

63% dos portugueses dominam temas financeiros, mas só 36% acertam pergunta sobre inflação

- Novo relatório global do Santander sobre literacia financeira conclui que:
 - 92% dos portugueses querem educação financeira nas escolas
 - E elegem Poupança (67%), Investimento (65%), Impostos (57%), Orçamento (46%) e Crédito à Habitação (38%) como áreas de aprendizagem.

Lisboa, 4 de dezembro de 2025. NOTA DE IMPRENSA

O novo relatório global do Santander sobre literacia financeira, *"O Valor de Aprender – Perspectivas Globais sobre Educação Financeira"*, elaborado pela Ipsos, junto de 20.000 pessoas de 10 países e apresentado hoje em Londres, revela que 61% dos inquiridos afirmaram ter conhecimentos sólidos sobre temas financeiros. Em Portugal (=1.970 inquiridos), essa perceção é ainda mais elevada, atingindo 63%. No entanto, quando testados na prática, apenas 36% dos portugueses responderam corretamente a uma pergunta simples sobre inflação.

Os números evidenciam um défice entre a perceção e o conhecimento real dos portugueses sobre estes temas, num momento em que a literacia financeira ganha crescente relevância no país, num contexto de taxas de juro voláteis e de pressão sobre o custo de vida.

A urgência de promover competências financeiras é sublinhada pelo estudo, que revela que apesar de considerarem a educação financeira uma disciplina altamente relevante (92% acreditam que devia fazer parte do currículo escolar), apenas 10% dos portugueses recordam ter recebido esta formação na escola.

Para Ana Botín, presidente do Banco Santander, *"a educação financeira é uma ferramenta essencial de progresso, e o conhecimento é o que permite às pessoas tomar decisões informadas, antecipar riscos e aproveitar oportunidades. Para o Santander, promover a educação financeira não é uma iniciativa pontual, mas sim uma responsabilidade permanente e partilhada: governos, escolas, famílias, empresas e bancos devem colaborar para que o conhecimento chegue a todos, desde a infância até à idade adulta."*

Esta tendência verifica-se igualmente a nível global: o estudo do Santander conclui que a educação financeira é considerada a segunda disciplina mais importante após a matemática, e

84% dos que não a receberam na escola gostariam de a ter tido. Perante esta lacuna, as redes sociais tornaram-se uma fonte de informação relevante: um em cada cinco inquiridos recorre às redes sociais para obter conteúdos financeiros.

O relatório indica que a principal ambição financeira dos portugueses é atingir um nível de estabilidade financeira que lhes permita não se preocuparem com dinheiro (39%), seguida de poupar para viajar (33%) e pagar dívidas (23%).

Perante um cenário económico desafiante, 35% dos portugueses conseguem poupar parte do rendimento mensal, mas 40% admitem não poupar regularmente. A utilização de serviços bancários digitais é elevada, com 73% a usá-los semanalmente. Já quanto à perceção económica, 24% mostram-se otimistas relativamente à economia global (contra 42% de pessimistas), e apenas 22% têm uma visão positiva da economia portuguesa (também aqui com 42% de pessimistas).

Este estudo reforça o nosso compromisso com a educação financeira como motor de progresso, promovendo o bem-estar e a inclusão financeira. O Banco disponibiliza formação acessível, adaptada e alinhada com os padrões da OCDE e, só em 2024, mais de 4 milhões de pessoas em todo o mundo tiveram acesso às nossas iniciativas e conteúdos de educação financeira.

Em Portugal, o Santander promove a literacia financeira ao longo da vida, com programas para crianças, jovens e público sénior, dentro de escolas e em eventos dedicados. Entre as iniciativas destacam-se o “Contas à Vista”, o balcão na Kidzania e a colaboração com a Junior Achievement Portugal.

Metodologia

A Ipsos entrevistou adultos em dez mercados através dos seus serviços online: 2.139 pessoas no Reino Unido, 2.099 nos EUA, 1.970 em Portugal, 2.001 no Chile, 2.002 na Argentina, 1.454 no Uruguai, 2.022 no México, 2.028 no Brasil, 2.118 em Espanha e 2.073 na Polónia. O inquérito decorreu entre 25 de abril e 21 de maio de 2025. As amostras são representativas das populações nacionais, com quotas de idade, género, região e situação profissional, e os dados foram ponderados de acordo com as proporções das populações *offline* de cada mercado.