



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

Consulta pública nº 2/2008

Deveres de informação na divulgação de produtos e serviços financeiros

Projecto de Diploma Regulamentar



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

ÍNDICE

PREÂMBULO	3
CAPÍTULO I: ÂMBITO	5
1.º Âmbito	5
CAPÍTULO II: PRINCÍPIOS GERAIS	5
2.º Identificação	5
3.º Licidade	5
4.º Veracidade	6
5.º Transparência	6
6.º Equilíbrio	7
7.º Informação comparativa	8
CAPÍTULO III: MEIOS DE DIFUSÃO	9
8.º Critérios específicos	9
9.º Audiovisual	9
10.º Rádio	9
11.º Escrita	10
12.º Outros meios	10
CAPÍTULO IV: EXPRESSÕES DE USO RESTRITO	11
13.º Expressões de uso restrito	11
CAPÍTULO V: MENÇÕES OBRIGATÓRIAS	11
14.º Produtos de crédito	11
15.º Contas de depósito	12
CAPÍTULO VI: REGIME SANCIONATÓRIO	14
16.º Regime Sancionatório	14



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

Projecto de Diploma Regulamentar

Deveres de informação na divulgação de produtos e serviços financeiros

PREÂMBULO

A divulgação, pelas instituições de crédito e sociedades financeiras, de informação sobre os produtos e serviços financeiros no âmbito da sua actividade de retalho, deve respeitar princípios de transparência e rigor que permitam uma adequada avaliação dos respectivos encargos, remunerações e riscos. Só devidamente informados, os clientes bancários podem comparar adequadamente as alternativas disponíveis no mercado e formular juízos consistentes sobre os compromissos que assumem, com vantagens para os próprios, para as instituições de crédito e sociedades financeiras consideradas individualmente e para a eficiência do sistema financeiro no seu conjunto.

Com este desiderato, o Banco de Portugal tem vindo a definir um conjunto de deveres de informação a que as instituições de crédito e sociedades financeiras estão sujeitas nas fases pré-contratual e contratual da aquisição de produtos e serviços financeiros, no âmbito dos mercados financeiros a retalho.

A experiência mostra contudo que a informação divulgada pelas instituições de crédito e sociedades financeiras sobre os seus produtos e serviços financeiros numa fase ainda anterior à pré-contratual, nomeadamente em campanhas publicitárias, tem uma influência determinante na formação da vontade do cliente bancário, no âmbito do seu processo de escolha e decisão. Pela sua importância, esta informação inicial não pode deixar de estar igualmente sujeita a princípios de transparência e rigor adequados.

Com o presente diploma, o Banco de Portugal vem, por isso, definir deveres de informação que devem ser observados pelas instituições de crédito e sociedades financeiras na divulgação ao público de produtos e serviços financeiros, alargando a todas as fases do processo de escolha e decisão princípios de transparência e rigor.

Na definição destes deveres de informação foram tidas em consideração as características específicas desta fase inicial de divulgação de produtos e serviços financeiros, cujo objectivo é sobretudo cativar a atenção do cliente. Neste sentido, o diploma não estabelece uma lista exaustiva de informações a serem obrigatoriamente prestadas pelas instituições de crédito ou sociedades financeiras, centrando-se sobretudo na exigência do cumprimento de princípios de transparência e equilíbrio da informação divulgada, sem prejuízo das menções obrigatórias previstas no Capítulo V. No Anexo I, são ainda estabelecidos valores



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

mínimos para a dimensão dos caracteres usados na divulgação de produtos e serviços financeiros através de diferentes meios de difusão, tendo em vista salvaguardar princípios mínimos de clareza.

Por outro lado, é definido um modelo de actuação do Banco de Portugal, em matéria de supervisão dos deveres de informação estabelecidos no presente diploma, tendo em vista assegurar um nível adequado de transparência e previsibilidade da actuação do regulador, indutor da indispensável *accountability* perante as instituições reguladas.

Seguindo de perto práticas internacionais bem estabelecidas nesta matéria, este modelo de actuação assenta em três pilares fundamentais:

- i) Uma supervisão *ex-post*, em que o primeiro nível de controlo sobre o cumprimento dos princípios definidos neste diploma assenta na auto-responsabilização das próprias instituições de crédito e sociedades financeiras;
- ii) Uma abordagem mista de regras e princípios fixados pelo presente diploma e cujo cumprimento é objecto de monitorização por parte do Banco de Portugal em base regular, sobre todos os meios de difusão; numa base temática, quando sejam identificadas matérias que pela sua novidade ou complexidade ofereçam maiores riscos para os clientes; e numa base específica, sempre que existam indícios de comportamentos irregulares por parte de uma instituição de crédito ou sociedade financeira;
- iii) Uma ponderação de riscos, tomando em consideração factores como: a dimensão do público-alvo de uma campanha; o potencial carácter enganador da informação divulgada; a avaliação de potenciais danos; o risco de contágio e a possibilidade de prevenção de danos.

Assim, usando os poderes que lhe são conferidos pelos artigos 17º e 59º, n.º 3 alínea a), da Lei Orgânica e 77.º do Regime Geral de Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras, o Banco de Portugal determina o seguinte:



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

CAPÍTULO I: ÂMBITO

1.º Âmbito

1. O presente diploma define os deveres de informação que devem ser observados pelas instituições de crédito e sociedades financeiras na divulgação ao público de produtos e serviços sujeitos à supervisão do Banco de Portugal.
2. As regras e princípios constantes deste diploma aplicam-se independentemente do meio de difusão utilizado, nomeadamente audiovisual, oral, escrito ou outro e ainda que a informação seja inserida em mensagem publicitária.
3. O estabelecido no presente diploma não prejudica a existência de normas mais exigentes que devam ser observadas na relação entre o cliente e as instituições de crédito ou sociedades financeiras, quer no âmbito da divulgação de produtos ou serviços financeiros, quer nas fases pré-contratual e contratual.
4. Exclui-se da aplicação do presente diploma a divulgação ao público de informação que tenha um objectivo de mera promoção institucional, sem identificação de características dos produtos ou serviços financeiros.

CAPÍTULO II: PRINCÍPIOS GERAIS

2.º Identificação

1. Na divulgação de produtos ou serviços financeiros deve ser inequívoca a identificação da instituição de crédito ou sociedade financeira responsável.
2. É admissível a utilização de uma versão integral ou parcial da designação legal da entidade responsável e ainda uma marca comercial inequivocamente associada a esta, desde que, em qualquer caso, não ponha em causa o princípio estabelecido no número anterior.

3.º Licitude

1. É proibido divulgar informação sobre produtos ou serviços financeiros que, pela sua forma, objecto ou finalidade, seja contrária à lei, ofenda os valores, princípios e instituições fundamentais



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

constitucionalmente consagrados ou atente contra os direitos dos clientes de serviços prestados pelas instituições reguladas pelo Regime Geral de Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras.

2. Considera-se ilícita a divulgação de informação que, por qualquer forma, nomeadamente pela sua apresentação ou uso de certas expressões, induza ou seja susceptível de induzir o cliente em erro sobre as características principais de um produto ou serviços financeiro. Considera-se ilícita designadamente:
 - a) A divulgação de informação não rigorosa e não devidamente actualizada sobre as condições de mercado, nomeadamente sobre taxas de juro, preços ou desempenho de um produto financeiro.
 - b) A divulgação de informação sobre produtos ou serviços financeiros que abuse da falta de experiência ou conhecimento dos destinatários, nomeadamente quando, entre estes, se incluam menores de idade.

4.º Veracidade

1. As afirmações relativas às características do produto ou serviço divulgado e às condições promocionais associadas a este devem respeitar a verdade, não deformando os factos.
2. Os elementos referidos no número anterior devem ser passíveis de prova, a todo o momento, perante as instâncias competentes.

5.º Transparência

1. Na divulgação de produtos e serviços financeiros, as instituições de crédito e as sociedades financeiras devem utilizar uma linguagem clara e de fácil entendimento, não omitindo ou dissimulando informação necessária para uma correcta avaliação das características que entendam destacar do produto ou serviço financeiro, sem prejuízo das menções obrigatórias previstas no Capítulo V.
2. Será considerada falta de transparência, designadamente:
 - a) A divulgação de um produto ou serviço financeiro cuja natureza não seja clara, isto é, se se trata de um crédito à habitação, de um crédito ao consumo, de uma conta de depósito ou de outro produto ou serviço financeiro;



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

- b) Quando as instituições de crédito e sociedades financeiras entendam divulgar características de um produto ou serviço financeiro ou condições promocionais a ele associadas e não resulte claro:
 - i) A natureza dessas características ou dessas condições promocionais, nomeadamente se envolve redução de comissões ou de encargos;
 - ii) As restrições aplicáveis a essas características ou a essas condições promocionais, nomeadamente, a existência de um limite ao montante que o cliente pode aplicar num depósito ou ao montante que o mesmo pode obter com a promoção;
 - iii) Os requisitos de acesso às características ou às condições promocionais, nomeadamente a aquisição de outros produtos, a fidelização por um período mínimo ou outros critérios cujo não cumprimento limite o acesso às mesmas;
 - iv) O período de validade das condições promocionais.
- 3. Será ainda considerada falta de transparência a apresentação de informação de forma não legível ou em caracteres de dimensão inferior ao valor mínimo definido para os diferentes meios de difusão¹ e ainda quando em violação do disposto no Capítulo III do presente diploma.
- 4. Exclui-se da aplicação do número anterior quaisquer menções obrigatórias não previstas no presente diploma.

6.º Equilíbrio

- 1. Na divulgação de produtos ou serviços financeiros, as instituições de crédito e as sociedades financeiras devem dar às características ou condições promocionais que decidam destacar do produto ou serviço uma importância equivalente às respectivas restrições ou requisitos de acesso.
- 2. Será considerada falta de equilíbrio, designadamente:

¹ Na divulgação de produtos e serviços, a dimensão mínima dos caracteres para os diferentes meios de difusão é a seguinte:

- a) Meios audiovisuais, incluindo televisão – 17 pontos;
- b) Escrita, incluindo imprensa, Internet e *mailings* – 9 pontos;
- c) Cartazes no interior das agências bancárias – 30 pontos;
- d) Cartazes de exterior de média dimensão, nomeadamente do tipo *Opi/Mupi* e *Master* – 100 pontos;
- e) Cartazes de exterior de grande formato, com dimensões em torno de 4 x 3 m, 8 x 3 m ou 10 x 5 m – Na ampliação dos caracteres, deverá ser mantida a proporção que decorre da dimensão mínima definida na alínea anterior.



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

- a) Apresentar uma característica ou condição promocional do produto ou serviço financeiro em letra de dimensão manifestamente superior à utilizada para a correspondente restrição ou requisito de acesso;
- b) Anunciar que o cliente recebe gratuitamente um produto, valor monetário ou similar, sem mencionar, de forma clara, as situações que o obriguem a devolver esse produto ou valor monetário, nomeadamente aquando do reembolso antecipado de um empréstimo ou da rescisão de um contrato antes de um determinado período mínimo de permanência;
- c) Anunciar uma redução na prestação a pagar pelo cliente em resultado de um reescalamento de dívida, sem referir a existência de um eventual agravamento dos encargos totais ou o alargamento do prazo de reembolso do empréstimo;
- d) Mencionar serviços ou facilidades adicionais a que o cliente pode aceder em resultado da aquisição de um determinado produto financeiro, sem indicar, de forma clara, a existência de comissões ou encargos associados à utilização desses serviços adicionais.

7.º Informação comparativa

- 1. A utilização de informação comparativa sobre produtos e serviços financeiros só é permitida, se forem respeitadas as seguintes condições:
 - a) Comparar produtos financeiros com finalidades idênticas;
 - b) Comparar objectivamente as características relevantes e verificáveis, designadamente o preço;
 - c) Não criar confusão no mercado entre o produto divulgado e outros;
- 2. O ónus da prova da veracidade da informação comparativa recai sobre a instituição de crédito ou sociedade financeira responsável por essa informação.



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

CAPÍTULO III: MEIOS DE DIFUSÃO

8.º Critérios específicos

A aplicação dos princípios gerais estabelecidos no Capítulo II, em especial dos princípios da transparência e equilíbrio, terá ainda em consideração os critérios específicos definidos no presente capítulo para os diferentes meios de difusão utilizados.

9.º Audiovisual

1. Na divulgação de produtos e serviços financeiros através de um meio audiovisual, considera-se dissimulação de informação a apresentação da mesma durante um período de tempo insuficiente para permitir uma leitura e audição adequada.
2. Na divulgação de produtos e serviços financeiros através de um meio audiovisual, as instituições de crédito e as sociedades financeiras deverão incluir uma frase do tipo: “Não dispensa a consulta de informação mais detalhada junto de (nome da instituição)”.

10.º Rádio

1. Na divulgação de produtos e serviços financeiros através da rádio, considera-se dissimulação de informação a apresentação da mesma durante um período insuficiente para permitir uma audição adequada.
2. Na divulgação de produtos e serviços financeiros através da rádio, as instituições de crédito e as sociedades financeiras deverão incluir uma frase do tipo: “Não dispensa a consulta de informação mais detalhada junto de (nome da instituição)”.



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

11.º Escrita

1. Na divulgação escrita de produtos e serviços financeiros, considera-se dissimulação a apresentação em nota de rodapé da informação indispensável para o cumprimento dos princípios de transparência e equilíbrio.
2. A divulgação de produtos e serviços financeiros em cartazes, nomeadamente em *mupis*, *outdoors* ou nos balcões, está sujeita às regras definidas no número anterior.
3. Na divulgação escrita de produtos e serviços financeiros, as instituições de crédito e sociedades financeiras deverão incluir uma frase do tipo: "Aviso Importante: esta informação não dispensa a consulta das condições completas do produto junto de (nome da instituição)."

12.º Outros meios

1. Consideram-se abrangidos pelo diploma a divulgação de produtos ou serviços financeiros por outros meios, nomeadamente através de suportes escritos disponibilizados ao balcão e de *mailing* directo, incluindo informação divulgada por correio electrónico ou anexa aos extractos bancários.
2. Na data em que tenham início as campanhas de divulgação envolvendo os meios referidos no número anterior, as instituições de crédito e sociedades financeiras deverão remeter ao Banco de Portugal um exemplar dos *mailing* enviados aos clientes, em suporte de papel e electrónico, e comunicações escritas disponibilizadas ao balcão.
3. Na divulgação de produtos e serviços financeiros através de outros meios, as instituições de crédito e sociedades financeiras deverão incluir uma frase do tipo: "Aviso Importante: esta informação não dispensa a consulta das condições completas do produto junto de (nome da instituição)."



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

CAPÍTULO IV: EXPRESSÕES DE USO RESTRITO

13.º Expressões de uso restrito

Na divulgação de produtos ou serviços financeiros, as expressões abaixo indicadas só podem ser usadas nas seguintes situações:

- a) A expressão “descoberto autorizado” ou similar, se efectivamente existir um acordo permitindo ao cliente levantar da sua conta à ordem um valor superior ao montante depositado;
- b) A expressão “sem juros”, “0% de juros” ou similar, quando efectivamente não seja exigível ao cliente o pagamento de quaisquer juros, mas apenas o reembolso do capital;
- c) A expressão “sem custos”, “sem encargos” ou similar, quando efectivamente não seja exigível ao cliente o pagamento de quaisquer juros, comissões ou outros encargos, mas apenas o reembolso do capital;
- d) A expressão “sem depósito inicial” ou similar, quando efectivamente não seja devido pelo cliente quaisquer pagamentos adiantados para subscrever o produto ou serviço;
- e) A expressão “aceitação garantida” ou similar, para a subscrição de produtos financeiros que não esteja dependente do preenchimento de quaisquer condições relativamente ao perfil de crédito do cliente;
- f) A expressão “oferta”, “presente” ou similar, se efectivamente não existirem quaisquer condições ou circunstâncias que obriguem o cliente a devolver a referida “oferta”;
- g) A expressão “devolvemos o seu dinheiro”, “pagamos nós” ou outra similar, se efectivamente estiver prevista a devolução integral dos valores pagos pelo cliente.

CAPÍTULO V: MENÇÕES OBRIGATÓRIAS

14.º Produtos de crédito

1. Na divulgação de informação sobre produtos ou serviços de crédito à habitação ou ao consumo, as instituições de crédito e as sociedades financeiras devem indicar:
 - a) A correspondente Taxa Anual Efectiva (TAE), calculada nos termos previstos no número 1 do artigo 3.º do Decreto-Lei n.º 51/2007, de 7 de Março, no caso do crédito à habitação; ou,



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

- b) A correspondente Taxa Anual Efectiva Global (TAEG), calculada nos termos previstos no Decreto-Lei n.º 359/91, de 21 de Setembro, no caso do crédito ao consumo.
2. A TAE ou a TAEG referidas no número 1 devem ser destacadas de quaisquer outras taxas e a sua apresentação deve respeitar, atento o meio de difusão utilizado, o princípio da transparência estabelecido no capítulo II.
3. As instituições de crédito e as sociedades financeiras devem também indicar as principais hipóteses assumidas para o cálculo da TAE ou TAEG referidas no número 1, mediante um exemplo representativo que inclua, pelo menos, o montante, o prazo e, no caso de taxa fixa, a taxa de juro, ou, no caso de taxa variável, o *spread* e o indexante.
4. O indexante a que alude o número anterior deverá ser calculado no início da campanha de divulgação de produtos ou serviços financeiros, nos termos dos artigos 3.º do Decreto-Lei n.º 240/2006, de 22 de Dezembro, e 3.º do Decreto-Lei n.º 171/2007, de 8 de Maio.
5. Para além do exemplo representativo referido no número 3, as instituições de crédito e sociedades financeiras devem ainda indicar:
 - a) No caso de créditos com uma prestação pré-definida e invariável ao longo do empréstimo, nomeadamente em créditos ao consumo, o prazo de reembolso que se prevê, no início do empréstimo, estar associado à referida prestação, com destaque similar a esta;
 - b) No caso de créditos com uma sequência de prestações pré-definidas, o prazo de reembolso que se prevê, no início do empréstimo, estar associado a cada uma das prestações divulgadas, com destaque similar a estas, sem prejuízo da divulgação do prazo total do crédito;

15.º Contas de depósito

Na divulgação de informação sobre contas de depósito, as instituições de crédito e as sociedades financeiras devem:

1. Indicar, quando aplicável e respeitando os princípios de transparência e equilíbrio estabelecidos no Capítulo II:
 - a) A Taxa Anual Nominal Bruta (TANB), no caso de uma conta de depósito com uma única taxa de juro fixa, ou a TANB média, quando ocorram duas ou mais taxas de juro fixas ao longo do depósito;



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

- b) O indexante e *spread*, no caso de taxas de juro variáveis;
 - c) O prazo da conta de depósito, para o qual a taxa de juro é definida;
2. Quando o prazo máximo do depósito, incluindo eventuais renovações, for inferior a um ano, todas as referências à TANB ou TANB média devem ser acompanhadas de referência à taxa de rentabilidade máxima não anualizada no período, com destaque similar à TANB ou TANB média.
 3. Quando o prazo máximo do depósito, incluindo eventuais renovações, for superior a um ano, abster-se de destacar ou referir na designação da conta de depósito qualquer taxa de rentabilidade acumulada durante o referido prazo.
 4. Abster-se de fazer referência à TAE de um depósito que não permita a capitalização de juros durante o período total do depósito.
 5. Quando se apliquem diversas taxas ao longo de um depósito, as instituições de crédito e sociedades financeiras devem abster-se de utilizar na designação do depósito uma taxa aplicável apenas a uma parte do período total do mesmo ou sugerir, por qualquer meio, que essa taxa é válida para a totalidade do mesmo, nomeadamente destacando-a excessivamente face às restantes.
 6. Quando a subscrição de uma conta de depósito estiver dependente da subscrição simultânea ou sequencial de um ou mais produtos financeiros adicionais, devem ainda indicar, respeitando os princípios de transparência e equilíbrio estabelecidos no Capítulo II:
 - a) A exigência de subscrição dos referidos produtos financeiros;
 - b) A percentagem que o cliente é obrigado a investir na conta de depósito e em cada um dos produtos vendidos em simultâneo ou sequencialmente, quando aplicável; e,
 - c) A TANB ou TANB média da conta de depósito e de todos os produtos vendidos em simultâneo ou sequencialmente ou, quando a rentabilidade de um destes produtos não estiver definida à partida, indicar claramente esse facto, com destaque similar ao dos produtos com rentabilidades definidas.



Banco de Portugal

EUROSISTEMA

CAPÍTULO VI: REGIME SANCIONATÓRIO

16.º Regime Sancionatório

1. A violação do disposto no presente diploma é sancionável nos termos do Regime Geral de Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras.
2. Em especial, com vista a sanar irregularidades detectadas, o Banco de Portugal pode emitir recomendações e determinações específicas, nos termos do disposto do número 1 do artigo 116.º e, quando aplicável, socorrer-se dos mecanismos previstos no artigo 77.º D do Regime Geral de Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras.