

Semana Nacional de
**EDUCAÇÃO
FINANCEIRA**

**Relatório da Semana Nacional de
Educação Financeira (2022 e 2023)**

Sumário



Palavra da Presidente	4
A Semana	5
Resiliência Financeira	9
Iniciativas	13
9ª edição da Semana ENEF	13
10ª edição da Semana ENEF	16
Resultados	20
Resultados da 9ª Semana ENEF e da 10ª Semana ENEF	20
Organizadores	23
Área de Atuação	25
Público-alvo	29
Formato	32
Temas	36
Distribuição geográfica	41
Considerações finais	43





Semana Nacional de
**EDUCAÇÃO
FINANCEIRA**



Semana Nacional de
**EDUCAÇÃO
FINANCEIRA**

Palavra da Presidente do FBEF

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

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

A 9ª e a 10ª edição da Semana ENEF tiveram como tema central a resiliência financeira. O principal objetivo das últimas duas campanhas, realizadas em 2022 e 2023, foi fortalecer a resiliência financeira de indivíduos e famílias diante de um cenário de crise econômica e inflação alta.

A importância da Semana ENEF para a população é inegável. Vivemos em uma sociedade onde o endividamento, a falta de planejamento financeiro e a ausência de conhecimento sobre como lidar com o dinheiro são problemas recorrentes. A educação financeira se mostra fundamental para que os indivíduos possam tomar decisões

mais assertivas em relação às suas finanças, evitar o endividamento excessivo e conquistar a tão almejada independência financeira. Através da Semana ENEF, a sociedade como um todo é convidada a refletir sobre seus hábitos financeiros e a adotar uma postura mais consciente em relação ao uso do dinheiro. Afinal, a educação financeira não é apenas uma questão individual, mas também coletiva. Uma população financeiramente educada contribui para o desenvolvimento econômico do país, reduz a desigualdade social e melhora a qualidade de vida das pessoas.

Gostaria de agradecer aos parceiros que contribuíram para a realização de mais de 8 mil iniciativas, alcançando aproximadamente 100 milhões de pessoas no somatório das últimas duas edições. A participação de cooperativas, instituições financeiras, escolas e universidades, empresas públicas e privadas, ONGs, pessoas físicas, entre outros setores, é fundamental para o sucesso da campanha. Seguimos juntos no propósito de levar a educação financeira para cada vez mais pessoas e contamos com o apoio e a participação de todos na próxima edição que será realizada na terceira semana de maio de 2024.

**Nathalie De Andrade
Araujo Matoso Vidual**
Presidente do Fórum Brasileiro de Educação Financeira



A Semana

A Semana ENEF é uma iniciativa do Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF), atual instância de governança da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). A ENEF tem a finalidade de promover a educação financeira, previdenciária, securitária e fiscal no Brasil e contribuir para o fortalecimento da cidadania, para a eficiência e solidez do Sistema Financeiro Nacional (SFN), e para a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores. As duas últimas edições da Semana ENEF, promovidas em 2022 e 2023, foram organizadas pela CVM – atual Presidente do FBEF – e ocorreram em um contexto em mudança diante de novos desafios e incertezas globais.

Assim, a 9ª Semana ENEF, que ocorreu de 12 a 18 de dezembro de 2022, e a 10ª Semana ENEF, que ocorreu de 15 a 21 de maio de 2023, abordaram o tema “Resiliência financeira”, mas com um enfoque diferente da edição de 2020 que abordou o mesmo tema. Na Semana ENEF de 2020, a resiliência financeira foi abordada no contexto imediato da pandemia, focando em ajudar a população a atravessar a crise sanitária e esperando uma recuperação rápida. A ênfase estava em medidas emergenciais e na rápida transformação digital da sociedade. Já em 2022 e 2023, o foco mudou para enfrentar novos desafios e incertezas globais, reconhecendo que a recuperação não foi tão rápida quanto esperado.

Assim, a abordagem tornou-se mais estratégica, refletindo a necessidade de abordagens consistentes e contínuas para fortalecer a resiliência financeira a longo prazo e preparar a população para futuros desafios econômicos e geopolíticos.

O evento de lançamento da 9ª Semana ENEF ocorreu no dia 12 de dezembro de 2022 com o Toque de Campanha da Bolsa, na sede da B3, em São Paulo. A abertura oficial do evento contou com a participação dos Presidentes da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), João Pedro do Nascimento, e da B3, Gilson Finketsztain. Durante a abertura, o Presidente da CVM ressaltou a importância da pauta educacional, tanto em aspectos de educação financeira quanto de educação básica, como canal para diminuir distâncias, gerar oportunidades e aumentar o alcance da disseminação de conhecimento.

“Vivemos um momento especial do mercado, com número cada vez maior de investidores (pessoa física), com diferentes perfis, níveis de conhecimento e faixa etária. Nosso open capital markets, ou seja, o que tenho chamado de democratização do mercado de capitais e o empoderamento de investidores pessoa física, será importante para o país”.

João Pedro Nascimento, Presidente da CVM

MINISTÉRIO DA
PREVIDÊNCIA SOCIAL

MPS

SUSEP

PREVIC

CVM
Comissão de Valores Mobiliários

TESOURO NACIONAL

**BANCO CENTRAL
DO BRASIL**

SECRETARIA NACIONAL DO
CONSUMIDOR

MINISTÉRIO DA
FAZENDA

MINISTÉRIO DA
EDUCAÇÃO

MINISTÉRIO DA
JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO



Por sua vez, o Presidente da B3 agradeceu a parceria com a CVM na realização de ações com foco em letramento financeiro. Além disso, ressaltou a importância da união de esforços para quebrar mitos e mostrar que o mercado de capitais pode e deve ser acessível para todo tipo de investidor.

“A Semana ENEF dá oportunidade a pessoas de todo o Brasil participarem de atividades gratuitas de educação financeira, contribuindo para que mais brasileiros entendam de suas finanças, tenham menos preconceito quanto a produtos de investimento e transitem melhor nessa agenda. Este ano, somos parceiros da CVM na Semana ENEF, na ação digital ‘Produzindo seus sonhos’, que é realizada com influenciadores de áreas que parecem distintas do mercado financeiro – como beleza, moda e games. O objetivo é aproximar estes mundos e mostrar que educação financeira é genuinamente para todos, não importa a sua tribo”.

Gilson Finkelsztain, Presidente da B3



De forma virtual, Mauricio Leister, Coordenador Geral de estudos e análises da Secretaria de Previdência, do Ministério do Trabalho e Previdência Social, também participou do lançamento da 9ª edição da Semana ENEF.

Outro evento de grande destaque foi o Encontro Anual do Centro OCDE/CVM de Educação Financeira para América Latina e Caribe realizado entre os dias 15 e 16 de dezembro. O evento foi organizado pela CVM e OCDE e teve o apoio da ANBIMA. Entre os diversos painéis realizados nos dois dias de encontro, destacamos o painel principal sobre “O papel dos reguladores financeiros no apoio à resiliência financeira individual e ao bem-estar”, que contou com os seguintes participantes:

- Flore-Anne Messy, OCDE e moderadora do evento
- João Pedro Barroso Do Nascimento, Presidente da CVM
- Tomas Soley, Superintendente Geral da SUGESE, Costa Rica, e Presidente da Association of Insurance Supervisors of Latin America (ASSAL)
- Iván Pliego Moreno, Presidente da National Retirement Savings System Commission (CONSAR), Mexico, e Presidente da Asociación Internacional de Organismos de Supervisión de Fondos de Pensiones (AIOS)
- Pasquale Munafò, Presidente do Committee on Retail Investors of the International Organisation of Securities Commissions (IOSCO)



Em relação à 10ª edição da Semana ENEF, o evento de abertura ocorreu na sede da B3, em São Paulo, no dia 15 de maio de 2023, com o Toque de Campanha da Bolsa.

Em seguida, uma série de cinco painéis foi realizada abordando a importância da educação e da resiliência financeira sob diferentes aspectos:

1. Como a resiliência financeira nos ajuda a conquistar o bem-estar financeiro;

2. A importância do planejamento financeiro com foco em aposentadoria;

3. O papel da sustentabilidade no planejamento financeiro;

4. Como a criptoeconomia pode influenciar a forma como lidamos com as finanças; e

5. ChatGPT: oportunidades e cuidados na educação do investidor.

Diversos parceiros, representantes de instituições públicas e privadas, estiveram presentes no evento como: ABCripto, ANBIMA, Banco Central, Ministério da Previdência Social (MPS), PLANEJAR, Superintendência de Seguros Privados (SUSEP), Secretaria Nacional de Previdência Complementar (PREVIC), Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), Instituto Sicoob, Sicredi, entre outros.



Resiliência Financeira

O que é e razões para adoção do tema nas 9ª e 10ª edições da Semana ENEF

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), no relatório “Report on Supporting Financial Resilience and Transformation through Digital Financial Literacy”, diz que a resiliência financeira se refere à “capacidade de indivíduos ou famílias de resistir, lidar e se recuperar de choques financeiros negativos. Tais choques financeiros podem surgir de eventos inesperados, como mudanças no emprego, saúde, composição familiar, entre outros. A resiliência, portanto, não se baseia apenas em renda e ativos, mas também em práticas de gestão de dinheiro, fatores sociais e pessoais”.

A resiliência financeira é multifacetada e pode ser fortalecida por diversas políticas públicas, incluindo apoio/incentivo para acumular economias, alívio de dívidas e inclusão financeira. Além disso, a educação é fundamental para fortalecer a resiliência financeira, preparando os cidadãos para cenários desfavoráveis e promovendo uma transformação positiva na sociedade.

Manutenção do tema, mas com mudança de contexto

A relevância para manutenção do tema resiliência financeira (aplicado na Semana ENEF de 2020 com o tema: Resiliência Financeira: Como atravessar a crise?) permanece devido ao contexto atual e preocupações de longo prazo.

Entretanto, o contexto da resiliência financeira a partir de 2022 é diferente do contexto de 2020. Existem diversos riscos financeiros, incluindo pressões inflacionárias, alterações de políticas monetárias e incertezas geopolíticas. Dada essa realidade, fortalecer a resiliência financeira da população é essencial.

Veja a seguir as principais razões que motivaram a manutenção do tema (embora com foco diferente) para as 9ª e 10ª edições da Semana ENEF:

1. Evolução da Crise Sanitária: Em 2020 e 2021, o mundo estava no auge da crise sanitária causada pela pandemia de COVID-19. As intervenções educacionais realizadas nesses anos coincidiram com uma série de medidas emergenciais governamentais para enfrentar a crise. Em 2022, embora a pandemia ainda estivesse presente, o foco mudou de medidas imediatas de alívio para estratégias de longo prazo de recuperação e resiliência.

2. Percepções Econômicas Alteradas: Inicialmente, havia esperança de uma recuperação econômica mais rápida após a crise sanitária. No entanto, em 2022, as projeções tornaram-se menos otimistas, com expectativas de crescimento global mais cautelosas.

3. Emergência de Novos Riscos Globais: Em 2022, surgiram novos riscos financeiros, incluindo pressões inflacionárias em grandes economias, alterações nas políticas monetárias, fragmentações geopolíticas afetando o comércio global, incertezas nos mercados de energia e potenciais desdobramentos de conflitos geopolíticos, como os no Leste Europeu.

4. Reconhecimento Internacional da Resiliência Financeira: Organizações como a OCDE e a IOSCO destacaram a resiliência financeira como um tema central, refletindo a importância crescente do conceito em um cenário global em mudança.

5. Desafios e Incertezas Contínuos: Apesar das políticas bem-sucedidas em nível nacional para enfrentar a crise sanitária, os desafios e incertezas geopolíticas continuaram a prevalecer em 2022, tornando a resiliência financeira uma prioridade estratégica.

6. Mudança na Perspectiva de Recuperação: Em 2020, havia uma visão de que a superação da crise levaria a ganhos de eficiência devido à rápida transformação digital e a oportunidades para uma reconstrução focada no desenvolvimento sustentável. Em 2022, essa perspectiva mudou ou se adaptou com base nas realidades emergentes.

7. Reavaliação das Estratégias de Resposta: Em 2020, a resposta foi mais reativa, com foco em ajudar a população a atravessar a crise imediata. Em 2022, com o benefício da retrospectiva e a evolução do cenário global, as estratégias se tornaram mais proativas, focando em fortalecer a resiliência financeira para enfrentar desafios futuros.

Em resumo, enquanto 2020 estava mais centrado na resposta imediata à crise e na esperança de recuperação, 2022 trouxe uma compreensão mais profunda dos desafios contínuos e da necessidade de fortalecer a resiliência financeira em face de incertezas e riscos emergentes.



Neste sentido, fortalecer a resiliência financeira da população é fundamental sob vários aspectos:

1. Preparação para Choques Financeiros: A vida é imprevisível. Pessoas financeiramente resilientes estão mais bem preparadas para lidar com eventos inesperados, como perda de emprego, emergências médicas ou desastres naturais, sem entrar em crise financeira.

2. Promoção do Bem-Estar: Indivíduos que são financeiramente resilientes tendem a experimentar menos estresse relacionado a dinheiro, o que pode levar a uma melhor saúde mental e física.

3. Redução da Dependência de Dívidas: Com uma base financeira sólida, as pessoas podem usar o crédito de forma segura e evitar acumular dívidas desnecessárias, especialmente dívidas de alto custo, como as do cartão de crédito.

4. Estabilidade Econômica: Uma população financeiramente resiliente pode contribuir para a estabilidade econômica de um país. A redução de pessoas superendividadas ou recorrendo a serviços sociais pode aliviar o número de ações nos sistemas judiciário e

de seguridade social.

5. Empoderamento Individual: A resiliência financeira permite que as pessoas tenham maior controle sobre suas vidas, tomem decisões informadas e persigam oportunidades, seja investindo em educação, iniciando um negócio ou comprando uma casa.

6. Promoção da Inclusão Financeira: A resiliência financeira pode ser um passo em direção à inclusão financeira, permitindo que mais pessoas tenham acesso a serviços financeiros formais, como bancos e seguros.

7. Apoio à Educação Financeira: Uma população que compreende a importância da resiliência financeira é mais propensa a buscar educação e recursos financeiros, levando a uma sociedade mais informada e preparada e com maior capacidade de gerenciar riscos.

8. Mitigação de Crises Econômicas: Em níveis macroeconômicos, uma população financeiramente resiliente pode ajudar a mitigar os efeitos de recessões ou crises econômicas, já que mais indivíduos e famílias terão reservas ou estratégias para lidar com tempos difíceis.

9. Fomento de Hábitos Financeiros Saudáveis: A ênfase na resiliência financeira pode promover hábitos saudáveis como poupança regular, consumo e investimento de forma consciente, gestão de dívidas e gestão de riscos e seguros.

10. Apoio à Inovação e Crescimento: Pessoas financeiramente resilientes têm mais liberdade para inovar, correr riscos calculados

e investir em novas oportunidades, impulsionando o crescimento econômico.

Em suma, fortalecer a resiliência financeira não beneficia apenas os indivíduos, mas a sociedade como um todo, promovendo estabilidade, crescimento e bem-estar.



Iniciativas

9ª edição da Semana ENEF

Durante a 9ª edição da Semana ENEF (12 a 18 de dezembro de 2022) foram realizadas 1.765 iniciativas. Tais iniciativas foram divididas em iniciativas específicas (eventos)¹ e campanhas em massa (ações de divulgação)².

Ao todo, foram realizados 1.238 eventos e 527 ações de comunicação. Além disso, ao menos 24 unidades federativas, juntamente com o Distrito Federal, promoveram iniciativas educacionais. As únicas unidades federativas que não realizaram iniciativas foram Amapá e Rondônia, ambas da região Norte.

Ao longo da 9ª Semana ENEF, o setor cooperativista, responsável por 92% das iniciativas apresentadas, destacou-se como o segmento preponderante tanto em volume de iniciativas específicas quanto em campanhas de massa. Dentre as iniciativas promovi-

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

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

das, destacamos o Sicredi que promoveu o lançamento da campanha “Vida Financeira não é sorte, é conhecimento”, com ações e abordagens focadas nas ciências comportamentais para impulsionar o tema “Resiliência Financeira”.



Ação do Sicredi com foco em ciências comportamentais para impulsionar o tema “Resiliência Financeira”



Novo livro da Coleção Financinhas

Outra cooperativa de destaque foi o Instituto Sicoob que lançou uma nova edição do livro da Coleção Financinhas³: “Marina esqueceu de desligar a televisão”. O novo livro é classificado como pertencente ao gênero de literatura infantojuvenil: recomendado para crianças e jovens com idades entre 0 e 14 anos. O enredo da história permite aos leitores fazer reflexões sobre temas atuais, como sustentabilidade e consumo consciente.

O lançamento oficial do livro ocorreu durante a live “Tocando em frente”. Durante o evento, o palestrante e ex-jogador de futebol da Chapecoense, Jackson Follmann, ministrou uma palestra sobre resiliência financeira, motivação e superação.

3..<https://institutosicoob.org.br/programas/eixo-cidadania-financeira/programa-financinhas>



Semana
ENEf

Hoje você
tem o 1º treino!

LIVE Tocando em frente
com **Jackson Follmann**

às 16h Canal oficial do
Sicoob no Youtube
(horário de Brasília)

Pode se preparar porque daqui a pouco tem a live com o ex-jogador da Chapecoense, Jackson Follmann, ensinando as principais habilidades que você precisa pra vencer - nos esportes e nas finanças.

Acesse e prepare-se para desenvolver habilidades que vão te ajudar na sua vida financeira.

ASSISTIR À LIVE

SICOOB

Comunicação para uso interno. É proibido veicular ou distribuir para cooperados.

Enviado pela equipe de Cultura e Inovação para o Centro Cooperativo Sicoob (CCS).

Live “Tocando em frente” com o ex-jogador de futebol Jackson Follmann

Por fim, o Cresol promoveu o Projeto Juventude Cooperativista na Escola Cordilheira Alta, no Município de Cordilheira Alta (SC). A

A resiliência financeira:

é a capacidade da pessoa e de sua família de lidar com situações inesperadas que tenham impacto negativo na sua renda ou patrimônio



Semana Nacional de
**EDUCAÇÃO
FINANCEIRA**

#semanaENEF2022 #semanaENEF #FBEF
www.gov.br/semanaenef

Um cidadão financeiramente resiliente:

consegue lidar com dificuldades financeiras e se recuperar de forma mais rápida



Semana Nacional de
**EDUCAÇÃO
FINANCEIRA**

#semanaENEF2022 #semanaENEF #FBEF
www.gov.br/semanaenef

Comportamentos financeiramente resilientes consistem em:

registrar e monitorar as receitas e despesas domésticas



Semana Nacional de
**EDUCAÇÃO
FINANCEIRA**

#semanaENEF2022 #semanaENEF #FBEF
www.gov.br/semanaenef

iniciativa previa a formação de jovens em educação financeira. A formatura ocorreu durante a Semana ENEF e contou com a participação dos alunos, da escola, dos pais, da comunidade e do Cresol. Quanto às iniciativas dos membros do FB EF, o foco residiu na promoção de ações digitais por meio da disseminação de mensagens-chave⁴ sobre resiliência financeira, abordando o tema a partir de três perspectivas distintas: conhecimento, habilidade e atitude.

4. As mensagens-chave sobre resiliência financeira para a Semana ENEF foram desenvolvidas utilizando as key messages da IOSCO sobre investimentos como referência. <https://www.worldinvestorweek.org/?p=resources>

10ª edição da Semana ENEF

Durante a 10ª edição da Semana ENEF (15 a 21 de maio de 2023) foram realizadas 6879 iniciativas. Ao todo, foram realizados 6.043 iniciativas específicas e 836 campanhas em massa. Além disso, todas as 26 unidades federativas, mais o Distrito Federal, promoveram ao menos uma iniciativa educacional.

Esta edição marcou a forte retomada das iniciativas presenciais após o término da pandemia decretado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) no dia 05/05/2023. Cerca de 86% das iniciativas foram realizadas presencialmente enquanto 14% das iniciativas foram realizadas no formato virtual ou híbrido. Essa retomada das atividades presenciais também já tinha sido observada na edição de 2022 quando 67% das iniciativas foram realizadas presencialmente e 33% de forma presencial ou híbrida. O elevado índice de eventos presenciais deve-se primordialmente ao segmento de cooperativismo.

Mais uma vez, o setor cooperativista foi responsável pela grande maioria das iniciativas, destacando-se com 94% do total de iniciativas específicas e campanhas de massa.

Dentre as iniciativas realizadas, destacamos o Sicredi que promoveu o lançamento do jogo “Universo S902” na plataforma Roblox.

Este jogo proporciona uma experiência interativa para crianças e adolescentes, permitindo-lhes desenvolver conhecimentos sobre educação financeira por meio de atitudes cooperativas, como a participação de quizzes, a valorização do comércio local, a utilização de caixa eletrônico, a compreensão de economia e investimento do dinheiro de forma lúdica e gamificada. O objetivo do jogo é promover uma cultura financeira mais consciente e responsável desde a infância. Desde o lançamento, 3800 crianças já foram impactadas pelo jogo.





Outro destaque do Sicredi foi a intensificação da atual parceria com a Maurício de Sousa Produções (MPS) no fomento da educação financeira, utilizando os personagens da Turma da Mônica. A série temática de histórias explica a origem do dinheiro, o orçamento familiar, a recompensa de quem sabe administrar o dinheiro, formas de economizar, e medidas de prevenção e proteção financeira.

Neste contexto, também ocorreu o lançamento, em 15 de maio de



Série temática de gibis de educação financeira da Turma da Mônica⁵

2023, das experiências de educação financeira na Vila da Mônica, em Gramado – RS, um parque temático da Turma da Mônica inaugurado em outubro de 2022. A experiência proporciona aos visitantes vivências sobre o tema de educação financeira na Casa dos Bombeiros, onde as crianças têm a oportunidade de salvar os pets e, em troca, recebem uma recompensa com dicas sobre a origem do dinheiro. No Hospital Veterinário, as crianças podem aprender sobre os custos relacionados aos cuidados com o pet e, com isso, sobre o orçamento familiar, enquanto brincam de assistentes de veterinário. Na Casa da Magali, elas recebem dicas sobre um aniversário sustentável, aprendendo a economizar.

Outra iniciativa de destaque foi o Projeto de Planejamento Financeiro com jovens universitários desenvolvido pelo Cresol, juntamente com outras instituições financeiras. Foi firmada uma parceria com o Laboratório de Finanças e Consultoria Universitária (CAI), do Centro Universitário para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí (UNIDAVI), para ofertar consultorias financeiras, palestras e

5. <https://www.sicredi.com.br/sites/turmadamonica>



Experiência de educação financeira na Vila da Mônica, em Gramado - RS

oficinas sobre planejamento financeiro. As ações foram realizadas nas cidades de Rio do Sul (SC), Donna Emma (SC), Presidente Getúlio (SC), Ibirama (SC), Taió (SC) e Mirim Doce (SC).

O Cresol realizou ainda uma ação de educação financeira para mulheres da cooperativa Aguapé (MG). Com o objetivo de promover a inclusão financeira e o desenvolvimento sustentável das comunidades, através da agência de Manhumirim (MG), a ação contou com a participação de 14 mulheres da Cooperativa Mista



de Trabalho e Produção de Coleta Seletiva, Reaproveitamento e Reciclagem do Lixo Ltda. Durante o evento, as palestrantes Tamara Knupp e Leticia Barbosa compartilharam insights sobre a importância da educação financeira, planejamento do orçamento familiar, economia doméstica, noções de investimentos, compreensão de riscos financeiros e construção de uma base sólida para o futuro.

Por fim, entre os parceiros atuantes na Semana ENEF, vale destacar as iniciativas promovidas pelo Sebrae Nacional e suas unidades regionais. Para promover a educação financeira e transformar a realidade de estudantes de todo o país, o Sebrae e a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), em parceria com o Ministério da Educação (MEC), e o apoio da B3 e do Instituto XP, lançaram, no dia 16 de maio, os Cursos Educação Financeira nas Escolas. O evento de lançamento foi realizado na sede do Sebrae Minas, em Belo Horizonte, com transmissão on-line pelo Youtube do Sebrae para todo o Brasil, e teve palestra magna da jornalista e especialista em finanças, Nathalia Arcuri.

O evento – “Educação Financeira: Agir hoje para a sustentabilidade



Palestra sobre educação financeira para mulheres da cooperativa Aguapé



Sebrae e CVM lançam o curso Educação Financeira nas Escolas

no amanhã” – foi voltado a secretários(as) municipais de educação, diretores de escolas, coordenadores pedagógicos e professores, prefeitos, superintendências de ensino e demais profissionais e lideranças da área.

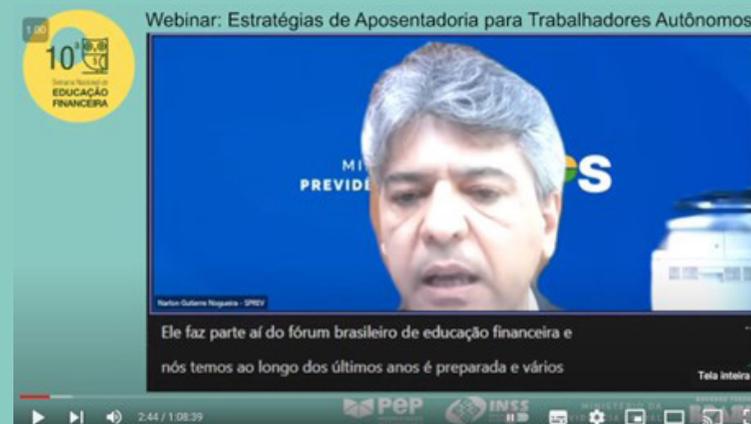
Entre as iniciativas promovidas pelos membros do FBEF, destacamos os webinários sobre resiliência financeira no evento de lançamento da Semana ENEF com a participação da CVM, Ministério da Previdência Social (MPS), SUSEP, PREVIC e SENACON. Os seguintes tópicos foram abordados no evento: resiliência do investidor; resiliência do consumidor; gestão de riscos e seguros; e bem-estar financeiro.

A CVM organizou ainda 11 lives sobre diversos temas: estrutura e funcionamento do mercado de capitais; bolsa de valores; investimentos para iniciantes; ETFs, FIAGRO, Fundos de investimento etc. A SUSEP organizou o webinar “Como os seguros e a previdência podem ajudar na resiliência financeira”. O MPS organizou o webinar “Estratégias de aposentadoria para trabalhadores autônomos”. Além disso, o MPS organizou em conjunto com o INSS o webinar “Educação financeira e previdenciária”. O Banco Central realizou uma palestra sobre



Webinar sobre Resiliência Financeira na Semana ENEF

educação financeira do “Programa Aprenda Valor”. A palestra foi direcionada para professores do ensino fundamental de escola pública e contou com os seguintes temas: planejamento, poupança e crédito.



Webinar sobre Estratégias de Aposentadoria para Trabalhadores Autônomos - MPS

Resultados

Resultados da 9ª Semana ENEF e da 10ª Semana ENEF

A 9ª edição da Semana ENEF alcançou um público de 267 mil pessoas por meio de iniciativas específicas e de 50 milhões nas campanhas em massa enquanto a 10ª edição teve 513 mil pessoas por meio de iniciativas específicas e 47,6 milhões por meio das campanhas em massa.

O número reduzido de alcance de público das iniciativas específicas em 2022 se deve ao fato de a campanha ter sido realizada de forma atípica em dezembro, pós-período eleitoral e durante a Copa do Mundo. Soma-se a isso o fato de o mês de dezembro ser um período de maior incidência de pessoas de férias.

Em relação à 10ª edição, realizada em maio de 2023, a campanha voltou a ser realizada na terceira semana do mês de maio, mesmo período das edições pré pandemia. A edição deste ano teve quase o dobro de alcance nas iniciativas específicas em relação à campanha de 2022 e praticamente o mesmo alcance nas campanhas de massa.

O alcance das iniciativas nestas duas edições, tanto nas iniciativas específicas quanto nas campanhas em massa, apresentou um resultado inferior à 8ª Semana ENEF realizada em 2021.

O que pode ter contribuído para este declínio (principalmente das iniciativas específicas) foi a migração do site da Semana ENEF para o Portal Gov.Br que culminou em uma nova plataforma de cadastro de iniciativas e coleta de resultados da campanha, além do tempo reduzido para fazer a divulgação apropriada da nova plataforma. Essa nova plataforma ainda carece de funcionalidades e automações que existiam no site anterior.

Além disso, outro fator que justifica a significativa redução do alcance total é a grande redução do alcance das campanhas de massa do setor de associações de classe. Enquanto este segmento apresentou um alcance de 64 milhões de pessoas em 2021, o alcance nas edições de 2022 e 2023 foi, respectivamente, de 15 milhões e 1 milhão de pessoas.

Ano	Senef	Alcance direto ⁶	Alcance indireto ⁷	Alcance Total	Nº iniciativas
2019	6ª edição	912.000	69.900.000	70.812.000	14.835
2020	7ª edição	1.100.000	105.900.000	107.000.000	3.278
2021	8ª edição	802.600	101.600.000	102.402.600	4.612
2022	9ª edição	266.928	50.091.195	50.358.123	1.765
2023	10ª edição	519.290	47.653.570	48.172.860	6.879

⁶ Alcance direto representa o público das iniciativas específicas (eventos) | ⁷ Alcance indireto representa o público das campanhas em massa (ações de divulgação)

Em relação ao número de iniciativas específicas, aproximadamente 90% foram realizadas no formato presencial tanto na campanha de 2022 quanto na campanha de 2023. Este resultado se deve principalmente ao setor de cooperativismo. Os principais tipos de iniciativas foram: palestras; cursos; mesa redonda; atendimento e orientação financeira; contação de histórias; workshops; lives; etc.

Quanto às campanhas em massa, a grande maioria das ações foi realizada no formato online nas últimas duas campanhas. As principais ações foram: posts nas redes sociais; vídeos (pílulas de conhecimento); entrevistas em programa de rádio e/ou TV; e-mail marketing; mensagens por celular; podcasts; distribuição de folder; etc.

2022

Iniciativas Específicas		
Nº Iniciativas	Formato	Público
114	On-line	137.257
1.108	Presencial	124.613
16	Misto	5.058
1.238	Total	266.928

Campanhas em Massa

Campanhas	527
-----------	-----

Formato	Público
On-line	50.026.720
Presencial	59.146
Misto	5.329
Total	50.091.195

2023

Iniciativas Específicas		
Nº Iniciativas	Formato	Público
256	On-line	158.764
5.760	Presencial	344.859
27	Misto	8.925
6.043	Total	512.548

Campanhas em Massa	
Campanhas	836

Formato	Público
On-line	47.388.528
Presencial	241.569
Misto	23.473
Total	47.653.570

Organizadores

Em 2022, a 9ª edição da Semana ENEF foi realizada em dezembro devido ao período eleitoral (outubro e novembro) e à realização da Copa do Mundo (novembro e dezembro).

Além disso, como dezembro é um período de maior incidência de férias da população, o foco dos membros do FBEF foi realizar campanhas de massa em detrimento das iniciativas específicas (eventos), como se fosse um “aquecimento” para a 10ª edição da Semana ENEF, realizada em maio de 2023, onde ambas as campanhas tiveram o mesmo tema central: resiliência financeira.

Assim, foi coordenada uma ação conjunta com a promoção de ações de divulgação nas mídias sociais sobre resiliência financeira⁸, tendo como inspiração o modelo de mensagens-chave sobre investimentos utilizadas pela IOSCO nas campanhas da World Investor Week.

8. Fontes:

OECD (2021), G20/OECD-INFE. Report on supporting financial resilience and transformation through digital financial literacy, p. 7. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/G20-OECD-INFE-report-supporting-resilience-through-digital-financial-literacy.pdf>.

DEEVY, M., STREETER, J., HASLER, A., LUSARDI, A., Financial Resilience in America, 2021. Disponível em: <https://gflec.org/wp-content/uploads/2021/08/Financial-Resilience-in-America-Report-August-2021.pdf?x53868>



Em 2023, os órgãos responsáveis pela organização da 10ª edição da Semana ENEF tiveram um foco maior na organização de iniciativas específicas, apresentando os seguintes números quanto à quantidade de eventos e ao público alcançado:



Organização	Iniciativas	Público total
CVM	13	11.703
MPS	1	465
BC	3	415
CVM/MPS/Susep/Previc/Senacon/STN	1	144
Susep	1	120
Total geral	19	12.847



Área de Atuação

A seguir, apresentamos as tabelas com os resultados das campanhas de 2022 e 2023 segundo a área de atuação dos organizadores, considerando as iniciativas específicas e as campanhas em massa.

As principais áreas de atuação consideradas no relatório são: cooperativismo; bancos e outras instituições financeiras⁹; associações de classe¹⁰; fundos de pensão; governo; serviços; pessoa física; e outros.

Mais uma vez, as cooperativas de crédito foram as responsáveis pelo maior número de iniciativas, tanto específicas (94,43% em 2022 e 94,60% em 2023) quanto em campanhas em massa (86,7% em 2022 e 91,6% em 2023).

As cooperativas também foram responsáveis pelo maior público tanto nas iniciativas específicas (66,25% em 2022 e 70,50% em 2023) quanto nas campanhas em massa (53,4% em 2022 e 77,1% em 2023).

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

10. Associações de classe: Associação Brasileira de Bancos (ABBC), Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), Federação Brasileira de Bancos (Febraban), Associação Brasileira de Planejamento Financeiro (PLANEJAR), Associação Brasileira de Profissionais de Educação Financeira (ABEFIN) e Associação Brasileira de Internet (ABRANET).

2022 - Iniciativas específicas

Área de atuação	Público presencial	Público on-line	Público misto	Público total	% Público total	Iniciativas	% Iniciativas
Cooperativismo	123.904	48.421	4.514	176.839	66,25%	1.169	94,43%
Associações de classe	-	78.596	-	78.596	29,44%	11	0,89%
Outros¹¹	119	4.291	-	4.410	1,65%	11	0,89%
Fundos de pensão	-	3.105	257	3.362	1,26%	11	0,89%
Governo	430	744	287	1.461	0,55%	7	0,57%
Pessoa física	30	1.013	-	1.043	0,39%	11	0,89%
Bancos e outras IFs	30	886	-	916	0,34%	10	0,81%
Serviços¹²	100	201	-	301	0,11%	8	0,65%
TOTAL	124.613	137.257	5.058	266.928	100%	1.238	100%
TOTAL %	47%	51%	2%	100%			

11. A categoria inclui as áreas de educação, seguradoras, organizações não governamentais e outras.

12. A categoria inclui o Sebrae, entre outros.

2022 - Campanhas em massa

Área de atuação	Alcance	% Alcance	Campanhas	% Campanhas
Cooperativismo	26.755.446	53,4%	457	86,7%
Associações de classe	15.432.058	30,8%	6	1,1%
Bancos e outras IFs	6.494.150	13,0%	12	2,3%
Governo	834.574	1,7%	12	2,3%
Outros	571.743	1,1%	29	5,5%
Pessoa física	1.400	0,003%	4	0,8%
Serviços	1.024	0,002%	6	1,1%
Fundos de pensão	800	0,002%	1	0,2%
TOTAL	50.091.195	100%	527	100%

2023 - Iniciativas específicas

Área de atuação	Público presencial	Público on-line	Público misto	Público total	% Público total	Iniciativas	% Iniciativas
Cooperativismo	328.866	25.745	6.521	361.132	70,5%	5.715	94,6%
Fundos de pensão	180	61.273	1.213	62.666	12,2%	10	0,2%
Bancos e outras IFs	274	45.188	401	45.863	8,9%	34	0,6%
Serviços	8.615	6.580	680	15.875	3,1%	164	2,7%
Governo	94	12.024	-	12.118	2,4%	25	0,4%
Outros	3.594	3.630	110	7.334	1,4%	68	1,1%
Associações de classe	3.048	3.791	-	6.839	1,3%	12	0,2%
Pessoa física	188	533	-	721	0,1%	15	0,2%
TOTAL	344.859	158.764	8.925	512.548	100%	6.043	100,0%
TOTAL %	67,28%	30,98%	1,74%	100%			

2023 - Campanhas em massa

Área de Atuação	Alcance	% Alcance	Campanhas	% Campanhas
Cooperativismo	36.755.661	77,1%	766	91,6%
Bancos e outras IFs	9.160.838	19,2%	23	2,8%
Associações de classe	1.034.139	2,2%	10	1,2%
Governo	468.781	1,0%	18	2,2%
Serviços	152.654	0,3%	7	0,8%
Outros	66.772	0,1%	4	0,5%
Pessoa física	14.725	0,03%	8	1,0%
Fundos de pensão	-	0,0%	0	0,0%
TOTAL	47.653.570	100%	836	100%

Público-alvo

A seguir, apresentamos as tabelas com a divisão das iniciativas específicas e das campanhas em massa por público-alvo. Por meio dessa classificação, identificou-se uma concentração de mais de 98% direcionadas a apenas dois públicos: 1) geral/adultos e 2) crianças/jovens. Essa concentração ocorreu tanto nas iniciativas específicas quanto nas campanhas em massa.

Nas iniciativas específicas, a maior parte das iniciativas de 2022 (66%) foi voltada para o público geral/adultos, enquanto em 2023 a maioria (53%) foi destinada ao público crianças e jovens. Menos de 2% das iniciativas específicas foi direcionada para outros

segmentos: mulheres, idosos, endividados, vulneráveis, baixa renda, PcD, indígenas e migrantes e refugiados.

Nas campanhas em massa, um pouco mais da metade das ações de 2022 (52%) foi voltada para o público geral/adultos, enquanto em 2023 a grande maioria (74%) foi destinada ao público geral/adultos.

É esperado que as campanhas visem um público mais abrangente, ao passo que alguns públicos são atingidos por ações mais específicas, como endividados, mulheres, idosos e baixa renda.

Público-alvo¹³	Iniciativas específicas	% Iniciativas	Público presencial	Público on-line	Público misto	Público total	% Público
Geral/Adultos	582	47,0%	42.750	129.608	4.594	176.952	66,29%
Crianças/Jovens	623	50,3%	81.086	6.604	170	87.860	32,92%
Mulheres	8	0,6%	270	802	-	1.072	0,40%
Idosos	17	1,4%	507	-	257	764	0,29%
Endividados	4	0,3%	-	101	37	138	0,05%
Vulneráveis	2	0,2%	-	108	-	108	0,04%
Baixa renda	2	0,2%	-	34	-	34	0,01%
Total	1.238	100%	124.613	137.257	5.058	266.928	100%

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

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

2023 – Tipo de público das iniciativas específicas

Público-alvo	Iniciativas específicas	% Iniciativas	Público presente	Público on-line	Público misto	Público total	% Público
Crianças/Jovens	3.941	65,22%	268.394	3.106	189	271.689	53,01%
Geral/Adultos	1.919	31,76%	66.613	159.176	8.631	234.420	45,74%
Idosos	62	1,03%	2.956	-	-	2.956	0,58%
Mulheres	68	1,13%	1.294	336	-	1.630	0,32%
Baixa renda	23	0,38%	601	-	105	706	0,14%
Endividados	11	0,18%	87	427	-	514	0,10%
PcD	9	0,15%	296	-	-	296	0,06%
Vulneráveis	3	0,05%	192	-	-	192	0,04%
Indígenas	5	0,08%	104	-	-	104	0,02%
Migrantes e refugiados	2	0,03%	21	20	-	41	0,01%
Total	6.043	100%	340.558	163.065	8.925	512.548	100%

2022 – Tipo de público das campanhas de massa

Público-alvo ¹⁴	Campanhas	% Campanhas	Alcance	% Alcance
Geral/Adultos	398	75,52%	25.998.247	51,90%
Crianças/Jovens	123	23,34%	24.090.209	48,09%
Endividados	2	0,38%	2.492	0,0050%
Mulheres	4	0,76%	247	0,0005%
Total	527	100%	50.091.195	100%

2023 – Tipo de público das campanhas de massa

Público-alvo	Campanhas	% Campanhas	Alcance	% Alcance
Geral/Adultos	551	65,91%	35.296.802	74,07%
Crianças/Jovens	255	30,50%	12.342.037	25,90%
Endividados	7	0,84%	12.613	0,0265%
Mulheres	21	2,51%	1.162	0,0024%
Baixa renda	1	0,12%	656	0,0014%
Idosos	1	0,12%	300	0,0006%
Total	836	100%	47.653.570	100%

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

Formato

Nas tabelas a seguir, as iniciativas específicas e as campanhas em massa são classificadas quanto ao seu formato. É possível perceber que nas iniciativas específicas o formato mais utilizado foi palestra tanto em 2022 quanto em 2023 (cerca de 40%).

Em relação às campanhas de massa, os formatos concurso, mídias sociais e programas de Tv atingiram o maior público em 2022, cerca de 75%. Em 2023, as campanhas de massa tiveram as mídias sociais como formato mais utilizado e o maior alcance em termos de público (85%).

2022 – Formato das iniciativas específicas

Formato da Iniciativa	Público presente	Público online	Público misto	Público Total	% Público	Iniciativas	% Iniciativas
Palestra	17.675	19.909	4.337	41.921	15,70%	484	39,10%
Ferramenta de aprendizagem	49.908	22.022	-	71.930	26,95%	214	17,29%
Outros	38.446	34.213	257	72.916	27,32%	173	13,97%
Seminário	11.026	1.162	250	12.438	4,66%	117	9,45%
Atendimento	1.818	18	4	1.840	0,69%	97	7,84%
Oficina	3.179	4	-	3.183	1,19%	89	7,19%
Material de ensino	2.232	44	110	2.386	0,89%	46	3,72%
Curso	6	55.786	-	55.792	20,90%	11	0,89%
Peça de teatro	310	-	-	310	0,12%	3	0,24%
Quiz	-	4.099	100	4.199	1,6%	3	0,24%
Jogo	13	-	-	13	0,005%	1	0,08%
TOTAL	124.613	137.257	5.058	266.928	100%	1238	100%

2023 – Formato das iniciativas específicas

Formato da Iniciativa	Público presente	Público online	Público misto	Público Total	% Público	Iniciativas	% Iniciativas
Palestra	112.098	107.542	2.164	221.804	43,27%	2612	43,22%
Oficina	80.412	1.790	17	82.219	16,04%	1234	20,42%
Outros	54.078	50.755	6.515	111.348	21,72%	545	9,02%
Jogo	27.374	15	-	27.389	5,34%	461	7,63%
Ferramenta de aprendizagem	19.732	739	-	20.471	3,99%	418	6,92%
Material de ensino	26.942	360	-	27.302	5,33%	334	5,53%
Atendimento	7.002	142	124	7.268	1,42%	282	4,67%
Curso	2.243	1.718	105	4.066	0,79%	75	1,24%
Peça de teatro	7.763	-	-	7.763	1,51%	41	0,68%
Seminário	2.895	4	-	2.899	0,57%	40	0,66%
Quiz	19	-	-	19	0,004%	1	0,02%
TOTAL	340.558	163.065	8.925	512.548	100%	6043	100%

2022 – Formato das campanhas de massa

Formato da Iniciativa	Nº Campanhas	% Campanhas	Alcance	% Alcance
Concurso	1	0,2%	14.295.146	28,54%
Mídias sociais	287	54,5%	12.185.595	24,33%
Tv	4	0,8%	11.157.344	22,27%
Campanha	67	12,7%	9.523.536	19,01%
Rádio	65	12,3%	2.858.887	5,71%
Vídeo(s)	46	8,7%	44.765	0,09%
Mensagens por celular	57	10,8%	25.922	0,05%
TOTAL	527	100%	50.091.195	100%

2023 – Formato das campanhas de massa

Formato da Iniciativa	Nº Campanhas	% Campanhas	Alcance	% Alcance
Mídias sociais	387	46%	40.382.102	84,74%
Rádio	144	17%	3.034.196	6,37%
Campanha	203	24%	2.565.746	5,38%
Tv	10	1%	1.469.726	3,08%
Mensagens por celular	74	9%	151.582	0,32%
Vídeo(s)	18	2%	50.218	0,11%
TOTAL	836	100%	47.653.570	100%

Temas



Os temas das iniciativas estão alinhados com aqueles constantes do Plano de Ação do FBEF para implementação da nova ENEF. Além dos temas presentes no plano de ação, foram incluídos temas de parceiros importantes na realização da Semana ENEF, como cooperativismo e empreendedorismo.

O tema central das 9ª e 10ª edições da Semana ENEF¹⁵ foi resiliência financeira. Trata-se de um tema bastante abrangente e que pode ser abordado sob diferentes óticas de acordo com os temas elencados no plano de ação do FBEF: planejamento; consumo; poupança; investimento; crédito; gestão de riscos (previdência e seguros), direitos e deveres do consumidor; etc.

A seguir apresentamos tabelas contendo os temas mais contemplados nas iniciativas específicas e nas campanhas em massa realizadas nas edições de 2022 e 2023.

Aproximadamente 80% das iniciativas específicas abordaram um dos seguintes temas: planejamento, consumo, poupança e investimentos tanto em 2022 quanto em 2023. O tema planejamento foi o mais utilizado – aproximadamente 30% dos eventos.

Os quatro temas mais utilizados nas iniciativas específicas também foram os mais utilizados nas campanhas em massa com pelo menos 70% do alcance.

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

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



2022 – Temas das iniciativas específicas

Tema	Iniciativas Específicas ¹⁶	% do Total
Planejamento	772	28,9%
Consumo	539	20,2%
Poupança	440	16,5%
Investimento	390	14,6%
Crédito	315	11,8%
Empreendedorismo	39	1,5%
Previdência	35	1,3%
Cooperativismo	34	1,3%
Seguros	30	1,1%
Resiliência financeira	23	0,9%
Finanças comportamentais	22	0,8%
Direitos e deveres sobre produtos e serviços financeiros	19	0,7%
Finanças sustentáveis	7	0,3%
Direitos e deveres do contribuinte	3	0,1%
Total	2.668	100%

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

2023 – Temas das iniciativas específicas

Tema	Iniciativas Específicas ¹⁷	% do Total
Planejamento	2.859	32,03%
Poupança	1.730	19,38%
Consumo	1.722	19,29%
Investimento	752	8,43%
Cooperativismo	649	7,27%
Crédito	472	5,29%
Empreendedorismo	206	2,31%
Resiliência financeira	167	1,87%
Direitos e deveres sobre produtos e serviços financeiros	114	1,28%
Previdência	111	1,24%
Finanças comportamentais	80	0,90%
Seguros	41	0,46%
Finanças sustentáveis	16	0,18%
Direitos e deveres do contribuinte	5	0,06%
Tecnologia e inovação financeira	1	0,01%
TOTAL	8.925	100%

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

2022 – Temas das campanhas em massa

Tema	Campanhas em massa ¹⁸	% do total
Planejamento	443	41,8%
Consumo	129	12,2%
Investimento	129	12,2%
Poupança	124	11,7%
Crédito	63	5,9%
Resiliência financeira	40	3,8%
Finanças comportamentais	36	3,4%
Finanças sustentáveis	23	2,2%
Previdência	22	2,1%
Seguros	21	2,0%
Empreendedorismo	19	1,8%
Cooperativismo	8	0,8%
Tecnologia e inovação financeira	2	0,2%
Direitos e deveres sobre produtos e serviços financeiros	1	0,1%
Direitos e deveres do contribuinte	1	0,1%
Total	1.061	100%

18. A soma é superior à quantidade de campanhas em massa, pois cada campanha pode ser classificada em mais de um tema.

2023 – Temas das campanhas em massa

Tema	Campanhas em massa ¹⁹	% do total
Planejamento	515	30,0%
Consumo	375	21,9%
Investimento	197	11,5%
Poupança	152	8,9%
Cooperativismo	126	7,3%
Crédito	116	6,8%
Empreendedorismo	51	3,0%
Resiliência financeira	48	2,8%
Previdência	40	2,3%
Seguros	40	2,3%
Finanças comportamentais	21	1,2%
Direitos e deveres sobre produtos e serviços financeiros	19	1,1%
Finanças sustentáveis	11	0,6%
Direitos e deveres do contribuinte	5	0,3%
Total	1.716	100%

19. A soma é superior à quantidade de campanhas em massa, pois cada campanha pode ser classificada em mais de um tema.

Distribuição geográfica

O mapa a seguir demonstra o alcance geográfico das iniciativas da Semana ENEF nas edições de 2022 e 2023.

Em 2022, as iniciativas alcançaram 25 das 27 unidades federativas do país. Foram realizadas ao todo 1.765 iniciativas em 596 municípios. Os Estados do Amapá e Roraima não realizaram iniciativas na 9ª Semana ENEF.

Já em 2023, as iniciativas alcançaram todas as 27 unidades federativas do país. Foram realizadas um total de 6.879 iniciativas em 1.555 municípios.

Os Estados do Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo foram os Estados que mais realizaram iniciativas nestas

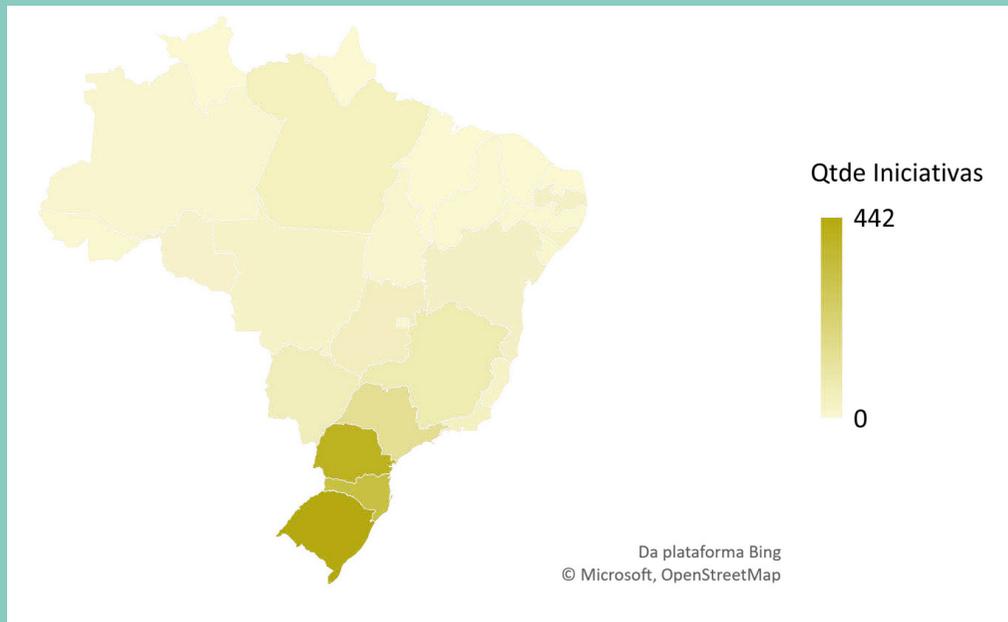


duas edições da Semana ENEF. Juntos, foram responsáveis por 74% das iniciativas em 2022 e 60% das iniciativas em 2023.

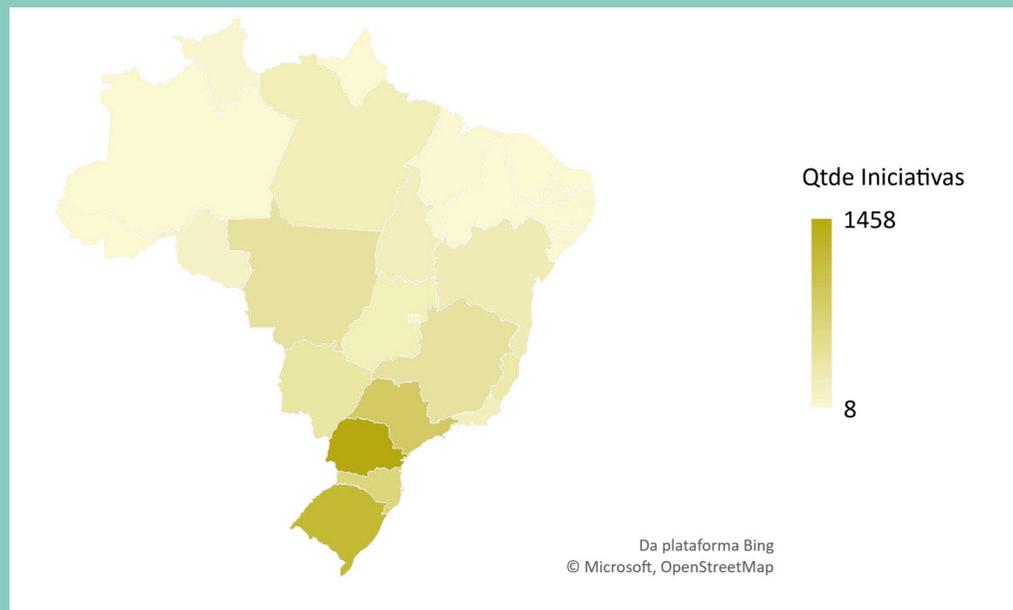
Em ambas as edições, todas as regiões do país contribuíram para a campanha, com destaque para o centro-sul, que realizou pelo menos 85% das iniciativas, em grande medida graças à forte atuação das cooperativas de crédito.

20. Total de iniciativas = total de iniciativas específicas + total de campanhas em massa

Distribuição geográfica das iniciativas da SENEF 22



Distribuição geográfica das iniciativas da SENEF 23



Considerações finais

A resiliência financeira é fundamental em todas as fases da vida de uma população, principalmente em momento de crise econômica e inflação alta, pois proporciona estabilidade, capacidade de adaptação e proteção contra os efeitos adversos dessas condições desafiadoras.

Diversas iniciativas foram realizadas sobre o tema de forma mais ampla, assim como, houve iniciativas que abordaram o tema de forma segmentada, direcionando a discussão e a reflexão para tópicos mais específicos, tais como:

- 1) Planejamento financeiro pessoal e familiar.
- 2) Orçamento doméstico e controle financeiro.
- 3) Consumo consciente.
- 4) Gestão de dívidas e uso responsável do crédito.
- 5) Criação e manutenção de uma reserva de emergência.
- 6) Gestão de ativos e investimentos.
- 7) Planejamento da aposentadoria.
- 8) Gestão de riscos e seguros.
- 9) Finanças comportamentais: desenvolvimento de um mindset financeiro resiliente e positivo.
- 10) Aprendizado sobre economia e como entender os ciclos econômicos, entre outros.

É importante destacar que a resiliência financeira envolve a capacidade de enfrentar adversidades e desafios financeiros e de se adaptar às mudanças nas circunstâncias financeiras pessoais e no ambiente econômico de forma eficaz. Portanto, o fortalecimento da resiliência financeira presume um processo contínuo que exige aprendizado e adaptação contantes.

Em resumo, a Semana ENEF desempenha um papel fundamental na promoção da educação financeira, securitária, previdenciária e fiscal no Brasil. Ao proporcionar acesso a informações, orientações e ferramentas para a gestão financeira adequada, o evento busca capacitar a população a tomar decisões mais conscientes e responsáveis em relação ao seu dinheiro.

Com uma abordagem abrangente e voltada para diferentes faixas etárias, níveis de renda e formações acadêmicas, a Semana ENEF contribui para a formação de uma sociedade mais preparada financeiramente, trazendo benefícios tanto no âmbito individual quanto no coletivo.

Em relação às próximas edições da Semana ENEF, para oferecer maior previsibilidade e transparência a todos os interessados, informamos que a 11ª edição da Semana ENEF será realizada na terceira semana de maio, entre os dias 13 e 19 de maio de 2024.

Por fim, o FBEF destaca a participação crescente de organizações públicas e privadas e pessoas físicas na organização de iniciativas nas campanhas da Semana ENEF e agradece o apoio e a contribuição no fomento da educação financeira junto à sociedade brasileira.