

# Tecnologia para microfinanças

No Brasil, tecnologias como celular e Internet estão contribuindo para ampliar o acesso da população de baixa renda aos serviços financeiros formais

POR EDUARDO H. DINIZ E MARTIN JAYO

As **microfinanças** são hoje reconhecidas como instrumento de combate à pobreza. Esse segmento, entretanto, não se apropriou dos recursos tecnológicos consolidados nos mercados financeiros tradicionais. Embora conheçam bem o mercado de baixa renda e dominem eficientes metodologias de concessão de crédito, as instituições de microfinanças (IMFs) carecem de escala e capacidade de captar fundos.

A questão, portanto, é reconhecer como as tecnologias já em uso no sistema financeiro tradicional (POS, ATMs, Internet, cartões etc.) podem servir também de apoio às operações das IMFs na ampliação de escala, na diversificação de produtos e na criação de alternativas para a captação de fundos.

Algumas experiências recentes nesse sentido

chamam a atenção pelo seu potencial: os correspondentes bancários no Brasil, a telefonia celular na África e Ásia, e os *websites* de microcrédito desenvolvidos nos EUA. Embora ainda longe de realizarem plenamente seu potencial, tais experiências inovadoras podem representar o início de uma nova era no acesso a serviços financeiros.

**O CASO DOS CORRESPONDENTES.** Em 2000, um terço dos municípios brasileiros não tinha nenhum ponto de acesso a bancos. Sua população era obrigada a viajar grandes distâncias para pagar uma simples conta ou receber uma aposentadoria.

Adaptações na regulamentação do mercado financeiro, principalmente visando à expansão do



então programa Bolsa Escola, permitiram à Caixa Econômica Federal utilizar sua interligação com a rede de lotéricas para o pagamento desse benefício à população mais pobre em um número muito maior de localidades. Um importante aspecto dessa solução foi a adoção da tecnologia de cartões e leitores de POS para fazer esses pagamentos, em substituição ao papel-moeda.

Paralelamente, aproveitando a brecha criada por essa nova regulamentação, redes arrecadoras de contas no Nordeste, região com baixa cobertura de atendimento bancário, integraram-se aos bancos tradicionais via sistemas de terminais eletrônicos, transformando farmácias, pequenos mercados e outros pontos varejistas em pontos de serviço bancário. Estava criado o modelo que se tornou o principal alavancador da expansão dos serviços financeiros no Brasil para regiões carentes e para as populações de baixa renda, o correspondente bancário.

Graças a esse modelo, já em 2003 não havia mais nenhuma localidade no Brasil sem acesso a serviços financeiros. Em 2008, com cerca de 100 mil pontos, os correspondentes representam mais de cinco vezes o número de agências bancárias. Graças à sofisticada tecnologia de rede em que se baseia sua infra-estrutura, os correspondentes já são o principal canal bancário da baixa renda no Brasil. É por meio dele que a população paga a maioria de suas contas e recebe benefícios governamentais. A perspectiva é de que o modelo continue crescendo nos próximos anos.

**CORRESPONDENTES E MICROFINANÇAS.** O modelo brasileiro de correspondentes foi copiado por outros países da América Latina, como Colômbia, México e Peru, que adotaram a legislação e as soluções tecnológicas brasileiras. Entretanto, o modelo brasileiro não tem tido grande apelo junto à comunidade de microfinan-


ças. Embora seja permitido às IMFs tornarem-se correspondentes, poucas têm adotado esse papel. O controle dos bancos sobre redes e operações e o foco predominante em pagamento e recebimento afastam as IMFs dos correspondentes, limitando o papel destes como canais de microfinanças.

No entanto, alguns casos de utilização do correspondente como infra-estrutura tecnológica de apoio a atividades de competência específica das IMFs – seleção, distribuição e acompanhamento de crédito – têm se mostrado promissores. O Banco Palmas, na periferia de Fortaleza, em parceria com o Banco Popular do Brasil, subsidiário de microfinanças do Banco do Brasil, é um deles.

Grandes bancos que operam braços próprios de microfinanças (ABN-Amro Real e Unibanco) só têm a ganhar com a exploração de sinergias potenciais com suas redes de correspondentes. Outros bancos com extensivas redes de correspondentes, mas com pouco foco em microcrédito (Bradesco e Caixa Econômica Federal) também podem investir nessa integração, seja estabelecendo parcerias com IMFs ou aperfeiçoando a interação com os varejistas que fazem parte da suas redes de correspondentes.

**CELULARES.** O celular é utilizado como canal para serviços financeiros há pelo menos uma década, inclusive no Brasil. Entretanto, o volume de transações financeiras por esse canal nunca foi significativo. A tecnologia disponível nos celulares não era atraente (tela pequena, pouco uso de gráficos) e o público a quem o serviço foi direcionado já tem acesso a outros canais mais convenientes (ATM, Internet, agências diferenciadas, gerentes personalizados).

A crescente sofisticação dos dispositivos móveis, particularmente a introdução da chamada tecnologia 3G, e a enorme expansão do uso do celular pela população de baixa renda estão



**EM 2000, UM TERÇO DOS  
MUNICÍPIOS BRASILEIROS  
NÃO TINHA NENHUM PONTO  
DE ACESSO A BANCOS**

criando um novo cenário. Já se contam aos milhões as pessoas sem acesso a serviços financeiros tradicionais mas com acesso à tecnologia disponibilizada pelo celular.

Essa situação não passa despercebida pelas operadoras de celular. Elas conhecem melhor do que os bancos esse público – que já é seu cliente “pré-pago”. Na África do Sul, país com estimados 15 milhões de desbancarizados, pelo menos duas iniciativas merecem destaque: o Wizzit, fundado em 2005 para atender ao mercado de baixa renda, e a MTN Banking, *joint venture* entre o Standard Bank of South Africa, maior banco do continente, e a operadora de celulares MTN.

Sem parceria formal com instituições financeiras, operadoras como a Smart, nas Filipinas, e a Safaricom, no Quênia, são utilizadas pela população de baixa renda como canais para pagamentos e transferência de fundos. O Oi Paggo, no Brasil, também permite pagamentos por meio de mensagens SMS, mas não se conhece a sua entrada no mercado de baixa renda no país. Esses e outros exemplos merecem ser mais bem

observados, uma vez que uma série de questões técnicas, comerciais e principalmente legais devem ser resolvidas.

**INTERNET.** O *site* de microfinanças Kiva (<http://www.kiva.org>), lançado em 2005, agrega cerca de 80 IMFs para as quais já se captaram mais de US\$ 20 milhões de empréstimos junto a 245 mil pessoas, especificamente para o financiamento de pequenos empreendimentos em 40 países diferentes.

As IMFs identificam potenciais negócios a serem financiados e supervisionam a aplicação dos recursos levantados, bem como o repagamento do empréstimo, mas é o indivíduo interessado em financiar o negócio quem escolhe, por meio do *site* na *Web*, o negócio e o país onde vai investir. Os empréstimos podem ser tão pequenos quanto US\$ 25, e podem ser enviados via cartão de crédito, ordem de pagamento ou pelo *site* Paypal (<http://www.paypal.com>). A taxa de repagamento dos empréstimos é de 99,86%.

O Kiva não paga juros aos credores, mas na trilha do seu sucesso foi criado, em 2006, o MicroPlace (<http://www.microplace.com>), este sim com o objetivo de remunerar, mesmo que a juros baixíssimos, os investidores. Registrado como corretora na SEC (Securities and Exchange Commission, dos EUA), o MicroPlace funciona por meio do eBay, maior *site* de leilões do planeta.

Embora ainda tenham alcance limitado – não há IMFs brasileiras cadastradas em nenhum deles, por exemplo –, tanto o Kiva quanto o MicroPlace representam um modelo interessante de utilização de canal tecnológico para microfinanças. Ainda muito recente, o modelo deve sofrer muitas adaptações, certamente estimulando variantes em diferentes países. ✘

EDUARDO H. DINIZ, professor da FGV-EAESP, [eduardo.diniz@fgv.br](mailto:eduardo.diniz@fgv.br)  
MARTIN JAYO, professor da FGV-EAESP, [martin.jayo@fgv.br](mailto:martin.jayo@fgv.br)