

eBook



Revolution Banking:

Como incluir a população desatendida dentro da estratégia de negócio.



Objetivo:

Impulsionar a inclusão financeira no México.

Como o conseguimos?



A população demanda um maior acesso a:

- **Créditos**
- **Seguros**
- **Contas correntes**

Uma parte importante da **sociedade mexicana sente que está sendo deixada de lado** por não encontrar no mercado nenhum produto desenhado para ela.

Sendo pessoas com poucos recursos, não são levadas em conta **pelas instituições financeiras**, que **apenas adaptam produtos já existentes**, reduzindo drasticamente sua eficiência.

Isso provoca um aumento da desigualdade e deterioração da situação econômica dessas pessoas, podendo, em último caso, acentuar a pobreza e a exclusão social. **Precisamos unir forças para solucionar esta realidade juntos.**

Coinscrap Finance oferece aos bancos as **ferramentas necessárias** para criar produtos que se adaptem perfeitamente às necessidades concretas de cada usuário.

Graças à nossa tecnologia, **bancos, neo-bancos e Fintech podem ajudar os setores desatendidos com serviços hiperpersonalizados.**

Ponto de partida

Segundo o relatório publicado pela Deloitte: “Inclusão financeira no México. Desafios e oportunidades 2024”, o país obtém pouco mais de **40 pontos sobre 100 no índice de inclusão financeira** da Ipsos. Isso significa que a relação dos usuários com o sistema financeiro –em 3 aspectos chave– é deficiente.

Da mesma forma, os últimos dados disponíveis¹ mostram que **38,8% da população com mais de 18 anos sente grande preocupação diante da necessidade de pedir um empréstimo**. E é que as despesas imprevistas representaram uma fonte de estresse para 45,4%, chegando a causar mal-estar físico, como dores de cabeça, distúrbios gastrointestinais ou alterações na pressão arterial.

Do conjunto da população que sofre exclusão financeira, **os falantes de línguas indígenas são os mais afetados** por essa brecha social, com apenas 49% desfrutando de uma conta corrente, 26% com possibilidade de acesso a crédito, e apenas 8% quando falamos da contratação de um seguro de qualquer tipo.

O próximo grupo sociodemográfico em nível de bancarização é a **população rural**, com idade superior a 49 anos e sem estudos básicos. **Não têm acesso a agências nem caixas eletrônicos** e é importante, além disso, considerar que **sofrem uma maior diferença de gênero** no acesso a produtos financeiros. Por exemplo, em matéria de contas de poupança, essa brecha aumentou 13,8%.²



“A inclusão financeira é definida como o acesso e uso de serviços financeiros formais sob uma regulamentação apropriada que garanta esquemas de proteção aos usuários e promova a educação financeira para melhorar a capacidade econômica de todos os segmentos da população.”

Comissão Nacional Bancária e de Valores (CNBV)

1 Pesquisa Nacional sobre Saúde Financeira (ENSAFI) 2023.

2 Pesquisa Nacional de Inclusão Financeira (ENIF) 2022.



1 Conhecer o mercado

Para aumentar a eficiência do setor é necessário focar-se em:

- ▶ Estabelecer programas de educação financeira que abordem como os preconceitos cognitivos, emocionais e sociais podem afetar a tomada de decisões.
- ▶ Conscientizar a população de que não terão que pagar impostos por usar serviços bancários se não atingirem uma renda tributável mínima anual.
- ▶ Fomentar o uso de meios de pagamento digitais em serviços municipais, impostos, postos de gasolina e mais, através da regulamentação.
- ▶ Incentivar a redução gradual do uso de dinheiro em espécie, transmitindo informações verídicas sobre segurança informática.
- ▶ Criar plataformas digitais simples, intuitivas e úteis, que ofereçam uma excelente experiência de uso e reduzam a zero as barreiras de entrada.

2 Conhecer as ferramentas

Coinscrap Finance oferece aos bancos, neo-bancos e Fintech serviços e produtos que ajudam a cobrir as necessidades da população desatendida:

- ▶ **Micro poupança**
Permite às pessoas pouparem sem esforço usando regras automáticas e desenvolvimentos que incluem a gamificação entre suas funcionalidades.
- ▶ **Micro investimento**
Inicia a população no uso de produtos financeiros de investimento através de pequenas quantias com as quais se sintam confortáveis.
- ▶ **Coach financeiro**
Aumenta a educação financeira e facilita a gestão da economia doméstica do usuário através de conselhos, recomendações e alertas.

3 Segmentar usuários com IA

Na hora de realizar **campanhas hiperpersonalizadas**, é muito benéfico –em termos de eficiência– segmentar a base de clientes usando **algoritmos de machine learning**, que descobrem padrões de comportamento, hábitos de consumo e necessidades específicas.

Essa informação permite às entidades **gerar insights financeiros** que antecipam o próximo passo do usuário, podendo se tornar um **aliado real que ajuda a população** nos momentos mais relevantes de sua vida.

Por exemplo, se um banco detecta um gasto em uma creche, pode verificar se o usuário tem um **seguro de vida** em seu

histórico de transações. Se não tiver, esse seria o **momento perfeito para oferecer-lhe uma apólice** ou fazer-lhe uma oferta vantajosa para trocar de companhia.

Além disso, o banco pode **analisar padrões de comportamento para adaptar suas ofertas com maior precisão**. A IA segmenta os usuários de acordo com seus hábitos de gasto, acontecimentos vitais e objetivos financeiros, o que permite às entidades fazer **recomendações personalizadas** e oportunas.

4 Blindar os dados bancários

Os **usuários** estão **preocupados** com o uso que é feito de suas informações pessoais e, especialmente, dos dados bancários. Isso **pode fazer com que prefiram usar dinheiro em espécie** e se mantenham à margem do sistema financeiro.

Para solucioná-lo, **as entidades devem blindar-se** contra roubos de informações, ciberataques e fraudes informáticas. Ao contar com um parceiro tecnológico, é importante **priorizar aquelas Fintechs certificadas, que cumpram normas ISO** e garantam que seus desenvolvimentos mantenham os mais altos padrões de segurança.



Casos de sucesso

Bancos que antecipam tendências



Um dos **principais bancos do país**, com mais de 25 anos de trajetória, demonstrou o quão benéfico e necessário é para as instituições **abraçar a digitalização**.

A tecnologia permitiu-lhe **adaptar-se aos gostos e necessidades mutáveis do mercado mexicano**, aumentando sua carteira em 40% no último ano e reportando um lucro líquido acumulado de 11.091 MDP.

Uma das aplicações mais inovadoras que implementaram foi o **uso de redes neurais enriquecidas**, com dados de usuários que vão desde a geolocalização até a **análise de emoções no atendimento ao cliente**.

Para alcançar isso, a entidade **aumentou seu investimento em IA**: *“Realizamos consultas sobre o comportamento nas redes sociais e análises de sentimento”*, indicou seu Diretor de Transformação Digital.

Este banco realmente considera as necessidades dos seus clientes e sabe que **os parceiros tecnológicos são grandes aliados na hora de inovar**. É assim que conseguem destacar-se entre a concorrência, ao mesmo tempo que fidelizam os seus clientes.

259%

Aumento dos usuários digitais

Os usuários tradicionais cresceram apenas 35% nos últimos 4 anos.

150%

Crescimento da banca online

O uso da web aumentou graças à incorporação de inteligência artificial.

100%

Clientes digitais que son ativos

Pelo menos 1 vez por mês realizam transações e usam o banco online.



Carteiras digitais, na vanguarda da bancarização

O estudo internacional realizado pela Capterra em 2023 aponta o **México** como líder na adoção de carteiras digitais.

Trata-se de aplicativos que permitem a qualquer pessoa com um smartphone –ou um smartwatch– **carregar o conteúdo habitual da sua carteira analógica** num dispositivo digital.

Permitem incorporar ao celular **cartões de crédito, identificações ou bilhetes para eventos**. A população mexicana aproveita essas carteiras eletrônicas também para realizar compras em estabelecimentos que permitem pagamento contactless.

Nada menos que 70% da população usa essa tecnologia e o estudo aponta que estão muito satisfeitos com o serviço.

A vantagem para **as empresas** é que **veem aumentar o tempo de uso de suas plataformas**, geram vendas adicionais e podem oferecer também **programas de fidelização**.

Outra experiência que os usuários compartilham é a **facilidade para controlar suas finanças** com este serviço e a comodidade de poder realizar pagamentos mesmo sem ter dinheiro em espécie naquele momento.

70%

dos usuários que utilizam
carteiras digitais declararam estar
muito satisfeitos com o serviço

Íkualo: Eliminando fronteiras para os migrantes

Este neo-banco chegou à Europa com a ideia de **dar acesso ao sistema financeiro a qualquer cidadão do mundo**, independentemente da sua condição de migrante.

Conscientes dos problemas que uma pessoa enfrenta dependendo do seu local de nascimento, a **Íkualo facilita a bancarização** de uma comunidade que tem apenas seu passaporte como meio de identificação.

Este projeto, que une os aspectos social, tecnológico e de negócios, oferece múltiplos serviços aos seus clientes: desde **contas bancárias e cartões de débito até transferências e pagamentos digitais**. Graças à sua recente aliança com a Visa, seus clientes podem comprar em mais de 130 milhões de estabelecimentos em 200 países.

Atualmente, a empresa está se preparando para abrir seu capital na bolsa de valores, mesmo antes de completar seu primeiro ano. Mas os resultados são impressionantes: **Mais de 20.000 usuários e outros 25.000 em lista de espera**, injeções de capital milionárias por parte dos investidores e **planos de expansão** no Reino Unido, França, Portugal e Itália.

“Uma população que está excluída do sistema financeiro é uma população condenada à pobreza.”

Harold Correa,
Fundador e CEO da Íkualo.





“As Fintech são o aliado perfeito dos bancos, porque conhecem muito bem o usuário final e são capazes de atender às suas necessidades antes de qualquer outra entidade”.

Diego Romero Tuccio,
Head of Business Development LatAm

Aproveite o poder dos
dados de transação



coinscrapfinance.com