

REGULAMENTO SOBRE A PUBLICIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS FINANCEIROS



TÉLIO MURRURE
ADVOGADO ASSOCIADO
telio.murrure@tta-advogados.com



NACITA CHIRINDZA
ADVOGADA ESTAGIÁRIA
nacita.chirindza@tta-advogados.com

Foi aprovado pelo Banco de Moçambique o Regulamento sobre a Publicidade de Produtos e Serviços Financeiros (RPPSF) que constitui parte integrante do Aviso n.º 3/GBM/2018 de 18 de Abril. Este instrumento é o primeiro que versa sobre esta matéria no ordenamento jurídico moçambicano e tem em vista o estabelecimento de requisitos mínimos de informação que as instituições de crédito, as sociedades financeiras e demais instituições sob a supervisão do Banco de Moçambique, devem cumprir para publicitar produtos e serviços financeiros. O RPPSF constitui um regime especial em relação ao regime geral da actividade publicitária estabelecido pelo Código de Publicidade aprovado pelo Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto.

Conforme já referido, o RPPSF aplica-se às instituições de crédito, sociedades financeiras e demais instituições sob a supervisão do Banco de Moçambique, independentemente do meio de difusão utilizado para a publicidade de produtos e serviços financeiros.

O RPPSF constitui um regime especial em relação ao regime geral da actividade publicitária estabelecido pelo Código de Publicidade aprovado pelo Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto.

EXPRESSÕES DE USO RESTRITO

Dado o impacto e sensibilidade da informação a ser veiculada na publicidade de produtos e serviços financeiros, o RPPSF estabelece limites no uso de determinadas expressões justamente para permitir aos clientes uma comparação adequada das alternativas disponíveis no mercado e consequente formulação de juízos consistentes sobre os compromissos a assumir. Com efeito, nos termos do artigo 4, somente nos casos expressamente previstos no RPPSF, será autorizado o uso das seguintes expressões:

- “sem juros”, “0 % de juros” ou outras similares;
- “sem custos”, “sem encargos” ou outras similares;
- “sem depósito inicial” ou outras similares;
- “aceitação garantida” ou outras similares;
- “oferta”, “presente” ou outras similares;
- “devolvemos o seu dinheiro” ou outras similares;
- “pagamos nós” ou outras similares;
- “novos clientes” ou outras similares;
- “o(a) mais baixo(a) do mercado”, “o(a) mais alto(a) do mercado”, “o(a) melhor do mercado”. Esta disposição é reforçada pela pelas disposições dos artigos 6, 7, 8, 9, 10, 11, e 12 do RPPSF que fixam os princípios gerais da publicidade de produtos e serviços financeiros.

O RPPSF estabelece limites no uso de determinadas expressões justamente para permitir aos clientes uma comparação adequada das alternativas disponíveis no mercado e consequente formulação de juízos consistentes sobre os compromissos a assumir.

O RPPSF dispõe que as instituições de crédito e sociedades financeiras devem indicar, entre outros elementos, a correspondente TAE, sendo que no caso do crédito ao consumo, deverá ser indicado, entre outras, a TAEG.

PRINCÍPIOS GERAIS A SEREM OBSERVADOS NA PUBLICIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS FINANCEIROS

Nos termos do disposto no artigo 6 do RPPSF a actividade publicitária que incida sobre produtos e serviços financeiros deve estar em consonância com os seguintes princípios:

- Princípio da Licitude – O princípio da licitude obriga o respeito às regras e normas constitucionais na forma, objecto e finalidade da publicidade;
- Princípio da Identificabilidade – O princípio da identificabilidade obriga a apresentação dos produtos e serviços financeiros como tal, isto é, a publicidade não pode suscitar dúvidas sobre o seu objecto;
- Princípio da Veracidade, da Transparência da Informação e do Equilíbrio de Informação – estes três princípios obrigam, no essencial, à apresentação de informações que sejam verdadeiras e que não induzam o público em erro;
- Princípio do Respeito pelos Direitos do Consumidor – O princípio do respeito pelos direitos do consumidor confere ao cliente de uma instituição de crédito e sociedade financeira a mesma panóplia de direitos legal, contratual e judicialmente conferidos ao consumidor;
- Princípio da Menção Obrigatória – obriga a que, na publicidade de produtos e serviços financeiros se faça menção à entidade disponível para prestar esclarecimentos adicionais.

DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS POR PRODUTO

Para além dos princípios gerais aplicáveis a toda e qualquer publicidade de produtos e serviços financeiros, o RPPSF contém disposições específicas para determinados produtos, tais como o crédito à habitação, o crédito ao consumo e os depósitos.

No âmbito do **crédito à habitação**, o RPPSF dispõe que as instituições de crédito e sociedades financeiras devem indicar, entre outros elementos, a correspondente Taxa Anual Efectiva (TAE), sendo que no caso do **crédito ao consumo**, deverá ser indicado, entre outras, a Taxa Anual de Encargos Efectiva e Global (TAEG).

Relativamente aos **depósitos**, que são uma das operações bancárias mais correntes, o RPPSF estabelece a necessidade de indicar:

- Taxa Anual Nominal Bruta (TANB), no caso de depósito com uma única taxa de juro fixa;
- TANB média quando ocorra mais do que uma taxa de juro fixa ao longo do depósito;
- o indexante e o(s) spread(s), no caso de taxas de juro variáveis;
- o prazo do depósito quando for inferior a 1 ano; e
- a eventual penalização em caso de mobilização antecipada do depósito.

É, ainda, proibido o uso de termos genéricos que induzam dinamismo da referida taxa de juro e susceptíveis de induzir os consumidores em erro, tais como “até ___% de juros”; ou “juros ate___%”, uma vez que as mesmas se apresentam ambíguas.

IMPEDIMENTOS NA UTILIZAÇÃO DAS NOTAS E MOEDAS DO METICAL

O RPPSF proíbe a publicidade de produtos e serviços financeiros em que se utilize as notas e moedas do Metical de forma estilizada, de figuras geométricas, de figuras de animais, e de outras formas que de algum modo atentem contra a dignidade do Metical como símbolo nacional.

RESPONSABILIDADE

Nos termos do RPPSF, a responsabilidade pelos actos de publicidade de produtos e serviços financeiros cabe às instituições de crédito e sociedades financeiras na medida em que são estas que se vinculam ao Banco de Moçambique. Assim, cabe a estas instituições garantir que as actividades de publicidade realizadas em seu nome e interesse por parte de agências de publicidade estejam em consonância com o estabelecido neste regime, o que significa que, em caso de violação do presente regulamento, as agências de publicidade não serão responsabilizadas directamente podendo ser, por via do direito de regresso exercido pela instituição de crédito ou sociedade financeira sancionada.

SUPERVISÃO

O Banco de Moçambique supervisionará a publicidade de produtos e serviços financeiros, podendo exercer esta supervisão antes ou após a divulgação da publicidade nos meios de difusão. As instituições de crédito devem remeter ao Banco de Moçambique até 15 dias antes do início das campanhas publicitárias, um exemplar dos materiais relativos à campanha em suporte escrito e, após o lançamento da mesma, deverão remeter um exemplar em suporte electrónico de cada uma das formas usadas na referida campanha, nomeadamente cartazes, folhetos ou materiais equiparados. Em caso de relançamento ou actualização da campanha publicitária, as instituições de crédito e sociedades financeiras deverão novamente informar ao Banco de Moçambique.

REGIME SANCIONATÓRIO

Em caso de violação das normas estabelecidas no RPPSF, o Banco de Moçambique tem a prerrogativa de aplicar sanções aos prevaricadores nos termos da Lei das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras. Tratando-se de uma publicidade inverídica, pode o banco de Moçambique exigir a suspensão da campanha publicitária, a alteração da campanha no prazo de 5 dias ou ainda a retirada da mesma.



MUDAULANE - MOÇAMBIQUE
A Nossa Educação, 2010 *(detalhe)*

Tinta-da-china s/ papel
60 x 84 cm

Obra da Colecção da Fundação PLMJ

A presente Newsletter destina-se a ser distribuída entre Clientes e Colegas e a informação nela contida é prestada de forma geral e abstracta, não devendo servir de base para qualquer tomada de decisão sem assistência profissional qualificada e dirigida ao caso concreto. O conteúdo desta Newsletter não pode ser reproduzido, no seu todo ou em parte, sem a expressa autorização do editor. Caso deseje obter esclarecimentos adicionais sobre este assunto envie um email para tta.geral@tta-advogados.com.

Edifício Millennium Park, Torre A, Avenida Vladimir Lenine, n. 174, 6º Dtº, Maputo, Moçambique
T. (+258) 84 3014479 . F. (+258) 21 303723 . E. tta.geral@tta-advogados.com . www.tta-advogados.com