas empresas.

Banco Central

Evento “Finanças, cidadania e bem-estar: os desafios das mulheres no Brasil”, com abertura feita pela Diretora de Cidadania e Supervisão de Conduta, Izabela Correa, e apresentação por Lívia Bastos Gratz de estudo sobre gênero, raça e crédito no Brasil.

Durante a Semana ENEF, foi lançada a versão reformulada do Portal Cidadania Financeira, onde é possível encontrar todas as iniciativas de educação financeira do BACEN e há links para o programa Aprender Valor e para o site da Semana ENEF, além de vídeos, cursos gratuitos, pesquisas e orientações financeiras para cada fase da vida.

Senacon

A Secretaria Nacional do Consumidor abriu inscrições para cursos durante a semana ENEF: “Educação Financeira em Cena” e “Consumo de Crédito, Prevenção e Tratamento do Superendividamento”.

Ministério da Previdência Social

Projeto Poupadores do Futuro, iniciativa criada e coordenada pelo MPS e realizada por entidades parceiras durante a Semana ENEF. As ações levam educação financeira e previdenciária, de forma gratuita, presencial e lúdica, a instituições de ensino públicas e privadas do país. O Projeto mobilizou entidades do sistema previdenciário, como os Regimes Próprios de Previdência Social (RPPS), as Entidades Fechadas de Previdência Complementar (EFPC) e Gerências-Executivas do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), que realizaram ações educacionais e compartilharam com crianças e jovens conhecimentos sobre planejamento financeiro, poupança e preparação para o futuro, fortalecendo a cultura de educação financeira e previdenciária entre as novas gerações. Durante a Semana ENEF de 2026, as ações educacionais realizadas pelos parceiros do Projeto Poupadores do Futuro alcançaram mais de 90 cidades de 20 Estados e do Distrito Federal, 199 instituições de ensino públicas e privadas e 24,5 mil alunos.

Tesouro Nacional

A Secretaria do Tesouro Nacional realizou três transmissões ao vivo no YouTube. Uma delas contou com a participação do secretário Daniel Leal e da influenciadora Nathalia Arcuri para apresentar o novo título Tesouro Reserva e destacar o papel desse título no fortalecimento da democratização do acesso aos investimentos e da cidadania financeira. As outras duas lives abordaram os temas da OLITEF 2026, enfatizando a importância da educação financeira desde a escola para a longevidade financeira, e do planejamento financeiro de longo prazo, com apresentação do programa RendA+.

4. Para Além da Semana

Além das iniciativas especialmente desenvolvidas para a Semana Nacional de Educação Financeira, o período também foi marcado por debates e discussões sobre temas estratégicos relacionados à promoção da educação financeira no país. Ao longo da programação, foram apresentados projetos, programas e ações que transcendem o momento de mobilização da Semana ENEF, refletindo esforços permanentes e estruturados voltados à disseminação da educação financeira, fiscal, previdenciária e securitária na sociedade. Essas iniciativas evidenciam o compromisso contínuo das instituições participantes com a formação de cidadãos mais conscientes, preparados para a tomada de decisões financeiras responsáveis e capazes de exercer plenamente sua cidadania financeira. Alguns desses projetos e programas são destacados a seguir.

4.1. Programa Aprender Valor – Banco Central

É um programa gratuito do Banco Central que ajuda professores, escolas e redes de ensino a levarem educação financeira a estudantes do ensino fundamental de todo o país. Qualquer pessoa pode ter acesso ao programa, bastando acessar a plataforma usando uma conta Gov.br, nível prata ou ouro.

O **Aprender Valor** é a plataforma oficial do **Na Ponta do Lápis**, iniciativa do Ministério da Educação (MEC) para promover a educação financeira, fiscal, previdenciária e securitária na educação básica.

O Programa Aprender Valor vem se expandindo e no momento alcança 30 mil escolas, 71% dos municípios do Brasil e conta com a participação de 26 secretarias estaduais do país.

Estão disponíveis cursos para formação de professores e gestores e testes para medir o letramento financeiro dos estudantes com manual de orientação para os professores.

O Programa distribui anualmente prêmios em dinheiro e troféus, numa cerimônia que reconhece o engajamento de professores, coordenadores, escolas, secretarias municipais de educação e redes de ensino que se destacam na implementação da educação financeira. A iniciativa visa valorizar as práticas mais inspiradoras e os maiores índices de engajamento na implementação da educação financeira nas escolas públicas brasileiras.

4.2. Meu Futuro Seguro nas Redes Sociais – SUSEP

O **Meu Futuro Seguro** começou como um portal de Educação Financeira desenvolvido pela SUSEP, possuindo foco no consumidor e sendo uma ação setorial alinhada ao plano diretor da Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF.

Tem como missão promover a educação financeira para despertar a consciência da população quanto às suas decisões individuais e familiares relacionadas a seus recursos. Especificamente, visa difundir o conhecimento acerca da atuação da Susep e dos produtos

relacionados a seus mercados supervisionados, além de proporcionar uma maior aproximação com o público.

O portal visa reunir informações sobre seguros, previdência complementar aberta, capitalização, assim como educação financeira em geral, utilizando linguagem clara, direta, objetiva e acessível.

Com o intuito de se aproximar dos consumidores, a autarquia ampliou o programa **Meu Futuro Seguro** por meio de publicações no Instagram e no LinkedIn, além do site da Susep. A iniciativa integra o planejamento estratégico da instituição e apresenta, de forma simples e acessível, as principais características dos produtos supervisionados. Os resultados da ação nas redes sociais têm sido animadores: foram 62 publicações com mais de 265 mil visualizações/impressões feitas em 2026 até abril de 2026.

4.3. Educação Financeira para População Indígena – CVM

Em 2024, a CVM e o Banco de Desenvolvimento da América Latina e Caribe firmaram acordo de cooperação técnica que contempla populações indígenas do Brasil, com o objetivo de desenvolver metodologia inclusiva para educação financeira e alfabetização digital das populações indígenas do Brasil com base no material didático e implementação de projeto-piloto com a comunidade Jaraki, na Vila do Lago de Praia, no Estado do Pará.

4.4. Olimpíada do Tesouro Direto de Educação Financeira (OLITEF) – Tesouro Nacional

A OLITEF, iniciativa gratuita da Secretaria do Tesouro Nacional (STN) em parceria com a B3, com apoio do Ministério da Educação (MEC), é voltada a estudantes do 6º ano do Ensino Fundamental ao 3º ano do Ensino Médio, incluindo a Educação de Jovens e Adultos (EJA). A Olimpíada busca desenvolver competências relacionadas ao planejamento financeiro, à poupança, aos investimentos e à tomada de decisões financeiras conscientes. Além das provas aplicadas aos estudantes, a iniciativa disponibiliza materiais educacionais, simulados e oportunidades de formação para professores, contribuindo para a incorporação da educação financeira no ambiente escolar.

Na edição de 2025, a OLITEF contou com a participação de 1.755.186 estudantes e 13.047 escolas de todo o país, reconhecendo 63.178 estudantes medalhistas e consolidando-se como uma das maiores iniciativas de educação financeira voltadas ao público escolar brasileiro. Na mesma edição, foram distribuídos mais de R\$ 7,7 milhões em kits educacionais para escolas e em títulos do Tesouro Direto para professores e diretores.

Em 2026, a Olimpíada realiza sua terceira edição, ainda em andamento, com a expectativa de alcançar ainda mais estudantes, reforçando seu papel como iniciativa de alcance nacional voltada à promoção da educação financeira entre crianças e jovens.

5. Considerações finais

O caminho do desenvolvimento econômico brasileiro no médio e longo prazo passa também pelo fortalecimento e institucionalização na sociedade dos conceitos e da devida compreensão a respeito da educação financeira.

A educação financeira é fundamental para aumentar a capacidade de poupança familiar, o que garantirá melhor qualidade de vida para as pessoas, mais previsibilidade temporal de longo prazo e maior capacidade estrutural de investimento.

A 13ª Semana ENEF buscou consolidar iniciativas e disseminar os conceitos da educação financeira para a sociedade. Além de iniciativas direcionadas tradicionalmente para pessoas adultas e profissionais em atividade laboral, as atividades também foram direcionadas à inclusão digital, à educação financeira para pessoas idosas e ao empoderamento de jovens, mulheres e pessoas com deficiência.

A semana trouxe debates sobre temas como consumo consciente, orçamento pessoal, planejamento e organização financeira, prevenção contra golpes e fraudes financeiras, empreendedorismo, investimentos, economia, finanças comportamentais e sustentabilidade financeira, além da apresentação e democratização sobre boas práticas e melhores experiências em relação ao tema. No entanto, a baixa representatividade de iniciativas nas regiões Norte e Nordeste do país requer uma atenção específica no planejamento de ações futuras.

Em resumo, as ações e atividades da 13ª Semana ENEF demonstraram a importância social de discutir, apresentar soluções e boas práticas e disseminar conteúdos ligados à área da educação financeira. O objetivo final é melhorar a qualidade de vida das pessoas e o ambiente econômico e social do Brasil, através do fortalecimento da cultura da educação sobre finanças.