

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

sob a ótica dos

SUPERVISORES e REGULADORES de SEGUROS



EDUCAÇÃO FINANCEIRA

O processo pelo qual o **consumidor / investidor** aprimora seu entendimento sobre produtos e conceitos financeiros, por meio de informação, instrução e/ou conselhos objetivos, **desenvolvendo as habilidades** e a confiança para **perceber os riscos** financeiros e as oportunidades, **tomando decisões embasadas**, sabendo onde procurar ajuda, assim como outras medidas eficientes para **melhorar seu bem-estar financeiro e proteção** – OECD (2005)



EDUCAÇÃO
FINANCEIRA
É UM PROBLEMA
DE TODOS?



“

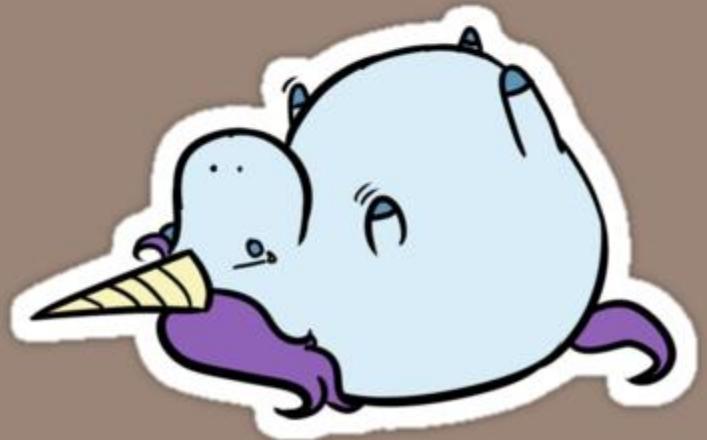
O problema é que isso aqui é
Brasil né? Vai ver se em país de
primeiro mundo é assim!

”

“

Isso aí é problema da baixa renda
ou de gente sem escolaridade

”



EDUCAÇÃO FINANCEIRA

em 4 perguntas

FINANCIAL
LITERACY
Around the
World 2014

World Bank Development

The George Washington University School of Business

Standard & Poor's

1. Diversificação de risco

É melhor investir o seu dinheiro em um só negócio ou investir em vários negócios?

2. Inflação

Suponha que daqui a 10 anos o seu salário vai dobrar e os preços das coisas também: você poderá comprar menos, mais ou será a mesma coisa?

3. Porcentagem

Você pegou R\$ 100 emprestado.
Qual o valor mais baixo que você
pode pagar de volta: (R\$ 105) ou
(R\$ 100 + 3%)?

4. Juros compostos

Você tem 100 reais no banco. O banco adiciona 10% ao ano a sua conta. Após 5 anos, você terá mais do que R\$ 150, menos do que R\$ 150, ou exatamente R\$ 150?

Quando alguém respondia **pelo menos 3 das 4 perguntas corretamente** ela era considerada financeiramente educada (ou seja, é pior do que parece).

Apenas 33% dos adultos no mundo todo conseguiram acertar pelo menos 3 questões.

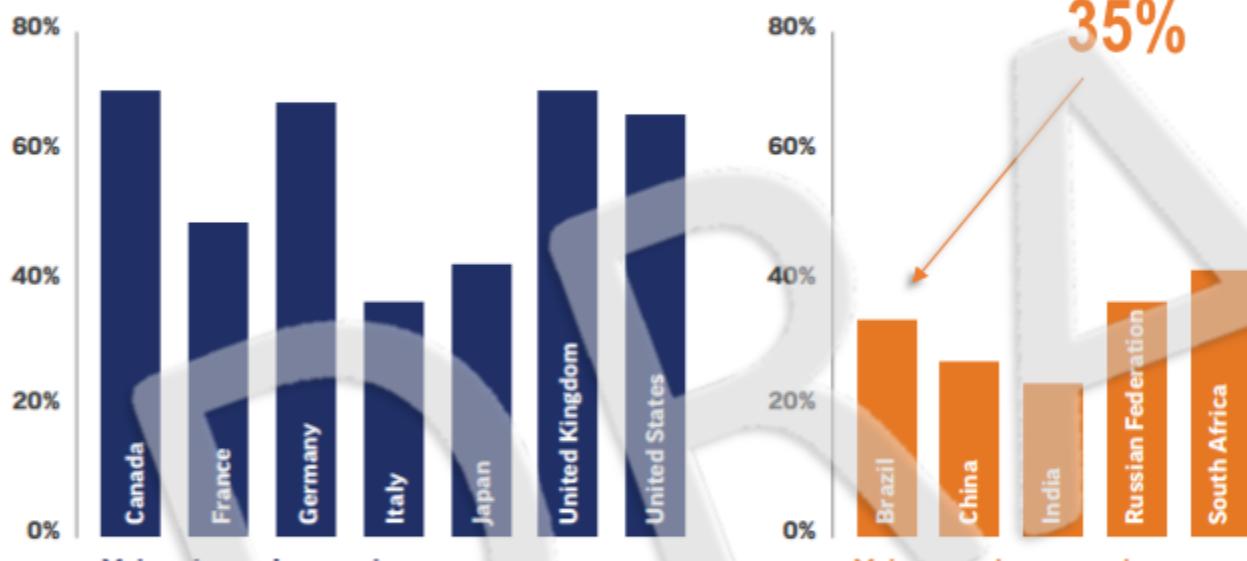
Brasil ocupa a 67^a posição
(entre 143 países)

MAP 1: GLOBAL VARIATIONS IN FINANCIAL LITERACY
(% OF ADULTS WHO ARE FINANCIALLY LITERATE)



Source: S&P Global FinLit Survey 2014

FIGURE 1: WIDE VARIATION IN FINANCIAL LITERACY AROUND THE WORLD
(% OF ADULTS WHO ARE FINANCIALLY LITERATE)



“ (...) analfabetismo financeiro é generalizado,
até quando os mercados financeiros são bem desenvolvidos, como na Alemanha, Holanda, Suécia, Itália, Japão e Nova Zelândia, ou quando eles estão mudando rapidamente, como na Rússia. (...) [não é] específico de nenhum país ou de nenhum estágio econômico de desenvolvimento.



Annamaria Lusardi &
Olivia Mitchell (2011)

“

O problema é que isso aqui é
Brasil né? Vai ver se em país de
primeiro mundo é assim

”

“

Isso aí é problema da baixa renda
ou de gente sem escolaridade

”



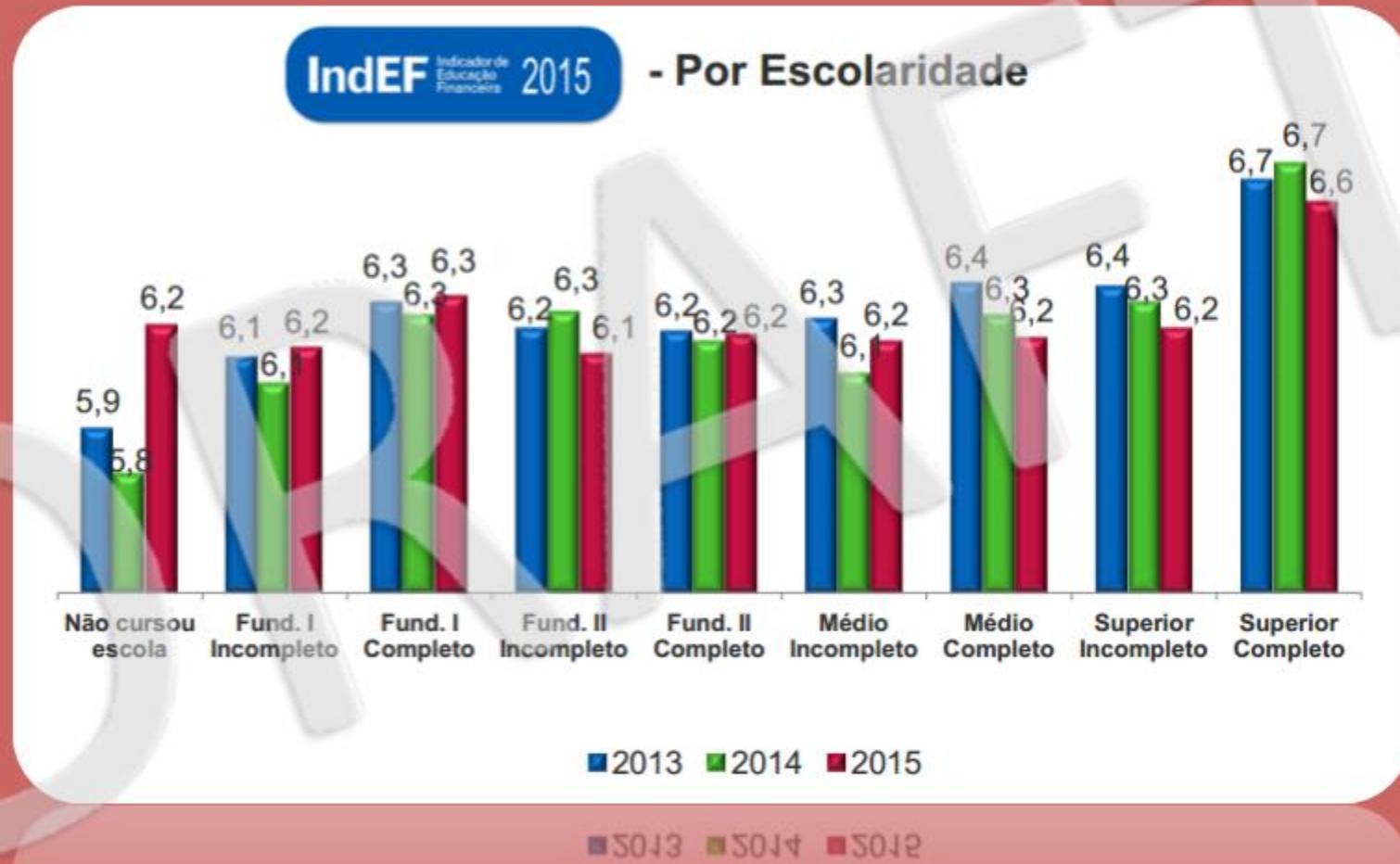
INDICADOR de EDUCAÇÃO FINANCEIRA (IndEF)*



O indicador é formado por 3 subíndices: **Conhecimento** (entendimento de conceitos)
Atitude (relação pessoal com o dinheiro)
Comportamento (ações financeiras)

Não
curso a
escola
6,2

Ensino
Superior
Completo
6,6



Da classe D/E pra classe A/B

temos um aumento de 1,7 na

nota de **conhecimento**.

Mas e as dimensões de **Atitude**
e Comportamento?

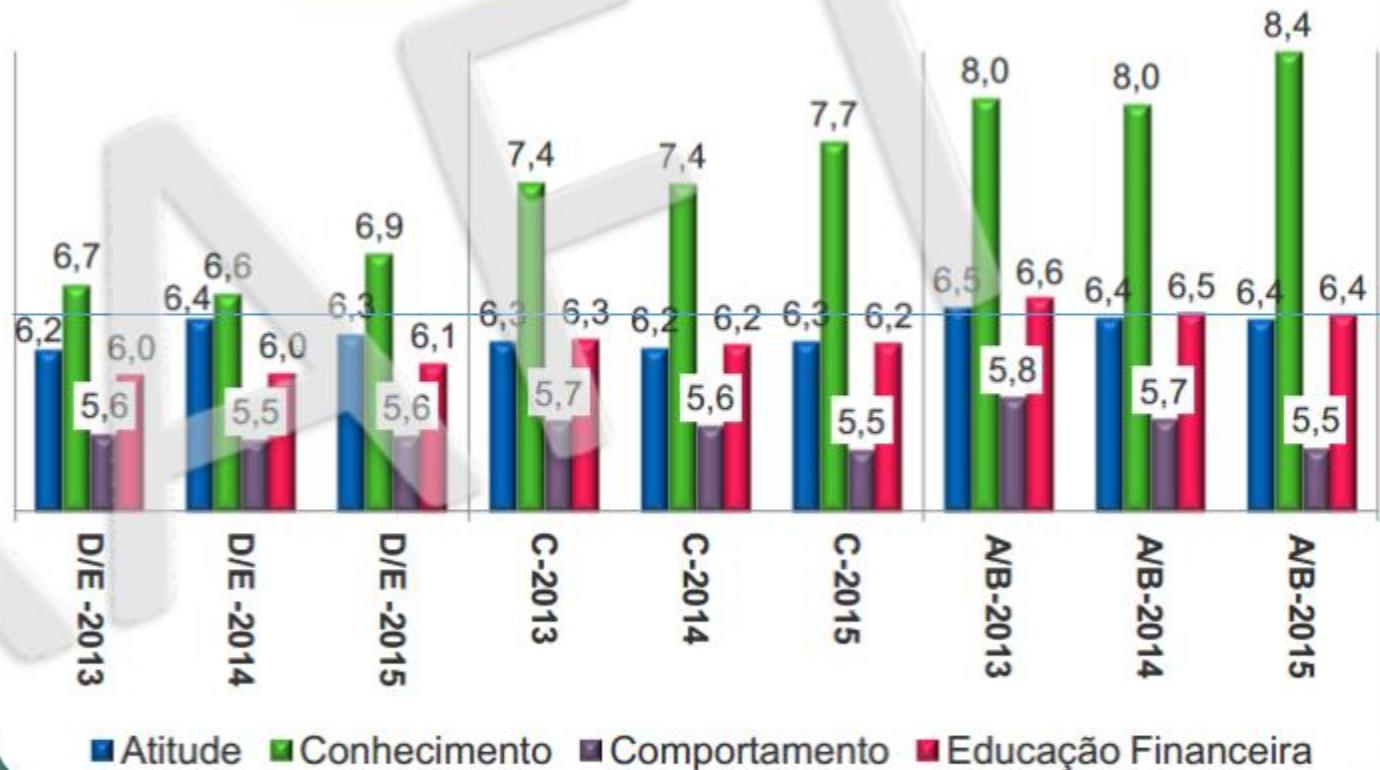
Quase a **mesma coisa**

independente da classe social.

IndEF
Indicador de
Educação
Financeira

2015

- Por Classe Social



MOMENTO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA



financial literacy

- ✓ Conhecimento de base
- ✓ População em geral
- ✓ Consciência da existência de serviços financeiros



financial capability

- ✓ Mudança de atitude e comportamento
- ✓ Segmentação de público
- ✓ Ação e tomada de decisão

MOMENTO DA
EDUCAÇÃO FINANCEIRA

O QUE IMPEDE O **CONHECIMENTO** DE VIRAR **COMPORTAMENTO?**



financial
literacy

- ✓ Conhecimento de base
- ✓ População em geral
- ✓ Consciência da existência de serviços financeiros

financial
capability

- ✓ Mudança de atitude e comportamento
- ✓ Segmentação de público
- ✓ Ação e tomada de decisão

DRAFT

CASO
AUSTRALIA



Fatores Psicológicos

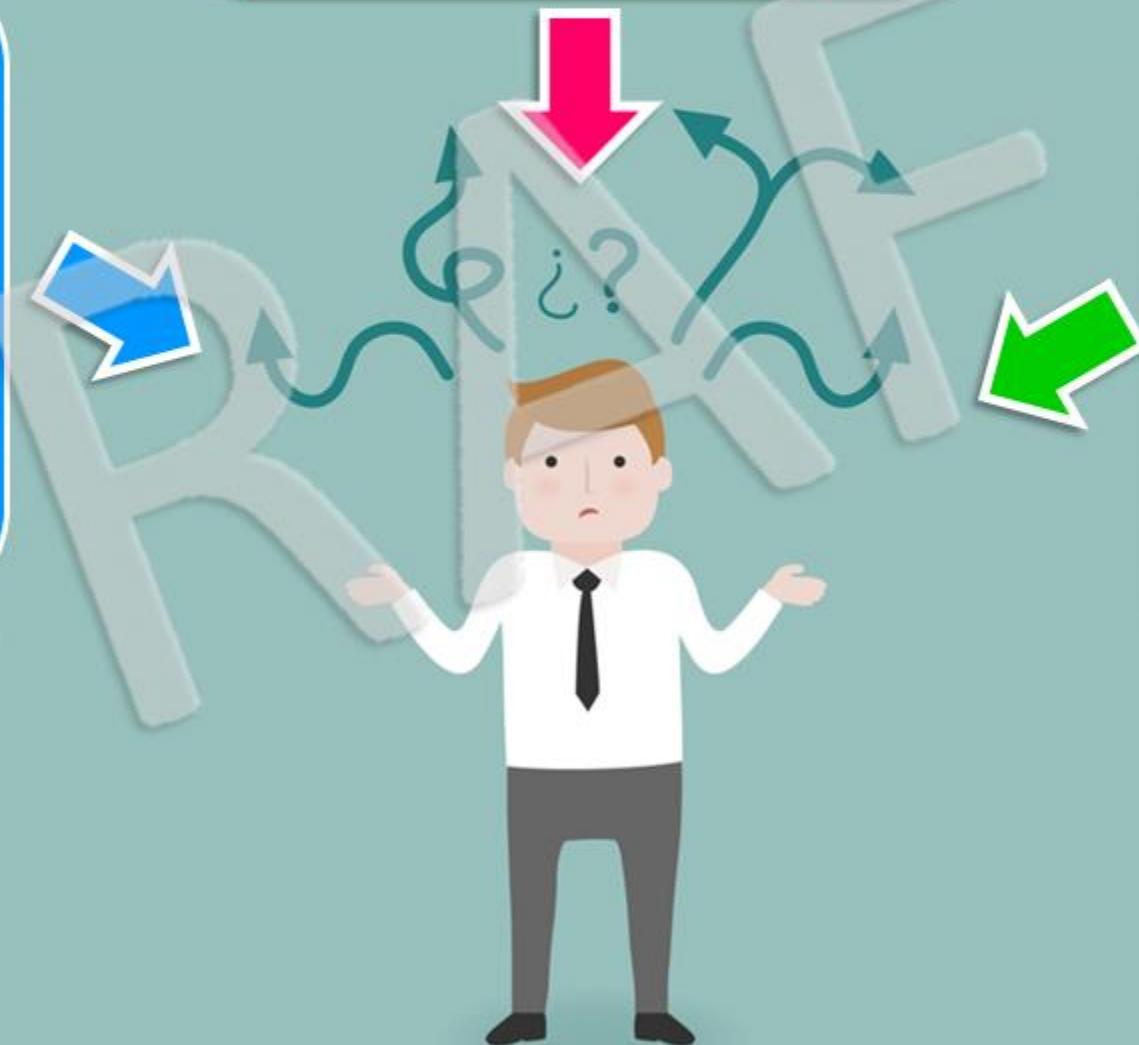
(vieses cognitivos, heurísticas)

Fatores Pessoais

(atitudes, emoções, motivações, conhecimento, habilidades, experiência de vida e disponibilidade de tempo)

Ambiente Externo

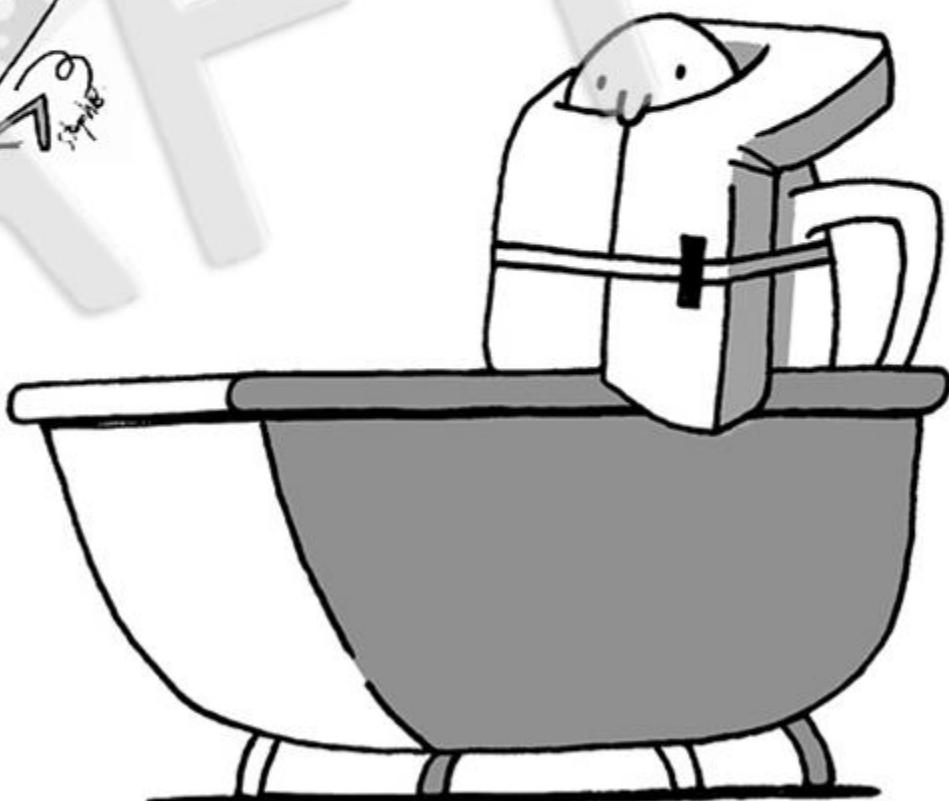
(contexto social, cultural, econômico, regulatório, produtos e serviços disponíveis/acessíveis)

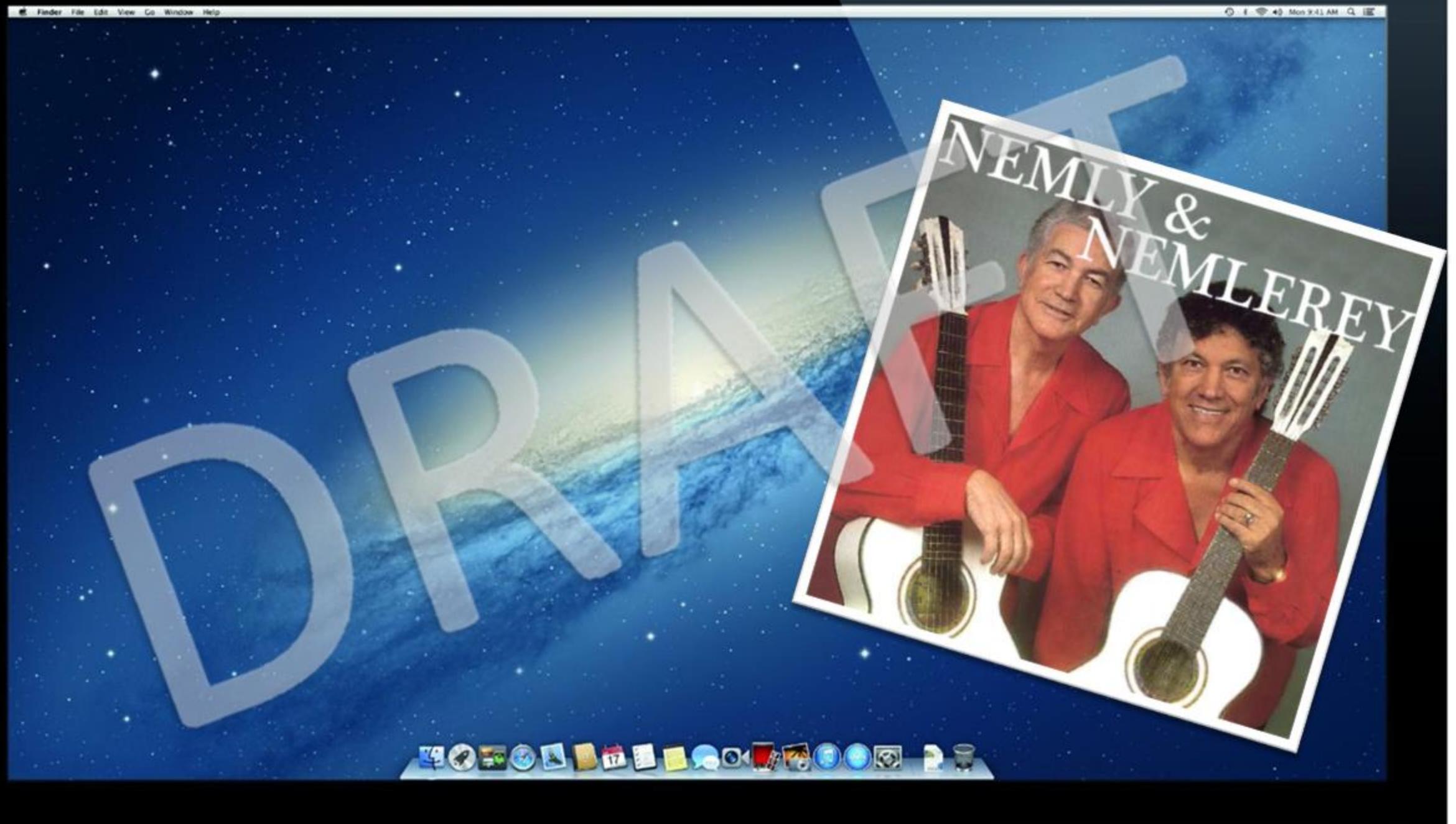


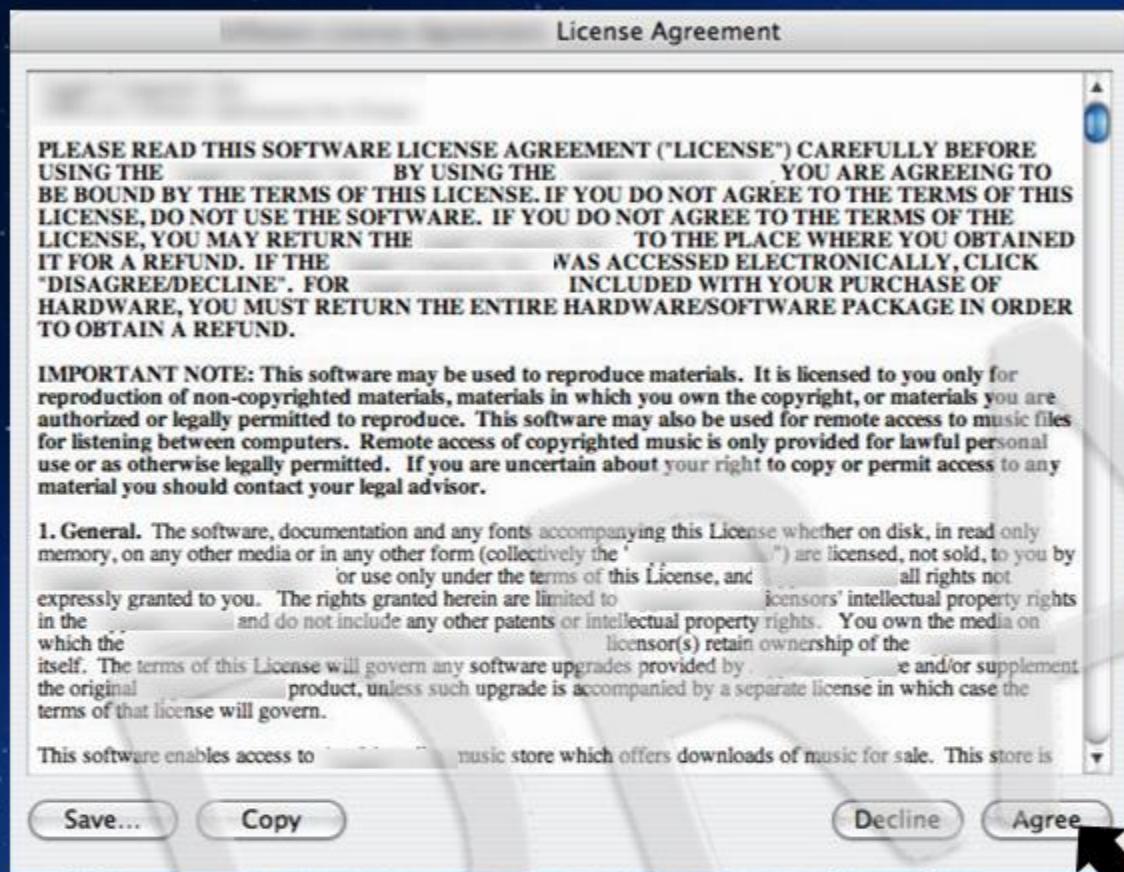


Medo da matemática

Aversão ao risco







Quem nunca?



Falta de renda discricionária

Acesso a serviços financeiros

medo

insegurança

Muito jovem

Orientação p/ o presente

Falta de Prática

Tempo escasso

Muito velho

Orientação p/ o futuro

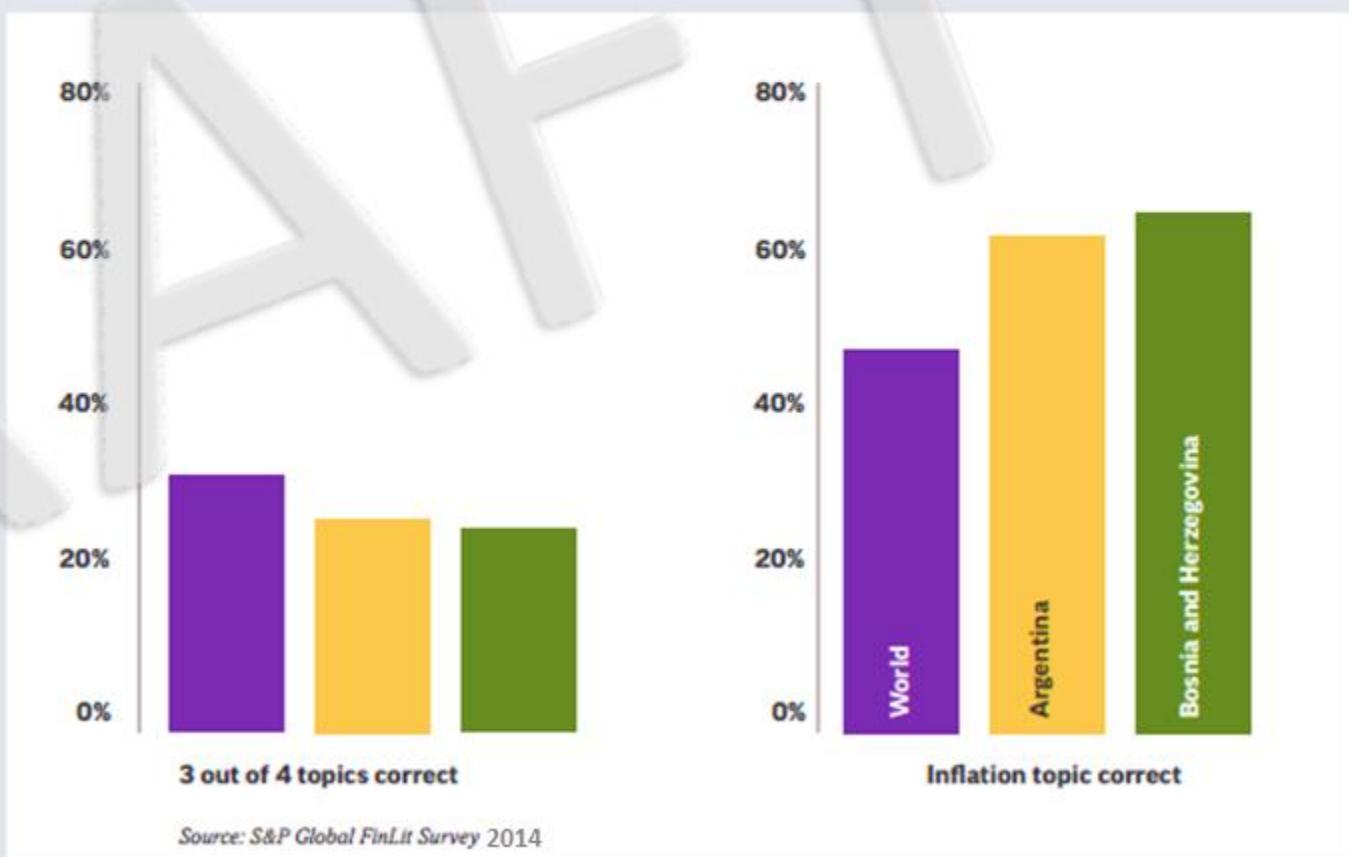
The slide features a large black circle on the left side containing the text "Falta de Prática" and "Tempo escasso". A large black arrow points from the top right towards the center of the circle. To the right of the circle, there are two columns of text: one column for "Muito jovem" and one for "Muito velho". Each column contains three items: "Falta de renda discricionária", "Acesso a serviços financeiros", and either "medo" or "insegurança".

Países que sofreram com a inflação, por exemplo, **acertaram mais** a pergunta sobre o tema.

Tudo isso **impacta** no **comportamento financeiro** das pessoas.

BOX 3: MEMORIES OF INFLATION

FIGURE 4: UNDERSTANDING OF INFLATION HIGHER IN COUNTRIES WITH RECENT HISTORY OF INFLATION
(% OF ADULTS WITH CORRECT ANSWERS)



Contexto/Histórico Social



“Os consumidores brasileiros registram em

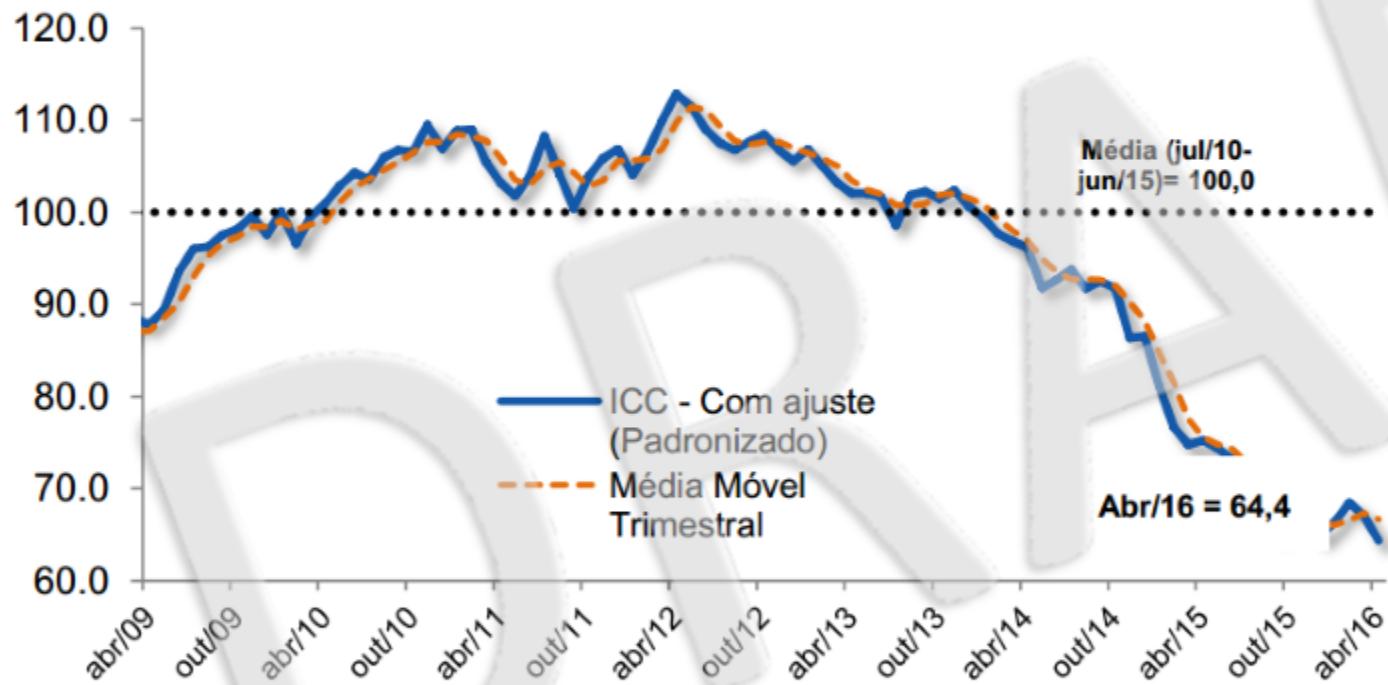
abril de 2016 o menor nível histórico de confiança.

*sob influência da extrema insatisfação com o momento presente e do **pessimismo** em relação à situação financeira das famílias. O resultado decorre de um **cenário econômico e político** que parece **difícil** de ser resolvido rapidamente.”*

Viviane Seda Bittencourt

Coordenadora da Sondagem do Consumidor
Fundação Getúlio Vargas 2016

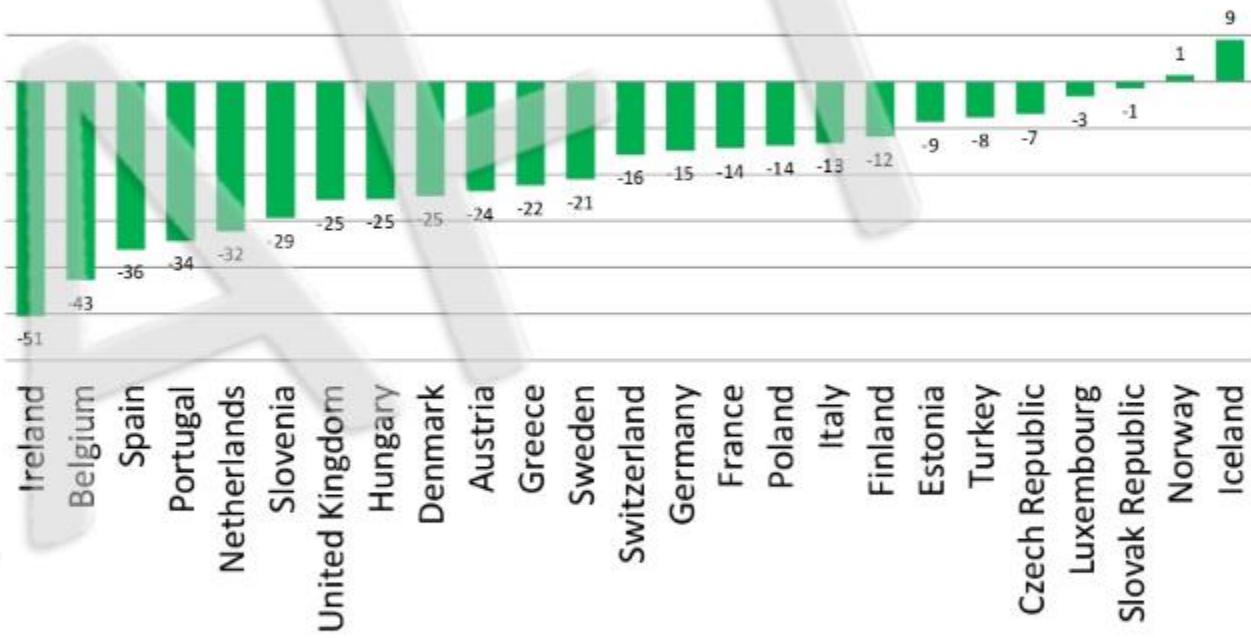
Índice de Confiança do Consumidor (dessazonalizado)



Em diversos países no mundo
existe uma **crescente**
queda de confiança
nas **instituições**
financeiras.

Decreasing confidence in financial institutions

Percentage points change between 2007 and 2012



Source: OECD Society at a Glance 2014

A crise de 2008 agravou ainda mais a questão da **confiança**, mas não só isso...



... Percebeu-se que a **educação financeira** é realmente um problema de todos.

ESTRATÉGIAS NACIONAIS DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Em **2011** eram apenas **26 países** que desenvolveram/implementando uma EN. Em **menos de 3 anos esse número cresceu 200%: em 2015, 59 países** em 4 diferentes estágios de desenvolvimento.

Status of the national strategy	Number	Countries and territories
A NS IS BEING REVISED OR A SECOND NS IS BEING IMPLEMENTED	11	Australia; Czech Republic; Japan; Malaysia; Netherlands; New Zealand; Singapore; Slovak Republic; Spain; United Kingdom; United States
A (FIRST) NS IS BEING IMPLEMENTED	23	Armenia; Belgium; Brazil; Canada; Croatia; Denmark; Estonia; Ghana; Hong Kong, China; India; Indonesia; Ireland; Israel; Korea; Latvia; Morocco; Nigeria; Portugal; Russian Federation ³ ; Slovenia; South Africa; Sweden; Turkey
A NS IS BEING ACTIVELY DESIGNED	25	Argentina; Chile; China (People's Republic of); Colombia; Costa Rica; El Salvador; France; Guatemala; Kenya; Kyrgyzstan; Lebanon; Malawi; Mexico; Pakistan; Paraguay; Peru; Poland; Romania; Saudi Arabia; Serbia; Tanzania; Thailand; Uganda; Uruguay; Zambia
A NS IS BEING PLANNED	5	Austria; Former Yugoslav Republic of Macedonia (FYROM); Philippines; Ukraine; Zimbabwe

A maioria dos países constroem seus **projetos com uma duração de 5 anos.**

MOMENTO DO GOVERNO NA EDUCAÇÃO FINANCEIRA



proteção do consumidor

- x Visão limitada e de curto-prazo
- x Muito esforço do governo para proteger o consumidor

RAF



empoderamento do consumidor

- ✓ Bom para o desenvolvimento econômico e social
- ✓ Consumidor empoderado e autônomo
- ✓ Ex. Inglaterra - agir no interesse do consumidor e não em proteção

O uso de serviços e **produtos financeiros** é um **condutor para o crescimento** econômico, pois auxilia na **redução da pobreza**, progresso social e desenvolvimento sustentável. É considerado que um **aumento de 10% ao acesso** a produtos/serviços financeiros reflete em uma **redução de 0,6 pontos no coeficiente de desigualdade de Gini** (Honohan, 2007), e que um **aumento de 10% em crédito privado reduz a pobreza em** aproximadamente **3%** (Clarke, Xu e Zou, 2003; Honohan, 2007).

Russia Financial Literacy & Education Trust Fund (2013)





AUSTRÁLIA: inclusão, engajamento, diversidade, conhecimento e empoderamento, aprimoramento de resultados, parcerias, segmentação e mensuração.



CANADÁ: auto-confiança, responsabilidade individual e compartilhada, liderança, constante aprendizado e decisões embasadas.



COLOMBIA: entendimento de fatores **macroeconômicos** que afetam a vida dos indivíduos, valores e responsabilidades que permitem que o cidadão participe ativamente nos processos democráticos do país.



REPÚBLICA CHECA: prevenção do **endividamento**, o **planejamento da aposentadoria** e a ativa e responsável participação no mercado financeiro.



NOVA ZELÂNDIA: 4 pilares – desenvolvimento da qualidade, aumento do alcance, compartilhamento de boas práticas e parcerias.

PRIORITY



PORTUGAL: 5 objetivos – melhoria do conhecimento e atitudes financeiras, inclusão financeira, desenvolvimento de hábitos de poupança e criação de hábitos financeiros preventivos e, uso responsável de crédito.



ESTADOS UNIDOS: 4 objetivos – aumento do acesso e consciência de uma educação financeira eficiente, determinação e integração das competências financeiras essenciais, melhoria da infraestrutura da educação financeira e, por fim, identificar, aprimorar e compartilhar práticas eficientes.



EL SALVADOR: ensinar não só apenas sobre os **benefícios** de produtos e serviços financeiros, mas como também sobre os **custos e riscos** envolvidos nos mesmos.

Contudo, **para se construir esses objetivos gerais** que guiarão a Estratégia Nacional de Educação Financeira, e seus consequentes programas/iniciativas, é preciso antes realizar uma **avaliação das necessidades do país**. Com isso, é possível determinar os **públicos** a serem endereçados, suas **vulnerabilidades** e **lacunas de conhecimento**, assim como quais os melhores **métodos e instituições** para atuar sobre os temas encontrados.

Russia Financial Literacy & Education Trust Fund (2013a) encontrou que as **metodologias preferidas** são: **questionários** nacionais (80%), coleta de **exemplos de outros países** (67%) e **reclamações de consumidores** (52%).



Descobriu-se que existem **3 formas** diferentes de **classificar os públicos-alvos**:

a) População em geral

b) Segmentos **socio-demográficos**

c) Ciclo/**eventos de vida**
(nem todos precisam saber de tudo)



Dos 35 países pesquisados, pouco **mais da metade (52%) abordam a população em geral e 18%** dos países afirmaram fazer programas voltados para **segmentos específicos**.

SEGMENTOS ESPECIAIS

Grupos que tem recebido atenção especial (em ordem decrescente de importância):

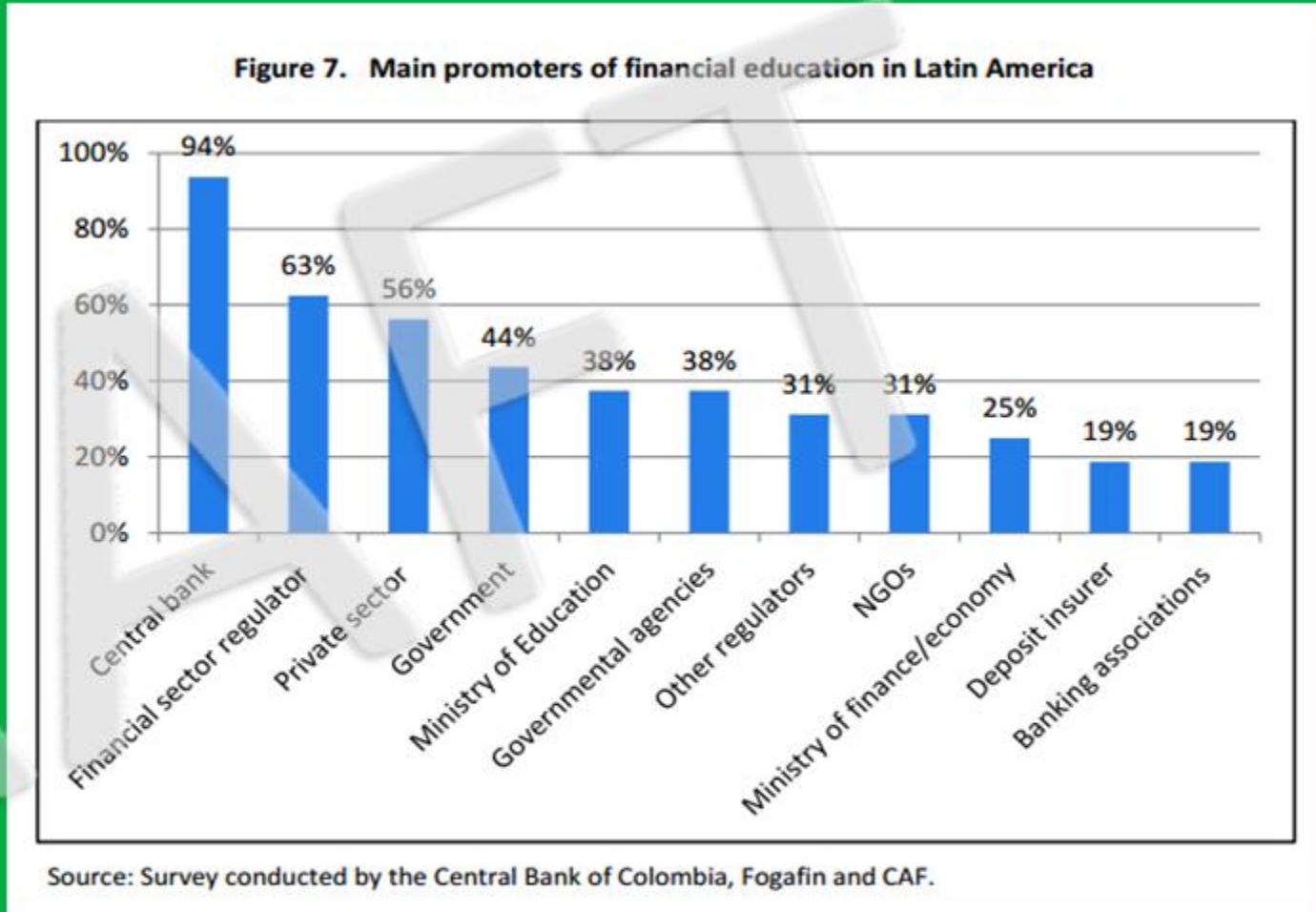
1. Jovens (>50% dos países apontaram este como mais importante)
2. Mulheres
3. População de baixa renda
4. Idosos
5. Micro, pequenas e médias empresas
6. Imigrantes
7. População em áreas rurais (poucos países citaram essa opção)



Na maioria das EN os países tem **dividido essa responsabilidade com outros stakeholders** (geralmente sob a **liderança do governo**)



Nos **países latino-americanos** o setor público é o principal responsável pelo fomento da educação financeira. De todos os setores da esfera pública, a figura do **Banco Central** aparece como principal agente nessa temática, com **94% de participação** entre os países pesquisados.



MOMENTO DO SETOR PRIVADO NA EDUCAÇÃO FINANCEIRA



**orientação p/
produto**

- X Visão míope de vender um produto e não uma solução para uma necessidade
- X Atende a empresa e não o consumidor



**orientação p/
consumidor**

- ✓ Soluções customizadas
- ✓ Comunicação que atinge
- ✓ Ex. Cooperativas de caminhoneiros substituindo seguradoras

códigos de conduta

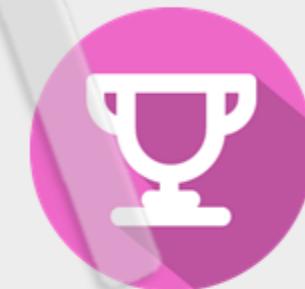
Conforme a **participação** do **setor privado cresce** dentro das estratégias nacionais, **cresce** também a atenção dada à **necessidade** de se **desenvolver códigos de conduta**. Grande parte dos códigos existentes tem a intenção de serem aplicados de forma voluntária, sendo **punições**, para o cumprimento das regras, **exceções**.

MOMENTO DO ÓRGÃO REGULADOR NA EDUCAÇÃO FINANCEIRA



**hard law
punição**

- X Mais cômodo pagar uma multa do que mudar de comportamento
- X Nem sempre produz os efeitos desejados
- X Punição em excesso é desestimulante



**soft law
recompensa**

- ✓ Reforço das regras por comportamento positivo
- ✓ Recompensar com algo que é relevante para as empresas

exemplo prático

"Aliviada", diz Luana Piovani após vencer processo contra o "Pânico"

COMENTE

Felipe Abílio
Do UOL, em São Paulo 10/12/2014 10h12



Guilherme
Dearo, de
EXAME.com

São Paulo - A justiça mandou o programa de humor **Pânico na Band** retirar do ar o seu quadro "Minions em Fúria".

A notícia foi dada pelo colunista Anselmo Gois, do jornal O Globo.

"A maior pilha de processos é do Pânico na TV! No ar desde 2003, o programa lidera o ranking de processos da emissora"

Fonte: Conjur

'Pânico' deixa herança de processos para a RedeTV!

POR FOLHA

Dois anos e meio após perder o "Pânico" para a Band, a RedeTV! ainda amarga uma herança indesejada: processos judiciais contra o humorístico, da época em que ele estava na emissora.

Mas o "Pânico" também deixou para trás processos de celebridades. O programa já foi acionado na Justiça por Preta Gil, Walcyr Carrasco, Carolina Dieckmann, Luana Piovani, Silvio Santos, Zezé di Camargo e Luciano, entre outros. Muitas dessas ações ainda correm na Justiça.

Prêmios e indicações [editar | editar código-fonte]

Prêmio Extra de TV [editar | editar código-fonte]

Ano	Prêmio	Categoria	Resultado
2011	Prêmio Extra de TV	Melhor humorístico	Indicado ^[98]
		Melhor maquiagem	Venceu ^[99]

Troféu Imprensa [editar | editar código-fonte]

Ano	Prêmio	Categoria	Resultado
2005	Troféu Imprensa	Melhor Programa de TV	Venceu
2005			
2007			
2008	Troféu Imprensa	Melhor Humorístico	Venceu
2010			
2012			
2009	Troféu Imprensa	Melhor Humorístico	Indicado
2010			
2005			
2008	Troféu Imprensa	Troféu Internet Melhor Humorístico	Venceu
2010			
2012			

Associação Paulista dos Críticos de Arte [editar | editar código-fonte]

Ano	Prêmio	Categoria	Resultado
2003	APCA 2003	Melhor Humorístico	Venceu

Meus Prêmios Nick [editar | editar código-fonte]

Ano	Prêmio	Categoria	Resultado
2009	Meus Prêmios Nick	Melhor Programa de TV	Venceu

14 MILHÕES
DE LIKES



Prêmios e indicações [editar | editar código-fonte]

Ano	Prêmio	Categoria	Resultado
2012	Meus Prêmios Nick	Humorista Favorito (Eduardo Sterblitch)	Venceu ^[59]
	Prêmio Extra de Televisão	Melhor Programa Humorístico	Indicado ^[60]
	Troféu Imprensa	Melhor Programa Humorístico	Indicado ^[61]
2013	Troféu Internet	Melhor Programa Humorístico	Venceu ^[61]
	Prêmio Extra de Televisão	Melhor Maquiagem	Indicado
2013	Meus Prêmios Nick	Humorista Favorito (Eduardo Sterblitch)	Indicado
2014	Prêmio Extra de Televisão	Melhor Maquiagem	Indicado
2014	Troféu Imprensa	Melhor Programa Humorístico	Indicado
2015	Troféu Internet	Melhor Programa Humorístico	Venceu
2015	Troféu Imprensa	Melhor Programa Humorístico	Indicado

ESTADÃO

Cultura Televisão

ÚLTIMAS ARTES CINEMA DIVIRTA-SE LITERATURA MÚSICA TEATRO E DANÇA TELEVISÃO C...

'Pânico' é vice-líder em ranking mundial do Twitter sobre programas de TV

'Ser processado nunca é uma situação agradável', diz Emilio Surita

Líder do 'Pânico' comenta processo movido por Piovani e Dado Dolabella contra o programa

Do EGO, em São Paulo



Emilio Surita comanda a turma do 'Pânico' no rádio e na TV

Apesar de perder a contra Luana Piovani e Dado Dolabella, a turma do "Pânico na TV" não desiste

Em entrevista ao "Jornal da Tarde" deste sábado, 10, o humorista Emilio Surita, líder do programa, comentou o processo movido contra o humorístico da Rede TV!

"É evidente que ser processado nunca é uma situação agradável, mas a lei é um direito de todos. Nós lutamos para que a Justiça seja feita de forma justa, sem privilegiar ou vilanizar ninguém", disse.

Emilio ainda aproveitou a ocasião para reafirmar que os alvos do programa.

"Nós não temos alvos, pois não estamos procurando prejudicar ninguém. Nossos "alvos" são os mesmos que os outros jornalistas. Jogamos nossos holofotes nas pessoas que estão em evidência", finalizou.

Leia no EGO mais notícias sobre celebridades .



códigos de conduta



Personal Financial Education Group (**PFEG**) usa um **sistema de acreditação** chamado “**Quality Mark**” para a área de ensino de educação financeira nas escolas (2011).



Coalisão **Jump\$tar**t recomenda as **melhores práticas** para desenvolver ou selecionar **materiais** para a educação financeira pessoal (2010).

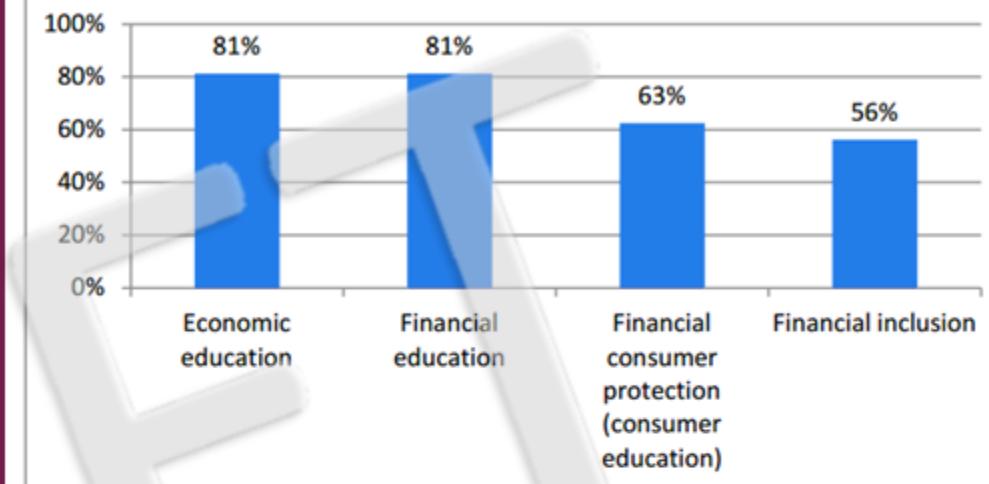


Committee for the Promotion of Financial Education estabeleceu uma regra básica de **proibição da recomendação e exposição de produtos** e/ou empresas. **Contudo**, os educadores podem mencionar e **mostrar empresas/produtos** que tenham **violado a lei** do país, recomendando os ouvintes a recusarem o contato com os mesmos.

Contudo, até o momento, a **OECD** ainda não estabeleceu recomendações ou melhores práticas em termos de mecanismos de aplicação e cumprimento de códigos de conduta.

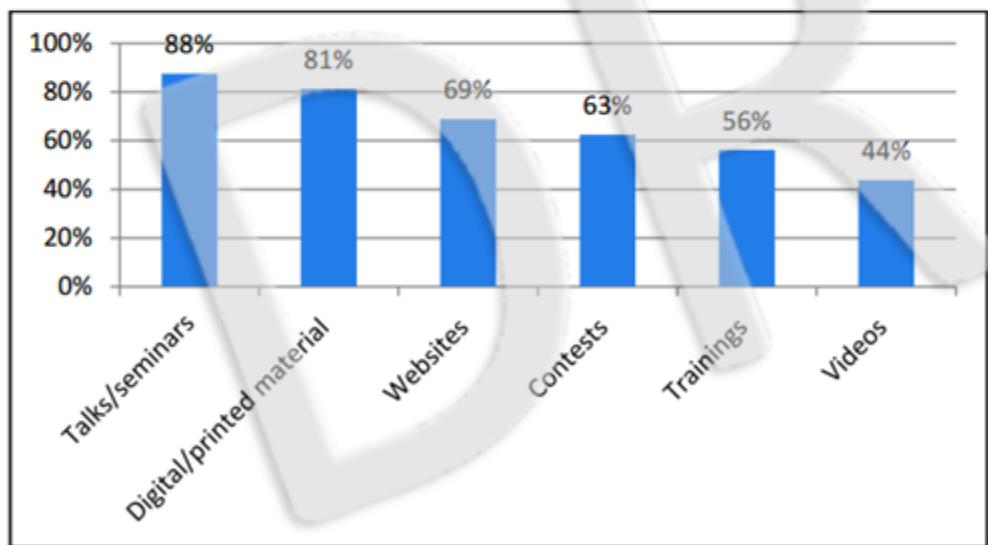
Educação Econômica e Financeira surgem com os **dois principais temas** tratados (ambos com 81%), seguidos por **proteção ao consumidor** (63%) e **inclusão financeira** (56%).

Figure 8. The focus of financial education programmes



Source: Survey conducted by the Central Bank of Colombia, Fogafin and CAF.

Figure 9. Programmes' delivery channels



Source: Survey conducted by the Central Bank of Colombia, Fogafin and CAF.

As **formas de disseminação** desses programas e iniciativas ocorre, principalmente, por **seminários**, **distribuição de material educacional** (88%) e **websites** (69%).

Os programas de Educação Financeira que tiveram **resultados eficientes**, em geral, compartilham de algumas **características**:

a) complementaram programas de **inclusão financeira**;

b) foram desenhados para **audiências específicas**;

c) levaram em consideração **elementos comportamentais**;

d) fizeram uso de **canais inovadores** de divulgação;

e) consideraram as **repercussões** das iniciativas;

f) foram direcionados para **empreendedores**;



“Edutretenimento”

entretenimento com alto
conteúdo educacional

A Guatemala realizou peças teatrais durante o Festival de Educação Econômico-Financeiro.

o Peru atingiu o público feminino rural por meio de rádio-novelas.

o México criou o Museu Interativo de Economia (MIDE).



Programas de Educação Financeira nas escolas tem recebido crescente **reconhecimento**

como **uma das mais eficientes** práticas para tratar dos objetivos das ENs, cobrindo grande parte da população e com efeitos duradouros e de **longo prazo** para as gerações futuras.

Na **América Latina**, 81% dos países realizam programas voltados para o **ensino médio e 2º do fundamental**, 63% **universidades** e programas de treinamento técnico e 50% para o 1º do fundamental.





CASO
BRASILEIRO

ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

ENEF

Criada em 2010 e tem por **objetivo** “contribuir para o fortalecimento da cidadania, a eficiência do sistema financeiro nacional e a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores”.

A ENFE é **permanente** e desenvolve iniciativas de **interesse público**, obrigatoriamente **gratuitas**, de caráter **não-comercial**, de conteúdo imparcial e técnico, envolvendo **instituições públicas e privadas**, de âmbito federal, estadual e municipal. E para definir, **executar e coordenar** os planos, **programas** e ações, foi instituído o **Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF)**.

ÓRGÃOS DO GOVERNO

Banco Central do Brasil (BCB)
Comissão de Valores Mobiliários (CVM)
Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC)
Superintendência de Seguros Privados (SUSEP)

Ministério da Justiça
Ministério da Previdência Social
Ministério da Educação
Ministério da Fazenda

REPRESENTANTES DA SOCIEDADE CIVIL

Associação de Educação Financeira do Brasil

Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (ANBIMA)
Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (BM&FBovespa)
Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais (CNSeg)
Federação Brasileira de Bancos (Febraban)

**Atividades
concentradas
em Brasília
Rio de Janeiro
São Paulo**

**256.000
pessoas
participaram
de palestras
(2015)**

**1.400 pessoas
participaram de
fóruns,
seminários e
conferências
(2015)**

**perfil das instituições
no facebook contam
com mais de 1,3MM
seguidores**

**palestras, cursos, visitas
guiadas a instituições,
competições/jogos, peças
de teatro e eventos
(conferências,
seminários, fóruns)**

**600.000
cidadãos já
tiveram acesso
à educação
financeira
(por ano)**

**100.000
compareceram a
visitas guiadas
(Museu de Valores do BCB-
Brasília)**

**112 iniciativas
no total (2015)**

**Iniciativas:
33
presenciais
38 virtuais
41 materiais**

ALGUMAS INICIATIVAS NO BRASIL

A. Material didático + “treinar o treinador”



www.edufinanceiranaescola.gov.br



B. Selo ENEF



C. Edutretenimento: peça teatral SUSEP & CNSeg



MAS AMANDA, E OS
SEGUROS?

EDUCAÇÃO FINANCEIRA



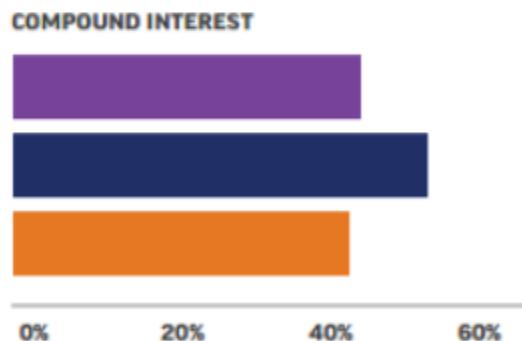
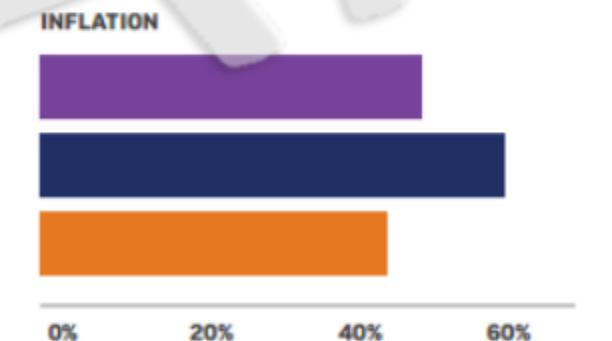
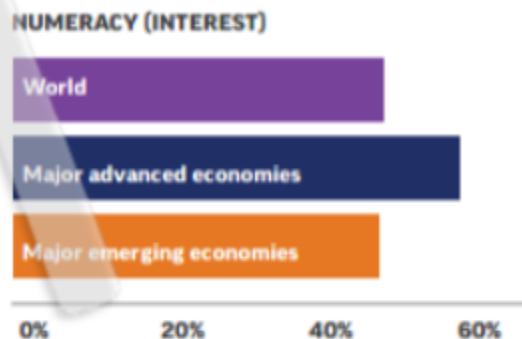
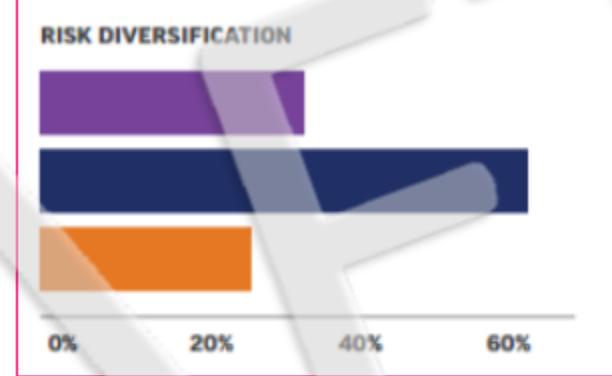
EDUCAÇÃO FINANCEIRA



Diversificação de risco foi a pergunta com menos acertos!

E olha que a pergunta nem
envolia matemática!!!

FIGURE 3: STRONGER GRASP OF FINANCIAL CONCEPTS
IN ADVANCED ECONOMIES
(% OF ADULTS WITH CORRECT ANSWERS)



Source: S&P Global FinLit Survey

Note: Major advanced and emerging economies are listed in Figure 1.

World: 35% dos respondentes das 20 economias avançadas da amostra na Finlitar 1.
Somente: 25% das respostas foram corretas.

0% 20% 40% 60%

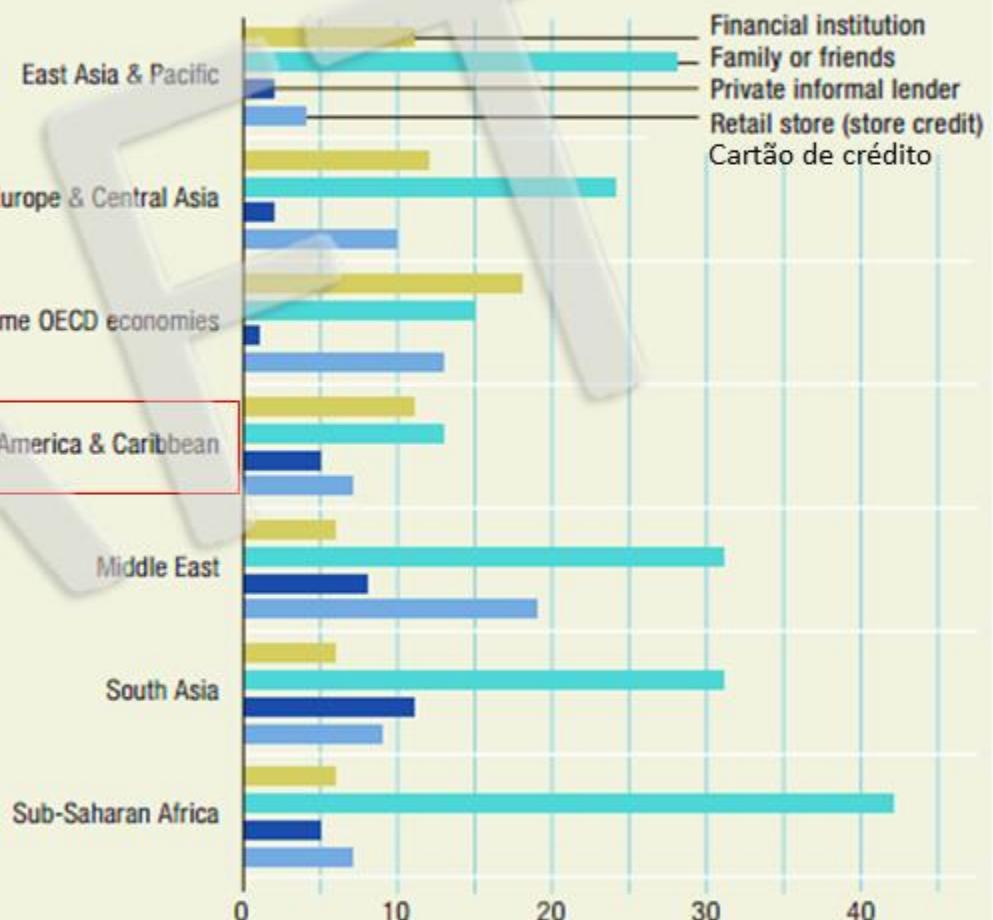
0% 20% 40% 60%

Familiares ou amigos
ainda são as **opções mais**
usadas pra momentos de aperto.

Falta de entendimento sobre
risco atrelado a uma **falta de**
confiança nas **instituições**
financeiras.

Sources of new formal and informal loans

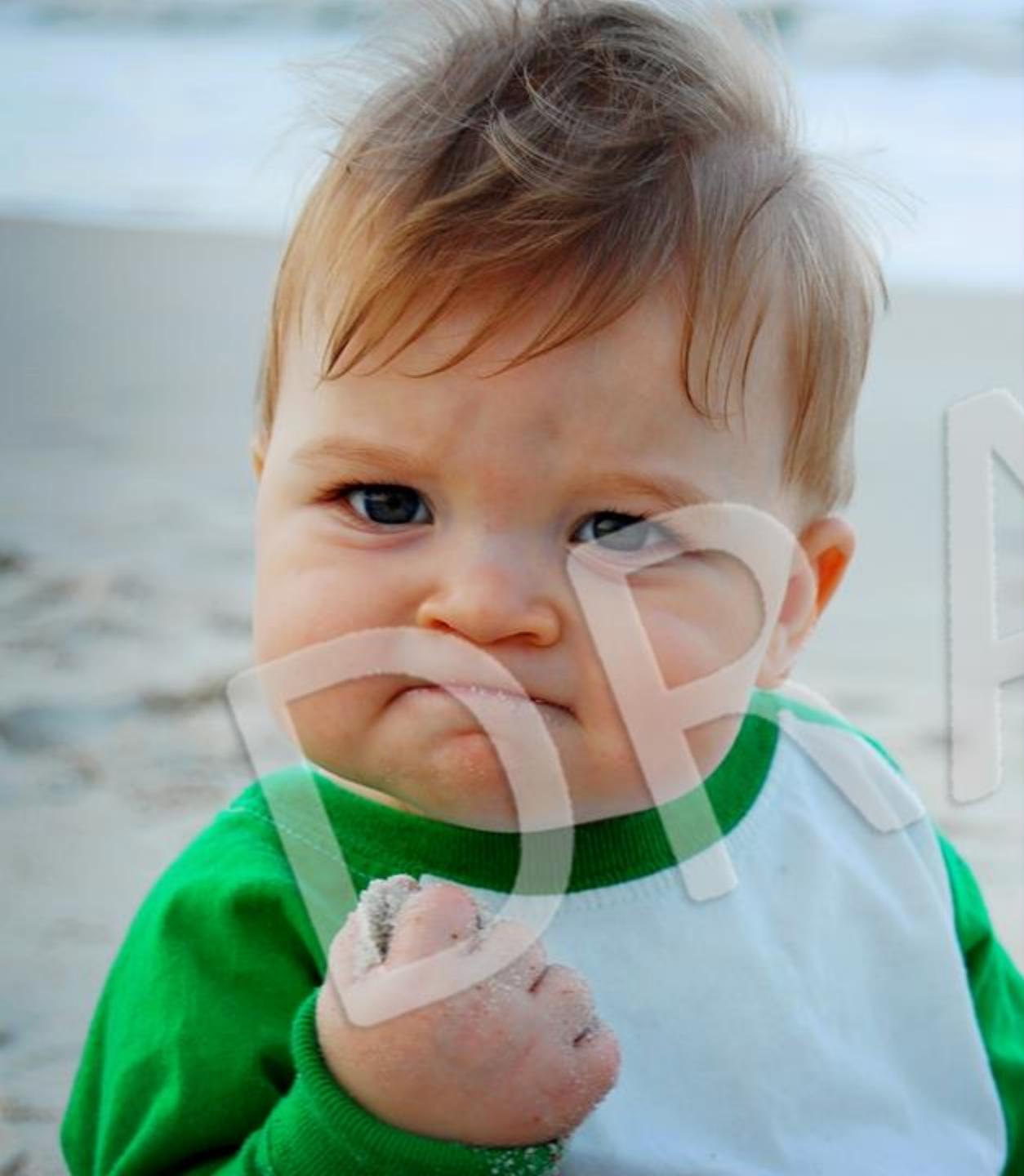
Adults borrowing from source in the past year (%), 2014



Note: Respondents could report borrowing from more than one source.

Source: Global Findex database.

“ Fácil é vender Coca-Cola.
Quero ver vender seguros! ”



PRÓXIMOS PASSOS

Ter **paciência** e seguir com a escadinha

**Recuperar a confiança do
consumidor** nas instituições financeiras

Compartilhar/coletar **melhores práticas**

Mais pesquisas! Parceria com
universidades e institutos de pesquisa para
entender melhor o consumidor brasileiro.

AMANDA VARGAS

Mestranda em administração pela COPPEAD

CONTATO

amanda.bvc@gmail.com

(21) 9800-61347

OBRIGADA! ;)