



Recomendação do Conselho relativa
aos Princípios de Alto Nível sobre
Proteção dos Consumidores
Financeiros

Tradução não-oficial



**Instrumentos
jurídicos da OCDE**

Este trabalho é publicado sob a responsabilidade do Secretário-Geral da OCDE. Reproduz um Instrumento Legal da OCDE e pode conter material adicional. As opiniões expressas e os argumentos utilizados no material adicional não refletem necessariamente as opiniões oficiais dos países membros da OCDE.

Este documento, bem como quaisquer dados e mapas nele incluídos, não prejudicam o status ou a soberania sobre qualquer território, a delimitação de fronteiras e limites internacionais e o nome de qualquer território, cidade ou área.

Este documento é fornecido gratuitamente. Ele pode ser reproduzido e distribuído gratuitamente sem a necessidade de quaisquer outras permissões, desde que não seja alterado de qualquer forma. Não pode ser vendido.

Este documento é uma tradução não oficial. Esta tradução foi preparada por Banco Central do Brasil apenas para fins informativos e sua precisão não pode ser garantida pela OCDE.

Contextualização

A Recomendação relativa aos Princípios de Alto Nível sobre Proteção dos Consumidores Financeiros ("Recomendação" ou "Princípios") foi adotada pelo Conselho da OCDE ("Conselho") em 17 de julho de 2012, sob proposta do Comitê dos Mercados Financeiros ("CMF"). A Recomendação estabelece os fundamentos de um arcabouço eficaz e abrangente para a proteção dos consumidores financeiros e recomenda que os governos, as entidades reguladoras, as autoridades de supervisão e outras instituições públicas relevantes tenham os Princípios devidamente em conta e os apliquem. A Recomendação foi revista pelo Conselho em 12 de dezembro de 2022, visando a evolução das políticas que evoluíram desde a sua adoção, a fim de assegurar que continua a refletir as melhores práticas mundiais e a ser prospectiva.

Origem e âmbito da Recomendação

A Recomendação decorre da resposta estratégica da OCDE à crise financeira e econômica, que identificou a importância da proteção do consumidor financeiro como um aspecto negligenciado da crise. Os Princípios foram endossados pelos Líderes do G20 na [Cúpula de Cannes](#) nos dias 03 e 04 de novembro de 2011 e os Princípios estão incluídos no [Compêndio de Normas](#) do Conselho de Estabilidade Financeira ("FSB"). Os Princípios são o principal padrão internacional para o arcabouço de proteção ao consumidor financeiro.

A Recomendação destina-se a complementar, e não a substituir, as normas financeiras internacionais existentes. Foi criado e destinado a ser aplicável a qualquer jurisdição e é de natureza intersetorial, ou seja, pode ser aplicado aos setores de crédito, bancário, pagamentos, seguros, pensões e investimentos.

A Recomendação não aborda questões específicas do setor tratadas pelas organizações internacionais relevantes e pelos reguladores financeiros. Presta especial atenção ao reconhecimento jurídico da proteção dos consumidores financeiros, à necessidade de órgãos de supervisão com a autoridade e os recursos necessários para cumprir a sua missão, ao tratamento equitativo dos consumidores e à conduta empresarial responsável por parte dos prestadores de serviços financeiros e seus intermediários, à educação financeira, aos requisitos de divulgação e transparência eficazes, à proteção de dados, à concorrência e ao acesso a mecanismos de reparação.

Revisão da Recomendação em 2022

De acordo com as conclusões do Relatório de 2022 ao Conselho, a Recomendação foi revisada em 2022 para atualizar as suas disposições e, assim, aumentar sua relevância e impacto.

As revisões refletem as conclusões do Relatório de 2022 ao Conselho e o extenso *feedback* subsequente à consulta pública e das partes interessadas realizada entre janeiro e fevereiro de 2022. O resultado é que os Princípios revistos incorporados na Recomendação representam as melhores práticas globais para um arcabouço de política de proteção do consumidor financeiro eficaz e holístico e são prospectivos. As principais mudanças de política são:

- adicionar dois novos Princípios (12 no total), ou seja, "Acesso e Inclusão" e "Produtos Financeiros de Qualidade" porque esses conceitos não são atualmente cobertos pelos Princípios existentes;
- acrescentar três temas transversais que sejam relevantes para a análise e implementação de cada um dos Princípios, especialmente "Digitalização", "Bem-estar Financeiro" e "Finanças Sustentáveis", e incluir referências ao longo dos Princípios para ilustrar os temas transversais; e
- incorporar lições de alto nível da resposta à pandemia da COVID-19 em todos os Princípios, tais como proteções aprimoradas para consumidores que podem estar vulneráveis e um foco maior no combate a fraudes financeiras.



Próximas etapas

Tanto os Aderentes como o Secretariado da OCDE são convidados a divulgar a Recomendação. O Secretariado recorrerá à ampla rede da Força-Tarefa sobre Proteção Financeira ao Consumidor (“Força-Tarefa”) para uma divulgação eficaz em nível nacional e internacional, bem como através de eventos regionais.

O grupo de trabalho apoiará os Aderentes e acompanhará a aplicação da recomendação através do desenvolvimento de orientações adequadas e da promoção do diálogo sobre questões, tendências e desenvolvimentos em matéria de defesa dos consumidores financeiros.

Um segundo relatório sobre a implementação, disseminação e relevância contínua chegará ao Conselho em 2027.



Relevância para Resposta e Recuperação COVID-19

As disposições da Recomendação relativas à digitalização, aos consumidores que podem ser vulneráveis e à proteção dos ativos dos consumidores contra fraudes e golpes online são particularmente relevantes no contexto da crise e recuperação da COVID-19, tendo em conta que a adoção de serviços financeiros digitais acelerou significativamente.

Para obter mais informações, consulte:

- [Financial consumer protection responses to COVID-19 \(Respostas de proteção do consumidor financeiro à COVID-19\)](#)

- [G20/OECD Report on Lessons Learnt and Effective Approaches to Protect Consumers and Support Financial Inclusion in the Context of COVID-19 \(Relatório do G20/OCDE sobre Lições Aprendidas e Abordagens Eficazes para Proteger os Consumidores e Apoiar a Inclusão Financeira no Contexto da COVID-19\)](#)
- [Financial Consumer Protection Policy Approaches in the Digital Age \(Abordagens da Política Financeira de Proteção do Consumidor na Era Digital\)](#)

Para mais informações, consulte: <https://www.oecd.org/finance/financial-education/g20-oecd-task-force-financial-consumer-protection.htm> ou <https://www.oecd.org/finance/financialconsumerprotection.htm>.
 Informações de contato: miles.larbey@oecd.org.

Implementação

Relatório de 2022 ao Conselho

O [Relatório de 2022 ao Conselho](#) descreve a análise de uma ampla gama de contribuições e apontamentos de um Questionário preenchido pelos Aderentes e outras jurisdições participantes, bem como contribuições de *stakeholders* externos, pesquisas acadêmicas, discussões da Força-Tarefa, relatórios da OCDE e do G20, seminários e envolvimento com os principais *stakeholders*.

As principais conclusões apresentadas no Relatório são as seguintes:

- A maioria dos Aderentes implementou integralmente os princípios consagrados na Recomendação, com boa maior parte dos demais princípios parcialmente implementados;
- Os temas abordados na Recomendação continuam a ser importantes e pertinentes;
- Os Princípios fornecem uma base sólida, e as revisões devem ser realizadas em cima dos Princípios existentes;
- É importante que os Princípios continuem a refletir as melhores práticas globalmente e sejam voltados para o futuro. Existem desenvolvimentos ou abordagens políticas que evoluíram desde que os Princípios foram desenvolvidos pela primeira vez, bem como lições da pandemia da COVID-19, que devem ser incorporadas a um conjunto revisado de Princípios, de uma forma ou de outra; e
- Especificamente em termos de COVID-19, uma contribuição importante é o trabalho realizado em nome da Força-Tarefa pela Aliança Global pela Inclusão Financeira (GPFI) em apoio à Presidência italiana do G20 (ver a seção 'Relevância para a Resposta e Recuperação da COVID-19' acima).

Existem três conclusões principais do Relatório:

- Os Princípios têm sido geralmente adequados e amplamente implementados em todas as jurisdições, e continuam a ser importantes e relevantes. Levando em consideração as conclusões do relatório e a base sólida dos princípios existentes, a Task Force e a CMF devem elaborar uma proposta de revisão dos princípios consagrados na Recomendação, a fim de levar em consideração os domínios políticos e os desenvolvimentos que surgiram desde a sua adoção há dez anos, a fim de garantir que estes sejam prospectivos e continuem a refletir as melhores práticas;
- Os Aderentes devem ser encorajados a examinar formas de melhorar a divulgação da Recomendação, particularmente em torno da comunicação; e
- Os Aderentes devem ser incentivados a traduzir a Recomendação nas suas próprias línguas nacionais, no que for relevante.

O CONSELHO,

TENDO EM VISTA a alínea “b” do artigo 5º da Convenção sobre a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, de 14 de dezembro de 1960;

TENDO EM VISTA os Princípios de Alto Nível sobre a Proteção dos Consumidores Financeiros (doravante designados por «Princípios»), originalmente aprovados pelos Líderes do G20 em 3 e 4 de novembro de 2011 e adotados como Recomendação pelo Conselho da OCDE em 17 de julho de 2012, e a versão atualizada aprovada pelos Líderes do G20 em 15 e 16 de novembro de 2022 e incorporada na presente Recomendação;

TENDO EM VISTA as normas desenvolvidas pela OCDE no âmbito da proteção ao consumidor e da política do consumidor, da educação financeira, do crédito ao consumo, da regulamentação financeira eficiente e do governo das sociedades;

TENDO EM VISTA o trabalho e as normas de outras organizações e fóruns internacionais em matéria de proteção dos consumidores financeiros, em especial do G20 e do Conselho de Estabilidade Financeira;

CONSIDERANDO que a integração das políticas financeiras de proteção do consumidor nos arcabouços regulatórios e de supervisão contribui para o fortalecimento da estabilidade financeira, aborda as assimetrias de informação e garante que os consumidores sejam tratados de forma justa e adequadamente protegidos contra danos;

CONSIDERANDO que a confiança dos consumidores é importante para o bom funcionamento do sistema financeiro e que os consumidores devem ter conhecimento, proteção e segurança nas suas relações com os prestadores de serviços financeiros e os seus intermediários;

CONSIDERANDO a importância e a necessidade de que as pessoas tenham acesso a produtos e serviços financeiros de qualidade e sejam incluídas no sistema financeiro, e a inter-relação da proteção financeira ao consumidor com a inclusão financeira e a educação financeira (ou seja, políticas de consumidor financeiro) para apoiar a resiliência financeira e o bem-estar de indivíduos, famílias e comunidades;

CONSIDERANDO o papel das políticas de proteção do consumidor financeiro, ao lado da educação financeira e da inclusão, na contribuição para um crescimento mais justo, mais sustentável e inclusivo e para a estabilidade do sistema financeiro;

CONSIDERANDO que alguns consumidores podem ser vulneráveis em relação a transações financeiras ou a riscos como fraudes e golpes devido a uma combinação de características pessoais (por exemplo, deficiência, idade, sexo, baixa escolaridade ou baixa proficiência linguística), vieses comportamentais (por exemplo, excesso de confiança, sobrecarga de informação, impulsividade, limitações cognitivas) e condições de mercado (por exemplo, desemprego); e

CONSIDERANDO as lições aprendidas com o impacto da pandemia da COVID-19 nos consumidores de produtos e serviços financeiros, tendências e desenvolvimentos que afetam os consumidores, como digitalização e finanças sustentáveis, e para garantir que os Princípios sejam prospectivos e continuem a representar as melhores práticas.

Sob proposta da Comissão dos Mercados Financeiros:

I. CONCORDA que os seguintes temas transversais são relevantes para a consideração e/ou implementação de todos e cada um dos Princípios, que são estabelecidos abaixo:

- O **bem-estar financeiro** dos consumidores financeiros¹ e a sua resiliência. As políticas financeiras de defesa do consumidor devem contribuir para o bem-estar financeiro global e a resiliência financeira dos consumidores²;
- O impacto, as oportunidades e os riscos da **digitalização e dos avanços tecnológicos** para os consumidores financeiros. Isso inclui considerar as maneiras pelas quais os consumidores interagem cada vez mais com produtos e serviços financeiros digitais, incluindo criptoativos e

moedas digitais, comportamento do consumidor em um ambiente digital, o impacto de um maior uso da inteligência artificial, tecnologia de aprendizado de máquina e algoritmos; e

- O impacto, as oportunidades e os riscos do **financiamento sustentável** para os consumidores financeiros. Isso inclui considerar que os provedores de serviços financeiros estão incorporando cada vez mais fatores ambientais, sociais e de governança (ESG) e outros relacionados à sustentabilidade em suas operações, produtos e serviços, e a crescente demanda dos consumidores por esses produtos.

II. RECOMENDA que os Membros e não Membros que tenham aderido a esta Recomendação (doravante os “Aderentes”) levem em devida conta e implementem os Princípios, que são estabelecidos abaixo, no nível do governo, órgão de supervisão e provedor de serviços financeiros:

Princípio 1: Arcabouço Legal, Regulatório e de Supervisão

1. A proteção dos consumidores financeiros deve fazer parte integrante do arcabouço legal, regulatório e de supervisão, abranger todos os tipos de produtos e serviços financeiros e refletir a diversidade das características locais e a evolução do mercado mundial e da regulamentação no setor financeiro.

2. A regulamentação deverá refletir e ser proporcional às características, tipos, riscos e variedade dos produtos e serviços financeiros, prestadores de serviço e consumidores. A regulamentação deve considerar os vários direitos e responsabilidades dos atores relevantes e responder aos novos produtos, serviços, desenhos e modelos, tecnologias e canais de distribuição. Devem ser desenvolvidas abordagens para novos canais de distribuição de produtos e serviços financeiros, especialmente através da distribuição digital, preservando simultaneamente os potenciais benefícios desses canais para os consumidores. Devem existir mecanismos legais, jurídicos ou de supervisão sólidos e eficazes para proteger os consumidores e sanções contra a má conduta, as fraudes financeiras, os abusos e os erros.

3. O arcabouço jurídico, regulamentar e de supervisão deve proporcionar às entidades reguladoras e aos supervisores um conjunto adequado de instrumentos regulatórios que seja flexível para que possam adaptar-se aos riscos emergentes, conforme necessário, incluindo as alterações no perímetro regulatório. No que for relevante, para complementar as abordagens relacionadas com a conduta e os processos, o arcabouço poderia incluir a promoção de resultados adequados para que os consumidores contribuam para o seu bem-estar financeiro.

4. Os prestadores de serviços financeiros e os intermediários devem ser regulados³ e/ou supervisionados de forma adequada e proporcional, tendo em conta as abordagens pertinentes específicas dos serviços e de cada setor.

5. *Stakeholders* não governamentais relevantes – incluindo a indústria (incluindo pequenas empresas) e organizações de proteção do consumidor, entidades de classe e institutos de pesquisa – devem ser consultados quando forem desenvolvidas ou revistas políticas relacionadas com a educação e a proteção financeira dos consumidores. O acesso de *stakeholders* relevantes e, em especial, das organizações de proteção do consumidor a esses processos deve ser facilitado e reforçado.

Princípio 2: Papel dos Órgãos de Supervisão

6. Devem existir órgãos de supervisão (dedicados ou não) expressamente responsáveis pela proteção dos consumidores financeiros, com a autoridade necessária para cumprir os seus mandatos. Esses órgãos exigem responsabilidades claras e objetivamente definidas e governança apropriada; independência operacional; responsabilidade por suas atividades; poderes adequados; recursos e capacidades; e estrutura de execução definida, eficaz e transparente e processos regulatórios claros e consistentes. Órgãos de supervisão devem observar padrões profissionais de alto nível, incluindo normas adequadas de confidencialidade das informações dos consumidores, de práticas comerciais e de prevenção de conflitos de interesses.

7. Os órgãos de supervisão devem ter a capacidade, a flexibilidade e a gama adequada de ferramentas e poderes para desempenhar o seu papel. Isso pode significar a adaptação do monitoramento de mercado, por exemplo no que se refere à evolução tecnológica ou financeira sustentável, ou o poder de intervir em produtos específicos de alto risco para prevenir os consumidores de danos, se for o caso. Órgãos de supervisão devem avaliar regularmente a eficácia dos instrumentos de supervisão e dos mecanismos de execução. Mecanismos de execução eficazes podem incluir, por exemplo, sanções, revogação de autorizações, restrições em permissões para o comércio, divulgação dos resultados de aplicação de medidas, compensação, restituição e outras medidas alternativas.

8. A abordagem de supervisão deverá assegurar que as ações das políticas, regulatórias e de supervisão promovam a inovação financeira, a estabilidade, a integridade, a inclusão ou outros objetivos que tenham devidamente em conta os seus efeitos na proteção dos consumidores financeiros e nos resultados para os consumidores.

9. Deverá ser promovida a cooperação com outros órgãos de supervisão de serviços financeiros e entre autoridades ou responsáveis por questões setoriais. Deverão ser incentivadas condições de concorrência equitativas entre produtos e serviços financeiros na medida do possível. Deverá também ser incentivada a cooperação internacional entre órgãos de supervisão, devendo ser considerada atenção específica para as questões de proteção de consumidores decorrentes de transações internacionais, incluindo pagamentos transfronteiriços, *marketing* e vendas, e os riscos decorrentes da digitalização e automatização de produtos e serviços financeiros.

Princípio 3: Acesso e Inclusão

10. Os governos, órgãos de supervisão, os prestadores de serviços financeiros e intermediários devem apoiar o acesso e a utilização dos produtos e serviços financeiros pelos consumidores, sempre que possível, e promover um sistema financeiro inclusivo. A consecução destes objetivos exige tanto a eliminação dos obstáculos que impeçam os consumidores de terem acesso à utilização de produtos e serviços financeiros no sistema financeiro formal e regulamentado, quanto a garantia de que os consumidores permaneçam incluídos no sistema financeiro, por exemplo, em caso de dificuldades financeiras ou de outras circunstâncias que ensejem a exclusão financeira⁴. Na busca desse apoio, as autoridades competentes e os órgãos de supervisão devem considerar a incorporação dos objetivos de inclusão financeira e de proteção dos consumidores financeiros nas políticas e estratégias relacionadas com a inovação.

11. Os governos, os órgãos de supervisão e os prestadores de serviços financeiros devem alavancar a digitalização no que for relevante, inclusive com a utilização de sistemas interoperáveis. Ao mesmo tempo, deve-se reconhecer que os consumidores podem ter diferentes necessidades e níveis de competências digitais que afetam o acesso e a utilização financeiros; por exemplo, o acesso ao dinheiro em espécie e às formas tradicionais de serviços financeiros pode ser importante para alguns consumidores.

Princípio 4: Educação Financeira e Conscientização

12. Educação financeira⁵ e conscientização devem ser promovidas por todos os *stakeholders* relevantes como parte de uma estratégia mais ampla de inclusão financeira e/ou educação. Devem ser desenvolvidos mecanismos adequados para ajudar os consumidores a adquirir conhecimentos, habilidades, comportamentos e atitudes para estarem conscientes, compreenderem os riscos e as oportunidades, fazerem escolhas informadas, saberem a quem recorrer em busca de assistência e tomarem medidas eficazes para apoiar o seu bem-estar financeiro e resiliência. Esses mecanismos também podem envolver o aprimoramento das habilidades de educação financeira digital, a conscientização sobre os riscos de segurança digital e a promoção de transações *on-line* e digitais seguras.

13. Os programas de educação financeira, incluindo informações claras e tempestivas sobre a proteção, os direitos e as responsabilidades dos consumidores, devem ser facilmente acessíveis a todos os consumidores e devem ser promovidos, especialmente para os públicos-alvo relevantes como, por exemplo, os que se encontram em situação de vulnerabilidade.

14. Tendo em conta as circunstâncias nacionais, os programas de educação financeira e de conscientização devem ser realizados através de canais diversos e adequados, incluindo, se for o caso, os canais digitais. Programas de educação financeira devem começar em uma idade precoce e ser acessíveis para todas as fases da vida, e devem incluir mecanismos para avaliar e melhorar sua eficácia. Além disso, informações comparativas no âmbito nacional e internacional sobre educação e conscientização financeira devem ser coletadas para avaliar e aumentar a eficácia das abordagens de educação financeira. Todos os *stakeholders* relevantes devem ser incentivados a implementar os princípios, diretrizes e metodologias internacionais sobre educação financeira desenvolvidos pela Rede Internacional de Educação Financeira da OCDE (INFE).

Princípio 5: Concorrência

15. Devem ser promovidos mercados justos, eficientes e competitivos, a fim de proporcionar aos consumidores uma gama maior de escolha entre produtos e serviços financeiros, criar pressão concorrencial sobre os fornecedores para que ofereçam produtos de qualidade e a preços competitivos, reforçar a inovação, promover a inclusão e manter uma elevada qualidade dos serviços. Autoridades competentes devem procurar assegurar que a concorrência entre os fornecedores cumpra esses objetivos sem comprometer os resultados para os consumidores. Os consumidores deverão poder pesquisar, comparar, partilhar dados e, se for o caso, alternar entre produtos e fornecedores com facilidade e a custos razoáveis e divulgados, por exemplo, impulsionados por sistemas interoperáveis.

Princípio 6: Tratamento Equitativo e Justo dos Consumidores

16. Todos os consumidores financeiros devem ser tratados de forma equitativa, honesta e justa em todas as fases da sua relação com os prestadores de serviços financeiros. O tratamento equitativo dos consumidores deve ser parte integrante de boas práticas de governança e da cultura empresarial de todos os prestadores de serviços financeiros e intermediários. A utilização aprimorada das tecnologias digitais para apoiar a tomada de decisões pelos prestadores de serviços financeiros não deverá conduzir a resultados inadequados ou discriminatórios para os consumidores.

17. Deve ser prestada especial atenção ao tratamento dos consumidores que possam estar em situação de vulnerabilidade. As abordagens devem considerar que a vulnerabilidade dos consumidores pode manifestar-se de forma diferente e ser aplicável em diferentes circunstâncias, e pode dever-se a uma combinação de características pessoais, situações econômicas e condições de mercado. As abordagens poderiam incluir, por exemplo, a prestação de aconselhamento imparcial em matéria de inadimplência aos consumidores que sofrem dificuldades financeiras devido ao superendividamento.

Princípio 7: Divulgação e Transparência

18. Os prestadores de serviços financeiros e os intermediários deverão fornecer aos consumidores informações fundamentais sobre os benefícios, riscos e condições básicas do produto, inclusive para pagamentos transfronteiriços e outras transações, independentemente do canal de distribuição. Devem também fornecer informações sobre os conflitos de interesses associados aos intermediários através dos quais o produto é vendido⁶.

19. Em especial, devem ser fornecidas informações adequadas sobre aspectos relevantes do produto financeiro em todas as fases da relação com o consumidor. Todo o material promocional financeiro deve ser preciso, honesto, compreensível, transparente e não levar ao engano. Devem ser adotadas práticas de divulgação pré-contratual padronizadas (por exemplo, formulários), sempre que aplicável e possível, para permitir comparações entre produtos e serviços da mesma natureza. Devem ser desenvolvidos mecanismos de divulgação específicos, incluindo possíveis alertas, para fornecer informações proporcionais à complexidade e ao risco dos produtos e serviços. A utilização de canais digitais pode proporcionar oportunidades inovadoras para envolver os consumidores na divulgação de informações através de diferentes formatos.

20. Sempre que possível, devem ser realizadas pesquisas sobre o consumidor e utilizados *insights* comportamentais para ajudar a determinar e melhorar a eficácia dos requisitos de divulgação, reconhecendo os limites da divulgação por si só em termos de garantir a compreensão e o engajamento do consumidor. Maior transparência pode ajudar os consumidores a fazer escolhas conscientes e incentivar as instituições financeiras a abordar estes fatores. Por exemplo, na medida em que o financiamento sustentável se torna cada vez mais importante para os consumidores e prestadores de serviços financeiros, a transparência na metodologia será importante para ajudar os consumidores a entender seus investimentos e mitigar os riscos de *greenwashing*.⁷

21. Os consumidores devem também ser sensibilizados para a importância de fornecer aos prestadores de serviços financeiros informações pertinentes, exatas e disponíveis.

Princípio 8: Produtos Financeiros de Qualidade

22. Produtos financeiros de qualidade são aqueles que são elaborados para atender aos interesses e objetivos dos consumidores-alvo e contribuir para o seu bem-estar financeiro. Deverá existir supervisão e governança adequadas dos produtos por parte dos prestadores de serviços financeiros e, quando apropriado, por parte dos intermediários, a fim de assegurar que os produtos financeiros de qualidade sejam concebidos e distribuídos. Essa exigência pode incluir requisitos para sistemas que sejam adequados para elaborar, aprovar, gerenciar e monitorar produtos financeiros ao longo de seu ciclo de vida para garantir que eles atendam aos interesses e objetivos e contribuam para o bem-estar financeiro dos consumidores para os quais os produtos e serviços são projetados, bem como os requisitos regulatórios relevantes.

23. A fim de promover produtos financeiros de qualidade que ofereçam valor aos consumidores, os prestadores de serviços financeiros podem ser obrigados a definir um mercado-alvo para um produto financeiro, realizar pesquisas e considerar *insights* comportamentais para entender o mercado-alvo e, dependendo do tipo, complexidade e risco do produto, realizar testes antes de lançar o produto.

Princípio 9: Conduta empresarial responsável e cultura dos prestadores e intermediários de serviços financeiros

24. Os prestadores de serviços financeiros e os intermediários devem ter como objetivo trabalhar no melhor interesse dos consumidores e ser responsáveis pela proteção dos consumidores financeiros. Os prestadores de serviços financeiros devem também ser responsáveis pelas ações dos seus intermediários.

25. A conduta e a cultura dos prestadores de serviços financeiros e seus intermediários devem ser alinhadas para promover o tratamento justo dos consumidores e alcançar resultados adequados para os consumidores que contribuam para o seu bem-estar financeiro.

26. Dependendo da natureza da transação e com base nas informações prestadas principalmente pelos consumidores, os prestadores de serviços financeiros e os intermediários devem avaliar a capacidade financeira, a situação e as necessidades dos consumidores antes de acordarem em fornecer-lhes um produto, aconselhamento ou serviço. Devem recomendar aos consumidores produtos ou serviços adequados que visem produzir resultados adequados e, em última análise, contribuir para o seu bem-estar financeiro.

27. Os prestadores de serviços financeiros e intermediários (especialmente aqueles que interagem diretamente com os consumidores) devem ser devidamente treinados e qualificados. Os prestadores de serviços financeiros e os intermediários deverão evitar esforços para evitar conflitos de interesses, por exemplo, como aqueles decorrentes de remunerações ou de outras estruturas de incentivo. Quando esses conflitos não puderem ser evitados, os prestadores de serviços financeiros e os intermediários deverão atenuar o impacto através da criação de mecanismos internos para gerir esses conflitos, assegurar uma divulgação adequada ou recusar o fornecimento do produto, aconselhamento ou serviço. A divulgação de alertas como meio de gerir eficazmente os conflitos de interesses pode ser limitada devido à compreensão e às respostas comportamentais dos consumidores, devendo ser utilizados conhecimentos comportamentais, no que for relevante, para testar e informar as abordagens.

28. A prestação de aconselhamento, independentemente do canal de distribuição, deve ser objetiva, no melhor interesse do consumidor e deve basear-se no perfil do consumidor, tendo em conta a complexidade do produto, os riscos associados ao mesmo, bem como os objetivos financeiros, conhecimento, capacidades e experiência do consumidor.

29. A estrutura de remuneração dos prestadores de serviços financeiros e dos intermediários deve ser divulgada e tornada transparente para os consumidores e concebida para incentivar uma conduta empresarial responsável, um tratamento equitativo dos consumidores e evitar conflitos de interesses.

Princípio 10: Proteção dos Ativos do Consumidor contra Fraude, Golpes e Uso Indevido

30. Os mecanismos relevantes de informação, controle e proteção devem ser adequadamente desenvolvidos e implementados pelos órgãos de supervisão e pelos prestadores de serviços financeiros e, com um elevado grau de certeza, proteger os depósitos, poupanças e outros ativos financeiros dos consumidores, inclusive contra fraudes, golpes, apropriação indébita ou outros usos indevidos. Esses mecanismos de proteção devem ser prontamente adaptados às formas como as novas tecnologias, como ativos digitais, são usadas, bem como serem adaptados contra golpes, fraudes e uso indevido *on-line* e outros riscos de segurança digital. Devem incluir acordos de responsabilidade claros e transparentes entre os prestadores de serviços financeiros e os consumidores em caso de perda financeira.

31. Os formuladores de políticas e as autoridades de supervisão devem trabalhar em colaboração com *stakeholders* relevantes, incluindo outros órgãos governamentais e reguladores, agências de segurança digital, Poder Judiciário, o setor de serviços financeiros e empresas de serviços públicos, para aumentar a conscientização pública sobre os riscos de segurança digital e promover transações online e digitais seguras.

Princípio 11: Proteção dos Dados do Consumidor e Privacidade

32. As informações financeiras e pessoais dos consumidores devem ser protegidas por meio de mecanismos adequados de controle e proteção. Esses mecanismos devem definir as finalidades para as quais os dados podem ser coletados, processados, mantidos, usados e divulgados (especialmente a terceiros). Os mecanismos devem respeitar os direitos dos consumidores no que tange ao consentimento para a partilha de dados, ao acesso aos seus dados, à informação sobre violações que afetem os seus dados e à procura por reparação, como a rápida correção e/ou eliminação de dados inexatos ou recolhidos ou tratados ilegalmente. Deverá haver cooperação entre os órgãos de supervisão responsáveis pela proteção da privacidade e dos dados dos consumidores.

Princípio 12: Tratamento de Reclamações e Reparação

33. As jurisdições devem garantir que os consumidores tenham acesso a mecanismos adequados de tratamento e reparação de reclamações acessíveis, de baixo custo, independentes, justos, responsáveis, tempestivos e eficientes. A tecnologia pode ser aplicada para facilitar a concepção eficaz desses mecanismos, que não devem impor custos, atrasos ou encargos excessivos aos consumidores. As necessidades dos consumidores, incluindo os que se encontram em situação de vulnerabilidade, devem ser consideradas na concepção e divulgação de mecanismos de tratamento e reparação de reclamações.

34. Em conformidade com as recomendações supracitadas, os prestadores de serviços financeiros e os intermediários devem dispor de mecanismos para o tratamento e a reparação das reclamações. Esses mecanismos deverão permitir aos prestadores acompanhar e abordar questões sistêmicas e apoiar a melhoria dos resultados financeiros para os consumidores.

35. O recurso a um processo de reparação independente deverá estar disponível para dar resposta a reclamações que não sejam resolvidas de forma eficiente por meio dos mecanismos internos de resolução de conflitos dos prestadores de serviços financeiros e dos intermediários. No mínimo, as informações agregadas relativas às reclamações e suas decisões devem ser tornadas públicas. As informações relativas às queixas dos consumidores devem estar disponíveis para os órgãos de supervisão, a fim de apoiar as suas funções de supervisão ou de execução.

III. RECOMENDA que os Aderentes assegurem a mais ampla divulgação possível da presente Recomendação e incentivem a sua utilização dos princípios por todos os *stakeholders* relevantes, incluindo os consumidores e as instituições privadas.

IV. CONVIDA OS não-Membros a tomar ciência e a aderir à presente Recomendação.

V. ENCARREGA a Comissão de Mercados Financeiros, através da Força-Tarefa sobre a Proteção dos Consumidores Financeiros, de:

- a) Servir como um fórum para o intercâmbio de conhecimentos e experiências no que diz respeito à implementação desta Recomendação, desenvolvendo qualquer orientação apropriada e promovendo o diálogo sobre questões, tendências e desenvolvimentos de proteção ao consumidor financeiro; e
- b) Relatar ao Conselho sobre a aplicação, divulgação e manutenção da pertinência da presente Recomendação, o mais tardar cinco anos após a sua revisão e, posteriormente, pelo menos de dez em dez anos.

¹ Embora o significado de consumidor financeiro não seja definido de modo a não restringir a cobertura, geralmente considera-se que inclui indivíduos privados no mínimo, mas também pode incluir micro e pequenas empresas, independentemente da definição dada pelas jurisdições.

² Uma definição da OCDE sobre bem-estar financeiro individual refere-se a estar no controle, sentir-se seguro e ter liberdade sobre as próprias finanças atuais e futuras, com base em fatores objetivos e subjetivos.

³ Entende-se por intermediários terceiros que atuem em nome do prestador de serviços financeiros ou a título independente. Eles incluem quaisquer agentes (agentes vinculados e independentes), representantes, corretores, consultores e distribuidores, etc.

⁴ A inclusão financeira geralmente se refere ao acesso e uso efetivo e de qualidade – a um custo acessível aos clientes e sustentável para os provedores – de serviços financeiros prestados por instituições formais: Plano de Ação de Inclusão Financeira do G20 de 2017, GPFI de julho de 2017.

⁵ Educação financeira é definida como uma combinação de consciência financeira, conhecimento, habilidades, atitudes e comportamentos necessários para tomar decisões financeiras sólidas e, finalmente, alcançar o bem-estar financeiro individual - OCDE 2020. Algumas jurisdições usam termos diferentes, por exemplo, capacidade financeira. A educação financeira é entendida como o processo para alcançar a educação financeira e, finalmente, apoiar o bem-estar financeiro.

⁶ Os prestadores de serviços financeiros e os intermediários devem fornecer informações escritas e orais claras, concisas, exatas, confiáveis, comparáveis, facilmente acessíveis e tempestivas sobre os produtos e serviços financeiros oferecidos, em especial sobre as principais características dos produtos e (no que for relevante) sobre possíveis serviços ou produtos alternativos, incluindo os mais simples. Em princípio, as informações devem incluir preços, custos, sanções, encargos de entrega, riscos e modalidades de rescisão.

⁷ Geralmente, *greenwashing* é entendido como produtos financeiros sendo comercializados como sendo mais ecológicos do que são.

Sobre a OCDE

A OCDE é um fórum único em que governos trabalham juntos para enfrentar os desafios econômicos, sociais e ambientais da globalização. A OCDE também está na vanguarda dos esforços para entender e ajudar os governos a responder a novos desenvolvimentos e preocupações, como a governança corporativa, a economia da informação e os desafios de uma população que está envelhecendo. A Organização oferece um ambiente onde os governos podem comparar experiências políticas, buscar respostas para problemas comuns, identificar boas práticas e trabalhar para coordenar políticas domésticas e internacionais.

Os países membros da OCDE são: Austrália, Áustria, Bélgica, Canadá, República Tcheca, Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Hungria, Islândia, Irlanda, Itália, Japão, Coreia, Luxemburgo, México, Holanda, Nova Zelândia, Noruega, Polónia, Portugal, República Eslovaca, Espanha, Suécia, Suíça, Turquia, Reino Unido e Estados Unidos. A União Europeia participa nos trabalhos da OCDE.

Instrumentos Legais da OCDE

Desde a criação da OCDE em 1961, cerca de 460 instrumentos jurídicos substantivos foram desenvolvidos no âmbito da OCDE. Estes incluem os Atos da OCDE (ou seja, as Decisões e Recomendações adotadas pelo Conselho da OCDE em conformidade com a Convenção da OCDE) e outros instrumentos jurídicos desenvolvidos no âmbito da OCDE (por exemplo, declarações, acordos internacionais).

Todos os instrumentos jurídicos substantivos da OCDE, em vigor ou revogados, estão listados no Compêndio de Instrumentos Legais da OCDE. Eles são apresentados em cinco categorias:

- **As decisões** são adotadas pelo Conselho e vinculam juridicamente todos os membros, exceto os que se abstenham no momento da adoção. Eles estabelecem direitos e obrigações específicos e podem conter mecanismos de monitoramento.
- **As recomendações** são adotadas pelo Conselho e não são juridicamente vinculativas. Eles representam um compromisso político com os princípios que eles contêm e implicam uma expectativa de que os Aderentes farão o seu melhor para implementá-los.
- **Os Documentos de Resultados Substantivos** são adotados por Aderentes individualmente e não por um órgão da OCDE, como resultado de uma reunião ministerial, de alto nível ou outra no âmbito da Organização. Eles geralmente estabelecem princípios gerais ou metas de longo prazo e têm um caráter solene.
- **Os acordos internacionais** são negociados e celebrados no âmbito da Organização. Eles são legalmente vinculantes para as Partes.
- **Arranjo, entendimento e outros:** vários outros tipos de instrumentos jurídicos substantivos foram desenvolvidos no âmbito da OCDE ao longo do tempo, como o Acordo sobre Créditos à Exportação com Apoio Oficial, o Entendimento Internacional sobre Princípios de Transporte Marítimo e as Recomendações do Comitê de Assistência ao Desenvolvimento (CAD).