

AVISO N.º 03/GBM/2018
Maputo, 22 de Março de 2018

ASSUNTO: REGULAMENTO SOBRE A PUBLICIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS FINANCEIROS

A divulgação pelas instituições de crédito e sociedades financeiras de informação sobre produtos e serviços financeiros, no âmbito do exercício da sua actividade, deve respeitar princípios de transparência e rigor que permitam uma adequada avaliação dos respectivos encargos, remunerações e riscos.

Estando 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.

Tal pressupõe o estabelecimento de requisitos mínimos de informação que as instituições de crédito e sociedades financeiras e demais instituições sujeitas à supervisão do Banco de Moçambique devem satisfazer, para publicitar produtos e serviços financeiros que comercializam ao público.

Assim, usando da competência que lhe é conferida pela alínea d) do nº 2 do artigo 37 da Lei nº 1/92, de 3 de Janeiro- Lei Orgânica do Banco de Moçambique, o Banco de Moçambique determina:

1. É aprovado o Regulamento sobre a PUBLICIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS FINANCEIROS em anexo, que constitui parte integrante deste Aviso.
2. O presente Aviso entra em vigor 90 dias após a sua publicação.

As dúvidas que surgirem na interpretação e aplicação do presente Aviso devem ser submetidas ao Departamento de Supervisão Comportamental do Banco de Moçambique.



O Governador
Rogério Lucas Zandamela

**REGULAMENTO SOBRE A PUBLICIDADE DE PRODUTOS
E SERVIÇOS FINANCEIROS**

CAPÍTULO I

Disposições gerais

**Artigo 1
(Objecto)**

O presente Regulamento estabelece as normas e princípios que regem a publicidade dos produtos e serviços financeiros comercializados pelas instituições de crédito e sociedades financeiras e demais entidades sob a supervisão do Banco de Moçambique.

**Artigo 2
(Âmbito de aplicação)**

O presente Regulamento aplica-se às instituições de crédito e sociedades financeiras e demais instituições sob a supervisão do Banco de Moçambique, independentemente do meio de difusão da publicidade de produtos e serviços financeiros utilizado.

**Artigo 3
(Regime geral)**

A publicidade de produtos e serviços financeiros rege-se pelos princípios estabelecidos no presente Regulamento, no Código de Publicidade, aprovado pelo Decreto nº 38/2016, de 31 de Agosto, e demais normas aplicáveis.

**Artigo 4
(Expressões de uso restrito)**

Na publicidade de produtos e serviços financeiros, as expressões a seguir indicadas só podem ser utilizadas nas seguintes situações:

- a) A expressão «sem juros», «0 % de juros» ou similar, quando não for exigível ao cliente o pagamento de quaisquer juros;
- b) A expressão «sem custos», «sem encargos» ou similar, quando não for exigível ao cliente o pagamento de quaisquer juros, comissões ou outros encargos;

- c) A expressão «sem depósito inicial» ou similar, quando não forem devidos pelo cliente quaisquer pagamentos adiantados para adquirir o produto ou serviço financeiro;
- d) A expressão «aceitação garantida» ou similar, quando a aquisição de um produto ou serviço financeiro não estiver dependente do preenchimento de quaisquer condições relativamente ao perfil de crédito do cliente;
- e) A expressão «oferta», «presente» ou similar, quando não existirem quaisquer condições ou circunstâncias que obriguem o cliente a devolver ou a compensar tal «oferta» ou «presente»;
- f) A expressão «devolvemos o seu dinheiro» ou similar, quando estiver prevista a devolução integral dos valores pagos pelo cliente;
- g) A expressão «pagamos nós» ou similar, quando a instituição de crédito, sociedade financeira ou demais entidades abrangidas pelo presente Regulamento suportarem integralmente os custos ou quando estes forem parcialmente suportados, desde que a respectiva parcela seja indicada com igual destaque;
- h) A expressão «novos clientes» sem mais indicações, quando a única condição de acesso a um produto ou serviço for não ser cliente da instituição de crédito à data da respectiva aquisição;
- i) As expressões «a(o) mais baixa(o) do mercado», «a(o) mais alta(o) do mercado», «a(o) melhor do mercado» ou similares, quando forem seguidas, com igual destaque, das condições particulares do produto ou serviço financeiro que suportam a afirmação.

Artigo 5
(Definições)

Para efeitos do presente Regulamento, entende-se por:

- a) **Bilhetes do Tesouro (BT)** – títulos representativos de empréstimos de curto prazo da República de Moçambique, denominados em moeda nacional e destinam-se ao financiamento do défice de tesouraria corrente do Estado e às intervenções do Banco de Moçambique no âmbito da política monetária;
- b) **Facilidade Permanente de Depósito (FPD)** – depósitos livres em moeda nacional efectuados pelos operadores do mercado que se encontrem com excessos temporários de liquidez;

— Banco de Moçambique —
Governador

- c) **Facilidade Permanente de Cedência (FPC)** – cedência de liquidez pelo Banco de Moçambique aos operadores do mercado que se encontrem com défices temporários de liquidez;
- d) **Indexante** – taxa que serve de base para o cálculo da *Prime Rate* do sistema financeiro a praticada nas operações de crédito de Taxa de Juro Variável contratualizadas entre as instituições de crédito e sociedades financeiras com os seus clientes, e apurado com o recurso à fórmula apresentada no Anexo I do Acordo para a Uniformização da Base de Cálculo (Indexante) da Taxa de Juro do Sistema Bancário;
- e) **Mobilização antecipada** – levantamento total ou parcial do montante depositado numa conta a prazo antes do término deste;
- f) **Multiproduto** – o produto que comporta vários produtos diferenciados, indexados a um produto principal dos quais resultam lucros;
- g) **Painéis de publicidade (outdoors)** – designação popular de painéis de grandes dimensões, sobretudo em placas modulares, dispostos em locais de grande visibilidade, como à beira de rodovias ou nas paredes laterais de edifícios nas cidades;
- h) **Período de carência de um empréstimo** - período entre o desembolso do empréstimo e o início da amortização do empréstimo, durante o qual o mutuário paga apenas juros sobre o montante emprestado, mantendo-se o capital constante;
- i) **Período de diferimento de um empréstimo** - período no qual o devedor não efectua pagamentos quer de prestações de juros, quer de capital (amortização);
- j) **Publicidade** – qualquer forma de comunicação feita por entidade de natureza pública ou privada, no âmbito de uma actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de promover quaisquer bens ou serviços, com vista à sua comercialização ou alienação, bem como a promoção de ideias, princípios, iniciativas ou instituições;
- k) **Publicidade subliminar** – publicidade que, mediante recurso a qualquer técnica, possa provocar no destinatário percepções sensoriais de que ele não chegue a tomar consciência;
- l) **Spread** – margem que reflecte o risco de mercado e que é adicionada ao Indexante Único para constituir a *Prime Rate* do sistema financeiro;
- m) **Taxa Anual Efectiva (TAE)** - taxa que mede, em percentagem, os juros efectivamente pagos num ano, sobre um determinado depósito ou empréstimo;

- n) **Taxa Anual de Encargos Efectiva Global (TAEG)** – custo total do crédito para o consumidor, expresso em percentagem anual do montante do crédito concedido e que inclui as despesas de cobrança, reembolsos e pagamentos de juros, bem como todos os restantes encargos obrigatórios suportados pelo mutuário (impostos, selos fiscais, seguros);
- o) **Taxa Anual Nominal Bruta (TANB)** – taxa de remuneração do depósito antes da dedução dos impostos. Refere-se ao período de um ano, pelo que, para calcular os juros a receber, deve-se multiplicar esta taxa pelo número de dias de juros dividido por 360 dias. É a taxa que remunera determinada aplicação e que é frequentemente usada nos depósitos a prazo;
- p) **Taxa Anual Nominal Bruta Média** - média das diferentes TANB que sejam aplicáveis ao longo da vida do depósito, ponderadas pelos respectivos prazos de vigência;
- q) **Taxas de juro variáveis** – taxas de juro aplicadas ao capital em dívida e que variam em função de um indexante durante a vigência do contrato de mútuo até a sua data de maturidade;
- r) **Taxas de Juro Fixas** – taxas de juro fixas que garantem, desde logo, que ao longo da vigência do contrato até a sua maturidade não haverá lugar a qualquer alteração da taxa de juro acordada, independentemente das oscilações do mercado.

CAPÍTULO II

Princípios gerais

Artigo 6 (Licitude)

A forma, objecto e finalidade da publicidade de produtos e serviços deve respeitar as regras e normas constitucional e legalmente consagradas.

Artigo 7 (Identificabilidade)

1. A publicidade de produtos e serviços financeiros deve ser inequivocamente identificada como tal, independentemente da forma ou do meio de difusão utilizado.

— Banco de Moçambique —
Governador

2. Na publicidade de produtos e serviços financeiros deve-se indicar, de forma inequívoca, a instituição de crédito ou sociedade financeira responsável pelos produtos e serviços publicitados;
3. Para efeitos do número anterior, é suficiente a utilização de um *slogan* ou logotipo da instituição de crédito, sociedade financeira ou outra instituição sob supervisão do Banco de Moçambique responsável pelos serviços e produtos publicitados, ou ainda uma marca comercial inequivocamente associada a esta.

Artigo 8
(Veracidade)

1. A informação contida nas mensagens publicitárias relativas a produtos e serviços financeiros deve respeitar a verdade, não deformando os factos, nem induzindo em erro os destinatários da mensagem.
2. Viola o disposto no número anterior a divulgação de informação não actualizada e ou incompleta, referente as condições de mercado com impacto nas características dos produtos ou serviços, incluindo encargos como taxas de juro, preços ou comissões.

Artigo 9
(Respeito pelos Direitos do Consumidor)

A publicidade de produtos e serviços financeiros deve respeitar os direitos legal, contratual ou judicialmente conferidos ao consumidor.

Artigo 10
(Transparência da informação)

1. Na publicidade de produtos e serviços financeiros não deve ser omitida ou dissimulada a informação necessária para uma correcta avaliação das características que as instituições de crédito, sociedades financeiras ou outras instituições sob a supervisão do Banco de Moçambique destaquem do produto ou serviço financeiro anunciado.
2. Para efeitos do número anterior, deve ser considerada, entre outra informação necessária, a seguinte:
 - a) As condições de acesso aos produtos e serviços financeiros, a exigência de outros produtos associados, a fidelização por um período mínimo ou outros critérios cujo incumprimento limite aquele acesso;
 - b) Restrições e limitações associadas ao produto ou serviço publicitado.

3. Considera-se haver falta de transparência de informação na publicidade de produtos e serviços financeiros quando:
- a) A sua natureza ou finalidade não seja clara, sendo admissível a utilização da designação multiproduto para identificar a natureza ou finalidade de um produto ou serviço;
 - b) As condições promocionais omitam ou dissimulem o respectivo período de validade promocional;
 - c) Omita ou dissimule a forma como a prestação devida pelo consumidor pode ser reduzida, designadamente através de carência ou diferimento do capital ou extensão do prazo do reembolso;
 - d) Utilize imagens subliminares ou outros meios dissimulados que explorem a possibilidade de transmitir publicidade sem que os destinatários se apercebam da natureza publicitária da mensagem;
 - e) Omita ou dissimule qualquer circunstância relevante para a correcta avaliação das condições de acesso a produtos, serviços ou benefícios adicionais, com destaque para os seguintes aspectos:
 - i. Taxas de juro, comissões ou encargos associados a esses produtos e serviços;
 - ii. Prazo de reembolso e a existência de penalização em caso de mobilização antecipada;
 - iii. Quaisquer circunstâncias que obriguem à devolução desses produtos, serviços ou benefícios adicionais ou a compensar a instituição de crédito, sociedade financeira ou outra instituição sob supervisão do Banco de Moçambique, nomeadamente aquando do reembolso antecipado de um empréstimo ou da rescisão de um contrato antes de um período mínimo de permanência.
4. Na publicidade de produtos e serviços que reúnam várias finalidades, as instituições devem discriminar de forma clara as componentes e finalidades de cada produto, incluindo as condições da sua subscrição.
5. Sem prejuízo da relevância de eventuais limitações de espaço e tempo do meio de difusão utilizado, considera-se, em qualquer dos casos abaixo, que há falta de transparência na apresentação de informação, quando a mesma se apresente:
- a) Em caracteres de dimensão inferior aos mínimos definidos no anexo 1 do presente Regulamento;

- b) Uso de linguagem não corrente, subjectiva e de difícil compreensão das características fundamentais dos produtos ou serviços anunciados;
- c) Contrária ao disposto no artigo 8 do presente Regulamento, referente à publicidade televisiva, radiofónica, por *internet* ou por qualquer outro meio de difusão;
- d) Sem observância dos princípios de identificabilidade.

Artigo 11
(Equilíbrio da informação)

Desde que aplicável, todos os elementos essenciais para a compreensão das condições de subscrição, nomeadamente as características, restrições ou limitações dos produtos e serviços publicitados deverão ter igual destaque e notoriedade visual nos diferentes materiais de publicidade divulgados.

Artigo 12
(Menção obrigatória)

Na publicidade de produtos e serviços financeiros as instituições de crédito e sociedades financeiras, independentemente do meio de difusão utilizado, devem mencionar a frase: «Para mais detalhes, informe-se no/a (nome da instituição)» ou outra similar.

CAPÍTULO III
Dissimulação em meios de difusão

Artigo 13
(Regime geral)

Sem prejuízo da observância de outras imposições legais, a publicidade de produtos e serviços financeiros obedece aos princípios gerais estabelecidos no presente Regulamento e aos critérios adicionais, definidos no presente capítulo, para os meios de difusão a seguir mencionados.

Artigo 14
(Audiovisual)

Na publicidade a produtos e serviços financeiros através de um meio audiovisual, considera-se dissimulação a apresentação de informação durante um período de tempo inferior a um minuto.

Artigo 15
(Rádio)

Na publicidade a produtos e serviços financeiros através da rádio, considera-se dissimulação a apresentação de informação durante um período inferior a um minuto.

Artigo 16
(Internet)

A publicidade a produtos e serviços financeiros através da *Internet* está sujeita ao estabelecido no artigo 14 do presente Regulamento, sempre que a publicidade através deste suporte envolva imagens em movimento, e ao estabelecido no artigo 15 do presente Regulamento, quando a publicidade envolva som.

CAPÍTULO IV

Disposições específicas por produto

Artigo 17
(Crédito à habitação)

1. Na publicidade de produtos e serviços financeiros, no âmbito do crédito à habitação, as instituições de crédito ou outras autorizadas a conceder crédito, devem indicar a correspondente Taxa Anual Efectiva (TAE) com destaque similar às características destacadas daqueles produtos ou serviços.
2. As instituições de crédito e outras autorizadas a conceder crédito devem também realizar uma simulação de crédito que inclua, pelo menos, o prazo de reembolso e a taxa de juro anual nominal, no caso da taxa fixa, ou o indexante e o *spread*, no caso da taxa variável, e ainda, quando exista, o prazo de carência ou percentagem de diferimento do capital.
3. Sem prejuízo do disposto na alínea i) do artigo 5 do presente Regulamento, o indexante referido no número anterior deve ser calculado no início da campanha publicitária, com a indicação do mês a que se refere.
4. A publicidade que anuncie uma prestação de um crédito à habitação deve indicar, com destaque similar, o prazo de reembolso associado à referida prestação.

Artigo 18
(Crédito ao consumo)

1. Na publicidade de produtos e serviços financeiros, no âmbito do crédito ao consumo, as instituições de crédito ou outras autorizadas a conceder crédito devem indicar a correspondente Taxa Anual de Encargos Efectiva Global (TAEG), com destaque similar às características destacadas daqueles produtos ou serviços.
2. As instituições de crédito ou outras autorizadas a conceder crédito devem também realizar uma simulação de crédito que inclua, pelo menos, o montante do crédito, o prazo de reembolso, a taxa de juro anual nominal, no caso da taxa fixa ou o *indexante* e o *spread*, no caso da taxa variável.
3. Sem prejuízo do disposto na alínea i) do artigo 5 do presente Regulamento, o *indexante* referido no número anterior deve ser calculado, pelo menos, no início da campanha publicitária, com indicação do mês a que se refere.
4. A publicidade que anuncie a concessão de um crédito ao consumo com rendas fixas, deve indicar os seguintes elementos:
 - a) O prazo de reembolso que, no início do empréstimo, se preveja estar associado à referida prestação;
 - b) O montante de financiamento correspondente à prestação anunciada.
5. A publicidade que anuncie a concessão de um crédito ao consumo com prestações diferenciadas durante a maturidade do empréstimo, deve indicar os seguintes elementos:
 - a) O prazo de reembolso que, no início do empréstimo, se preveja estar associado a cada uma das prestações anunciadas;
 - b) O prazo total do empréstimo.

Artigo 19
(Depósitos)

1. A publicidade que anuncie uma taxa de juro associada a um depósito deve indicar:
 - a) A Taxa Anual Nominal Bruta (TANB), no caso de um depósito com uma única taxa de juro fixa;
 - b) A TANB média, quando ocorra mais do que uma taxa de juro fixa ao longo do depósito;
 - c) O *indexante* e o(s) *spread(s)*, no caso de taxas de juro variáveis;

- d) O prazo do depósito, quando o mesmo
 - e) for inferior a um ano;
 - f) A eventual existência de penalização em caso de mobilização antecipada do depósito.
2. Os elementos referidos nas alíneas *a)* a *e)* do número anterior devem ser apresentados com destaque similar às características destacadas do produto ou serviço financeiro e às taxas de juro devidamente identificadas como TANB.
3. A publicidade sobre a remuneração de um depósito não deve ser feita por uma taxa de juro que não seja garantida e aplicável à totalidade do mesmo, na execução do contrato, sendo proibido o uso de termos genéricos que iniciem dinamismo da referida taxa de juro e susceptíveis de induzir em erro os consumidores, tais como “..até ___% de juros”; ou: “juros até ___%”.

Artigo 20
(Impedimentos)

Em matéria de publicidade de produtos e serviços financeiros, independentemente da forma usada para o efeito, fica vedada a utilização de notas e moedas do Metical, nomeadamente, nas formas:

- a) Estilizada;
- b) De figuras geométricas;
- c) De figuras de animais;
- d) De outras figuras e formas que de algum modo atentem contra a dignidade devida ao Metical, como símbolo nacional.

Artigo 21
(Responsabilidade)

1. As instituições de crédito, sociedades financeiras ou outras sujeitas à supervisão do Banco de Moçambique, devem garantir que a publicidade dos seus produtos e serviços financeiros, realizada por agências publicitárias, assim como por outras entidades que exerçam a actividade publicitária, obedeça ao estabelecido no presente Regulamento.
2. A publicidade divulgada por agentes bancários ou outras entidades por intermédio das quais as instituições de crédito, sociedades financeiras ou outras sujeitas à supervisão do Banco de Moçambique comercializam os seus produtos e serviços é da responsabilidade das instituições de crédito, sociedades financeiras e demais instituições sujeitas à supervisão do Banco de Moçambique.

Artigo 22
(Supervisão)

1. A supervisão da publicidade de produtos e serviços financeiros é feita pelo Banco de Moçambique, baseada num modelo de avaliação do cumprimento dos princípios e regras previstas pela legislação em vigor, que regulam a publicidade.
2. A avaliação referida no número anterior pode ser efectuada antes ou após a divulgação da publicidade nos meios de difusão.

Artigo 23
(Reporte de Campanhas de Publicidade)

1. Após o lançamento de campanhas de publicidade televisivas, radiofónicas, por *internet* ou realizadas por outros meios no interior e exterior das instituições de crédito, sociedades financeiras ou outras sujeitas à supervisão do Banco de Moçambique, as mesmas devem remeter ao Banco de Moçambique um exemplar, em suporte electrónico a ser definido pelo Banco de Moçambique, de cada uma das formas usadas para a referida publicidade, nomeadamente cartazes, folhetos ou equiparados.
2. O reporte referido no número anterior deve ser efectuado 15 dias após o lançamento das campanhas de publicidade, acompanhado de termos de referência na forma escrita que deverá mencionar, dentre outras informações, o objectivo, o público – alvo e o período de duração das campanhas, bem como os contactos para eventuais esclarecimentos.
3. As instituições de crédito, sociedades financeiras ou outras instituições sujeitas à supervisão do Banco de Moçambique devem remeter 15 dias antes do início da campanha, um exemplar dos materiais relativos às campanhas de publicidade difundidos em suportes escritos disponibilizados ao balcão, por *email* ou por cartazes exclusivamente utilizados no interior das respectivas agências ou estabelecimento.
4. Em caso de necessidade de relançamento da mesma campanha publicitária ou de uma versão actualizada, as instituições abrangidas pelo presente Regulamento devem comunicar o facto, enviando cópia da versão actualizada, com a indicação das alterações supervenientes ao Banco de Moçambique, dentro dos prazos estabelecidos nos números 2 e 3 do presente artigo.
5. Deve igualmente, ser enviada a ficha técnica do produto ou serviço financeiro publicitado, acompanhado de outros meios materiais de suporte, caso existam.

CAPÍTULO V

Regime sancionatório

Artigo 24

(Regime sancionatório e cautelar)

1. A violação do disposto no presente Regulamento é sancionável nos termos da Lei das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras.
2. O Banco de Moçambique pode, em caso de detecção de publicidade inverídica, exigir que a instituição de crédito, sociedade financeira ou demais instituições abrangidas pelo presente Regulamento:
 - a) Suspenda a campanha publicitária;
 - b) Altere a campanha de modo a repor, no prazo de 5 dias, a veracidade dos factos publicitados com o mesmo destaque e meios utilizados para a divulgação da publicidade contendo informação não verdadeira;
 - c) Retire a campanha publicitária.
3. Os encargos decorrentes das situações previstas no número anterior correm por conta da instituição responsável pela referida publicidade.



ANEXO

O.S. nº 03/GBM/2018

DIMENSÃO MÍNIMA DOS CARACTERES EM DIFERENTES MEIOS

Meio de difusão	Dimensão mínima dos caracteres
Audiovisual, incluindo televisão	17 pontos
Escrita, incluindo imprensa, internet e <i>mailings</i>	12 pontos
Cartazes no interior das agências bancárias	30 pontos
Cartazes de exterior de média dimensão, nomeadamente do tipo <i>Opi</i> , <i>Mupi</i> e <i>Master</i>	90 pontos
Cartazes de exterior de grande formato com dimensões do tipo 4x3m, 8x3m ou 10x5m	Na ampliação dos caracteres, deverá ser mantida a proporção que decorre da dimensão mínima estabelecida para os cartazes de exterior de dimensão média

PL7