

Guia de Recomendações para o Setor Financeiro

Durante o trabalho de desenvolvimento – pesquisa e experimentação – das metodologias de educação financeira focada nas mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família e nos aposentados de baixa renda alguns elementos que não faziam parte do escopo do programa de educação financeira, mas que são importantes de serem notados e abordados foram identificados.

Esse documento visa elencar os aspectos que mais chamaram à atenção da consultoria técnica, pois se tratam de questões que se colocam tanto como oportunidades quanto desafios para o setor financeiro refletir e repensar sua forma de lidar com esses grupos populacionais.

Apontamentos em relação ao espaço físico das agências:

Nas idas a campo, notamos que grande parte das mulheres beneficiárias do PBF e os aposentados resolviam suas questões financeiras nas lotéricas. Quando os questionávamos sobre isso, ficava claro que eles não se sentiam confortáveis ao entrar numa agência bancária.

As portas com segurança, as roupas das pessoas que trabalham nos bancos, etc. geravam em muitos a sensação de que “aquele não é um lugar para mim”.

Recomendação 1:

Em especial, em algumas regiões ou municípios do Brasil, com alta concentração de grupos de baixa renda, seria interessante que se pensasse em como tornar as agências ou algumas das agências em espaços mais convidativos para a população de mais baixa renda.

Apontamentos em relação aos produtos:

Nos trabalhos de campo, também vivenciamos situações em que observamos produtos inadequados para aquele perfil de pessoa ser ofertado para um cliente do Bolsa Família, sem que ao mesmo se checasse que aquele cliente tinha determinada conta e era beneficiário do Bolsa Família.

Vimos também que os bancos comunitários ou, muitas vezes, redes informais acabam sendo os espaços nos quais essas pessoas encontram os produtos mais adequados para sua forma de viver e pensar. Por exemplo, no Norte e Nordeste, testemunhamos comunidades informais que possuem uma “caixinha”, como se fosse uma poupança coletiva, administrada por uma das pessoas do grupo. Em outros casos, grupos acessando o microcrédito produtivo a partir de bancos comunitários, ou fazendo, permutas de serviço entre si.

Recomendação 2:

No Brasil, parece-nos haver a lacuna para o desenvolvimento de inúmeros produtos focados no público de baixa renda. Seja produtos como também serviços financeiros mais adequados à dimensão de tempo, à quantidade de recurso, etc. das populações de mais baixa renda. Do que vimos pelo Brasil, falta o investimento em buscar entender como essas pessoas vivem e o que poderia facilitar suas vidas, e, testar diferentes formatos de oferta. Na África e mesmo em outros países da América Latina, muito já se avançou em termos de produtos financeiros para a base da pirâmide, inclusive a partir da internet e uso de celular.

Apontamos em relação ao serviço:

Em nenhum banco formal pelo qual passamos pudemos identificar um atendimento ou elementos de serviço focados na população de baixa renda, como já existe nos bancos comunitários, por exemplo.

Não se trata somente de produtos focalizados, mas, em alguns casos, uma pessoa que ajude os mais velhos no caixa eletrônico, ou, um educador financeiro que possa tirar dúvidas de forma empática já seriam diferenciais no atendimento a essa população.

Recomendação 3:

Não se trata necessariamente de produtos, mas um atendimento focado na população de baixa renda pode se constituir como um diferencial de serviço que passe a atrair esse público que hoje prefere lotéricas e financeiras de bairro.

Apontamos em relação ao papel de educação do mercado financeiro:

Em diferentes níveis, grande parte da população brasileira ainda está sendo incluída financeiramente, e, com isso vem a necessidade de informação e orientação.

Considerar isso no desenho dos produtos e na experiência de serviço pode ser um grande diferencial para o uso mais adequado dos produtos, a fim de se ter clientes e um mercado saudável financeiramente.

Recomendação 4:

Desenhar os produtos considerando os vieses humanos e buscando dar as informações necessárias de forma clara para uma tomada de decisão mais consciente por parte do cliente. Por exemplo, um banco australiano tem um simulador que ajuda a pessoa identificar em quais itens ela gasta mais e comparar o que poderia fazer se reduzisse aquele valor na forma de infográficos, ou, aplicativos que bloqueiam seu cartão se você gastar em uma categoria mais o que disse que gastaria, e, esses são só alguns exemplos.