



INCLUSÃO FINANCEIRA
na América Latina
2019

ÍNDICE

- 02** **Introdução à:**
ANDE e aos Learning Labs
- 03** **Cenário de Inclusão Financeira**
no México
- 04** **Cenário de Inclusão Financeira**
no Brasil
- 05** **Infraestrutura necessária para melhorar o acesso aos serviços financeiros**
 - A voz dos especialistas
 - Estudos de caso
- 09** **Educação financeira**
 - A voz dos especialistas
 - Estudos de caso
- 12** **Design centrado no usuário para produtos e serviços**
 - A voz dos especialistas
 - Estudos de caso
- 16** **Agradecimentos**

Sobre a ANDE

Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE) é uma rede global de organizações que impulsionam o empreendedorismo em mercados emergentes. Os membros da ANDE fornecem serviços críticos de suporte financeiro, educacional e de negócios para empresas pequenas e em crescimento (SGBs, na sigla em inglês) com base na convicção de que as SGBs criarão empregos, estimularão o crescimento econômico a longo prazo e produzirão benefícios sociais e ambientais. Em última análise, acreditamos que as SGBs podem ajudar a tirar os países da pobreza.



Lançada com 34 membros em 2009, hoje a ANDE é composta por 290+ membros que operam coletivamente em mais de 150 países.

Sobre a MetLife Foundation

Na MetLife Foundation acreditamos que a saúde financeira pertence a todos. Reunimos soluções ousadas, conhecimentos financeiros profundos e financiamentos significativos para a saúde financeira de pessoas e comunidades carentes que desejam alcançar mais. Fazemos parcerias com organizações de todo o mundo para criar soluções de saúde financeira e construir comunidades mais fortes, engajando os funcionários voluntários da MetLife na geração de impacto. Até o momento, nosso trabalho de saúde financeira atingiu 9,9 milhões de indivíduos de baixa renda em 42 países.



Para saber mais sobre a MetLife Foundation, visite metlife.org

Sobre os Learning Labs de Inclusão Financeira

Os Learning Labs da ANDE são espaços neutros onde especialistas compartilham boas práticas e novas descobertas de pesquisa, discutem temas relevantes e inovadores e aprendem uns com os outros. Os Learning Labs também criam espaço para pesquisas ações conjuntas sobre questões-chave.

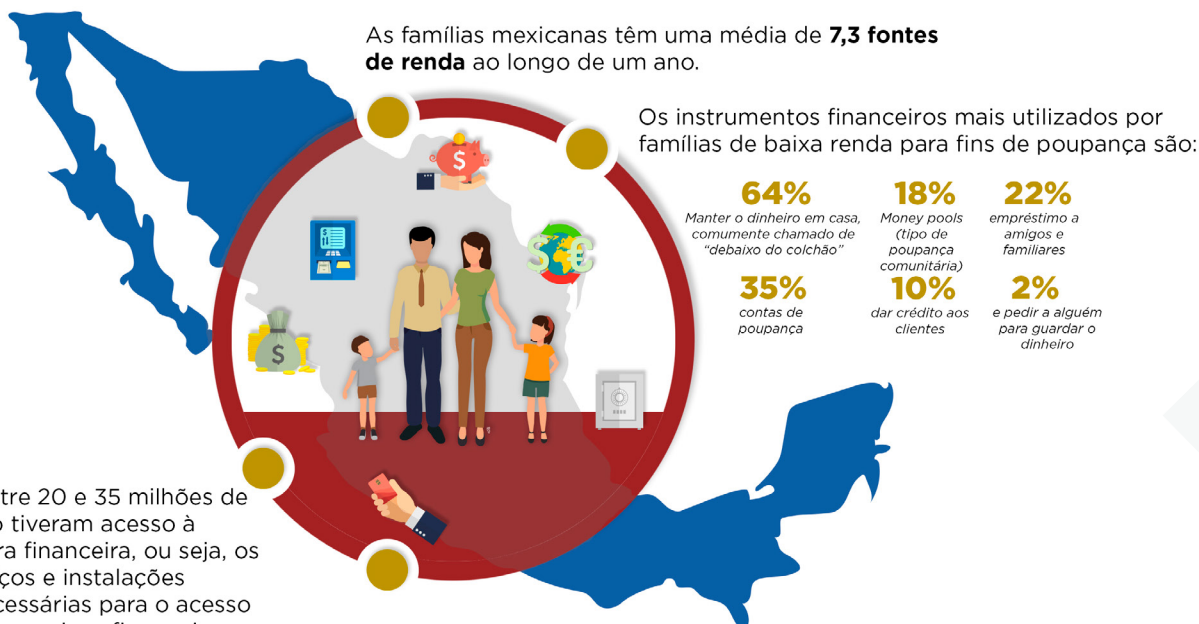


Em parceria com a MetLife Foundation, os capítulos da ANDE na América Central e México e no Brasil criaram um grupo de organizações do setor de inclusão financeira, que se reuniu durante 2018, com o objetivo de compreender o cenário de inclusão financeira no México e no Brasil, compartilhando conhecimentos e experiências entre si e facilitando a geração de projetos colaborativos que apoiam as SGBs do setor.

Este relatório recolhe os dados mais relevantes que foram compartilhados durante as reuniões do Learning Lab em ambos os países, bem como as vozes dos especialistas e uma série de estudos de caso de várias organizações da América Latina. Os dados concentraram-se em três temas: infraestrutura necessária para melhorar o acesso aos serviços financeiros, educação financeira e design centrado no usuário para produtos e serviços.

Cenário de inclusão financeira no México

Os dados apresentados aqui foram retirados das apresentações feitas durante o Learning Lab e incluem algumas das fontes mencionadas neste documento.⁷



Os instrumentos financeiros mais utilizados pelas famílias de baixa renda para acesso a crédito são:



Há aproximadamente **40 mil correspondentes no país**, ou 2,8 bancos para cada dez mil adultos. Em escala global, a mediana é de 7 bancos correspondentes por mil adultos.



o que ocorreu principalmente em locais remotos de baixa densidade. **Isso torna comercialmente inviável alcançá-los através das tecnologias atuais.**



Educação financeira explica apenas 0,1% das variações do comportamento financeiro.

O que funciona na educação financeira?

- 1) Aproveitar momentos oportunos e viáveis ao aprendizado
- 2) Fornecendo nudges (encorajamentos positivos), lembretes e definindo opções padrão
- 3) Customização
- 4) Promovendo uma experiência de aprendizado divertida e social

A fim de abordar o problema da inclusão financeira, a estratégia deve ser:

- 1) segmentada
- 2) georreferenciada, e
- 3) estratificada

Cenário de inclusão financeira no Brasil

Aproximadamente **35% das mulheres** não possuem conta bancária.²

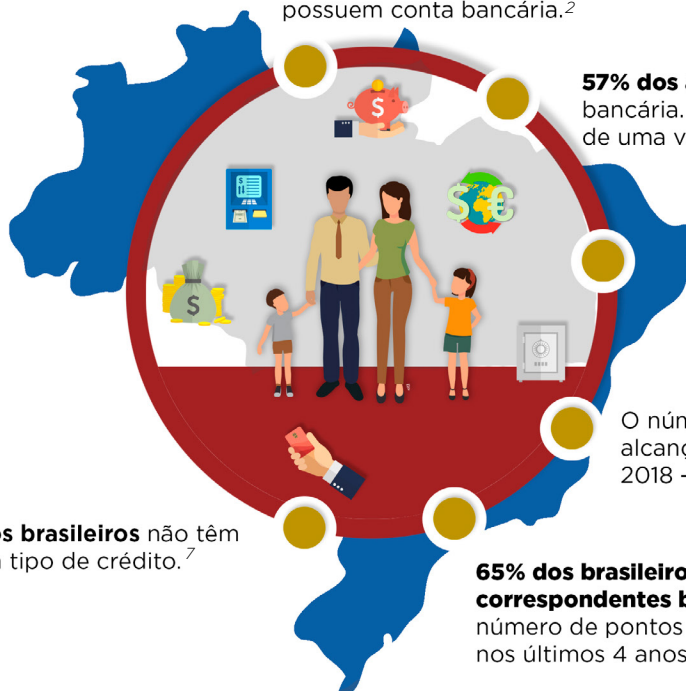
57% dos adultos das classes CDE possuem conta bancária. **Apenas 7% desses** utilizam a conta mais de uma vez por mês.³

27% dos adultos de baixa renda conseguiram poupar no ano anterior, mas **39% desses** guardaram o dinheiro dentro de casa.⁴

O número de inadimplentes no país alcançou recorde histórico em julho de 2018 - 61 milhões.⁵

Mais que 85% dos brasileiros não têm acesso a nenhum tipo de crédito.⁷

65% dos brasileiros acessam serviços via correspondentes bancários. No entanto, o número de pontos de acesso tem caído nos últimos 4 anos⁶



1. Banco Mundial (2017). The Global Findex Database. Disponível em: <https://globalfindex.worldbank.org/>
2. Gvcemif, JP Morgan, Plano CDE (2017). Segmentação em Inclusão Financeira no Brasil. São Paulo. FGV cemif, pg.11. Disponível em: https://cemif.fgv.br/sites/cemif.fgv.br/files/planocde_fgv_jpmcf_segmentacaofinanceira.pdf
3. Gvcemif, JP Morgan, Plano CDE (2017). Segmentação em Inclusão Financeira no Brasil. São Paulo. FGV cemif, pg.11. Disponível em: https://cemif.fgv.br/sites/cemif.fgv.br/files/planocde_fgv_jpmcf_segmentacaofinanceira.pdf
4. Serasa Experian (2018). Inadimplência do consumidor atinge 61,6 milhões, revela Serasa. [Blog] Blog Serasa Experian. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/inadimplencia-do-consumidor-atinge-616-milhoes-revela-serasa>
5. Artemisia (2018). Tese de impacto social em serviços financeiros. Disponível em <https://artemisia.org.br/servicosfinanceiros/>
6. Artemisia (2018). Tese de impacto social em serviços financeiros. Disponível em <https://artemisia.org.br/servicosfinanceiros/>

Infraestrutura necessária para melhorar o acesso a serviços financeiros

A voz dos especialistas

Irina Alberro, Especialista em Inclusão Financeira e Instrumentos Financeiros de Inovação Social

Irina Alberro (da empresa de consultoria Henderson Alberro) considera que o ano de 2010 foi marcado por uma onda internacional de iniciativas bancárias alternativas. A estrutura jurídica mexicana permitiu a criação de correspondentes bancários, com o objetivo de aumentar os pontos de acesso aos serviços financeiros com um modelo de operação de menor custo do que o de agências bancárias. Como resultado, os correspondentes bancários aumentaram sete vezes em número desde o final de 2010; hoje, existem mais de 40 mil bancos correspondentes no país.

Além disso, em 2017, a Comissão Nacional de Bancos e Valores Mobiliários criou um banco de dados com a localização das agências bancárias e bancos correspondentes no México. Esse banco de dados foi georreferenciado e forneceu insights relevantes: por exemplo, 87% dos adultos vivem a quatro quilômetros de distância ou menos de um ponto de acesso a serviços financeiros. Esses dados fornecem uma imagem clara do progresso alcançado no desenvolvimento da infraestrutura necessária para a inclusão financeira, bem como dos desafios a serem superados.

Gilberto Ribeiro, Sócio, Vox Capital

Apesar do cenário desafiador quanto à inclusão financeira, algumas tendências apontam o Brasil como um campo fértil para novas soluções. Com a crescente infraestrutura, hoje 80,1% dos domicílios urbanos contam com acesso à internet, trazendo a oportunidade de novos canais de relacionamento com um cliente até então difícil de servir.

Além da tecnologia, o ambiente regulatório do país está passando por mudanças que podem contribuir para a desconcentração do setor bancário e o crescimento das fintechs. Há um esforço de simplificação das instituições financeiras com a criação das Sociedades de Crédito Direto (SCD), de Empréstimo entre Pessoas (SEP) e Empresas Simples de Crédito (ESC), facilitando a entrada de novas empresas no mercado. Além disso, iniciativas como o open banking (regulação que transfere a posse de dados ao usuário do sistema e permite que diferentes instituições o acessem com seu aval) e o cadastro positivo podem dar transparência ao comportamento de uma população que é virtualmente invisível para os bancos.



Estudo de Caso I

ViviendAPP: Capacitar famílias de setores vulneráveis para resolver suas necessidades de moradia.

Alejandro Máximo, Gerente de Operações, Centro de Innovación a la Vivienda (CIV)

Por dois anos, a Fundação vem desenvolvendo o aplicativo ViviendaApp, em conjunto com o Banco Interamericano de Desenvolvimento, como resultado de um projeto em cidades resilientes, com a habitação como um componente-chave da resiliência urbana.

Considerando que a população na base da pirâmide não tem acesso aos mecanismos tradicionais de aquisição de moradias, a CIV desenvolveu modelos financeiros projetados especificamente para esse segmento.

O aplicativo é focado principalmente na melhoria da moradia e em aproximar o usuário de instituições que ofereçam financiamento com um propósito social. A iniciativa responde às necessidades de financiamento das famílias

que buscam taxas de juros baixas. Os usuários podem obter várias cotações de fornecedores diferentes para materiais para melhorar suas habitações e, se não tiverem liquidez, a plataforma os guiará pelos produtos e serviços financeiros que eles possam acessar para financiar o projeto.

O aplicativo pode ser usado para financiar moradias produtivas, ou seja, projetos que dividem um espaço que anteriormente era compartilhado para fins de moradia e negócios. Em suma, o projeto quer ser percebido pelas famílias como uma maneira de resolver suas necessidades de melhoria da casa e de acesso ao crédito; em última análise, a iniciativa busca capacitar esse segmento da população nos processos de tomada de decisão sobre os seus lares. Alejandro Máximo explica: “O projeto será testado em oito municípios do Estado do México. O aplicativo estará disponível no início de 2019, e esperamos que, nos próximos dois anos, cerca de 15.600 usuários façam o download do aplicativo e 3.800 créditos sejam concedidos.



Estudo de Caso 2

A carteira móvel que tornou a inclusão financeira uma realidade: o caso do Peru

Iván Aguado, Consultor Sênior, Nimmök

A Nimmök é uma consultoria internacional especializada no desenvolvimento de projetos de inclusão financeira para a população sem banco, através de ferramentas digitais. A empresa assessorou a Associação Bancária Peruana em um projeto que foi lançado em 2015: uma plataforma de inclusão financeira de âmbito nacional, criada pelos principais bancos do país, por meio do Centro de Estudos Financeiros do Peru. A iniciativa criou a empresa Pagos de Perú (Peru Payments), que contratou uma plataforma eletrônica para oferecer carteiras móveis. Essa opção permite que os usuários se registrem e abram uma conta com seus dados de identificação e, assim, permite que eles recebam depósitos ou retirem fundos de agências bancárias, bancos correspondentes e lojas locais e retirem em caixas eletrônicos.



A carteira foi projetada para pessoas financeiramente excluídas que vivem em zonas marginalizadas e permite que elas realizem transferências em dinheiro, comprem crédito por telefone celular e façam pagamentos de serviços; isso aproxima usuários desbancarizados dos serviços tradicionais dos bancos com facilidade e comissões mínimas.

“Existem mais de 35 bancos conectados à plataforma e as transações podem ser feitas entre eles sem nenhum custo adicional. Além disso,



o serviço funciona em dispositivos básicos de telefonia celular. A plataforma tem mais de 400 mil usuários”.

A Nimmök deve atingir dois milhões de usuários até 2021 no Peru e a empresa continuará desenvolvendo projetos semelhantes na Colômbia, Panamá e México. Um dos principais desafios é adequar a tecnologia a cada contexto local.

Estudo de Caso 3

Utilizando a tecnologia para expandir o microcrédito em áreas rurais

Clecio Lima, CEO, Avante

A Avante é uma fintech brasileira focada no microempreendedor, em pessoas como o Sr. “Esiel da Banana”, vendedor de bananas no interior do Maranhão, que não tem uma oportunidade de emprego em cidades mais afastadas dos grandes centros, mas que precisam de apoio para empreender e sustentar a família. E é aí que a Avante entra, oferecendo crédito em até dois dias úteis e outras soluções financeiras para empoderar o microempreendedor.

Hoje, já em fase de expansão, a Avante atua em mais de 200 cidades do interior do Brasil, localidades pouco atendidas por instituições financeiras tradicionais. Por meio de equipes comerciais formadas por moradores das próprias comunidades, já atendeu mais de 500 mil solicitações de empréstimos e concedeu aproximadamente meio bilhão de reais. A empresa tem o contínuo desafio de escalar uma operação de crédito com baixo custo operacional, promover impacto social e ainda ser financeiramente viável.

Ao longo dos 7 anos de existência, os aprendizados foram muitos. Ao contrário do que muitos previam, os microempreendedores são



bons pagadores, que apenas buscam uma oportunidade que seja prática, rápida e justa. No ambiente de trabalho, a empresa trata seus colaboradores com o mesmo carinho com que trata os seus clientes: a empresa investiu em criar um ambiente descontraído, onde são oferecidas sessões de massagens e de meditação. Um colaborador feliz no trabalho é o segredo para obter resultados eficientes.

Educação Financeira

A voz dos especialistas

*Juan Navarrete, VP de Negócios e Desenvolvimento de Parcerias,
Fundación Capital*

Do ponto de vista da Fundación Capital, a educação financeira teve um impacto muito modesto: investimentos pesados foram feitos ao longo de décadas, em programas que produziram resultados limitados. Isso levou as organizações a repensarem os programas através de um ponto de vista diferente: capacitação.

Existem três elementos fundamentais para capacitação. É necessário que qualquer esforço de capacitação tenha uma visão clara do objetivo: que comportamento deseja mudar ou que prática financeira está tentando promover. Além disso, os programas devem ser adaptados para atender às condições do ambiente em que serão implementados, compreendendo

a infraestrutura, a geografia e a experiência do usuário de cada contexto. Isto é um requisito porque a capacitação é uma condição necessária para uma condição financeira saudável e para a inclusão financeira, mas é insuficiente por si só.

O último elemento para a capacitação bem-sucedida é entender que ela pode ser integrada às atividades de outros atores. Prestadores de serviços financeiros privados também podem integrar a educação financeira em seu modelo de negócios e se beneficiar da aproximação com seus clientes.



Lauro Gonzalez, Professor da FGV-EAESP e coordenador do Centro de Estudos em Microfinanças e Inclusão Financeira da FGV

No Brasil, quase dois terços da população desconhecem conceitos básicos de finanças. Apesar disso, houve melhorias significativas nos últimos anos.

Em primeiro lugar, o acesso à educação formal melhorou substancialmente, o que tem repercussões positivas na educação financeira, pois é muito mais fácil discutir educação financeira com pessoas capazes de ler e fazer cálculos matemáticos básicos. Ademais, levantamentos recentes mostram que, durante 2018, houve 1.393 iniciativas de educação financeira no país, com destaque para a Estratégia de Educação Financeira - ENEF - que promove a educação financeira em escolas de segundo grau.

Vale dizer que a educação financeira não deve se limitar a iniciativas focadas nos usuários dos serviços financeiros. As empresas, bancos e fintechs devem ser mais claras e objetivas sobre as características dos produtos e serviços oferecidos. Também é preciso desenvolver uma linguagem apropriada à geração mais idosa, que muitas vezes possui perfil mais conservador, tendo menos fluência e relação com redes sociais e novas tecnologias. Acima de tudo, a educação financeira deve se acoplar a princípios éticos norteados pelo objetivo de inclusão social e promoção do desenvolvimento.



Estudo de Caso I

NEO: investindo na educação financeira de jovens estudantes em Nuevo León

Fabiola Armendariz, Educação Financeira, Citibanamex

O NEO é uma iniciativa que coordena empresas, governos e sociedade civil na América Latina e no Caribe para melhorar as oportunidades de emprego de mais de um milhão de jovens. Uma



parceria foi estabelecida com o Citibanamex, a fim de criar um projeto que visa guiar os jovens no estado mexicano de Nuevo León para longe do crime e aproximá-los do mercado de trabalho. Possível através de um programa de treinamento de 20 horas que foi incorporado nos currículos formais da Faculdade Nacional de Educação Técnica Profissional (CONALEP) e ensinado nos 17 campus do CONALEP.

O material apresenta informações básicas sobre como melhorar a cultura financeira em jovens e inclui conteúdo do índice de alfabetização financeira da OCDE. No geral, o programa de treinamento prepara os jovens para tomar decisões financeiras mais fundamentadas, reconhecendo-se como o ativo mais importante que poderiam ter. O material foi elaborado de tal forma que se pode perceber claramente a sua utilidade e inclui

a elaboração de um plano de vida para aumentar a empregabilidade. Fabiola Armendariz comenta: “Estamos atualmente trabalhando com nossa terceira geração CONALEP. O programa foi implementado como parte dos currículos da disciplina de Formação em Empreendedorismo. Nós treinamos os professores e eles então apresentam o conteúdo para os alunos”.

Em 2015, o programa atendeu 4.550 alunos; em 2016, atendeu 4.406; em 2017, atendeu 5.226 e, em 2018, esperava-se alcançar mais de 6.000 beneficiários.

Estudo de Caso 2

Uma solução móvel para melhorar as decisões financeiras.

Rafael Vivolo, Sócio-Diretor, Movva

O Poupe+, nudgebot da startup Movva (anteriormente chamada de MGov) para educação financeira e redução da inadimplência, envia nudges semanais (ou comumente conhecido como reforços positivos) via SMS com conteúdos e sugestões de atividades que possibilitam a mudança de comportamento, a partir da tomada de decisões mais conscientes. A Movva desenvolveu um sistema de conteúdo, validado por organizações financeiras de renome, com milhares de mensagens, e uma metodologia proprietária, que consiste em uma estrutura de sequências das mensagens.

A Movva está no segundo ano com o cliente Natura, e no primeiro ano 10.750 consultoras Natura receberam nudges de educação financeira, tendo os seguintes resultados:

- Diminuição do risco de inadimplência em 5% e alguns grupos em até 10%
- 95% das revendedoras afirmaram que as mensagens conseguiram apoiá-las em suas vidas financeira.

O impacto foi medido com experimento aleatório (RCT - randomized control trial).

Nesse ciclo o principal desafio é manter as taxas de interação (que podem cair em 70%). O maior aprendizado da Movva tem sido abordar tópicos sensíveis - como pagamento de dívidas e saúde financeira - de uma maneira alegre e amigável, e manter a frequência ideal de mensagens para que os revendedores fiquem envolvidos.



Design centrado no usuário para produtos e serviços

A voz dos especialistas

Maure Pessanha, Diretora Executiva, ARTEMISIA

A simples bancarização da população não necessariamente se converte em uso, muito menos no uso com qualidade dos serviços financeiros, gerando um grupo de cidadãos mal servidos pelo setor. Hoje, 80% da população das classes CDE tem acesso à tecnologia mobile, mas a resistência em realizar transações bancárias online é expressiva, principalmente pela desconfiança com os meios digitais. Este fato, somado à diminuição dos correspondentes bancários, ao pouco acesso a crédito e a dificuldade em poupar, agravam o desafio.

Negócios - grandes e pequenos - devem buscar entender o humano por trás do usuário, para que suas soluções enderecem desafios reais, levando em consideração comportamentos e preferências relevantes. Segundo nossa experiência com a aceleração de negócios de impacto social, simplificar temas complexos por meio da tecnologia e criar soluções que geram confiança, empoderam o usuário e apoiam escolhas mais conscientes são alguns dos caminhos possíveis para mudar a atual realidade. Só assim poderemos garantir a inclusão financeira (com qualidade de uso) capaz de transformar a vida de milhões de brasileiros



Estudo de Caso I

Guiabolso: uma solução de administração financeira pessoal para a base da pirâmide no Brasil.

Juan Navarrete, VP de Negócios e Desenvolvimento de Parcerias, Fundación Capital

O Guiabolso, aplicativo desenvolvido por uma empresa privada no Brasil, foi projetado para clientes bancários de classe média com o objetivo de fornecer informações financeiras e alternativas de crédito.

A Fundación Capital tem a missão institucional de trabalhar com segmentos empobrecidos da população, excluídos do sistema financeiro formal. Assim, quando a Fundação ouviu sobre o projeto, propôs ajustes direcionados a esses segmentos. Eles então trabalharam no protótipo e o testaram para avaliar seu desempenho, portanto, efetivamente incluindo os segmentos mais vulneráveis da população. Como o aplicativo faz parte do programa Bolsa Família, a Fundación Capital assumiu o desafio de ampliar a iniciativa



para abranger um número maior de pessoas de baixa renda, para que possam alcançar saúde financeira. Eles esperam que os clientes exibam um comportamento de crédito mais cuidadoso e esperam apoiar processos decisórios mais bem informados.

O aplicativo inclui recursos como uma ferramenta de comparação de crédito para avaliar as alternativas que melhor se ajustam às necessidades do usuário, com dados de mercado em tempo real.

Atualmente, a Guiabolso atende milhares de usuários no Brasil; além disso, tem sido uma experiência de aprendizagem que poderia

permitir uma proposta para o mercado mexicano.

Juan Navarrete comenta: “Uma dificuldade chave a superar é construir a confiança do usuário: uma pessoa que nunca foi usuária de produtos e serviços bancários desconfiadas instituições financeiras porque nunca a considerara como cliente. Os segmentos com os quais trabalhamos precisam se empoderar para se tornarem capacitados, a fim de conduzir sua própria estrada para sair da pobreza.”



Estudo de Caso 2

Impulsionar empreendedores sociais e ambientais através de empréstimos reembolsáveis com um percentual acima das vendas

Rafael Alonso, Gerente, VIWALA

A New Ventures assumiu o desafio de apoiar pequenas empresas de impacto social ou ambiental que não tinham acesso a serviços financeiros. A empresa desenvolveu a New Ventures Capital, que concede empréstimos que são pagos com uma porcentagem das vendas. Os empréstimos vão de 500 mil a 3 milhões de pesos mexicanos por empréstimo.

Rafael Alonso compartilhou: “Entre as conquistas que tivemos com este projeto, o primeiro foi obter o apoio de partes interessadas, como a ANDE. A segunda foi o primeiro empréstimo que concedemos em nosso programa piloto, e a terceira conquista foi a consolidação de nossa equipe.”

A New Ventures estimula as pequenas empresas com empréstimos que talvez não consigam por outros canais. O impacto do projeto é medido no montante total emprestado e no número de empresas participantes.

Os empreendedores são previamente avaliados pelos programas de aceleração da New Ventures, para garantir que estejam na fase correta de desenvolvimento para enfrentar com sucesso o compromisso financeiro.

As empresas devem ter um faturamento anual superior a US\$ 1.2 milhões em pesos mexicanos, uma sólida equipe de trabalho e um modelo de negócios inovador e sustentável.

Até o final de 2019, a New Ventures quer beneficiar 20 empresas de impacto social ou ambiental e incluir projetos relevantes para as mulheres.



Rafael Alonso comentou: “Pequenas empresas em crescimento merecem este tipo de estímulo porque são o principal motor da economia. Acreditamos que ajudar os empreendedores que procuram ter um impacto social ou ambiental deve ser o modo normal de fazer negócios.”

Estudo de Caso 3

Serviços financeiros criados especificamente para comunidades de baixa renda

O Banco Maré é um negócio de impacto que oferece serviços financeiros básicos via aplicativo para celular. Começando no Complexo da Maré, uma das maiores favelas do Rio de Janeiro, a empresa contrata desde o início pessoas da própria comunidade, para garantir que os serviços oferecidos atendam de fato necessidades reais do público-alvo. Ciente da realidade de muitos moradores do Complexo da Maré, que precisam gerenciar o seu próprio negócio ao mesmo tempo em que cuidam dos filhos e das tarefas domésticas, o app do Banco Maré permite pagar contas, comprar crédito para celular e fazer compras no comércio local. Essa possibilidade elimina o deslocamento até bairros vizinhos, percurso que, além de gastar tempo (até quatro horas ida e volta), expõe as pessoas ao risco de serem assaltadas com um montante grande de dinheiro em espécie.



O aplicativo usa a tecnologia blockchain, para adicionar segurança à transação, e uma criptomoeda chamada “Palafita” (um nome que foi escolhido pelos próprios moradores da região) para facilitar o processo, já que o beneficiário não precisa trocar nenhum tipo de ticket ou nota, mas apenas informações virtuais. Isso fortaleceu ainda mais sua conexão com os negócios. Nos primeiros dois anos, o banco atingiu a marca de 23 mil correntistas, e na próxima fase pretende expandir sua operação para outras cidades no Brasil e na América Latina.

8. um histórico descentralizado de todas as transações em uma rede ponto a ponto. Essa tecnologia permite que os participantes possam confirmar transações sem a necessidade de uma autoridade central. Fonte: PwC

9. um meio de troca, como o real, mas é digital e usa técnicas de criptografia para controlar a criação de unidades monetárias e verificar a transferência de fundos. Fonte: PwC

AGRADECIMENTOS

Este relatório foi possível graças ao apoio da MetLife Foundation. Através de uma colaboração com a MetLife, a ANDE foi capaz de realizar 8 reuniões do Learning Lab de inclusão financeira na cidade do México e em São Paulo sobre os temas que foram apresentados.

Também foram realizados dois eventos especiais onde conseguimos um intercâmbio de conhecimento entre os dois países e o Canadá, para apresentar iniciativas vencedoras do fundo catalisador da ANDE LATAM.

Somos especialmente gratos pelo apoio de Nalleli García, Responsabilidade Social e Gerencia da Fundação MetLife no México, Thais Catucci, Líder de Comunicação Interna e Externa LatAm na MetLife Brasil e as pessoas que lideraram o Learning Lab conosco: Rafael Alonso, da New Ventures no México, Camille Bermeguy (ex membro da Fundacion Capital) e Ruy Camargo, do Impact HUB Brasil; também aos especialistas que contribuíram com o fornecimento de dados e conteúdo nas reuniões: Gabriela Zapata, consultora; Irina Alberro, Henderson Alberro; Juan Navarrete, da Fundación Capital; Vicente Fenoll, Kubo Financiero; Francisco Cordero, Laudex; Frederic de Mariz, UBS; Breno Barlach, plano CDE; Alexandre Darzé, IFC; Lauro Gonzalez, FGV e Guilherme Prado, Konkero.

Agradecemos muito a todos os participantes das reuniões, que permitiram o compartilhamento de conhecimentos, desafiando as soluções atuais e gerando colaborações:

Adobe Capital	Instituto Quintessa
Aliança Empreendedora	International Finance Corporation
Análise Econômica Consultoria	Jeitto
Artemisia	Kaeté Investimentos
Asociación de Bancos de México	Konkero
Aspen Institute México	Mais Fácil
Associate Operations	Mass Challenge
AZ Quest	MasterCard Worldwide
B2US	Mei Fácil
Banco Maré	Mgov
Bank of America Merrill Lynch	Micromentor
Basilio Advogados	Nacional Monte de Piedad
BBVA Educación Financiera	NESsT
Blu 365	New Ventures
Bo Consultoria	NIMMÖK
Bravia Capital	Paypal
Caixa Econômica Federal	PF Negócios
Caixa Seguridade	Plano CDE
Cartão Mais Fácil	Pro Mujer
Catholic Relief Services	Produtora Social Cultural A Banca
Centro de Innovación a la Vivienda	Progression Capital Africa
Citibanamex	Quod
Dalberg Global Development Advisors	Reforestamos México
Derraik & Menezes Advogados	Sitawi
Din-Din Kids	SPC Brasil
El Buen Socio	Synthase Ventures
Endeavor	Tigre
Enjoy Alimentação Orgânica, Ewally	UBS
Firgun	Unifimex
Fundação Arymax	University of São Paulo
Fundação Getúlio Vargas	Value for Women
Fundación Capita	Village Capital
Fundación Capital	Visa
FUNDES	Vox Capital
ICE	World Vision
Impact Hub	Yunus Social Business

A partir da perspectiva de ANDE, esperamos que este relatório sirva de inspiração para desenvolver mais e melhores práticas, ferramentas e programas que sirvam para avançar significativamente o estado de inclusão financeira na América Latina.

Relatório produzido por



Patrocinador do Learning Lab
de Inclusão Financeira



2019