FINANCIAL EDUCATION IN ANGOLA: A PLAN FOR LARGE-SCALE COMMUNICATIONS

FINANCIAL SECTOR PROGRAM IN ANGOLA

June 2009

This report is made possible by the support of the American People through the United States Agency for International Development (USAID). The contents of this report are the sole responsibility of Emerging Markets Group, Ltd. And do not necessarily reflect the views of USAID or the United States Government.

FINANCIAL EDUCATION IN ANGOLA: A PLAN FOR LARGE-SCALE COMMUNICATIONS

FINANCIAL SECTOR PROGRAM IN ANGOLA

Authors:
Ana Gonçalves
Maria Luísa Lopes
Sílvia Castro
Edgar Mendes
Mário Júlio
William Allmart

Submitted by:
Emerging Markets Group, Ltd.

Submitted to:
USAID / Angola

Contract No.:
GS-23F-0168P

DISCLAIMER

The author's views expressed in this publication do not necessarily reflect the views of the United States Agency for International Development or the United States Government.

FINANCIAL EDUCATION IN ANGOLA
A Plan for Large-Scale Communications

EDUCAÇÃO FINANCEIRA EM ANGOLA
Um Plano de Comunicação a Grande Escada

Banco Nacional de Angola
18 de Junho 2009

Ana Gonçalves
Maria Luísa Lopes
Sílvia Castro
Edgar Mendes
Mário Júlio
William Allmart

Introduction

According to some estimates, approximately nine out of ten Angolans currently have no access to banking services--some 7 million people between the ages of eighteen and sixty-four. [1]

The Government of Angola and the Banco Nacional de Angola (BNA) have identified the strategic goal of bringing a significant portion of this unbanked population into the banking system. BNA has decided that financial education is one way of reaching this goal and, indeed, that financial education is a key factor in the development of Angola's financial sector. A 2002 working paper of Banco Central de Chile [2] demonstrates that financial sector development is a causal factor leading to general economic growth. Therefore, a successful financial education program will contribute to increased growth in the Angolan economy.

Financial education is a process that uses information to expand people's skills and shape their attitudes, so that they are in a position to make different choices and access more options in order to reach their economic goals and improve their life prospects. The goal of financial education, then, is to change behavior.

The first step, providing information to as large a population as possible, is the focus of this program proposal. A working group of BNA has consulted extensively, compiled information on "best practices" in the area of financial education, and met with representatives of government agencies, public and private banks, microcredit institutions and social service organizations. The result of this work is the communication plan outlined here, designed to sensitize the population and provide general information about bank services, the functions of the formal financial market, and the mutual rights and obligations between banks and their customers.

Because financial education touches such a central part of social and economic life, there are many potential stakeholders who have an interest in deepening the financial awareness and capacity of the population. Banks and non-bank lenders, government organizations

Introdução

De acordo a algumas estimativas, aproximadamente nove de cada dez Angolanos não tem acesso aos serviços bancários--umas 7 milhões de pessoas entre os dezoito e os sessenta-quatro anos. [1]

O Governo de Angola e o Banco Nacional de Angola (BNA) tem identificado a meta estratégica de introduzir uma porção significativa desta população não bancarizada ao sistema bancária. O BNA tem decidido que a educação financeira é uma maneira de atingir esta meta e, de fato, que a educação financeira é um factor central no desenvolvimento do sector financeiro Angolano. Um documento de trabalho de 2002 do Banco Central de Chile [2] mostra que o desenvolvimento do sector financeiro é um factor causativo que conduz ao crescimento económico geral, portanto um programa bem-sucedido de educação financeira contribuirá ao crescimento acelerado na economia Angolana.[1]

A educação financeira é um processo que utiliza a informação para expandir as habilidades da gente e formar as suas atitudes, para que eles estão numa posição de fazer escolhas diferentes e obter acesso a mais opções para atingir a suas metas económicas e melhorar as suas possibilidades de vida. A meta da educação financeira, então, é mudar o comportamento.

O primeiro passo, fornecer informações a uma população tão grande como fosse possível, é o enfoque desta proposta de programa. Um grupo de trabalho do BNA tem consultado extensamente, tem recompilado informação sobre as melhores praticas na área de educação financeira, e tem entrevistado a representantes de agencias governamentais, bancos públicos e privados, instituições de microcrédito e organizações de serviço social. O resultado deste trabalho é o plano de comunicações que delineia se aqui, desenhada para sensibilizar a população e fornecer informação geral sobre os serviços bancários, as funções do mercado formal financeiro, e os direitos e obrigações mútuos entre os bancos e os seus clientes.

Porque a educação financeira atinge uma parte tão central da vida social e económica, são muitos os parceiros potenciais que tem interesse em aprofundar a consciência e capacidade financeira da população. Os bancos y outros emprestadores,

responsible for education and development, NGOs, family and gender educators and counselors are just a few of those whose missions involve or could support large-scale financial education in Angola. Financial education is thus one of those rare instances in which literally everyone wins. The working group's research has identified several partners who recognize this fact and who stand ready to assist BNA in implementing a financial education program for the country. We are sure there are others. A coordinated effort, either facilitated or catalyzed by BNA, stands the greatest chance of success.

Providing new information is part of the financial education process, and it is right that BNA's program begin with that step. In a national review of financial education programs, the U.S. Federal Reserve showed that people's friends and family, television and radio, and the Internet are among their most important sources for financial information. Our communications should fit this panorama, stimulating conversations among friends and neighbors. [3]

At the same time, as has been learned in the context of literacy training, lasting results depend on education and practicing new skills. The same Federal Reserve review found that more personalized, in-depth programs, delivered in ways that were convenient for their students, were the more successful ones. Strategically, in order to reach the large proportion of the population that operates outside formal financial markets and to change their behavior, moving them toward participation in the formal economy, thought must also be given to future stages of financial education that will build on and expand the impact of this first stage.

Since no sector of the Angolan economy or society operates in isolation, but is instead tightly linked with every other sector, it comes as no surprise that progress in financial education will be faster or slower depending on whether other conditions in the socioeconomic environment are favorable. Accounts require documentation; credits often require real guarantees in the form of land; product innovation requires clear guidelines and some predictability in the marketplace; and consumers value their time and are unwilling to waste it.

órgãos governamentais responsáveis pela educação e o desenvolvimento, as ONG, os educadores de famílias e do género são só uns poucos daqueles cujas missões envolvem ou podem apoiar a educação a grande escada na Angola. A educação financeira então é uma das poucas instancias nos quais literalmente todos ganham. A nossa pesquisa tem identificado vários parceiros que reconheçam este fato e que estão prontos para ajudar ao BNA na implementação de programa para o pais. Estamos seguros de que haverão outros. Um esforço coordenado, ou facilitado ou catalisado pelo BNA, tem a maior possibilidade de sucesso.

O fornecimento de novas informações é parte do processo de educação financeira, e é correcto que o programa do BNA começa com esse passo. Numa revista nacional de programas de educação financeira, a Reserva Federal dos EUA achou que os amigos e famílias, a televisão e a rádio, e o Internet ficam entre as fontes mais importantes de informações financeiras. As nossas comunicações deverão ficar dentro deste padrão, estimulando conversas entre amigos e vizinhos. [3]

Na mesma vez, como se tem aprendido no contexto do treinamento da alfabetização, os resultados duradouros dependem na educação e na pratica de novas habilidades. Na mesma revista da Reserva Federal achou-se que os programas mais individualizados e profundos, feitos em maneiras que fossem convenientes para os estudantes, foram os mais efectivos. Estrategicamente, a fim de alcançar a grande proporção da população que hoje opera fora dos mercados financeiros formais, e de mudar o seu comportamento, encaminhando os para a economia formal, deve-se pensar também nas etapas futuras da educação financeira que basearam-se e ampliarão o impacto desta primeira fase.

Já que nenhum sector da economia ou da sociedade Angolana opera na isolação, mas é vinculado estreitamente com todo outro sector, não é surpresa que o progresso na educação financeira será ou mais rápido ou mais lento, de acordo se as outras condições no meioambiente socioeconómico sejam favoráveis. As contas requerem documentação; os créditos muitas vezes precisam garantias na forma de terrenos; a inovação de produtos requerem pautas claras e uma previsibilidade nos mercados; e os consumidores

The condition of certain national administrative processes, of national infrastructure, and of commercial and financial regulation can promote or limit the tangible results of financial education.

As a result of this research process, the working group proposes a communication plan for the first stage in this process, that of sensitization of the general population (**Appendix A**), some thoughts about a vision for the future, and some immediate steps to take after the plan's approval.

Implementing this plan will require a shared, coordinated effort of many collaborators, from several different sectors of Angolan society. A list of the potential partners already interviewed by the working group, with brief statements about the resources they could bring to the process, will be found in **Appendix B**.

Recruiting these partners will itself be a significant task. The working group proposes convening a conference or workshop within three months of the approval of the communication plan. The purpose of the workshop would be to consult on the shared challenges of financial education and to establish a coordinating group that would ensure the efficient implementation of the communication plan and plan for future stages in the long-term process of financial education. **Appendix C** has more detailed thoughts about convening, managing and continuing the work of the conference.

Appendix D offers some thoughts about creating favorable conditions that, while outside the financial education process, can help achieve the overall goal of increasing participation in formal financial markets.

Appendix E provides an outline of a South African experiment in bringing large numbers of low-income citizens into the financial markets, the "Mzansi" account.

Conclusions

The program outlined here begins with a large scale plan to communicate concepts of financial education; a plan that depends on the establishment of a collaborative relationship among the many stakeholders who will benefit from effective financial education. The vision develops from the dissemination stage to the

valorizam o seu tempo e não gostam de desperdiçar lho.

A condição de certos processos administrativos nacionais, da infra-estrutura nacional, e do regulamento comercial e financeiro podem ou promover ou constringir os resultados tangíveis da educação financeira.

Como resultado deste processo de pesquisa o grupo de trabalho propõe um plano de comunicações para esta primeira fase, a serem a sensibilização da população em geral (**Anexo A**), umas ideias para uma visão para o futuro, e uns passos imediatos a tomar depois da aprovação do plano.

A implementação exigira um esforço compartilhado, coordenado entre muitos colaboradores, dos distintos sectores da sociedade Angolana. Uma lista dos parceiros potenciais já entrevistos por o grupo de trabalho, com breves comentários sobre os recursos que podem trazer ao processo, encontrara se no **Anexo B**.

Recrutando estes parceiros será em se uma tarefa significativa. O grupo de trabalho propõe convidar a uma conferencia ou workshop dentro dos três meses da aprovação do plano de comunicações. O propósito será consultar sobre os desafios compartilhados da educação financeira e estabelecer um grupo coordenador para assegurar a execução eficiente do plano, assim também de planear para fases futuras do processo a longo prazo da educação financeira. O **Anexo C** tem ideias mais detalhadas sobre a efectuação, o gestão e a continuação do trabalho da conferencia.

O **Anexo D** oferece algumas notas sobre a criação de condições favoráveis que, quando fora do processo de educação financeira, podem ainda ajudar a atingir a meta global de aumentar a participação nos mercados financeiros formais.

O **Anexo E** fornece um esboço de um experimento na Sul África de trazer grandes números de pessoas de baixa renda aos mercados financeiros, a conta "Mzansi."

Conclusões

O programa delineado aqui começa com um plano para comunicar a grande escada os conhecimentos básicos da educação financeira, plano que depende do estabelecimento de uma relação

education stage that confirms and expands all the progress of the earlier stages. This program will, if pursued with care and perseverance, contribute to the future well-being of nearly seven million Angolans who today have little or no access to financial markets. Their benefit will be the benefit of Angola.

colaborativa entre os vários parceiros que beneficiarão se de uma educação financeira eficaz. A visão desenvolve se a traves da etapa de disseminação até a etapa educacional que confirma e acrescenta o progresso das etapas anteriores. Este programa contribuirá, se fazer com cuidado e perseverança, ao bem estar futuro de quase sete milhões de Angolanos que hoje tem pouco acesso aos mercados financeiros. O beneficio deles será o beneficio de Angola

---

[1] "There are 12,263,596 Angolan citizens as of July 2007…. However the results of the voters' registration of 2007-2008, 8.256.000 adults (from 18 years onwards) combined with the data from 2000/2001 that show that only about 45% of the population is in adult age (Multi-Indicator Cluster Survey, INE/UNICEF), give a total population of at least 18,3 million in 2008. The population of the capital Luanda is about 5,3 million." [8.256MM X .94 = 7.76MM]. CIA Factbook, 2007; INE/UNICEF; accessed at Wikipedia (http://en.wikipedia.org/wiki/Demographics_of_Angola#cite_note-0) at 9:30pm on June 16, 2009.

[2] "The Direction of Causality Between Financial Development and Economic Growth;" César Calderón & Lin Liu, Banco Central de Chile Working Paper, 2002.

[3] "Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy;" Federal Reserve Bulletin, November 2002; pp. 445-457.

Anexo A: Um Programa para Comunicação de Massa
Appendix A: A Program for Mass Communication

First Phase: Sensitization

- **Goals**
  - Raise awareness that everyone has the right to a bank account
  - Increase understanding of basic financial concepts and practices associated with banking
  - Help the public to understand that saving represents the most direct road to a better economic future
  - Increase the sense that the banking sector is a safe alternative to traditional methods of saving and accessing credit
- **Objectives**
  - Increase understanding of:
    - The language of banking
    - How the financial sector works
    - Benefits of having a bank account
    - Documents and steps involved in opening a bank account
    - Benefits of saving
    - Appropriate uses of credit
    - Rights and obligations of both banks and their clients
- **Outcomes**
  - Public will have greater understanding, and place more emphasis on:
    - Saving
    - Planning to take car of future needs of their families
    - Effective uses of credit
    - How to engage the financial sector
- **Target population**
  - In the first phase, everyone within reach of a radio or an extension program
- **Topics/themes:** Our research, as well as our interviews with possible partner organizations, has identified the following key questions that are to be answered through all available communication channels.
  - What is a bank?
    - A bank is a business whose principal activity is to receive money from the public in the form of deposits in order to invest them through the extension of credit.

A Primeira Fase: A Sensibilização

- **Metas**
  - Aumentar a consciência que todos têm direito a uma conta bancária
  - Aumentar a compreensão dos conceitos básicos sobre finanças e as praticas associadas com a banca
  - Ajudar ao publico entender que a poupança representa o caminho mais certo para um futuro económico melhor
  - Aumentar o sentido de que o sector bancário é uma alternativa segura aos métodos tradicionais de poupança e de acesso a credito
- **Objectivos**
  - Aumentar a compreensão de:
    - A linguagem bancária
    - Funcionamento do sector financeiro
    - Os benefícios de uma conta bancária
    - Os documentos e procedimentos para abrir uma conta bancária
    - Os benefícios da poupança
    - Os uso apropriado do crédito
    - Os direitos e obrigações do banco e do cliente
- **Resultados**
  - O publico terá maior entendimento sobre:
    - A poupança
    - Planeamento para atender as necessidades futuras das famílias
    - O uso eficaz do crédito
    - Como lidar com o sector financeiro
- **População alva**
  - Nesta primeira fase, todos que tem acesso a um meio de comunicação
- **Tópicos/Temas:** A nossa pesquisa, tanto como as nossas entrevistas com parceiros potenciais, tem identificado os seguintes questões chaves, que estão a contestar mediante todos os canais disponíveis da comunicação.
- Que é um banco?
  - É uma empresa cuja actividade principal é receber dinheiro do público em forma de depósitos, a fim de os aplicar mediante a concessão de crédito.

- Banking basics: definitions
  - Account: An account is the place a bank customer can deposit his/her money
  - Savings: money that is set aside for the future
  - Deposit: an agreement by which a client entrusts his money to a bank
  - Withdrawal: take out some of the money that had been deposited earlier
  - Loan: when a bank places a sum of money with a client for a period of time, and the client pays for the use of those funds
  - Interest: the price the client pays to use the money from the bank loan
  - Penalty interest: a higher price the client must pay because he/she did not pay loan interest on time
- Who has the right to have a bank account?
  - Everyone!
- What do I gain by opening a bank account?
  - Security against loss through accident (fire, flood), theft or assault.
  - Help in achieving goals for the future.
  - Have the chance to obtain a loan, a credit card or other products
  - A bank loan that is paid in small amounts over time, not in one large amount
- How do I choose my bank?
  - Is it near where you live?
  - Do the people treat you with respect?
  - Do they charge affordable fees to open and maintain your account?
- Can I trust the bank to keep my money safe?
  - Yes. BNA supervises banks closely. There have been very few cases where depositors have lost their money. There have been many cases where people who didn't use a bank lost their money.
- What do I need to open an account?
  - Usually, an identification card

- O básico da banca: definições
  - Conta: uma conta é o lugar onde o cliente bancário poderá depositar o seu dinheiro
  - Poupança: dinheiro reservado para o futuro
  - Depósito: acordo em que o cliente confia o seu dinheiro ao banco
  - Levantamento: retirar o dinheiro que foi depositado anteriormente
  - Empréstimo: quando o banco entrega um montante de dinheiro a um cliente por um período de tempo, e o cliente paga para ter uso desses fundos
  - Juros: o preço que o cliente paga para ter uso dos fundos do empréstimo
  - Juros de mora: um preço mais alto que tem que pagar o cliente quando não teve pagado os juros do empréstimo a tempo
- Quem tem direito a abrir conta num banco?
  - Todos!
- Que ganho ao ter uma conta bancária?
  - Segurança contra a perdida por acidente (incêndio, inundação), roubo ou assalto
  - Ajuda em atingir as metas para o futuro
  - Ter a possibilidade de conseguir empréstimos, cartão de crédito ou outros produtos
  - Um crédito que paga se de a pouco, não de uma vez
- Como escolho o meu banco?
  - Fica perto aonde você mora?
  - A gente tratam lhe com respeito?
  - Cobram taxas razoáveis para abrir e manter a sua conta?
- Posso confiar no banco manter seguro ao meu dinheiro?
  - Sim. O BNA super visa aos bancos estreitamente. Tem poucos casos que os depositantes tivessem perdido os seus valores. Tem muitos casos em que a gente que não usa banco tivesse perdido o seu dinheiro.
- Que preciso para abrir uma conta?
  - Geralmente, um bilhete de identidade
  - O montante do deposito mínimo, que é diferente de cada banco

- A minimum deposit amount, which is different at each bank
- Fill out the bank's papers.

- What are the rights and obligations the bank and I have toward each other?
  - You have the right to have an account
  - You have the right to be treated with respect and dignity
  - You have the right to full information about bank services, including the full cost of each service
  - The bank has the right to be treated with respect by you, which means that you abide by the rules and pay for the services you get
  - If you take a loan from the bank, the bank has the right to be paid correctly and on time
- When can it be a good idea to get a loan?
  - If you have a small business, or if you have a farm, getting a loan can help you grow faster.
- What responsibilities do I assume when I have a loan?
  - Use the money for the purposes you agreed on with the bank
  - Pay interest on time
  - Pay the quotas of the loan on time
- What can happen to me if I don't repay my loan on time?
  - The bank can force you to pay.

- **Communicating the message:** A variety of media are available for getting the message out to the people. The following list, where relevant, offers some suggestions for using a particular communication tool. First, a few general observations:
  - A basic principle of communication is that the message must reach the audience from every direction and from every medium, and it must be repeated until long after the sender is tired of hearing it.
  - All the media should reinforce the same message. The radio show, for instance, should cover the same themes as the poster that is running for that month or two-month period. The radio show can

- Preencher os papeis do banco

- Quais são os direitos e deveres que nos temos junto ao banco?
  - Você tem direito a uma conta
  - Você tem direito de se tratar com dignidade e respeito
  - Você tem direito a informações completas sobre os serviços do banco, inclusive dos custos completos de cada serviço
  - O banco tem direito a se tratar com respeito por você, que significa que você vai cumprir as regras e pagar para os serviços que você utiliza
  - Se você toma um crédito do banco, ele tem direito a se pagar correctamente e a tempo.
- Quando pode ser boa ideia tomar um crédito?
  - Se você tem um negocio, ou se você tem uma lavra, um crédito pode lhe ajudar a crescer mais rapidamente.
- Quais são as responsabilidades que eu assumo quando tiver um crédito?
  - Aplicar o dinheiro para os propósitos que você disse ao banco
  - Pagar juros a tempo
  - Pagar as quotas do crédito a tempo.
- Que pode me passar em caso que eu não pague?
  - O banco pode forçar lhe a pagar
- **Comunicando o mensagem:** Uma variedade de meios são disponíveis para entregar o mensagem para a gente. O seguinte é uma lista e, quando é relevante, tem sugestões para usar uma ferramenta comunicativa especifica.
- Mas primeiro umas observações gerais:
  - O principio básico das comunicações é que o mensagem tem que atingir a audiência por todos lados, e deve repetir se até muito depois que o remetente estivesse cansado de ouvir lho.

    Todos os canais devem reforçar o mesmo mensagem. O show de rádio, por exemplo, devem tratar os mesmos temas que o póster que está a usar durante o mesmo período de um ou dois meses. O show pode compartilhar mais detalhes que um póster mas o tema básica deve ser a mesma.

provide more detail than a poster but the basic theme should be the same.

- It might be important to produce materials in the three main national languages of Angola.
- Media: It is important to have the print media in hand before approaching any other media, so these items would be designed and prepared, in draft format, first.
  - Print
    - Pamphlets
    - Flyers
    - Posters
    - Newspapers
    - Comic books: An EMG program in Armenia used a comic book for adults and it proved very effective.
- Electronic Media
  - Radio: A Ugandan NGO, with financial support from DFID, used radio extensively to disseminate information and to address people's distrust for banks and confusion about bank practices.[1] This was done by using spot advertisements, pre-recorded presentations and live talk shows where the public called with their questions, which were answered by bank, government and NGO representatives. There were 22 prerecorded programs and five spots which were run in 4-5 different languages.
    - They also had successful farmers share their stories and the lessons they had learned. This proved a powerful method for communication between peers
    - Kixicrédito has offered the participation of some of its clients
    - Radio programming built on and reinforced other communications, using the same themes
    - In Angola, *Voz do Campo* has extensive programming for rural audiences. They also have a program entitled "Janela Aberta,"

- Pode ser importante produzir os materiais nas línguas principais da Angola.
- Os meios: É importante ter as impressas na mão antes de entrar em conversas com qualquer outra meio, assim que estes itens seriam desenhados e preparados, ainda que seja em forma preliminar, antes do contacto.
- Impressas:
  - Panfletos
  - Folhas
  - Pósteres
  - Jornais
  - Livros de banda desenhada: Um programa de EMG na Arménia usou livros de banda desenhada, feitos para adultos, e foi efectivo.
- A meia electrónica
  - Rádio: uma ONG na Uganda, com apoio financeiro da DFID, usou a rádio extensamente para disseminar informação e para responder a desconfiança e confusão que a gente teve sobre as práticas bancárias. [1] Isto se fez usando avisos spot, apresentações pre-gravadas e shows ao vivo em que o público ligavam com as suas consultas, e que foram contestadas por representantes dos bancos, do governo e das ONG. Haviam 22 programas pre-gravadas e 5 spots nas 4 a 5 línguas principais
    - Também tiveram agricultores bem-sucedidos que compartilhavam as suas historias e aprendizagens, um método bem forte de comunicação entre pares.
    - Kixicrédito tem oferecido a participação de alguns dos seus clientes
    - Eles usaram a rádio para acrescentar e reforçar as outras comunicações, usando os mesmos temas
    - Em Angola, a *Voz do Campo* tem extensa programação para audiências rurais. Também ela tem um programa nomeado "Janela Aberta," um show ao vivo a que as pessoas ligam. O BNA poderia

a live call-in show. Contact could be made with this radio station to explore the possibilities for programming.

- TV
- Mobile phone: In some countries (South Africa, Philippines), messages are broadcast to all cell phones. If Unitel or Movicel agreed, the same messages and designs used in the posters could be transmitted to cell phone subscribers.

- Other
  - Theater and dramatizations: Student theater groups could create skits to model the process of opening an account or repaying a loan. A group of IDA extension workers also dramatizes some of their experiences, highlighting necessary concepts or misunderstandings.

- **Partners:** Collaboration with partner organizations is essential to success in all phases of financial education, including this first communication phase. These collaborators have personnel, existing contact networks and methods that will make it possible to transmit program messages widely. Please see **Appendix B** for more detailed information about potential partners already contacted and the resources each could bring to the communication program.
- **Collaboration and Governance:** Many organizations already have programs and activities that directly or indirectly provide financial education. These are not, however, coordinated, so sharing of ideas is rare and efforts are duplicated. The BNA program requires coordination and efficiency therefore a way must be found to establish collaborative relationships, to manage these for greater efficacy, and to project the financial education process into the future. A first step, in the view of the working group, is a conference or workshop. Please see **Appendix C** for more developed reflections on this part of the plan.
- **Measuring Progress:** The difficulty with a mass communication plan is that there is little or no contact with the audience, so

fazer contacto se quiser para explorar as possibilidades para programação.

- TV
- Telefone móvel: Em alguns países (África do Sul, as Filipinas) transmitam se mensagens para todo telefone. Com acordo com o Unitel ou Movicel, os mesmos mensagens e desenhos poderiam se transmitir.
- Outros
  - Teatro e dramatizações: grupos escolares de teatro podem criar obras para modelar o processo de abrir uma conta. Um grupo de extensionistas da IDA também dramática as suas experiências, enfatizando conceitos e os mal-entendidos.

- **Parceiros**: A colaboração com parceiros é essencial ao sucesso em toda fase da educação financeira, inclusive está primeira fase das comunicações. Estes colaboradores tem pessoal, redes existentes de contactos e métodos que fizeram possível transmitir os mensagens do programa amplamente. Favor veja ao **Anexo B** para mais detalhes sobre os possíveis parceiros já contactados e os recursos que cada tem para oferecer ao programa de comunicações.
- **Colaboração e Administracao:** Muitas organizações já tem programas e actividades que directa ou indirectamente fornecem educação financeira. Estes não estão, porem, coordenados, assim que o compartilhar de ideias é infrequente e os esforços duplicam se. O programa do BNA requer coordenação e eficiência, portanto uma maneira tem que se achar para estabelecer relações colaborativas, a manejar estas para maior eficácia, e a projectar o processo da educação financeira para o futuro. Um primeiro passo, na vista do grupo de trabalho, seria uma conferência ou workshop. Favor veja ao **Anexo C** para reflexões mas elaborados sobre esta pare do plano.
- **Medir o Progresso:** A dificuldade com um plano de comunicação de massa é que não há contacto com a audiência, assim que não a feedback confiável sobre o efeito da estratégia. Não é razoável de esperar, por exemplo, ver um numero significativo

there is no reliable feedback regarding the effectiveness of the strategy. It is not reasonable to expect, for instance, to see a significant number of new accounts as a result of this first sensitization stage. A talk radio show could collect good information about people's thoughts and concerns; extension workers could be interviewed about their conversations with clients.

- Inputs can be counted: how many radio shows or spots; how many pamphlets distributed; how many posters put up around the country; how much money was spent; how many extension workers carried and shared flyers or pamphlets; how many partners participated. Such information at least establishes how well the execution of the plan, and especially the collaborative portions of it, worked.

- **Future Steps:** After the dissemination stage the actual education stage follows. This is where behavior can begin to change. Mass communications will continue, if there is sufficient funding, parallel to the education stage.

- The best way to begin the process is with research. Choosing where to do the research, in turn, requires some decisions about which target audiences. The decision could be made, for example, to work with farmers, or with high school students in the major cities, or with small business owners. There are many groups that could be chosen for this next stage, according to reasonable criteria; the choice is with BNA or with the coordinating committee, or both, and more than one group could be designated for focus.

- Next, a curriculum that incorporates the research needs to be developed and tested. The working group has a sample Portuguese curriculum, designed for adults, by the Global Financial Literacy Project. It is based on multicultural market research and is very detailed, including materials for teacher training, outlines for the classes themselves, and indications about monitoring and evaluation of both teachers and students. Perhaps this could be adapted to the Angolan context, and then tested for effectiveness.

de novas contas como resultado desta primeira fase de sensibilização. Um show ao vivo na rádio poderia colectar boas informações sobre os pareceres das pessoas; os extensionistas podem se entrevistados sobre as suas conversas com os seus clientes.

- Os insumos sim podem se contar: quantos shows ou spots na rádio; quantos panfletos distribuídos; quantos pósteres colocados nacionalmente; quanto dinheiro foi despesado; quantos extensionistas levaram e compartilharam as folhas e os panfletos; quantos parceiros participaram. Tal informação pelo menos estabelece o bem feito que tem sido a execução do plano, e sobre tudo as partes colaborativas dele.

- **Passos Futuros**
  - Depois da etapa da disseminação vem a etapa da própria educação. É aí em donde o comportamento pode começar a mudar. As comunicações de massa continuarão, se há fundos suficientes, paralelo com a parte educativa.
  - A melhor maneira de começar o processo é com a pesquisa. Escolher aonde fazer a pesquisa, na sua vez, requer algumas decisões sobre as audiências alvas. Pode se decidir, por exemplo, a trabalhar com agricultores, ou com os estudantes secundários nas cidades maiores, o com os pequenos comerciantes. Há muitos grupos que podem se escolher para está próxima etapa, segundo vários critérios razoáveis; a escolha fica com o BNA ou com o comité coordenador, ou ambos, e mais de um grupo pode se designar para o enfoque.

Logo, precisa se desenvolver e provar um currículo que incorpora a pesquisa. O grupo de trabalho tem uma mostra de um currículo em português, desenhado por ou Global Financial Literacy Project. Ele está baseado sobre pesquisa multicultural de mercado e é muito detalhado, inclusive com materiais para formação de formadores, esboços das aulas mesmas, e indicações sobre a monitoria e a avaliação tanto dos mestres como dos alunos. Tal vez este pode se adaptar ao contexto Angolano, e logo ser avalizado por a sua efectividade.

A pilot program is essential. The reasons for this are evident. It might make sense to have a first pilot effort in Luanda, where the costs and time involved in getting to the site are less. On the other hand, a site that is more representative of the chosen target group could be selected even at greater cost. The quality of the results might justify a larger outlay.

Ideally, the program would have a continuous cycle of learning that would begin with research and study, then design and testing, then action, evaluation, modification, action on a larger scale, evaluation and modification, and so on.

Things To Do Next

- Several things need to be done right away. Several of these tasks need to proceed simultaneously.

First Month

- Approve the plan.
- Meet with Communications and Image to translate the first 4-6 topics and themes, for first 4-6 months, into graphic designs and materials and to begin preparing for radio and other media
- Set deadlines for
  - Sending materials for partner review
  - Selecting partners?
  - Completing the budget
  - Completing budget approval process
  - Completing materials for the conference/workshop
- Make a list of organizations, and the individuals within them, to be invited to the workshop.
- Possibly consult with a few more friendly partners to identify opinion leaders who should be invited
- Who within BNA should issue the invitations?
  - Supervision?
  - Governor?
  - Governor's Office
    - ➡ Important to set the proper tone, since invitations from Supervision sometimes make people feel defensive

Um programa piloto é essencial. As razoes para isto são evidentes. Pode ter sentido fazer um primeiro piloto na área de Luanda, em que ou custo e tempo envolvido em chegar ao sitio são menores. Por outro lado, um sitio mais representativo do grupo alvo pode se eleger, ainda se o custo é maior; a qualidade dos resultados podem justificar uma despesa mais grande.

Idealmente, o programa teria um ciclo continuado de aprendizagem que começaria com pesquisa e estudo, logo desenho e avaliação, passando a acção, avaliação, modificação, acção numa escada mais grande, avaliação e modificação, e assim para frente.

Coisas a Fazer Agora

- Há uma serie de coisas que tem que fazer logo. Vários deles deverão proceder simultaneamente

Primeiro Mês

- Aprovar ao plano.
- Reunir com Comunicações e Imagem para traduzir os primeiros 4-6 tópicos e temas em desenhos gráficos e materiais e começar as preparativas para rádio e outros meios.
  - Fixar datas para
    - Mandar materiais para revista de parceiros
      - Quais parceiros?
    - Completar o orçamento
    - Completar o procedimento para aprovar orçamento
    - Completar os materiais para conferencia/workshop
- Fazer uma lista das organizações a serem convidados ao workshop, e os indivíduos dentro deles.
  - Possivelmente consultar com alguns dos parceiros mais abertos para identificar lideres de opinião que devem ser convidados
  - Quem dentro do BNA deve emitir os convites?
    - Supervisão?
    - Governador?
    - Gabinete de Governador?
      - Importante marcar o tono apropriado, já que convites da Supervisão podem fazer defensiva a gente
    - Criar um questionário para as organizações preencher e devolver

- Create questionnaire for organizations to complete and return one month before the conference
  - Include with invitation letter?
  - Purposes:
    - Obtain information about each organization
      - ✓ Programs
      - ✓ Resources in the field
      - ✓ Concerns about FinEd or collaboration with other organizations
      - ✓ Specific offers of collaboration or resources
  - Get organizations thinking about the workshop
    - What they can share
    - What benefits they can obtain
    - Issues they want to raise
  - Begin process of assuming responsibility for FinEd's success
- Identify the site for the conference
  - Availability in three months from approval?
  - Site configuration: if there will be small group working sessions, are there smaller rooms off the large hall where these groups can meet?
  - How will people eat during the conference?
    - On-site catering?
    - Nearby restaurants
    - Discount package with nearby hotel?
- Begin work on the workshop program
  - BNA's goals will shape the agenda
    - What does BNA want to accomplish?
      - Expand information on existing programs, target population?
      - Interdisciplinary solutions for shared problems?
      - Obtain commitments for resources, money to cover program costs?
      - Coordinating committee?
      - Other goals?
    - How should agenda be structured to achieve these goals?
      - How long for each part of process or each session?
      - Limited to one day, or are two days possible?
        - ✓ Is there budget for two days?

um mês antes da conferencia
    - Incluir com a carta de convite?
    - Propósitos:
      - Obter informações sobre cada organização
        - ✔ Programas
        - ✔ Recursos no campo
        - ✔ Preocupações sobre EdFin ou de colaboração com outras organizações
        - ✔ Oferecimentos específicos de colaboração ou de recursos
    - Que as organizações começam a pensar sobre o workshop
      - O que podem compartilhar
      - Quais benefícios querem conseguir
      - Assuntos que querem tratar
    - Começar o processo de assumir responsabilidade para o sucesso da EdFin
- Identificar o sitio para a conferencia
  - Disponibilidade em três meses depois da aprovação do programa?
  - Configuração do sitio: se haver sessões de pequenos grupos, há salas pequenas ao lado do auditório para eles se reunir?
  - Como a gente vai comer durante a conferencia?
    - Catering on-site?
    - Restaurantes vizinhos?
    - Pacote descontado de um hotel próximo?
- Começar o trabalho no agenda do workshop
  - As metas do BNA formão o agenda
    - O que quer o BNA atingir?
      - Aumentar as informações sobre programas existentes, população alva?
      - Soluções interdisciplinares sobre problemas comuns?
      - Obter compromissos de recursos, dinheiro para cobrir custos do programa?
      - Comité coordenador?
      - Outras metas?
    - Como deve se estruturar o agenda para alcançar estas metas?
      - Quanto tempo para cada parte o sessão?
        - ✔ Limitado a um dia ou são possíveis dois dias?
        - ✔ Orçamento para dois dias?

        - ✓ Will participants invest in two days?

- Specific points BNA wants to make at the workshop
    - Financial education has the potential to increase the customer base and the market for financial products and services ***by as many as 7 million people***
    - Accomplishing that change will require a good-faith, collaborative effort from every sector
    - Success also requires a willingness to pool resources and distribute some costs among all participants
    - BNA is the facilitator; the combined organizations are the implementers
    - The BNA contact point for any questions, comments, offers and concerns for the next 12 months will be _____(?)
- Visualize the conference sessions
    - Who will attend from BNA?
        - ✓ Speakers for program?
        - ✓ Will Governor open the workshop?
        - ✓ Logistical support?
        - ✓ If there are small group work sessions, are these facilitated? By BNA staff? By partner organization?
    - Who will sit where?
        - ✓ All banks together? All NGOs?
        - ✓ Diversified seating? -- Preferable
        - ✓ Assigned seats (seat cards?)
    - Audio visual equipment needed?
    - Who will be responsible for logistics inside the site?
- If the electricity goes off, what should happen?
- If someone falls down the stairs, what should happen?
- If someone needs to make a copy or print a document?
    - Where will materials and any literature be located?
    - Will there be a book bag or some other commemorative souvenir?
    - Os parceiros investiriam em dois dias?
- Pontos específicos que o BNA quer registar no workshop
    - A EdFin tem potencial para aumentar a base de clientes e o mercado para produtos e serviços financeiros por ***uns 7 milhões de pessoas***
    - Atingir esta mudança requer um esforço de boa fé e de colaboração de todo sector
    - Sucesso requer a vontade de combinar os recursos e distribuir alguns custos entre todos participantes
    - O BNA é facilitador; as organizações combinadas são os que implementam
    - O ponto de contacto no BNA para perguntas, comentários, oferecimentos e preocupação para os próximos 12 meses é _____(?)
- Visualizar as sessões da conferencia
    - Quem assiste do BNA?
        - ✔ Dar palestra?
        - ✔ O Governador da abertura?
        - ✔ Apoio logístico?
        - ✔ Se haverão sessões de pequenos grupos, serão facilitadas? Por BNA? Por algum parceiro?
    - Quem se assentar a donde?
        - ✔ Todos os bancos juntos? Todos ONG?
        - ✔ Plano diversificado --Preferível
        - ✔ Assentos designados (cartões?)
    - Equipamento áudio visual?
    - Quem vai ser responsável para a logística dentro do sitio?
- Em caso a luz se desligue, o que deve passar?
- Se alguém caísse na escada, o que deve passar?
- Se alguém tem que fazer copia o imprimir um documento?
    - A donde se localizam os materiais e literatura se fosse?
    - Haverá uma bolsa de livros ou outro lembrança do workshop?

        - Will organizations be invited to have displays about their work?
            - ✓ Special room for these?
        - Will partners be invited to bring literature to share? When, where and how will this be shared?
        - How many extra pens, pads of paper, other materials will be needed?
        - What else will people need to be comfortable and productive?
        - Is entertainment possible/necessary?
- IDA theater group?
- Document budget for
    - Materials
    - Conference/workshop
    - Total expected cost/investment
    - Options for funding budget?
    - Budget approval

Second Month

- Send second round of invitations, or confirmations of participation
- Get confirmation for news coverage
- Pursue discussions with radio/TV
    - Types of coverage (pre-recorded shows; spots; talk-show format?)
    - Thematic material and thematic schedule
    - What is needed to get commitment to air BNA material?
    - Identify speakers for radio schedule
- Send materials to partners for review?
    - Meet with Communications after partner review to incorporate comments and suggestions
    - Produce draft materials for conference
- Finalize contract with workshop site and food provider, if any
- Begin meeting with a representative sample of workshop participants
    - After receiving questionnaire, questions and concerns?
    - What results would they like to see from the workshop?
    - One day or two?
    - Any ideas yet about what their organization will do to ensure success of the workshop? Of the FinEd program?
    - Willing to help with workshop organization?

        - Vão as organizações a ser convidadas ter exposições do seu trabalho?
            - ✔ Uma sala especial para isto?
        - Os parceiros poderão trazer literatura para compartilhar? Quando, como e donde se faz?
        - Quantas canetas, cadernos, outros materiais serão necessários?
        - Que mais precisara a gente para estar confortável e produtiva?
        - Vai se ter entretenimento? É possível?
            - ✔ O grupo teatral da IDA?
- Documentar o orçamento para
    - Materiais
    - Conferencia/workshop
    - Custo total estimado
    - Opções para angariar fundos?
    - Aprovação do orçamento?

Segundo Mês

- Enviar segunda vez convites, ou confirmações de participação
- Obter confirmação de cobertura dos noticiários da rádio e TV
- Prosseguir as negociações com rádio/TV
    - Tipos de cobertura (pre-gravado; spots; formato de talk show?)
    - Matéria temática e a sequência temática
    - Que precisa se para obter o compromisso de expor o material do BNA?
    - Identificar locutores para rádio
- Enviar materiais aos parceiros para revistar?
    - Reunião com Div Comunicações depois da revista pelos parceiros para incorporara comentários e sugestões
    - Produzir mostras de materiais para a conferencia
- Finalizar contrato com sitio para o workshop e o fornecedor, se for, de comidas
- Começar a se reunir com uma mostra representativa dos convidados para o workshop
    - Depois de receber o questionário, perguntas ou preocupações?
    - Que resultados gostariam de ver do workshop?
    - Um dia ou dois?
    - Algumas ideias sobre o que vai fazer a sua organização para assegurar o sucesso do workshop? Do programa de EdFin?
    - Dispostos a ajudar com o workshop?

Third Month

- Is everything still on course?
  - Media coverage and media participation in plan?
  - Site?
  - Materials?
  - Participant commitments to attend?
- Any unforeseen issues?
- Prepare packets for participants
  - Copies of BNA FinEd pamphlets, etc.
  - Any materials from participants
  - Agenda and schedule
  - Blank pages for notes
  - Name tag
- **WORKSHOP!!**
- Post-workshop evaluation
  - What worked?
  - What didn't?
  - What surprises?
  - What new opportunities did we identify?
  - Which participants distinguished themselves?
  - How will we manage relationship with coordinating group?
  - When will the next workshop or group event be held?

Month Four

- Distribute materials to partners for dissemination
- Contact partners and/or field personnel to gauge reaction to materials
- First radio exposure
- Coordinating group communications/meetings

Month Five

- Start new theme
  - Distribute new materials
  - Next round of radio shows
- Continue to communicate with partners and coordinating group
- Begin design of next set of materials
  - Latter half of month: send to partners for review

Following Months

- Launch new theme each month
- Design last set of materials
- Continue maintenance of coordinating group
- Continue to contact partners and/or field personnel to gauge reactions to materials
  - Meet with Communications to discuss possible modifications to materials

Terceiro Mês

- Tudo está ainda bem encaminhado?
  - Cobertura dos meios e participação dos meios no programa?
  - Sitio?
  - Materiais?
  - Compromissos de parceiros de assistir?
- Algum assunto imprevisto?
- Preparar pacotes para assistentes
  - Copias de panfletos de EdFin do BNA, etc.
  - Materiais fornecidos pelos parceiros
  - Agenda e horário
  - Folhas em branco para apontes
  - Crachá
- **WORKSHOP!!**
- Avaliação posterior
  - Que deu certo?
  - Que não deu?
  - Que surpresas foram?
  - Que oportunidades novas identificamos?
  - Quais participantes foram os mais destacados?
  - Como vamos a gerir a relação com o grupo coordenador?
  - Quando vai se a fazer o próximo workshop ou evento do grupo?

Quarto Mês

- Distribuir os materiais aos parceiros para disseminação
- Contactar aos parceiros ou pessoal no campo para saber reacção aos materiais
- Primeira saída na rádio
- Comunicações e reuniões do grupo coordenador

Quinto Mês

- Lançar novo tema
  - Distribuir materiais novos
  - Próximas saídas na rádio
- Continuar de comunicar com parceiros e o grupo coordenador
- Começar o desenho do próximo pacote de materiais
  - Final do mês: mandar materiais para revisão pelos parceiros

Meses Seguintes

- Lançar novo tema cada mês
- Desenhar ultimo pacote de materiais
  - Revisão e distribuição
- Continuar a manutenção do grupo coordenador
  - Continuar de contactar aos parceiros e/ou pessoal do campo para avaliar reacções aos

- Consider repeating earlier themes, those that had better receptivity
- Begin planning next workshop 2-3 months ahead of chosen date
- In ninth month of effort, begin planning for education phase
  - What would be involved?
  - What goals, objectives and results would we want?
  - How would we measure effectiveness?
  - What partners would be needed
    - To help design the education process?
    - To help implement the education plan?
  - What population segments will we reach?
  - What materials and curricula are needed and/or available?
  - Who will make a plan?
  - What donor support do we want to seek?

materiais

- Reunir com Div Comunicações para conversar possíveis modificações aos materiais
- Considerar repetir temas anteriores, os que tiveram melhor receptividade

- Começar planeamento para a próxima conferencia 2-3 meses antes da data escolhida
- No nono mês do esforço, começar a planear para a fase educacional
  - Que envolveria?
  - Que metas, objectivos e resultados queremos?
  - Como mediríamos a eficácia?
  - Quais parceiros se precisariam
    - Para apoiar o desenho do processo educacional?
    - Para apoiar a implementação?
  - Quais segmentos da população vamos atingir?
  - Quais materiais e curricula se precisam ou são disponíveis?
  - Que faz o plano?
  - Que apoio de doador queremos procurar?

---

[1] "Uganda's Experience in Mass Market Consumer Education;" Daniel Muhumuza & Basil Tushabe; presentation to Third African Micro Finance Conference, Kampala, August 2007.

Anexo B: Parceiros

Appendix B: Partners

Partners: Contacts with representatives of the organizations listed below have already expressed interest in collaborating, under the guidance of BNA, in disseminating financial education information. In this first phase, collaboration might involve reviewing drafts of materials and making suggestions for improvements before the materials are produced. Several of these organizations have networks in the field to distribute BNA materials in the normal course of their work. Such assistance would involve little or no cost to the partner organization. The quick, positive response from these potential partners suggests that others would also be ready to help.

- IDA: Extension workers in 127 of the 164 *municipios* in Angola.
- AAEA: Uses a participatory method for adult education in literacy; has also worked on HIV/AIDS orientation and says the method can be used for any topic or content
- CLUSA: Works with farmer cooperatives and donor organizations
- Kixicrédito: With more than 2,000 microcredit clients in both rural and urban areas, this non-bank represents a direct link to the target population. They work with solidarity groups, adapting the Grameen model to the Angolan context.
- BPC: Microcredit department; good financial education will increase the quality of their customers and the value of their loan portfolio
- ABANC: The bankers' association can help facilitate the participation of the 19 banks in the Angolan market.
- Family Ministry: This organization already has programs for the low-income populations, both rural and urban, and sees the relationship with FinEd as a way of strengthening families.
- UNACA: Works with more than 1,000 rural cooperatives and more than 5,000 other associations, reaching 560,000 families nationwide. Active in microcredit, community development and literacy training. UNACA is willing to use its network to disseminate financial education.
- ADRA: Has programs in 27 communities in six provinces. Since they have worked in the past with banks, preparing clients to manage loans, they also see the utility of FinEd.

Parceiros: Contactos com representantes das organizações a seguir, já tem produzido expressões de interesse em colaborar, dentro da guia do BNA, em disseminar informações de educação financeira. Nesta primeira fase a colaboração pode envolver revisar os materiais e fazer sugestões para o seu melhoramento antes que estes se produzem. Logo varias destas organizações tem redes de pessoas no campo que possam distribuir os materiais do BNA no curso normal do seu trabalho, ajuda que trouxera pouco o nenhum custo para o parceiro. A resposta rápida e positiva destes parceiros potenciais sugere que há outros prontos também para ajudar.

- IDA: Ela tem extensionistas em 127 dos 164 municípios de Angola.
- AAEA: Utiliza um método participativo para educação de adultos em alfabetizo; também tem trabalhado na orientação para HIV/SIDA e dizem que o método pode se utilizar para todo tipo de conteúdo.
- CLUSA: trabalha junto a cooperativas agrícolas e doadores internacionais.
- Kixicrédito: Com mais de 2,000 clientes de microcrédito em áreas tanto rurais como urbanos, esta instituição representa uma ligação direita com a população alva. Eles acompanham a grupos solidários, adaptando o modelo Grameen ao contexto Angolano.
- BPC: O departamento de microcrédito diz que a boa educação financeira aumentará a qualidade dos seus clientes e o valor da sua carteira de créditos.
- ABANC: A associação de bancos pode facilitar a participação dos 19 bancos que estão na praça Angolana.
- Ministério da Família: Este já tem programas para lidar com a população de baixa renda, tanto rural como urbano, e vem a relação com a EdFin para fortalecer a família.
- UNACA: Acompanha mais de 1,000 cooperativas rurais e mais de 5,000 outras associações, atingindo de alguma forma umas 560,000 famílias camponesas. Activa no microcrédito, o desenvolvimento comunitário e a alfabetização, ela está pronta para usar o seu rede para disseminar a educação financeira.

- Banco Sol: One of the central partners in microcredit, they have extensive operations, including mobile operations that work from specially designed containers.

- ADRA: Tem programas em 27 municípios em seis províncias. No passado tem acompanhado aos bancos em preparar as pessoas para gerir crédito, e portanto vem a utilidade da EdFin.
- Banco Sol: Um dos parceiros centrais no microcrédito, eles tem operações extensas, inclusive banca móvel que funciona a base de contendores especiais.

Anexo C: A Conferencia/Workshop

Appendix C: Conference/Workshop

Collaboration and Governance: Because the vision is so large, and because BNA does not see a role for itself in the implementation of a program of this type, partnership arrangements will be vital to ensuring that the education reaches the greatest number of people possible. One contact suggested a Coordinating Committee that would represent the various categories of partners and make sure efforts are coordinated and, possibly, that costs are also shared.

- The working group is enthusiastic about bringing such a group together. It is proposed that BNA convene a conference or workshop. As many potential partners as possible would be invited. Sample or draft materials, including radio spots if any are planned, would be ready and available for showing at the conference. Event coverage should be obtained from radio and TV stations.
    - Goals for the conference or workshop would be:
        - Learn from practitioners; share perspectives on common challenges
        - Forge collaborative relationships, especially across traditional boundaries of public/private, for- and non-profit, social/commercial.
            - Obtain commitments for assistance and, possibly, to share program costs
- An agenda for such a gathering might include:
    - Introduce the financial education strategy and its goals; the need for financial education; the benefits it provides to everyone
    - Show materials, get suggestions for improvement; play radio spots; show any available video materials
    - Explore avenues of collaboration and of organization of program execution
        - Elect or choose a coordinating committee?
        - BNA picks coordinating committee after workshop, and after assessing contributions from participants?
    - Set milestones for progress, discuss progress measures and how data could be collected
    - Set expectations for next conference, when/where progress will be reported

Colaboração e Administração: Já que o visão é tão grande, e porque o BNA não veja um papel para sim na implementação de um programa deste tipo, os arranjos junto a parceiros serão vitais em assegurar que a educação chegue ao maior numero possível de pessoas. Um dos nossos contactos sugeriu um Comité Coordenador que representaria as variadas categorias de parceiros e assegurar que os esforços coordenam se e, possivelmente, que os custos podem se compartilhar.

- O grupo de trabalho é entusiasta em quanto a convocar um grupo como este. Propõe se que o BNA convocara uma conferencia ou workshop. Quantos parceiros que se podem seriam convidados. Mostras de materiais, inclusive os spots de rádio, seriam prontas e disponíveis para demonstrar a conferencia. Deve se obter cobertura da conferencia por a prensa, rádio e TV.
    - Metas para a conferencia seriam:
        - Aprender dos praticantes, compartilhar ópticas sobre desafios comuns
        - Estabelecer relações colaboradoras, especialmente a traves das divisões tradicionais de publico/privado, negocia/ONG, social/comercial.
            - Obter compromissos de assistência e, sim possível, de distribuir custos do programa
- Uma agenda de tal workshop pode incluir:
    - Introduzir a estratégia de educação financeira e as suas metas; a necessidade de educação financeira; os benefícios que oferece para todos
    - Demonstrar os materiais, recolher sugestões para melhorar; passar os spots de rádio; mostrar material vídeo se haverem
    - Explorar vias de colaboração e de organização da execução do programa
        - Eleger o designar um comité coordenador?
        - O BNA escolha o comité depois do workshop, e depois de avaliar as contribuições dos presentes?
    - Marcar índices de progresso, discutir medidas de progresso e como os dados podem se colectar

- Set date for next conference or group event
- Workshop format ideas
  - The workshop would last one full day, possibly two
  - The sessions, or some of them, would each be focused on one general question (ex: "What are the barriers to full participation in the banking system?")
  - Participants would be divided into small (max. 10 people) groups, representing different kinds of institutions, to analyze each question and choose a secretary or spokesperson to report to the plenary session

Please see **Appendix A** for details relating to holding the first conference.

- Fixar a expectativa para a próxima conferencia, a onde se informará se do progresso
- Fixar a data para a próxima conferencia o evento do grupo
- Ideias para o formato do workshop
  - Pode se durar um o dois dias
  - As sessões, ou algumas delas, enfocariam se em um das perguntas gerais (ex: "Quais são as barreiras a bancarização completa na sistema bancária?")
  - Os participantes dividiriam se em grupos pequenos (10 pessoas máximas), representando em cada os diferentes tipos de instituição, para analisar cada questão e eleger um secretario ou porta-voz para dar o informe a sessão plenária

Favor veja ao **Anexo A** para detalhes relacionados a primeira conferencia.

Anexo D: Criando Condições Favoraveis
Appendix D: Creating Favorable Conditions

Creating Favorable Conditions

Our interviews revealed several areas that could limit the response of the target audience, as well as opportunities to further develop the financial sector. Each of these falls within the jurisdiction either of other agencies of the Government or bridges the public/private boundary. Addressing these challenges and opportunities could create favorable conditions in which the work on financial education could produce needed changes and contribute to greater economic growth.

- Identity papers: most financial intermediaries require, at least as their first choice, that the client have an identity document ("bilhete de identidade"). Many, if not most Angolans who are not employed in the formal market do not have these documents, and this includes a large percentage of rural dwellers. The Justice Ministry is working on this problem. Once it is resolved, an important barrier to participating in the formal market will have been removed.
- Clear title to land: As a legacy both of the colonial era and of the civil war, many people who live on the land do not have clear title proving ownership. One of the more common forms of collateral for a loan is to pledge real estate; without title, no such pledge is possible. The lack of title thus prevents a small but significant percentage of potential borrowers from obtaining credit.
- Consumer protection and transparency: Banks and microfinance institutions have earned some notoriety for not disclosing the full costs of loans and other bank products and services. There are draft regulations available for consumer protection and transparency. The adoption and enforcement of these regulations would support the financial education goal of increasing trust and confidence in the financial sector.
- Institutionalizing financial education: The Ministries of Finance and Education have within their power the ability to take steps that would institutionalize the financial education process. In other countries, banks and other kinds of businesses that offer financing provide and require financial education of their clients. The financial authority could also require banks to provide financial education. Either approach could produce good results in Angola.

Criando As Condições Favoráveis

As nossas entrevistas revelaram varias áreas que poderiam limitar a resposta da audiência alva, assim como também as oportunidades de desenvolver mais o sector financeiro. Cada destes fica dentro da jurisdição ou de outras agencias do Governo ou atravessa a fronteira publico/privado. Resolvendo estes desafios e aproveitando as oportunidades pode criar condições favoráveis nas quais o trabalho de educação financeira pode produzir mudanças necessárias e contribuir ao um maior crescimento económico.

- Os papeis de identidade: a maioria dos intermediários financeiros exigem, pelo menos como a sua primeira preferência, que o cliente tinha o bilhete de identidade. Muitos, se não a maioria dos Angolanos que não estão empregados no mercado formal não tem estes documentos, e isto inclui um grande percentagem dos que moram no campo. O Ministério da Justiça está lidando com este problema. Uma vez resolvido, uma barreira importante a participação no mercado formal terá tido abolido.
- Titulo as terras: Uma legado, tanto da época da colónia como da guerra civil, muitas das pessoas que moram no campo não tem comprovação de que são os donos da terra.
- Uma das formas mais comuns de garantia é prometer um terreno; sem titulo, tal promessa é impossível. Porém a falta de titulo impede que um percentagem pequeno mais significativo obtenha crédito.
- Protecção do consumidor e transparência: Os bancos e as instituições de microcrédito tem certa notoriedade por não expor os custos completos de empréstimos e de outros produtos e serviços bancários. Há em forma de esboço novos regulamentos disponíveis para a protecção dos consumidores e a transparência. A adopção e a aplicação destes regulamentos apoiaria a meta da educação financeira de aumentar a confiança no sector financeiro.
- Institucionalizar a educação financeira: Os Ministérios de Finança e de Educação tem dentro dos seus poderes tomar passos que institucionalizariam o processo da educação

- As regards education, in the US, for instance, schools form financial education or literacy clubs, sometimes with support from state or local authorities. In several states, the department of education has mandated that high schools include financial education as part of the social studies curriculum, giving course credit for the completion of these curricula.

- Credit Bureau: One of the problems lenders have in Angola is that there is no way to determine the full extent of their borrower's debt. A credit bureau, or 'central de risco' would remedy this problem. Either the banks themselves could come together to form such an institution, or the government, perhaps through the Finance Ministry or the Banco Nacional, could take the first steps to bring the banks together to resolve this issue. In the U.S. Credit bureaus were a private initiative. It is in the interest of the banks and government to do this, as it would directly affect banks' asset quality and further the process of financial sector development and general economic growth.

financeira. Em alguns outros países, os bancos e outros tipos de negocio que oferecem crédito provêem e exigem a educação financeira dos seus clientes. A autoridade financeira também pode exigir aos bancos fornecer a educação financeira. Qualquer dos dois métodos pode render bons resultados em Angola.

- Em quanto a educação, nos EUA, for exemplo, as escolas formam clubes de educação ou alfabetização financeira, as vezes com o apoio das autoridades estatais ou locais. Os departamentos de educação de vários estados tem mandado que as secundarias devem incluir a educação financeira como parte do currículo das ciências sociais, dando crédito académico por completar estes currículos.

- Central de risco: Um dos problemas que tem os emprestadores em Angola é que não há uma maneira de determinar o grau completo da divida do seu devedor. Um central de risco pode remediar este problema. Os bancos mesmos podem se juntar para formar tal instituição, ou o governo, tal vez a traves do Ministério de Finança ou o Banco Nacional, podem tomar os primeiros passos juntos para resolver este assunto. Nos EUA tem sido, aparentemente, uma iniciativa privada. E de interesse aos bancos e o governo fazer isto, porque directamente afectaria a qualidade dos activos e avançaria o processo de desenvolvimento do sector financeiro e o crescimento económico em geral.

Anexo E: Conta Básica “Mzansi”

Appendix E: The “Mzansi” Basic Account

- Mandated by Government of South Africa to meet social responsibility targets in the banking sector
  - Collaboration between Postbank and four of the largest private banks
    - Banks collaborated with shared promotional and administrative costs, identical account and cost structures, shared information gathering for Central Bank

- A total of 6 million new accounts were opened, the majority (around 90%) by people who had not been previously banked at the same bank at which the account was opened; and two-thirds of whom had never before had a bank account anywhere

- Apart from a common "Mzansi" umbrella branding, Mzansi accounts started with a set of common minimum product standards across all the issuing banks. These included:
  - The issuance of a debit card,
  - The absence of monthly administration fees,
  - Ceilings on balances,
  - KYC -driven ceilings on transaction value,
  - Restrictions on certain electronic payment services, and
  - No difference in pricing between withdrawals on a bank's own ATM ('on us') and withdrawals using another bank's ATM ('not-on-us')

- Nevertheless, Mzansi accounts are very different from those of the banks' respective nearest equivalent accounts (NEAs) in terms of Mzansi having
  - Much lower average balances (US$28 vs. US$191 per active account),
  - Much lower average transaction activity (3.3 vs. 7.3 transactions per month per account) and
  - Much lower monthly flows in/out of the account (US$68 vs. US$300)

- Monthly fee revenue per Mzansi account is also markedly lower, reflecting this lower activity as well as lower Mzansi pricing:

- Exigido por o Governo de África do Sul para atingir alvos para responsabilidade social no sector bancário
  - Uma colaboração entre Postbank e os quatro maiores bancos privados
    - Os bancos colaboravam com custos compartilhados de promoção e administração, estruturas idênticas para as contas e os seus custos, colheita colaborativa de informações para o Banco Central

- Um total de 6 milhões de contas novas, a maioria (em volta de 90%) de elas de pessoas que nunca tinha tido negócios prévios com o mesmo banco em que foi aberta, e dois terços dos quais nunca tivessem conta nenhuma

- Alem de uma marca comum de "Mzansi" as contas começaram com um padrão comum que inclui:
  - Emissão de um cartão de debito
  - Ausência de taxas mensais para administração
  - Saldos máximos
  - Máximos para valor de levantamentos
  - Restrições em certos serviços de pagamentos, e
  - Nenhuma diferença no preço entre os levantamentos das caixas automáticas do próprio banco e os que utilizam a caixa de outro banco

- A pesar disso, as contas Mzansi são diferentes daquelas que são as contas mais próximos equivalentes (MPE) em vista de que tem:
  - Saldos médios mais baixos (US$28 vs. US$191 p. cada conta activa)
  - Actividade de transacções muita mais baixa (3.3 vs. 7.3 transacções por mês por conta) e
  - Fluxo mensal de entrada/saída muito mais baixo da conta (US$68 vs. US$300)
- Renda mensal de taxas por cada conta Mzansi é também mais baixo, reflectindo esta actividade menor e também os preços mais baixos para Mzansi: o médio a traves dos quatro bancos privados para as contas Mzansi fica perto aos US1.50 comparado com uma estimativa de US5 para outras contas

the average across the four private banks for Mzansi accounts is close to $1.50 compared with an estimated $5 for other accounts

- After four years:
  - Mzansi accounts did not cover costs but were not a significant loss
  - Holders of more profitable accounts did not close those in favor of Mzansi accounts
  - Lower percentage than anticipated of immediate cash withdrawals
  - Significant good will from public
  - Significant good will from Government

- Depois de quatro anos:
  - As contas Mzansi não compensaram os seus custos mas não foram uma perdida grande
  - Clientes com contas mais rentáveis não fecharam estas em favor de uma conta Mzansi
  - Um percentagem menor do que foi esperado de levantamentos imediatos de caixa
  - Boa reputação junto ao publico
  - Boa reputação junto ao Governo