

ESPECIAL



Literacia Financeira

TEMA TEM DE DEIXAR DE SER TABU NAS FAMÍLIAS PORTUGUESAS

Portugal está na causa da Europa no ranking da literacia financeira. As promessas de grandes lucros escondem grandes perdas nos criptoativos. Há falta de regulação. A aposta na literacia financeira é essencial especialmente num período de maiores dificuldades para as famílias.

Sector financeiro tem várias propostas para responder à iliteracia financeira.

ANÁLISE

Promessas de grandes lucros escondem grandes perdas nos criptoativos P2

GLOSSÁRIO

Do bundling aos swaps, tudo o que precisa de saber sobre finanças P5

JE TALKS Henrique Tomé

"Os portugueses continuam a confiar demasiado nos bancos" P6



FÓRUM

Como se pode aumentar a literacia financeira dos portugueses? • P6

Especial Literacia financeira

EDITORIAL

Cuidado com os contos de fadas na internet



André Cabrita-Mendes
Subdiretor

uidado com os contos de fadas na internet. O alerta não é de agora, mas é sempre bom recordar novamente. Especialmente quando os burlões encontram sempre novas formas de tentar sacar o dinheiro a pessoas mais distraídas, muito jovens, idosos, ou pessoas sem literacia financeira suficiente. Em 2021, foram notícia os voutubers especializados no forex (negociação de moedas estrangeiras). Os vídeos destes jovens sobre uma suposta vida de luxo rapidamente tornaram-se virais: neles surgiam carros super desportivos, compra de casas, relógios com diamantes. Aos poucos foram desmascarados. Mas o mundo evolui e também as burlas. Chegados à reta final de 2022, agora estes burlões estão a usar o Instagram e apontam baterias às criptomoedas. O mote é sempre o mesmo: enriquecimento fácil. A CMVM já veio a público alertar para este fenómeno: "Como em qualquer investimento, promessas de ganhos elevados, em pouco tempo, merecem desconfiança, especialmente se não alertarem para os riscos envolvidos". Como vai poder ler neste especial JE, a falta de regulação faz com que as perdas por fraudes não sejam cobertas. Ao mesmo tempo, a literacia financeira tem de deixar de ser tema tabu nas famílias. Em vez de estar à espera de regras, temos de ir arrepiando caminho. É preciso falar destes temas (fraudes, e a necessidade de estar alerta para estes fenónemos) à mesa de jantar (com os telemóveis guardados, claro). Os jovens não podem ter acesso a muito dinheiro (especialmente se não for o deles) e terem total liberdade para gastar no que for preciso. A prevenção começa em casa: os pais devem controlar mais as redes sociais (pelo menos o tempo que os jovens passam nas mesmas) para evitar fraudes.



ANÁLISE

Promessas de grandes lucros escondem grandes perdas nos criptoativos

A procura por rentabilidade levou muitos investidores a optarem pelos ativos virtuais, sobretudo na pandemia, mas a falta de regulação leva a que perdas com volatilidade ou fraudes não sejam cobertas.

JOÃO BARROS jbarros@medianove.com

De produto nicho a ser um destaque dos mercados financeiros, os criptoativos e a complexa tecnologia em que assentam ganharam notoriedade e quota de mercado, mas sem que a regulação deste universo acompanhasse o ritmo. Com grande parte da divulgação feita na internet e redes sociais, os perigos não costumam ser comunicados

com clareza e a natureza virtual do ativo cria dificuldades específicas que os investidores devem ter em mente, bem como a sua grande volatilidade.

A baixa rentabilidade dos depósitos a prazo na Europa e EUA aumentou o interesse dos aforradores e investidores por produtos financeiros inovadores, com oportunidades de lucro e acessibilidade maiores do que as condições oferecidas pelos bancos e do que os tradicionais títulos bolsistas. Com a

tecnologia *blockchain* por trás, os criptoativos pareciam oferecer essa alternativa e a bitcoin, a primeira e mais famosa desta classe, rapidamente passou da sua criação e de valer frações de dólar em 2009 para quebrar a barreira dos mil dólares em 2013, ganhando notoriedade crescente.

Com a crise pandémica e este ativo já na ordem dos 20 mil dólares (19.845 euros), o *boom* foi ainda mais evidente. A taxa de poupança disparou e o maior contacto das

pessoas com comunicação digital aumentou a sua exposição a estes produtos, mas frequentemente sem conhecer os riscos associados, explica Ana Passos, economista sénior do gabinete de proteção financeira da Deco.

"Normalmente a pessoa toma conhecimento [deste tipo de ativos] nas redes sociais, até porque utilizam muitas vezes figuras públicas [para promovê-los]", refere, lembrando os inúmeros casos de pessoas que, com investimentos de

Regulação ainda escasseia

A possibilidade de fraude é bastante real na generalidade dos sectores de vendas ao consumidor, mas quando o produto são "representações digitais [que] só funcionam a nível virtual e não estão garantidos pelo nosso sistema, não têm por detrás um banco central", esse risco torna-se mais gravoso, continua Ana Passos. Por um lado, há a possibilidade de malware ou problemas de software dificultarem ou impedirem o acesso a estes ativos; por outro, e pior ainda, por vezes as plataformas através das quais os investimentos são feitos desaparecem de um dia para o outro.

"E sem garantia nenhuma para quem investe", continua, porque "ainda não há regulamentação". A Comissão do Mercado e Valores Mobiliários (CMVM) apenas requer um registo "por causa do branqueamento de capitais", pelo que o investidor continua desprotegido; acresce que "muitas dessas plataformas estão sediadas noutros países", o que significa que "a CMVM não tem intervenção nenhuma".

Isso mesmo lembra o Banco de Portugal (BdP) na sua comunicação "Ativos Virtuais, Riscos Reais", na qual procura "chamar a atenção para os seus riscos". Um dos principais prende-se com a supervisão, que "incide apenas sobre algumas entidades, não abrangendo, por exemplo, grandes plataformas sem presença física em Portugal e sem obrigações fiscais perante as autoridades portuguesas".

Outro aspeto para o qual os investidores devem estar atentos é a grande volatilidade dos criptoativos, o que pode levar o valor real dos investimentos a flutuar signi-



Economista sénior do gabinete de proteção financeira da Deco



Analista da XTB

ficativamente em curtos intervalos. O BdP classifica-os mesmo como "sobretudo instrumentos de investimentos especulativos, com muitos riscos associados", e Ana Passos reforça a atenção que é preciso dar às suas flutuações.

"Ouvimos que a valorização destes ativos tem sido grande, mas a queda também pode ser grande. São muito voláteis", afirma. E, mais uma vez, estas perdas não estão de forma alguma cobertas por entidades supervisoras, reforça.

Montanha russa de valorizações

Muitos terão sido os investidores que no último ano viram lucros avultados no mercado dos criptoativos e/ou de seguida experienciaram quedas pronunciadas, com as oscilações tremendas que muitos destes instrumentos têm vivido. Tomando novamente a bitcoin como referência, a moeda virtual viu o seu valor duplicar no ano passado, mas crashou no início de 2022, caindo para menos de metade do máximo de 68 mil dólares (67.440 euros).

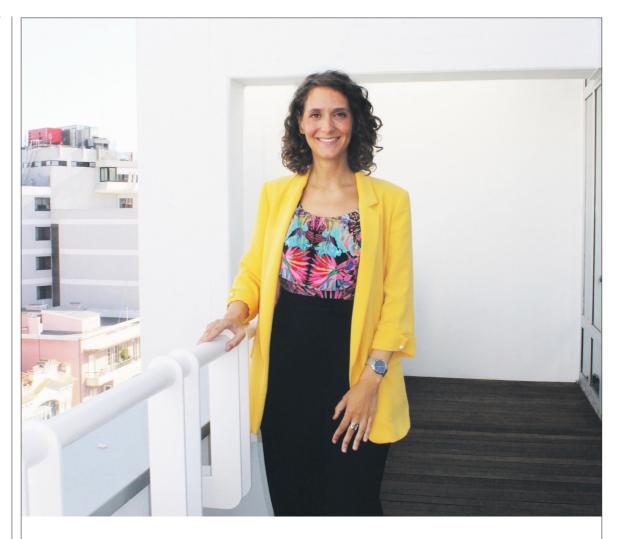
Desde aí, uma ligeira recuperação em março animou os investidores, mas os criptoativos têm vindo a negociar longe do fulgor dos tempos da pandemia e cada vez mais interligados com o resto do mercado bolsista. Como tal, a performance recente tem sido tímida, mas menos pessimista do que a generalidade da bolsa, com as perspetivas de recessão a arrefecerem significativamente os ânimos em vários sectores.

"As principais criptomoedas têm estado a lateralizar há pelo menos 4 meses, sinalizando até alguma estabilidade em relação aos mercados tradicionais. Ao contrário das equities que continuam a bater novos mínimos este ano, o mercado cripto tem-se mostrado resiliente", refere Henrique Tomé, analista da

A queda tem-se prendido sobretudo com o sentimento geral do mercado, continua Henrique Tomé, e pelo menor apetite por risco dos investidores, mas "em nada tem estado relacionado com a perda de credibilidade do sector".

"Apesar das sequências de falências de várias instituições inseridas no ecossistema cripto, como Voyager, Celsius, projeto Luna, entre outras, as fragilidades no sector acabaram por não danificar a credibilidade entre os investidores que continuam a ver o mercado cripto cada vez mais como uma alternativa de investimento para quem pretende diversificar o seu portfólio", ilustra.

Ainda assim, estas falências são focos de preocupação e mantém-se "o risco de os projetos mais especulativos no mercado cripto desaparecerem devido à falta de fundamentos por detrás dos mesmos". Como tal, torna-se ainda mais importante "obter o máximo de informação possível sobre aquele produto para permitir saber quais são os riscos, qual é a rentabilidade, se há ou não risco de perder o capital todo que estou a investir", completa Ana Passos.



ATCUD - O Novo Elemento da Sua Fatura

O Código Único do Documento - ATCUD - é um elemento que vai passar a ser obrigatório nas faturas e noutros documentos fiscalmente relevantes, já a partir de janeiro de 2023. Esta medida estava prevista para janeiro de 2021, tendo depois sido adiada devido à pandemia, e não havendo neste momento qualquer indicação de novo adiamento, a mesma vai passar a ser uma realidade.

Esta "nova" medida vai imprimir um maior controlo sobre as operações comerciais e tem como principal foco combater a economia informal, a fraude e a evasão fiscal. É importante recordar que, de acordo com o relatório anual da Procuradoria Europeia, de março de 2022, Portugal registou no final do ano 2021 um total de 9 investigações, relacionadas com crimes como fraude, evasão fiscal em matéria de IVA e lavagem de dinheiro. O valor estimado, dos danos totais relacionados com estes crimes, ascende a 158,2 milhões de euros. No que concerne, as investigações relacionadas só com fraude, em matéria de IVA, o valor de prejuízo do Estado totaliza 143,9 milhões de euros.

Esta medida, prevista no DL 28/2019 de 15 de fevereiro, aliada com outras previstas nesse mesmo diploma, vem ajudar o fisco português no combate a estes crimes, aumentando assim o controlo das operações, e vêm igualmente introduzir uma simplificação na comunicação de faturas, e criar condições para a desmaterialização de documentos, estimulando as empresas a abraçar a tecnologia na sua gestão corrente.

O ATCUD consiste num código de validação da série de faturação atribuído pela Administração Tributária. A Administração Tributária irá atribuir estes códigos de validação, mediante comunicação por parte do sujeito passivo, das séries utilizadas na emissão de faturas e demais documentos fiscalmente relevantes, situação que irá permitir que as Finanças controlem todos os documentos emitidos pelos sujeitos passivos.

O Código de validação da série pode ser solicitado manualmente, através do Portal das Finanças de cada sujeito passivo. Se pretender usar em 2023 as mesmas séries de 2022, as mesmas devem ser registadas manualmente apenas em 2023. O Código pode também ser solicitado automaticamente, através do software de faturação certificado e da utilização de webservices, em especial se forem séries novas.

Os dados que são necessários comunicar são, o identificador da série do documento, o tipo de documento de faturação, o início da numeração sequencial e a data prevista (indicativa) de início de utilização da série.

De referir que esta comunicação é feita apenas uma vez, por cada documento fiscal, e pode ser utilizada mais do que um ano. Não obstante, deve ser mantida a numeração sequencial no decorrer da sua utilização.

Caso deixe de utilizar uma série, deverá igualmente comunicar à Autoridade Tributária o fim do seu uso. A comunicação de finalização de uma série, apesar de não ser obrigatória, se o fizer. prevenirá a utilização indevida desse código por terceiros, tratando-se, portanto, de uma medida de controlo adicional de segurança. Depois de comunicar o fim do uso, deixará de poder emitir documentos com esse ATCUD.

Deixo ainda uma nota final, o ATCUD também vem impactar as deduções em sede de IRS. Isto porque o ATCUD vai identificar cada documento fiscal emitido, independentemente de quem o emitiu, qual o seu tipo ou a série utilizada. Este código único de documento simplifica a comunicação à Autoridade Tributária, via portal e-fatura, por parte de particulares que queiram deduzir as suas despesas em sede de IRS. Assim, mesmo que a fatura não tenha NIF no momento da compra, ela estará devidamente identificada e poderá ser deduzida, o que atualmente não é possível.



POUPANÇA

Literacia financeira tem de deixar de ser tema tabu nas famílias

A falta de conhecimentos em Portugal é um problema que ganha relevância num período de maiores dificuldades para as famílias. A aposta na literacia financeira é, por isso, essencial, abrindo a porta a poupanças para os consumidores.

RITA ATALAIA ratalaia@medianove.com

São muitos os portugueses que têm uma conta bancária, um cartão de crédito, um empréstimo à habitação ou um seguro. Mas são poucos os que têm conhecimentos suficientes sobre estes produtos. A literacia financeira continua a ser o calcanhar de Aquiles de Portugal, sendo necessário reforçá-la de forma a que as famílias estejam não só preparadas para enfrentar o contexto de aumento dos custos, mas também o futuro. Só assim serão capazes de tomar decisões acertadas e, com isso, até conseguir poupar alguns euros.

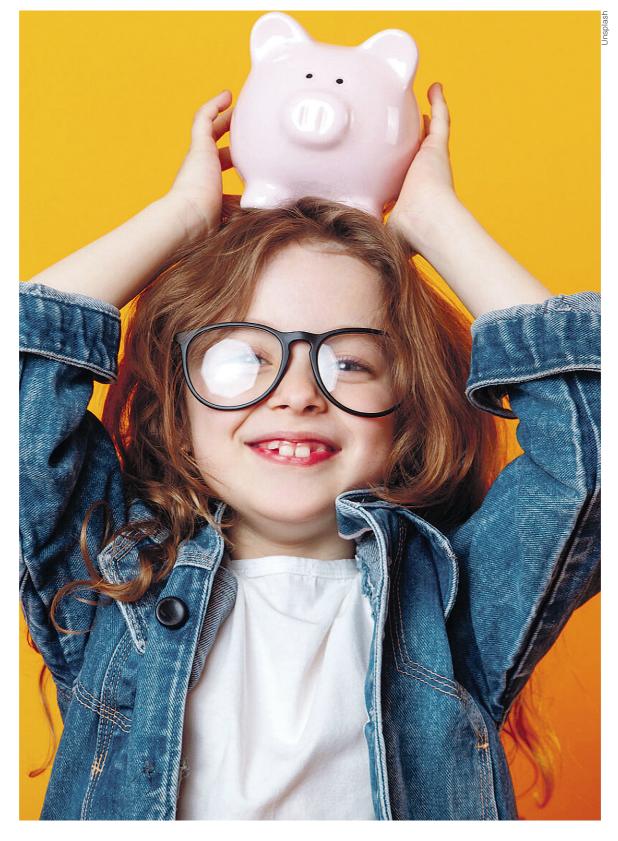
"A literacia financeira é determinante para que o cidadão tenha maior conhecimento e capacidade para tomar decisões mais informadas, conscientes e responsáveis, perante os desafios financeiros que se colocam no seu dia-a-dia", diz Rita Machado, responsável pelo projeto de Educação Financeira da Associação Portuguesa de Bancos (APB), ao Jornal Económico.

"Até posso saber o que é um juro, o que é um spread ou um crédito à habitação, mas depois não sei usar os conceitos. Portanto, a literacia financeira é muito importante para o consumidor saber usar os conceitos, ter conhecimentos, estar informado e tomar decisões mais responsáveis", afirma, por outro lado, Ana Passos, economista sénior do gabinete de proteção financeira da Deco.

E decisões financeiramente acertadas terão impacto não só na família, mas também na sociedade. "Ao escolherem produtos e serviços financeiros adequados ao seu perfil de risco e às suas necessidades financeiras, os clientes afetam recursos de forma mais eficiente e contribuem também para a estabilidade do sistema financeiro e para o crescimento económico", refere fonte do Banco de Portugal (BdP).

Com o conhecimento sobre finanças pessoais, os consumidores terão mais confiança para, por exemplo, renegociar contratos de crédito ou seguros, obtendo condições mais favoráveis. Ou saber exatamente quantas contas têm abertas - e fechá-las caso não estejam a ser usadas, poupando nas comissões bancárias -, mas também qual o juro do cartão de crédito.

"Muitas vezes os direitos dos consumidores não se exercem, nomeadamente nos créditos, por-



que os consumidores não sabem quais são", refere a responsável da Deco. "Se não sei quais são os meus direitos, se não tenho grande literacia financeira, posso pensar que estou a tomar uma decisão importante e estar a fazer o contrário", salienta.

É, por isso, "essencial continuar a fomentar a educação financeira da população, em particular, nas camadas mais jovens, para que estas estejam melhor preparadas Fazer um planeamento financeiro, renegociar empréstimos ou não contrair créditos para pagar outras dívidas são passos que as famílias podem dar para pouparem usando a literacia financeira

para decidir de forma adequada no futuro sobre matrizes de poupança, de investimento e de consumo", referiu, por outro lado, Rui Pinto, administrador da CMVM, esta semana.

Literacia é "arma" contra crise Esta questão ganha ainda mais relevância numa altura de dificuldades financeiras para algumas famílias, perante a subida dos custos dos bens e perda do poder de compra, mas também de aumento das taxas de juro, nomeadamente do crédito à habitação. "A formação financeira assume como tema base a gestão do orçamento familiar, particularmente importante em contexto económico difícil que exige a ponderação das despesas e das receitas de forma contínua. Também ajuda a ponderar o impacto da subida dos preços nos contratos de crédito a taxa de juro variável e na poupança e investimento das famílias", realça o BdP.

É neste cenário de incerteza que os consumidores precisam de agir. "Estamos a viver tempos de grande incerteza quanto ao futuro e, por isso mesmo, as famílias têm de ser resilientes", salienta Ana Passos, da Deco, acrescentando que "é uma boa altura para se repensar todas as nossas vivências em família e procurar uma renovação do estilo de vida". Um trabalho que deve ser feito por cada um mas também no seio familiar onde, por vezes, o dinheiro é um 'tema tabu'.

Planear, planear, planear

Há vários passos que devem ser dados pelas famílias e por cada um dos consumidores, quando munidos dos conhecimentos necessários. "O primeiro passo é ver quais são as despesas e o rendimento da família", afirma a economista sénior da Deco. E "se podemos cortar algumas despesas, devemos cortar".

"Perante esse diagnóstico, é preciso fazer o planeamento financeiro e calcular a taxa de esforço", nota. Ou seja, o peso de todos os créditos no rendimento. "Se for superior a 35% já é um sinal que se calhar alguma coisa está a correr mal", diz Ana Passos, referindo que as famílias que recorrem à Deco têm, por norma, cinco créditos. "Libertem-se dos cartões de crédito e não contraiam mais créditos para pagar outros", alerta.

É preciso "encarar isto de uma forma global, olhar para as despesas todas e refletir como é que se pode regressar ao básico", afirma Ana Passos, naquele que é um trabalho onde a literacia financeira exerce um papel relevante, porque apenas com conhecimento se pode tomar decisões informadas e que podem permitir poupança.

Portugal não fica bem na fotografia da literacia financeira. Em 2020, o país ficou em último lugar, entre os 19 países da zona euro, no ranking da literacia financeira do BCE. Há, por isso, ainda um longo caminho pela frente.



GLOSSÁRIO

Do bundling aos swaps, tudo o que precisa de saber sobre finanças

Com um léxico próprio, o mundo das finanças parece por vezes opaco e incompreensível, pelo que se reveste de importância os investidores e aforradores dominarem a linguagem deste ecossistema.

JOÃO BARROS jbarros@medianove.com

Bundling – O mesmo que vendas associadas facultativas (comercialização conjunta de produtos e serviços financeiros, associando um produto base a outros produtos financeiros).

Cash advance - Levantamento de dinheiro a crédito. É a possibilidade conferida ao titular de um cartão de crédito de levantar dinheiro a crédito. O valor deste levantamento é lançado na respetiva conta-cartão. A utilização está sujeita ao pagamento das taxas de juro e comissões que devem constar das condições gerais de utilização acordadas com o respetivo emissor do cartão.

Co-seguro - Operação pela qual diversos seguradores cobrem, de forma conjunta, um risco através de um contrato de seguro único, com as mesmas garantias e idêntico período de duração e com um prémio global.

Crédito conexo - Contrato de crédito garantido por hipoteca que incide, total ou parcialmente, sobre um imóvel que simultaneamente garante um contrato de crédito à habitação celebrado com a mesma instituição de crédito.

Crédito "gratuito" - Crédito inicial de que o titular de um cartão de crédito beneficia e cujo prazo começa no momento em que efetua uma compra com o cartão e

termina na data de pagamento do primeiro extrato subsequente à compra e em que a mesma já vem incluída. Tal como o nome indica, não vence juros.

Crédito "renovado" ou revolving

 Contrato em que é estabelecido um limite máximo de crédito que pode ser utilizado ao longo do tempo e reutilizado à medida que o saldo em dívida vai sendo amortizado. É o caso típico dos cartões de crédito ou das facilidades de desco-

Criptoativos – Representações digitais de ativos baseadas em tecnologia blockchain, não emitidas por um banco central, instituição de crédito ou instituição de moeda eletrónica e que podem ser usadas como forma de pagamento numa comunidade que o aceite ou ter outras finalidades como a atribuição do direito à utilização de determinados bens e serviços ou a um retorno financeiro.

Distrate - Extinção de um contrato por acordo entre partes. No âmbito de um contrato de crédito à habitação, distrate refere-se ao documento que formaliza a extinção da hipoteca, por força da extinção da dívida perante a instituição de crédito.

Factoring - Atividade desenvolvida por uma instituição financeira especializada na compra de créditos. Consiste na aquisição de créditos a curto prazo, resultantes da venda de produtos ou da prestação de servicos.

Obrigações subordinadas -

Títulos de dívida que diferem das restantes obrigações clássicas, a taxa fixa ou variável, sobretudo por, em caso de falência da entidade que as emite, só serem reembolsadas depois dos demais credores. O nível de risco associado é superior à maioria dos restantes tipos de obrigações.

Stock Split - Incremento do número de ações de uma determinada sociedade, mediante o desdobramento das ações existentes em outras de menor valor nominal.

Subrogação - Ação exercida por um segurador com o fim de obter do responsável pelo dano o reembolso de uma indemnização paga ao beneficiário do contrato.

Swap de taxa de juro – Contrato celebrado entre duas partes que se obrigam a pagamentos recíprocos por referência a uma taxa de juro futura durante um determinado período de tempo. Destina-se a transformar uma exposição a uma taxa de juro fixa na exposição a uma taxa de juro variável, ou vice-

United Linked - Contratos de seguro ligados a fundos de investimento. São contratos de seguro de vida cujo saldo da apólice se expressa através de unidades de conta, representativas de fundos autónomos constituídos por ativos do segurador ou por unidades de participação de um ou vários fundos de investimento.

Literacia financeira: um pilar da sustentabilidade



Luís Gaspar, **Country Managing Partner**

Uma aproximação ao tema da literacia financeira é sempre redutora, uma vez que o tópico é transversal a muitos aspetos do quotidiano empresarial, económico e social. Qualquer abordagem neste âmbito terá sempre como foco apenas alguns dos muitos desafios do futuro.

É facto que uma aposta no aumento dos níveis de li-

teracia financeira contribui para o desenvolvimento de uma sociedade mais informada e exigente, para um sistema financeiro mais resiliente, para uma maior aptidão no enfrentar de problemas globais e no planeamento de um futuro sustentável. A literacia é uma ferramenta transformadora para estimular o desenvolvimento sustentável quer a nível micro, quer macroeconómico.

Quando falamos de literacia, falamos invariavelmente de formação e no papel fundamental que tem para preparar indivíduos e empresas para as mudanças cada vez mais rápidas na economia, para o aparecimento de novos produtos de forma constante e para a atualização de procedimentos que exigem skills cada vez mais específicas.

Podemos chamar-lhe um "lifelong process" que, no contexto empresarial, pode e deve ser auxiliado por um apoio ao nível da implementação de medidas que contribuam para a estabilidade, segurança e resiliência das organizações.

Na Mazars defende-se que estas medidas estratégicas, que criam valor para as empresas e sociedade, passam cada vez mais pela integração de fatores ESG nos processos de tomada de decisão. Motivo que, entre outros, potenciou o lançamento de uma linha de Sustentabilidade muito recentemente - com um propósito que passa exatamente por oferecer uma abordagem 360º que ajude e acompanhe os clientes no traçar do caminho mais correto e na implementação de mudanças neces-

Sabemos que para um percurso de prosperidade esta abordagem sustentada será crucial, a par com soluções que procurem colmatar a clara falta de literacia financeira, mas também digital por parte de empresas e sociedade em geral. Só o conhecimento cada vez mais generalizado nos encaminhará para uma maior regulamentação e supervisão - prudencial e comportamental.

É essencial conhecer as vantagens, mas também os riscos associados aos serviços financeiros digitais. Garantir a segurança e a transparência. O aumento da regulação na era digital será crítico para a sustentabilidade das organizações e para a confiança.

O conhecimento e o papel da educação são indissociáveis da visão que temos – de construir as fundações económicas para um mundo mais próspero e justo. A literacia é pilar da resiliência corporativa, cria valor e contribui para um ecossistema saudável e uma comunidade mais forte.





JE TALKS

Fraca literacia financeira é um problema cultural

As escolas e as instituições financeiras terão um papel cada vez mais relevante na literacia financeira dos portugueses, diz analista.

JOÃO SANTOS COSTA jcosta@medianove.com

Portugal posiciona-se "cada vez mais fundo na tabela da UE no que diz respeito à literacia financeira", alerta o analista da XTB, Henrique Tomé, que aponta para "algumas questões culturais que em nada ajudam a que exista muito progresso nesta área".

O mesmo vai mais longe e diz que "os portugueses continuam a confiar demasiado nos bancos", com a maioria da população muito focada no depósito a prazo. "As famílias depositam quase todo o seu capital nos bancos, nos depósitos a prazo, que geram uma rentabilidade muito pequena e nem consegue acompanhar o efeito da inflação", destaca Tomé, "sobretudo agora que a inflação está nos 9%".

"Neste momento, acredito que exista uma maior sensibilidade para a questão, uma maior consciencialização mas, de facto, apontaria para questões culturais como o principal obstáculo."



A peça pode ser vista no JETV, a plataforma multimédia do Jornal Económico "Há a necessidade de mudança", considera o mesmo, que pode partir por alguns *players*. Começando pelos mais novos, "temos a escola. Pode ser um bom ponto de partida para cultivar uma nova cultura de investimento e a nível de literacia financeira". Já o lado das instituições, que têm uma maior credibilidade no sector, acaba por ter um papel também importante, acrescenta

"Os portugueses depositam demasiada confiança nos bancos", sublinha Henrique Tomé, e o modelo que utilizam para investir o seu capital está muito ligado a um "aversão ao risco, mas também a uma falta de conhecimento". Em Portugal, diz, "ainda existe muito a cultura de... Não se sabe bem qual é o conceito de investir. Investir é preservar o capital, em primeiro lugar e, se possível, também capitalizá-lo".

Sempre que existem períodos de maior turbulência na economia a tendência para investir acaba por diminuir em vez de se aproveitar algumas oportunidades, esclarece ainda. "Acho que não vamos conseguir negar estes ciclos de mercado que ao longo dos anos acontecem sempre, não só em Portugal, mas na generalidade dos investidores. No entanto, acho que aqui abre espaço para as instituições financeiras, a longo prazo as escolas, batalharem um pouco mais nestes assuntos", destaca. Com TGP

FÓRUM

Ideias para promover o conhecimento financeiro em Portugal

Instituições do sector financeiro avançam propostas que respondem ao problema da iliteracia financeira. Portugal é considerado o pior país da Europa neste campo. POR ALMERINDA ROMEIRA

Como se pode aumentar a literacia financeira dos portugueses?



INÊS OOM DE SOUSA Presidente da Fundação Santander Portugal

A literacia financeira é fundamental em todas as idades e em todos os setores da sociedade. Chave para a inclusão, contribui diretamente para sete dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas Os números do Banco Central Europeu dizem que Portugal ocupa o último lugar no ranking da literacia financeira na zona euro. Perante este cenário, é um imperativo nacional atuar rapidamente, promovendo a educação. Existem conceitos que entendidos em determinadas idades podem ser transformadores ao longo da vida. A transmissão destes conceitos é

A transmissao destes conceitos e uma prioridade para a Fundação Santander Portugal. Temos uma estratégia para melhorar a educação financeira ao longo das várias faixas etárias. Começamos pelos mais novos, nos bancos das escolas e dos liceus, mas estamos a trabalhar para alargar aos alunos de ensino superior, aos profissionais, às empresas e ao público sénior.

Aqui anuncio, em primeira mão, o lançamento de um programa através do qual vamos entrar nas salas de aula do Ensino Secundário. O programa FinanceiraMente vai convidar os alunos a participar em quatro workshops onde vão aprender as consequências ou as vantagens das suas escolhas financeiras. Com este programa vamos percorrer escolas de vários distritos do nosso país. Nos próximos três anos, queremos alcançar cerca de 2 710 alunos de 95 turmas.

95 turmas.
Outra das nossas iniciativas foi o lançamento do livro "Maria e o Segredo da Poupança". Dirigido às crianças do 1º ciclo do Ensino Básico, pretende ajudar os mais novos a compreender os conceitos básicos do funcionamento do dinheiro e da poupança. Ao defender que "é no poupar que está o ganho" transmite uma cultura de responsabilidade e sustentabilidade, contra o desperdício e gastos inúteis. António Simões, presidente executivo do Santander Espanha e

responsável regional para a Europa, escreve no prefácio que "o melhor dia para começarmos a poupar terá sido ontem" e que "o segundo melhor dia para o fazermos é o dia de hoje". Vamos começar todos agora?



JOÃO BAPTISTA LEITE Chairman e CEO da UNICRE

Antes de mais, é fundamental tentar perceber a génese do problema. A verdade é que os baixos níveis de literacia financeira em Portugal não são um tema novo e têm vindo a ser referenciados, de tempos em tempos, na agenda mediática. Em janeiro deste ano, fomos confrontados pelos dados do Banco Central Europeu, relativos a 2020, que colocavam o país em último lugar no ranking de literacia financeira da Zona Euro. Tendo em conta estes indicadores e o próprio pessimismo dos consumidores no que diz respeito à sua situação financeira, de acordo com o inquérito do INE, importa perceber de que forma é que a aposta no aumento dos níveis de literacia financeira pode contribuir para o desenvolvimento de uma sociedade mais exigente, com um sistema financeiro mais resiliente e, consequentemente, um país mais informado. Como referi, e após perceber a génese do problema, importa trabalhar na solução e é aqui que as Instituições Financeiras podem (e devem) desempenhar um papel fulcral. Felizmente, existem cada vez mais entidades a criar soluçõe tecnológicas, como, no caso da UNICRE, com a app UNIBANCO, que têm como principal finalidade aumentar a literacia financeira dos utilizadores. A criação destas ferramentas permite produzir um maior "awareness", na medida em que, através de um contacto mais direto, conseguimos explorar temas como, por exemplo, a importância de uma gestão mais eficiente do dinheiro ou de desenvolver hábitos de poupança. Por sua vez, e para fomentar uma decisão mais informada sobre este tema, esta resposta pode passar, também, pela utilização dos canais de comunicação internos e externos das próprias Instituições,

como temos vindo a implementar no blog e nas redes sociais do UNIBANCO e da REDUNIQ. A criação destes projetos de literacia financeira, que tornem o tema facilmente comunicável e de simples compreensão, nos próprios canais, apesar de parecer simples de implementar, acaba por ser uma ótima solução para chegar, com as mensagens-chave, aos adultos e, particularmente, aos jovens.



JOAO PRATAS

Presidente da APFIPP - Associação

Portuguesa de Fundos de Investimento,

Pensões e Patrimónios

O aumento da literacia financeira da população portuguesa, tal como de qualquer outra, não é um processo imediato, mas sim um projecto de longo prazo, em que se procura reforçar os conhecimentos, hoje, para que possam resultar em atitudes e em decisões mais informadas e conscientes, no futuro. Sendo um processo contínuo, a abordagem dos temas relacionados com a literacia financeira deve iniciar-se desde tenra idade, ou seja, o seu desenvolvimento em contexto escolar revela-se uma aposta essencial. Actualmente, a sua abordagem vê-se, muitas vezes, refém da boa vontade da comunidade escolar, o que é dificultado num cenário de cargas programáticas exigentes e já de si pesadas. A literacia financeira deveria ser entendida como uma parte integrante da formação de cada cidadão, e, nessa medida, faria toda a diferença atribuir-lhe um estatuto obrigatório no plano escolar, indo além da sua integração na disciplina "Educação para a Cidania". Para a abordagem da literacia financeira nas escolas, é necessária a existência de recursos didáticos que apoiem os alunos e professores na aprendizagem destes temas e é precisamente neste quadro que tem vindo a ser desenvolvido um projecto de produção de "Cadernos de Educação Financeira", uma parceria, entre o Conselho Nacional de Supervisores Financeiros, o Ministério da Educação e quatro Associações do

sector financeiro (a Associação Portuguesa de Bancos, a Associação Portuguesa de Seguradores, a Associação de Instituições de Crédito Especializado e a APFIPP -Associação Portuguesa de Fundos de Investimento, Pensões e Patrimónios), que até ao momento já conduziu à elaboração de cadernos para o 1.º, 2.º, 3.º Ciclos de Escolaridade e para o Ensino Secundário.

Mas importa salientar que a literacia financeira se deve desenvolver muito para lá dos meios de ensino tradicionais. Um exemplo de literacia financeira que nos parece essencial seria por exemplo, o Estado divulgar de forma clara quais as perspetivas para as pensões de reforma da população. Trata-se de um tipo de informação que o Estado detém, que contribuiria muito para a forma como os portugueses se relacionam com esta temática



HENRIQUE TOMÉ Analista da XTB

Portugal é o país da Zona Euro com o pior nível de literacia financeira. Embora tenha existido uma maior consciencialização para este problema, os portugueses continuam a estar no fundo da tabela quando comparamos o nível de literacia com os restantes países da Zona Euro. Existem vários fatores que nos ajudam a entender melhor os dados publicados pelo Banco Central Europeu (BCE), os quais passo a referir.

1 Falta de cultura de investimento Na generalidade, os portugueses continuam a confiar o seu dinheiro nos bancos através de depósitos a prazo, cuja rentabilidade é francamente modesta e nem seguer acompanha a inflação. traduzindo-se numa perda do poder de compra dos clientes que optam por este tipo de aplicações. No caso dos portugueses que decidem investir, muitos também continuam a confiar no seu gestor de conta (que muitas vezes não têm formação / conhecimento na área) para aplicarem parte do capital disponível em produtos financeiros que não conhecem, onde por vezes se traduz também em situações onde os investidores assumem riscos elevados devido à falta de conhecimento em relação ao instrumento financeiro que decidiu alocar parte do seu capital

2 Papel dos pais e da escola na educação financeira Os pais têm um papel importante na educação financeira dos mais novos, no entanto, dada a falta de cultura financeira e o facto de muitos não alocarem parte do capital em produtos financeiros, acabam por passar más práticas aos mais novos. Muitas vezes os pais estimulam apenas a poupanca sem referirem a importância e os benefícios de se investir parte do capital disponível. Por outro lado, a escola tem um papel fundamental para combater a literacia financeira, através da educação financeira dos mais novos.

3 Instituições financeiras Por último, mas não menos importante, as instituições financeiras, como por exp. Bancos de Investimento (não confundir com os de retalho), fundos de investimento, corretoras têm um papel muito importante para a melhoria do nível de literacia financeira no país.



LÚCIA LEITÃO Diretora do Departamento de Supervisão Comportamental do Banco de Portugal e Presidente da Comissão de Coordenação do Plano Nacional de Formação Financeira

Nunca foi tão urgente reforçar a literacia financeira. A inflação e o aumento das taxas de juro afetam a situação financeira de muitas famílias, já fragilizadas pelo impacto da COVID-19. A literacia financeira é uma ferramenta essencial para tornar as famílias mais resilientes a choques adversos e mais capacitadas para a tomada de decisões financeiras adequadas.

Melhorar os conhecimentos e influenciar atitudes e comportamentos financeiros da população é, todavia, um projeto que exige um esforço continuado que tem de ser assumido como um compromisso de longo prazo. Carece, por outro lado, do apoio de um conjunto alargado de parceiros próximos dos diferentes públicos alvo. O Banco de Portugal, a ASF e a CMVM, têm vindo a trabalhar, desde 2011, no âmbito do Plano Nacional de Formação Financeira, com ministérios e organismos públicos, associações do setor financeiro e de defesa dos consumidores e ONG para, em conjunto, levarem a formação financeira a diferentes segmentos da população. Este trabalho passa por formar formadores que multiplicam as iniciativas de formação e pela produção de materiais formativos adequados às características e necessidades dos vários grupos sociais. A parceria do Plano com o Ministério da Educação é um muito bom exemplo desta opção estratégica, entretanto reforçada com a obrigatoriedade da formação financeira nas escolas. Para massificar as iniciativas de formação financeira, o Plano lançou o portal Todos Contam e a plataforma de e-learning e têm vindo a realizar campanhas de sensibilização, com destaque para a Global Money Week e a Semana da Formação Financeira. O portal Todos Contam e a página de Facebook do Plano

divulgam conteúdos e iniciativas que o Plano desenvolve diariamente. O processo de transformação digital veio sublinhar a importância de promover a formação financeira digital da população, tarefa que o Banco de Portugal assumiu desde 2016, tendo conduzido diversas campanhas com estaque para a #ficaadica, dirigida sobretudo aos mais jovens. Desde 2021, com o apoio da Comissão Europeia e da OCDE, assumiu a definição de

uma estratégia de literacia financeira digital para promover a formação financeira digital, indispensável à utilização segura e esclarecida de produtos e serviços financeiros digitais e à inclusão financeira digital da população.



EDUARDO FARINHA PEREIRA Diretor do Departamento de Supervisão Comportamental da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (ASF)

Em 2011 o Conselho Nacional de Supervisores Financeiros avançou para a criação de um Plano Nacional de Formação Financeira (PNFF, "o Plano"), por considerar que a educação financeira constitui um importante complemento das medidas de proteção do consumidor o objetivo último dos supervisores, promovendo a estabilidade financeira. O PNFF constitui um instrumento para o enquadramento de iniciativas de promoção da literacia financeira, permitindo sinergias e ganhos de escala que não seriam possíveis se os supervisores não trabalhassem iuntos. É reconhecido internacionalmente, sendo a nossa estratégia apontada como um caso de sucesso e como referência para outros países. As iniciativas desenvolvidas por cada supervisor no âmbito dos produtos disponibilizados pelos setores por si supervisionados, e o trabalho continuado e estruturado das equipas dos três supervisores dedicadas ao tema da literacia financeira, no âmbito do Plano, com a realização de inúmeras ações de formação junto dos diversos públicos-alvo, tem contribuído para que Portugal tenha vindo a obter resultados muito interessantes nos inquéritos internacionais realizados, quer à população adulta, quer aos empresários de micro e pequenas empresas, quer ainda aos jovens. Num mundo em rápida mudança, as linhas de ação estratégica carecem de um permanente ajustamento, têm de ser dinâmicas para ir ao encontro das necessidades em cada momento. Os temas da resiliência financeira, enfatizada pela pandemia - que veio pôr em evidência o profundo impacto de situações adversas no bem-estar económico e financeiro de toda a população -, do digital e da sustentabilidade, por exemplo, integram as preocupações do Plano para 2021-2025, procurando precisamente contribuir para um melhor nível de literacia nestes domínios. A promoção da resiliência financeira dos indivíduos e das famílias ganha especial importância no caso da ASF, visando capacitá-los para responderem a choques adversos inesperados, permitindo-lhes manter a capacidade de cumprir as suas responsabilidades financeiras e assegurar o seu bem-estar financeiro, nomeadamente através da poupanca e de uma gestão de riscos adequada. Nos últimos anos, a ASF tem procurado diversificar o tipo de conteúdo que disponibiliza ao consumidor bem como os canais usados para a sua

divulgação. Acreditamos que essa melhoria na comunicação nos permite segmentar melhor o tipo de consumidor e as necessidades específicas ao nível da informação financeira. E, naturalmente, permite-nos impactar um maior número de pessoas. A aposta nos canais digitais, e sobretudo nas redes sociais, tem apoiado esta estratégia. No âmbito do Plano, constituem prioridades formativas para os próximos anos, no âmbito da resiliência financeira, de acordo com as linhas de ação estratégica definidas: i) estimular o exercício de planeamento e gestão do orçamento familiar; ii) sensibilizar para a importância de Pág. 2 / 2 hábitos de poupança e divulgar as características e riscos dos principais produtos financeiros para a aplicação informada da poupança; iii) divulgar os produtos financeiros para cobertura de riscos associados a produtos de investimento e as suas características; iv) sensibilizar para os compromissos decorrentes do recurso ao crédito, bem como para as implicações do sobre endividamento e para as medidas de prevenção e gestão de situações de incumprimento; v) sensibilizar para a importância do planeamento financeiro da reforma e para os produtos financeiros disponíveis para o efeito, suas características e riscos; e vi) promover hábitos de precaução e sensibilizar para a noção de risco, divulgando as características dos seguros e o seu papel na mitigação de riscos. A ASF e, acredito, os outros supervisores, irão continuar a eleger a literacia financeira, a primeira linha de defesa dos consumidores, como uma das suas prioridades



Assessora do Conselho de Administração da CMVM e membro da Comissão de Coordenação do PNFF

As decisões financeiras estão presentes em todas as fases da vida e a sua qualidade condiciona o bem-estar futuro. É fundamental capacitar os cidadãos para fazerem as perguntas certas e tomarem decisões conscientes para uma gestão adequada das suas finanças pessoais. É por isso que a promoção da literacia financeira, a par da transição para uma economia mais sustentável, está no centro das prioridades estratégicas da CMVM. Assim, importa, por um lado, a divulgação de informação de elevada qualidade, fiabilidade. consistência, comparabilidade e acessibilidade e, por outro, implementar programas de literacia financeira robustos com ações de formação e sensibilização para os diferentes públicos-alvo, fomentado assim a adoção de atitudes e comportamentos baseados em conhecimento. Sendo este um investimento a longo-prazo, a sua eficácia depende da capacidade para atingir um público extenso e diversificado nas várias vertentes da literacia financeira. Por isso, os três supervisores financeiros (CMVM, BdP e a ASF) decidiram, em 2011, juntar esforços e criar o Plano Nacional de Formação Financeira, agregando mais de três dezenas de parceiros. Acreditamos que esta cooperação é a chave para o sucesso. Para chegar aos diferentes públicos-alvo privilegiámos as parcerias. O Ministério da Educação na formação nas escolas (alcançámos cerca de 50% dos agrupamentos de escolas de todo o país e centenas de alunos), o Ministério da Economia, através do IAPMEI/TP para a formação de MPME, o Ministério do Trabalho, o IEFP e a CCDR-N, as associações do setor financeiro, entre outros. Reforçámos a publicação de informação dedicada aos consumidores e investidores, através de recomendações e alertas sobre temas como a sustentabilidade, a utilização de canais digitais, os criptoativos e a utilização de redes sociais como fonte de informação. O compromisso da CMVM com esta agenda é absoluto.

Investir durante a recessão? É possível, e explicamos-lhe como

No mercado de capitais, o sobe-e-desce é uma constante. Há períodos em que o preço das ações segue de "vento em popa", como aconteceu nos últimos 13 anos, em que o índice americano S&P 500 teve um retorno médio anual superior a 14%, e outros em que a incerteza no mercado provoca quedas enormes nas cotações, como o que está a acontecer este ano, em que o índice desvaloriza mais de 20%. Em momentos de queda nos mercados financeiros, a "aposta" em empresas boas pagadoras de dividendos revela-se uma estratégia eficaz para suavizar as perdas do mau desempenho bolsista.

DIVIDENDOS VS CRESCIMENTO

Em fases de expansão económica, como a última década, os investidores procuram as chamadas "growth stocks", empresas que aproveitam o aumento do consumo para aumentar os volumes de vendas e lucros que, em vez de serem distribuídos aos acionistas, são utilizados para financiar novos investimentos como, por exemplo, as ações tecnológicas. Já nas fases de contração económica, os investidores compram ações de empresas de setores tipicamente mais defensivos e cuja performance não depende tanto do ciclo económico. Ora, tal como aconteceu em 2008, os economistas, e o FMI em particular, preveêm que o abrandamento económico atual se possa transformar numa recessão mais profunda, sobretudo no continente europeu, com a crise energética e a inflação a reduzirem drasticamente o poder de compra das famílias e a aumentarem os custos das empresas.

Haverá excepções, mas a maioria das empresas mais generosas são "large caps" - grandes empresas no mercado onde estão cotadas, o que numa economia mais global é um trunfo. Em termos de rácios económicos, estas empresas têm um PER ("price earnings ratio") e PBV ("price book value") aceitáveis e taxas de retorno de capital próprio que justificam a opção pela distribuição dos dividendos.

IDENTIFICAR AS EMPRESAS QUE PAGAM MELHORES DIVIDENDOS

Geralmente, os investidores em dividendos gostam de obter um rendimento passivo e regular - esse é seu objetivo principal. Portanto, um alto rendimento dos dividendos é um aspecto-chave em termos de identificação de um investimento promissor. Na verdade, muitas empresas acabam por apresentar um retorno muito satisfatório no que diz respeito ao pagamento de dividendos que, muitas vezes, excede os 4%. No entanto, deve-se ter em atenção que o rendimento dos dividendos resulta da divisão do dividendo anual de uma empresa pelo preço atual das suas ações. Quando o preço das ações sobe, o rendimento cai. Por outro lado, se o preço das ações cair, o rendimento pode aumentar inesperadamente.

Para avaliar uma ação que paga dividendos deve-se ter como referência a regularidade com que a empresa distribui os dividendos aos investidores. As empresas que tendem a ser populares entre os investidores em dividendos tendem a ter uma política de dividendos confiável, uma vez que estas empresas determinam o valor dos dividendos pagos aos acionistas, bem como a frequência com que os mesmos são pagos. Certas empresas bem estabelecidas no mercado prometem aumentar os seus dividendos ano após ano. Apesar dos altos e baixos, muitos deles conseguem realizar esse compromisso. É o caso da Walmart que aumenta o seu dividendo há 49 anos consecutivos e que em 2023 se tornará uma "dividend king".

- Reis dos dividendos empresas cotadas no S&P 500 que aumentam os seus dividendos há mais de 50 anos consecutivos.
- Aristocratas de dividendos empresas cotadas no S&P 500 que aumentam os seus dividendos há mais de 25 anos consecutivos.



Desde 2009 que o retorno total (incluindo dividendos) das ações conhecidas como aristocratas dos dividendos tem sido superior ao retorno total do índice S&P 500. Fonte: S&P Dow Jones Indices

O índice dos aristocratas dos dividendos teve um desempenho inferior nos anos de 2019 a 2021. Este foi um período no mercado em que o crescimento a qualquer custo reflectiu-

-se em avaliações extremas e os mercados foram em grande parte impulsionados pelo medo de perder a oportunidade (FOMO). Nesse tipo de ambiente, é compreensível que as empresas de crescimento mais lento, lucrativas, mais maduras e que pagam dividendos tenham um desempenho inferior.

E AS AÇÕES PORTUGUESAS, SERÃO UMA BOA APOSTA?

Depois de em 2020 as ações portuguesas terem caído para o quinto lugar na atratividade da "fatia" dos lucros que será distribuída aos acionistas, isto depois de ter sido, em 2019, o segundo país do mundo com maior rácio de dividendos face à cotação das ações, a Allianz Global Investors prevê uma subida nos pagamentos de dividendos de ações em Portugal de cerca de 13,5% em 2022, face a 2021, para 1,795 milhões de euros. A Allianz Global Investors estima em 2022 um crescimento dos dividendos de ações europeias de 8% para o nível recorde de 410 mil milhões de euros.

Entre as 15 empresas do PSI-20, 13 vão remunerar os acionistas em 2022. A tendência de aumento de dividendos é generalizada, com a maioria das empresas a aumentar a sua remuneração face a 2021. A REN (6,1%), a Galp (5,12%), a Corticeira Amorim (4,7%), a EDP (4,4%) e a Mota-Engil (4,39%) são as empresas que apresentam o maior dividend yield.

ETFs: outra forma de ter um rendimento passivo Como se fosse um fundo, mas numa ótica de rendimento puro, existem os ETFs (exchange traded funds), com filosofias de investimento assentes na remuneração acionista. Através destes, o investidor recebe periodicamente um rendimento que representa a taxa de dividendo média ponderada das empresas que compõem a carteira do ETF.

O iShares Euro Dividend ETF, cotado na bolsa de Amesterdão, é um bom exemplo. Este ETF composto pelas 30 empresas com a maior taxa de dividendo da zona euro, acumulou um rendimento de 58,88% nos últimos 10 anos e distribui trimestralmente uma taxa anual média de dividendos de 5,79%. Existe também um ETF que replica o índice dos aristocratas dos dividendos, como visto anteriormente. Este índice é composto pelas 60 empresas com a maior dividend yield do índice S&P Composite 1500 que aumentaram os dividendos nos últimos 25 anos consecutivamente. Nos últimos 10 anos, este ETF teve um rendimento acumulado superior a 166%, com uma taxa anual média de dividendo de 2,48%.

Se o objetivo for investir a nível mundial, o iShares MSCI World Quality Dividend ETF poderá ser uma boa opção. Os 3,40% de taxa de dividendos não impressiona, mas o facto de ter superado o desempenho do índice S&P500 na última década é uma prova cotada dos proveitos que uma estratégia de investimento assente na remuneração acionista pode oferecer.



As cinco maiores posições do SPDR S&P US Dividend Aristocrats ETF. Fonte: xStation5



O scanner de ações pode ser útil para os investidores que procuram empresas com uma determinada dividend yield. Fonte: xStation 5 Esteja ciente de que os dados apresentados referem-se a dados passados e não são garantia de desempenhos futuros.

Este material é uma comunicação de marketing na aceção do artigo 24.º, n.º 3, da Diretiva 2001/65 / UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 15 de maio de 2014, sobre os mercados de instrumentos financeiros e que altera a Diretiva 2002/92 / CE e Diretiva 2011/61/ UE (MiFID II). A comunicação de marketing não é uma recomendação de investimento ou informação que recomenda ou sugere uma estratégia de investimento (UE) n.º 596/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho de 16 de abril de 2014 sobre o abuso de mercado (regulamentação do abuso de mercado) e revogação da Diretiva 2003/6 / CE do Parlamento Europeu e do Conselho e das Diretivas da Comissão 2003/125 / CE e 2004/72 / CE e do Regulamento Delegado da Comissão (UE) 2016/958 de 9 de março de 2016 que completa o Regulamento (UE) n.º 596/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho no que diz respeito às normas técnicas regulamentares para as disposições técnicas para a apresentação objetiva de recomendações de investimento, nos termos do Código dos Valores Mobiliários, aprovado pelo Deverto-Lei n.º 486/99, de 13 de Novembro. A comunicação de marketing é elaborada com a máxima diligência, opicividade, apresenta os actos do conhecimento do autor na data da preparação e é desprovida de quaisquer elementos de avaliação. A comunicação de marketing é elaborada sem considerar as necessidades do cliente, a sua situação financeira individual e não apresenta qualquer estratégia de investimento de forma alguma. A comunicação de marketing ñão constitui uma oferta ou oferta de venda, subscrição, convite de compra, publicidade ou promoção de qualquer instrumento financeiro. A XTB, S.A. - Sucursal em Portugal não se responsabiliza por quaisquer ações ou omassões do cliente, em particular pela aquisição ou alienação de instrumentos financeiros. A XTB não acetará a responsabilidade por qualquer perda ou dano, incluindo, sem limitação, qualquer perda ou danos instrumentos financeiros ne limitação, comitida na presente comunicação comercial. Caso o comunicado de marketing contenha in

