

# Inclusão Financeira Digital

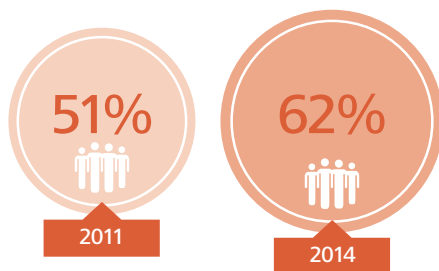
Setembro 2015



A inclusão financeira tem vindo a conquistar ao longo dos últimos anos um lugar de destaque no panorama mundial. Este facto é demonstrado tanto pelo foco que os principais agentes desta equação, organizações governamentais, reguladores e instituições financeiras, dedicam ao tema, como pelos números que têm marcado a sua evolução.

Entre 2011 e 2014 a percentagem de adultos que detêm uma conta bancária<sup>1</sup> evoluiu positivamente de 51% para 62%. Esta evolução resulta do facto de no decorrer deste período mais 700 milhões de adultos passaram a ter uma conta bancária.

+ 700 Milhões  
de adultos com conta



Fonte: Banco Mundial - The Global Findex Database 2014.

Apesar desta evolução, permanecem ainda 2 biliões de adultos sem qualquer tipo de relação directa com sistema financeiro. Adicionalmente, continuam a verificar-se profundas discrepâncias entre diferentes zonas geográficas. Enquanto nos países da OCDE os níveis de inclusão financeira rondam os 94%, nos Países em Desenvolvimento este número desce para 54% e mesmo analisando apenas as regiões deste universo observam-se disparidades significativas nas taxas de penetração, como por exemplo a região da Ásia Oriental e Pacífico com 69% e o Médio Oriente com apenas 14%.

Ainda se verifica  
uma discrepância  
significativa nos valores  
de inclusão financeira  
entre economias da  
OCDE e Países em  
Desenvolvimento



94%  
OCDE

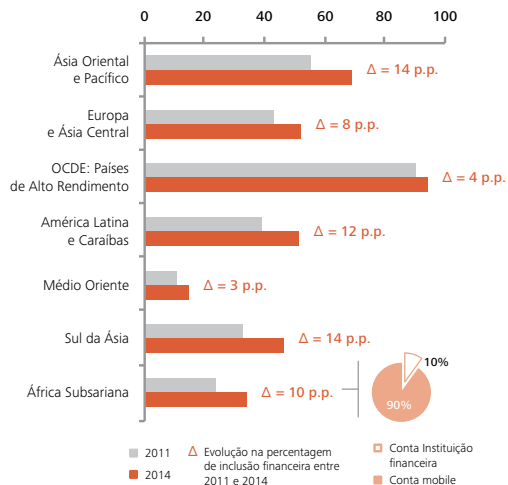


54%  
Países em  
Desenvolvimento

<sup>1</sup> O termo "conta" refere-se à detenção de uma conta junto de uma instituição financeira (e.g. Bancos, Uníões de crédito, associações de micro crédito) ou uma conta com operador de rede móvel que forneça serviços financeiros.

Analisando a evolução desta realidade em maior detalhe, observa-se também que os ritmos a que é concretizada a inclusão financeira são dispares entre regiões. Em termos de crescimento absoluto destacam-se pela positiva as regiões da Ásia Oriental e Pacífico, Sul da Ásia e América Latina e Caribe que apresentam aumentos acima dos 10 pontos percentuais. Com uma performance menos positiva a região do Médio Oriente, que apesar de ter baixos níveis de inclusão apresenta um crescimento residual.

Gráfico 1 – Penetração de contas<sup>1</sup> em % de indivíduos com 15 ou mais anos de idade



Fonte: Banco Mundial - The Global Findex Database 2014

<sup>1</sup>O termo "conta bancária" refere-se à detenção de uma conta junto de uma instituição financeira (e.g. Bancos, Uníões de crédito, associações de micro crédito) ou uma conta com operador de rede móvel que forneça serviços financeiros.

Adicionalmente, verifica-se que, enquanto que na generalidade das regiões esta evolução assentou maioritariamente na abertura de uma conta junto de uma instituição financeira, na África Subsariana a evolução de 24% em 2011 para 34% em 2014 foi essencialmente efectuada por via de contas de *mobile money*<sup>2</sup>. Estima-se que 90% desse crescimento esteja suportado na criação de contas de *mobile money*. Esta realidade vem evidenciar a grande receptividade que os países desta região apresentam para a adopção de novas tecnologias, em complemento ou substituição da banca tradicional.

Não obstante este facto, África apresenta valores inferiores às restantes regiões relativamente ao número de acessos à internet e contratos de telemóvel por 100 habitantes. Note-se adicionalmente que independentemente da região o telemóvel apresenta uma taxa de penetração substancialmente superior. Este facto reforça a importância da exploração deste mecanismo como uma ferramenta do processo de inclusão financeira das populações.

Gráfico 2 – Evolução da utilização de Internet 2010 - 2015 (por 100 habitantes)



■ ~ 10 utilizadores de internet

Gráfico 3 – Evolução da subscrição de contratos de telemóveis 2010 - 2015 (por 100 habitantes)



■ ~ 10 contratos de telemóvel

Fonte: International Telecommunication Union.

<sup>2</sup>Nos casos de Quênia, Uganda e Tanzânia não se pode tirar conclusões. Uma vez que houve alterações de critérios de 2011 e 2014 no Global Index relativamente ao conceito detenção de conta (onde foi incluído o *mobile money account*) e nestes países já existia uma proliferação do serviço anterior a 2011.

Aproveitando o acesso generalizado das populações ao telemóvel têm sido lançados ao longo dos últimos anos diversos sistemas de *mobile money*.

Tendo em conta os constrangimentos registados em economias em Desenvolvimento para a inclusão financeira através do canal de banca tradicional, o desenvolvimento destes serviços tem estado focado nestes países, com especial enfoque no continente africano. Em 2014 existiam 255 serviços de *mobile money*, sendo que 53% destes serviços são disponibilizados em países africanos.

Gráfico 4 – Número de serviços de *mobile money* por região (2014)

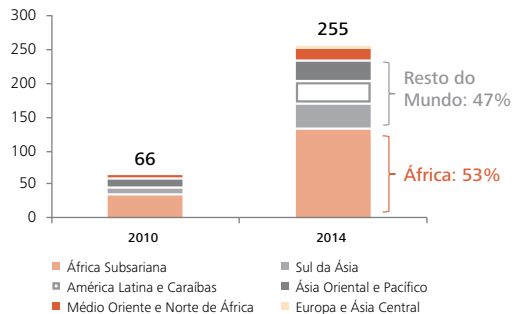
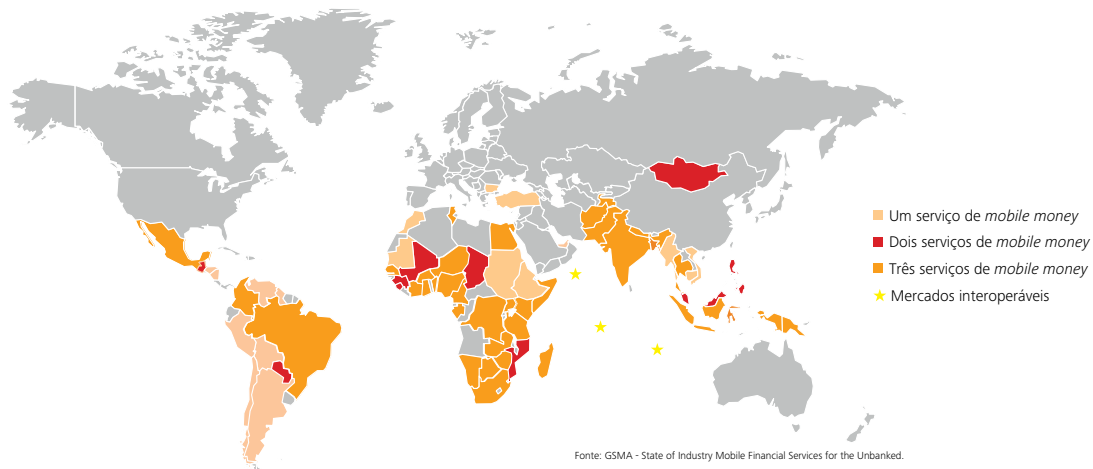


Gráfico 5 – Número de serviços de *mobile money* por país (2014)



Fonte: GSMA - State of Industry Mobile Financial Services for the Unbanked.

Não obstante a evolução verificada nos últimos anos o processo de inclusão financeira apresenta ainda um longo caminho pela frente. Apesar dos números encorajadores, o desafio permanece, 2 bilhões de adultos, cerca de 38% da população adulta mundial não detém uma conta bancária. O futuro deverá não só promover a inclusão deste universo de pessoas, como cimentar e solidificar o envolvimento das restantes com o sector financeiro, garantindo que este disponibiliza soluções adaptadas às necessidades das diferentes geografias, populações e sectores de actividade.

Que passos irão marcar este caminho nos próximos anos?

Tendo em conta a relevância que as novas tecnologias e o mundo Digital têm assumido neste processo ao longos dos últimos 10 anos, muito por força da dinamização e adopção do *mobile money*, qual será o papel que irão assumir futuramente?

Será que o papel do Digital no processo de inclusão se irá encerrar no *mobile money*? Ou será que este foi apenas um primeiro formato de uma multiplicidade de diferentes instrumentos que o *Digital* irá no futuro oferecer para esta longa caminhada que é o processo de inclusão financeira?

Com o objectivo de promover a reflexão sobre esta temática apresentam-se de seguida três casos de estudo:



KIVA



ALDEIA DIGITAL



ORANGE MONEY



## 1 KIVA – PLATAFORMA DE FINANCIAMENTO

KIVA, “acordo” ou “unidade” em Suaili, é uma organização criada em 2005, cuja actividade assenta numa plataforma digital online, que promove o processo de inclusão financeira através da atribuição de crédito a pessoas que tradicionalmente estariam ausentes do sistema financeiro.

A KIVA coloca em contacto indivíduos com diferentes necessidades e em diferentes geografias. De um lado pessoas que estão disponíveis para financiar, do outro, pessoas que vivem, tipicamente, em economias em desenvolvimento e que necessitam de apoio para a promoção da sua actividade económica ou outros projectos de carácter pessoal como a educação dos filhos ou reparação das suas habitações.

Através da plataforma online os indivíduos que pretendem recorrer a um financiamento criam o seu perfil, colocando fotografias, apresentando o seu projecto e indicando o montante de crédito pretendido e o prazo do financiamento. É também através da plataforma, que as pessoas que estão dispostas a financiar, escolhem o projecto que pretendem apoiar e seleccionam o montante com que pretendem contribuir.

A actividade da KIVA é suportada por parceiros locais, tipicamente instituições de micro crédito, que conhecem profundamente as populações e culturas das regiões em que actuam. Estes parceiros suportam todo o processo, desde o apoio à criação dos perfis até à coordenação da parte operacional e financeira, garantindo que o dinheiro disponibilizado através da plataforma é entregue aos indivíduos que solicitaram o financiamento.

O pagamento é efectuado exactamente pelos mesmos canais só que no sentido oposto. Uma vez devolvido o capital, os utilizadores têm a opção de ou recolhê-lo, ou voltar a financiar outros projectos.



## 1 KIVA – PLATAFORMA DE FINANCIAMENTO

Duas particularidades interessantes deste projecto e que o tornam tão abrangente, são 1) a KIVA cobra 0% de juros e 2) o montante mínimo de empréstimo é de USD 25. Após 10 anos de actividade a KIVA encontra-se presente em 83 países, contando com 2,2 milhões de utilizadores e cerca de 300 parceiros locais. Até ao momento foram financiados 900 mil projectos, num valor total de 740 milhões de USD. O sucesso da KIVA não se limita a estes números.

A profunda ligação com os parceiros locais permite um contacto constante entre os diferentes elementos, garantindo taxas de incumprimento residuais. Actualmente a taxa de cumprimento dos financiamentos é superior a 98%.

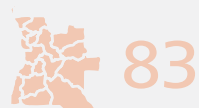
### A KIVA EM NÚMEROS



ANOS DE ACTIVIDADE



CONTINENTES



PAÍSES



PARCEIROS NO TERRENO



UTILIZADORES  
DA PLATAFORMA



FINANCIAMENTOS  
EFECTUADOS



EM EMPRÉSTIMOS  
CONCEDIDOS



TAXA DE CUMPRIMENTO  
DE CRÉDITO

## 2 ALDEIA DIGITAL – AKODARA, GUARAJAT - INDIA

Em Janeiro de 2015 o ICICI Bank lançou um projecto para transformar uma aldeia tradicional indiana com 1.145 habitantes numa aldeia digital. O projecto tem como propósito demonstrar que a tecnologia permite eliminar as barreiras naturais entre o meio rural e urbano.

Este projecto assenta em 3 dimensões distintas: 1) Financeira; 2) Saúde e Educação; 3) Infra-estruturas.

Na dimensão financeira este projecto tem como objectivo promover uma maior inclusão através da disponibilização de serviços bancários úteis e de simples utilização aos habitantes da aldeia.

Actualmente a totalidade da população adulta da aldeia detém uma conta bancária. Estas contas foram abertas através de tablets, sem que os clientes tivessem de esperar em filas ou preencher documentação física.

Posteriormente, foi disponibilizado o acesso ao banco via telemóvel para fazerem transferências e terem acesso a um sistema de alertas e extractos. Adicionalmente, as suas contas foram associadas ao cartão único de identificação, para receberem os subsídios do governo directamente nestas contas.

Para restringir a circulação de dinheiro físico foi criado um "ecossistema" de pagamento digital através da implementação transversal de uma solução de pagamento com recurso a SMS e cartões de débito nas várias lojas e mercados.



## 2 ALDEIA DIGITAL – AKODARA, GUARAJAT - INDIA

De forma complementar à dimensão financeira, foi disponibilizado um conjunto de funcionalidades associadas às dimensões 2) Saúde e Educação e 3) Infra-estruturas:

- Acesso à telemedicina via videoconferências para que os habitantes tenham acesso a conhecimentos médicos de qualidade;
  - *Software* que permite controlar as presenças, atribuir as notas e efectuar um maior controlo na gestão escolar;
  - Smartboards, projectores e computadores, bem como conteúdos de aulas digitais.
- 
- Disponibilização de *wi-fi* em toda a aldeia;
  - Criação de plataforma para divulgação dos preços de bens agrícolas publicados no National Commodities & Derivatives Exchange aos agricultores da aldeia;



SAÚDE E  
EDUCAÇÃO



INFRAESTRUTURAS

3

### ORANGE MONEY – MOBILE MONEY

Em 2008 a operadora Orange lançou um serviço de pagamento móvel, o Orange Money.

Lançado inicialmente na Costa do Marfim, o serviço rapidamente foi expandido para outros países de África e Médio Oriente. O serviço Orange Money actualmente está disponível em 13 Países, Costa do Marfim, Botswana, Camarões, Egipto, Jordânia, Guiné, Quênia, Madagáscar, Mali, Maurícias, Níger, Senegal e Uganda. Em Outubro de 2014 o Orange Money contava com um total de 12 milhões de utilizadores.

O serviço inicialmente disponibilizado foi ao longo dos anos complementado, contando hoje com um conjunto alargado de funcionalidades como consulta de saldos, depósitos e levantamentos junto de agentes autorizados, transferências nacionais e internacionais, tanto entre contas mobile como para contas em instituições financeiras, pagamentos de contas e serviços. Adicionalmente ainda são disponibilizadas funcionalidades associadas a produtos de poupança e seguros.







### 3 ORANGE MONEY – MOBILE MONEY

Segundo o CEO da Orange, Stéphane Richard, o sucesso do serviço está directamente ligado ao facto deste compreender e responder aos modos de vida, necessidades e características específicas das populações onde opera, como por exemplo o facto da maioria das populações não possuir uma conta bancária mas possuir um telemóvel.

O Orange Money, apresenta-se como mais um exemplo de como uma operadora de rede móvel, adaptando-se às realidades locais, poderá responder às necessidades que tipicamente são respondidas por instituições financeiras, contribuindo assim para uma maior inclusão financeira nas regiões onde actua.

#### Funcionalidades disponibilizadas

-  Consulta de saldos
-  Transferências
-  Pagamento de serviços
-  Depósitos e levantamentos



#### Presença Geográfica



13  
PAÍSES

12  
MILHÕES DE  
UTILIZADORES

