

Inclusão Financeira em tempos de COVID-19

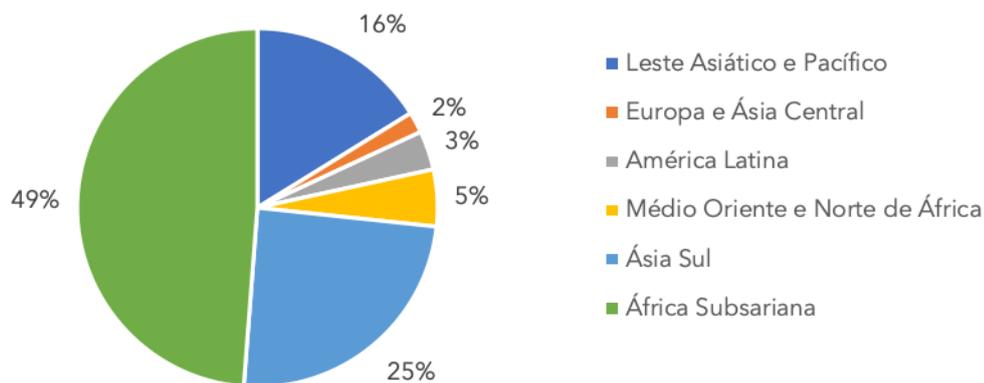
O BNA está a preparar-se para implementar o sistema de contas mobile money em Angola. De facto, sendo urgente criar as condições necessárias para aumentar os níveis de inclusão financeira das populações, as contas mobile money constituem-se como uma alternativa simples e com forte probabilidade de sucesso, conforme já confirmado por outras economias africanas. Este artigo apresenta as vantagens e desvantagens associadas a este serviço, relata o maior caso de sucesso associado à implementação do serviço mobile money, onde a sua penetração de mercado atingiu os 73% da população em 2017 (Quénia) e a sua aplicabilidade a Angola.

Maio de 2020

Hoje, mais do que nunca, importa garantir a segurança dos agentes económicos no que toca à realização de transacções financeiras, nomeadamente as que envolvem o manuseamento de moeda física. Não sendo ainda consensual no seio da comunidade científica que este vírus possa persistir em superfícies como notas ou moedas, muito pouco se tem como certo e comprovado sobre os meios de transmissão do mesmo e, portanto, todas as medidas de segurança são importantes.

Uma das alternativas ao manuseamento de dinheiro físico é o *mobile money*, que se constitui como um dos métodos de pagamento mais difundidos em África em alternativa às tradicionais contas e cartões bancários. Este meio de pagamento permite a qualquer agente económico que possua um simples telemóvel com acesso a tecnologia GSM efectuar pagamentos, realizar e receber transferências e guardar poupanças numa espécie de “carteira electrónica” e que pode ser movimentada através de SMS.

Gráfico 1 - Distribuição de Contas Mobile Money Activas por Região, 2019



Fonte: GSMA¹

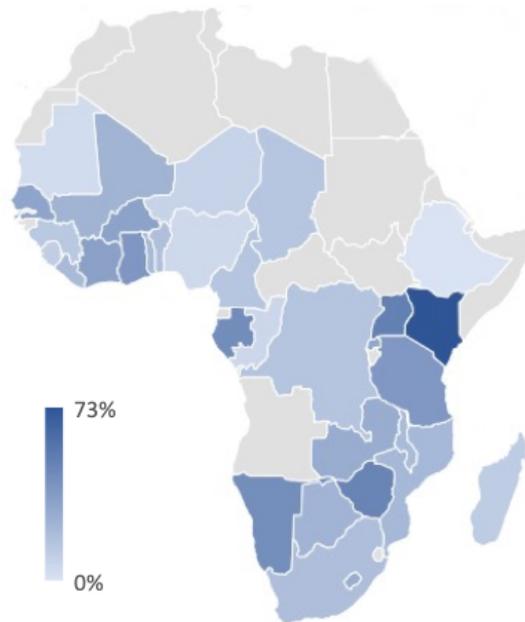
Este sistema de pagamentos tem sido amplamente utilizado em países africanos, devido à baixa recorrência dos agentes económicos a serviços e produtos bancários. Na verdade, estima-se que em 2017 apenas 30% da população em idade adulta da África Subsariana² detinha uma conta bancária numa instituição financeira. Esta fraca incidência acontece por diversas razões:

- i. Baixos níveis de escolaridade;
- ii. Baixos níveis de rendimento;
- iii. Baixos níveis de literacia financeira;
- iv. Fraca incidência de agências bancárias em determinadas regiões;
- v. Custos elevados associados aos produtos e serviços bancários;
- vi. Dificuldade de acesso a documentos de identificação;
- vii. Questões religiosas, entre outras.

¹ Mais informações em: <https://bit.ly/3b2TFMU>

² Excluindo economias de elevado rendimento.

Gráfico 2 - Percentagem de população adulta da África Subariana com acesso a contas "mobile money", 2017



Fonte: Banco Mundial

A facilidade com que qualquer pessoa pode aceder a estes serviços é tal que as contas *mobile money* tornaram-se, desde 2001 até há data, um dos principais precursores da inclusão financeira dos agentes económicos na maioria dos países de baixo rendimento. Na região da África Subariana, o Banco Mundial estima que, em 2017, 21% da população era detentora de uma conta *mobile money* e que 11% possuía este tipo de conta em exclusividade.

Adicionalmente, esta Instituição estima ainda que dois terços da população adulta não bancarizada possuía um telemóvel em 2017, o qual, mesmo não tendo acesso à internet, é perfeitamente elegível para ter acesso a uma destas contas.



Vantagens

- Aumento dos níveis de inclusão financeira das populações
- Maior facilidade e rapidez na realização de operações monetárias
- Incentivo à redução da pobreza, uma vez que facilita a realização de remessas e transferências sociais para pontos do País mais distantes e inacessíveis
- Incentivo a uma abordagem mais próxima por parte das populações às instituições financeiras

- Maior incentivo aos bancos para que desenvolvam as suas próprias contas *mobile money*
- Redução dos custos unitários das operações por via do aumento da concorrência face aos serviços bancários tradicionais
- Acesso melhorado e mais alargado a serviços financeiros, levando a uma redução de moeda a circular fora do sector bancário
- Maior eficiência do mecanismo de transmissão da política monetária



Desafios

- A implementação e disseminação de contas *mobile money* requer um ambiente regulatório complexo e favorável
- Existência de barreiras à entrada, tais como barreiras educacionais, barreiras linguísticas, barreiras de design de produto e barreiras de acessibilidade
- Desafios tanto da perspectiva da estabilidade financeira quanto da protecção do consumidor
- Criação de mecanismos e difusão dos mesmos de forma a garantir a confiança dos utilizadores, principalmente daqueles cujo contacto com noções e conceitos financeiros é reduzido ou nulo
- Crescentes e constantes níveis de inovação financeira irão requerer elevados níveis de supervisão e evolução contínua da regulamentação aplicável

O Quénia e a criação do M-Pesa³

Um dos países onde o sistema *mobile money* possui maior expressão é o Quénia, onde 73% da população em idade adulta possui uma conta *mobile money*.

Com cerca de 81% da população sem acesso a contas bancárias, mas com 54% a possuir ou ter acesso a um telemóvel, a Safaricom⁴ lançou em 2007 uma ferramenta que viria a dar resposta à dificuldade de se realizar transacções monetárias entre os agentes económicos⁵. Esta ferramenta teve

uma grande adesão por parte da população, tendo-se registado a abertura de 2 milhões de contas M-Pesa logo no primeiro ano de actividade.

³ Em Swahili, uma das línguas oficiais do Quénia a par do Inglês, "Pesa" significa "dinheiro".

⁴ Maior empresa de telecomunicações do Quénia.

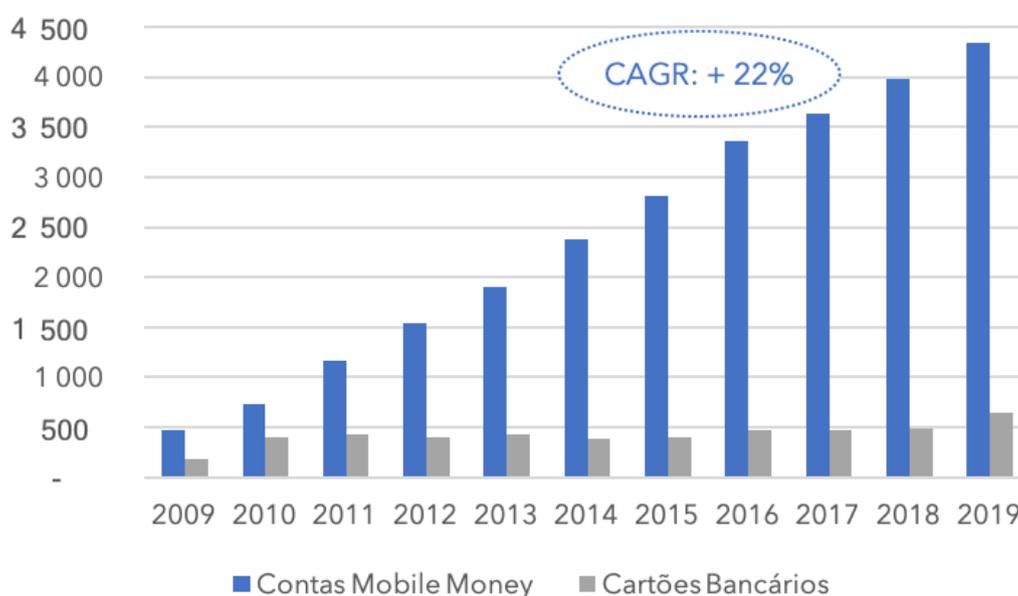
⁵ Com o aumento do êxodo de trabalhadores do meio rural para o meio urbano, cresceram as dificuldades que estes sentiam relativamente ao envio de dinheiro para sustentar as suas famílias que permaneciam nas zonas rurais. Tanto que o slogan usado na primeira campanha publicitária do M-Pesa foi "Send money home".

O M-Pesa funciona de forma extremamente simples e é acessível a todas as camadas da população: com várias agentes M-Pesa espalhados pelo País (que podem ser farmácias, supermercados ou postos de correio), os agentes económicos deslocam-se a um deles e efectuam o depósito nas suas contas *mobile money*. A partir daqui, podem-se realizar pagamentos e transferências para qualquer pessoa que possua um telemóvel. Caso o receptor do pagamento/transferência não possua uma conta *mobile money*, poderá simplesmente deslocar-se a uma das agências ou quiosques e, com o código que recebeu no seu telemóvel, efectuar o levantamento do montante em dinheiro.

Ao longo da última década, o número de contas M-Pesa tem crescido significativamente, acompanhado naturalmente pelo número de transacções realizadas e pelos montantes transaccionados.

Estatísticas divulgadas pelo Banco Central do Quénia indicam que durante o ano de 2019 foi transaccionado, por via de 48 milhões de contas M-Pesa, um montante equivalente a 50% do PIB do País. Se analisarmos a evolução dos montantes transaccionados por via das contas M-Pesa entre 2009 e 2019, verificamos que estes cresceram a uma taxa média anual de 22%, tendo sido transaccionados durante o ano de 2019 o equivalente a cerca de USD 43 Biliões, comparativamente às transacções com cartões, que somaram, em xelins quenianos, o equivalente a pouco mais de USD 6 Biliões.

Gráfico 3 - Evolução dos Montantes Transaccionados via Contas M-Pesa e Cartões Bancários (KSh Biliões)



Fonte: Banco Central do Quénia

A grande adesão ao serviço M-Pesa “*cash-in, cash out*” levou a que rapidamente fossem desenvolvidas funcionalidades complementares como o pagamento de salários, o acesso a crédito com taxas mais reduzidas face às oferecidas pelas instituições financeiras, a constituição de poupanças, paga-

mento de renda de imóveis, aquisição de bilhetes para eventos, etc.

Ao permitir que a inovação financeira tomasse lugar através da disponibilização deste serviço de *mobile money*, foram alcançados resultados bastante positivos em várias vertentes:

- Criação de produtos diferenciados para segmentos de mercado não explorados;
- Aumento do nível de inclusão financeira da população permitindo, por um lado, a acumulação de capital do lado das populações mais desfavorecidas e, por outro, a redução do custo unitário dos serviços financeiros;
- Operações facilitadas para pequenos comerciantes, por via da maior rapidez e eficiência com que são feitas as transacções monetárias em termos de processamentos de salários ou pagamentos a fornecedores, por exemplo;
- Maior aprofundamento financeiro, contribuindo para uma maior eficiência da política monetária.

Aplicabilidade a Angola

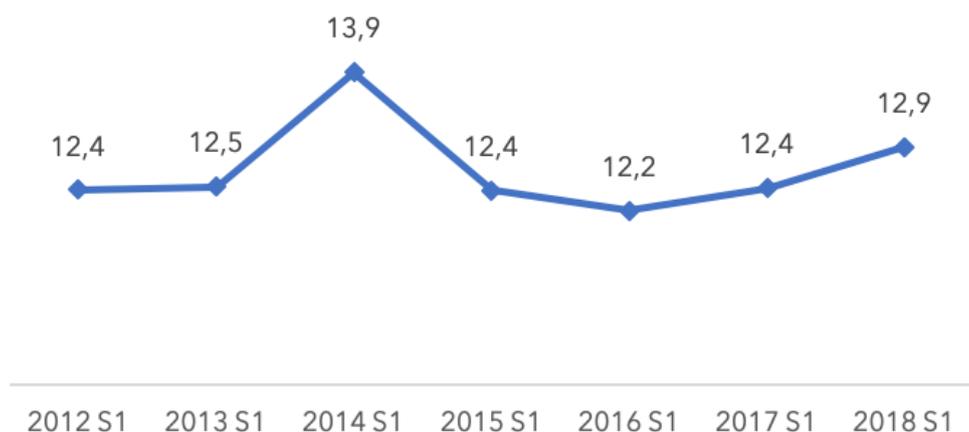
Angola é um dos poucos países da África Subsariana que ainda não implementou esta solução. Algumas instituições financeiras criaram soluções semelhantes, como o e-Kwanza do Banco BAI ou o Xikila Money ⁶ do Banco Postal, não havendo, no entanto, informações relativas ao seu sucesso ou aceitação pelo mercado. A associação destes serviços a grandes instituições financeiras e a fraca inclusão financeira da população poderão ser factores de retracção por parte de agentes económicos com menos contacto com este tipo de Instituições.

As Instituições Angolanas, nomeadamente o Banco Nacional de Angola e o Executivo, têm feito vários esforços no sentido de melhorar o Índice de Inclusão Financeira⁷, cujo conceito se relaciona com o grau de acesso da população a produtos e serviços financeiros.

Conforme é possível verificar através do gráfico abaixo representado, Angola como um todo apresenta um Índice de Inclusão Financeira bastante reduzido, apesar da sua trajectória ser crescente desde 2016. Tendo como base a província de Luanda, as restantes províncias apresentam índices regionais que variam entre apenas 0 e 16 pontos, o que faz com que o índice global não vá além dos 12,9 pontos no I semestre de 2018.

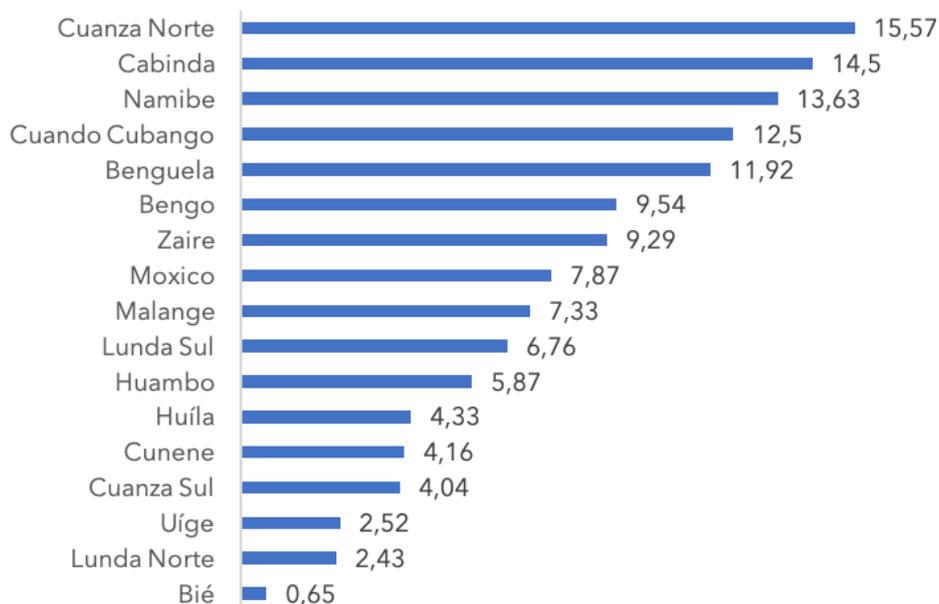
⁶ Entretanto desactivado devido ao encerramento do Banco Postal.

⁷ Pela sua natureza e complexidade, este índice pode ser avaliado pela combinação de diferentes indicadores e variáveis. Uma das mais utilizadas é a percentagem de adultos que detém contas em instituições financeiras formais.

Gráfico 4 - Evolução do Índice de Inclusão Financeira de Angola (Luanda = 100)

Fonte: BNA

Cabinda, Namibe e Benguela apresentam as séries históricas mais elevadas, enquanto Bié, Lunda Norte e Uíge apresentam os resultados mais baixos em termos de inclusão financeira. No entanto, províncias como o Cuando Cubango e Cuanza Norte foram as que registaram maiores incrementos ao nível deste índice entre 2012 e 2018.

Gráfico 5 - Índice de Inclusão Financeira por Províncias, I Semestre 2018 (Luanda = 100)

Fonte: BNA

O baixo índice de inclusão financeira em termos globais poderá justificar-se através dos seguintes motivos:

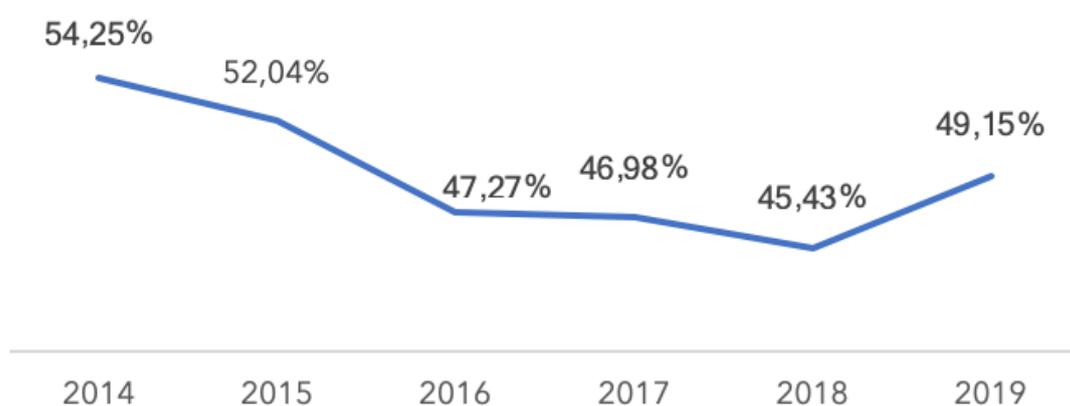
1. Cobertura geográfica deficiente ao nível de agências bancárias, dificultando o acesso por parte da população residente em zonas mais remotas;
2. Reduzido grau de envolvimento da população com os produtos e serviços oferecidos no sistema financeiro;
3. Baixo nível de escolaridade e de rendimento.

Pelos motivos apresentados, e que de facto se constituem na sua maioria como variáveis tidas em conta no cálculo do Índice de Inclusão Financeira, é fácil de perceber porque é que Luanda é tida como a província que serve como referência às restantes.

Da análise realizada até aqui, e após apresentadas as vantagens e desvantagens da solução *mobile money*, apercebemo-nos que esta poderá ser uma ferramenta imprescindível para melhorar os níveis de inclusão financeira da população angolana. Entretanto, carece de acrescentar que possivelmente esta será uma ferramenta extremamente útil aos tempos que correm e às exigências de distanciamento social impostas pela pandemia do COVID-19, uma vez que, à excepção da abertura de conta, qualquer outra transacção poderá ser realizada com custos relativamente baixos para o utilizador e cumprindo todas as regras de segurança.

A possibilidade de sucesso do *mobile money* está intimamente ligada com o acesso da população a telefones móveis. Conforme é possível verificar através do gráfico seguinte, em 2019 existia 1 telefone móvel por cada 2 habitantes, de forma aproximada.

Gráfico 6 - Penetração Móvel Celular por cada 100 Habitantes



Fonte: INACOM

A razão de ser desta taxa de penetração móvel celular ainda frágil pode relacionar-se com a fraca cobertura de rede em alguns pontos do País, bem como a falta de acesso a energia eléctrica, principalmente em zonas rurais. Ora, estes são aspectos fundamentais para que exista uma maior dis-

seminação dos telefones móveis. O alargamento das infraestruturas necessárias para garantir uma maior cobertura de rede e de energia eléctrica assumem uma extrema relevância para o sucesso desta ferramenta que se pretende criar.

Para além disso, é necessário sensibilizar a população destas áreas para as vantagens que poderão retirar da utilização destas tecnologias e garantir a sua confiança. Uma base regulatória sólida e que proteja o consumidor poderá ser um bom ponto de partida.

Para finalizar, importa ainda que exista uma concertação ao nível das várias instituições do sistema governativo e financeiro, de forma a serem desenvolvidas várias acções que ajudem a sustentar o aumento da inclusão financeira da população, a par com a introdução do *mobile money*, sendo elas:

- Desenvolvimento de programas de educação financeira como forma de disseminação de informação relativa à utilização de meios de pagamento alternativos à moeda física;
- Extensão do acesso a serviços e produtos financeiros pela população, com maior enfoque nas províncias com menores índices de inclusão financeira;
- Criação de produtos e serviços adaptados a faixas mais desfavorecidas da população angolana (exemplo das Contas Bankita já implementadas) e respectiva disseminação publicitária;
- Maior credibilização das instituições financeiras a operar no País.

Este documento foi preparado pela Kitambo Business Consulting, Lda.

Autor da publicação:

Ana Botão, Manager

Email: ana.botao@kbc.co.ao

Publicação completa a 04 de Abril de 2020, 12:00 (GMT+1)

Publicação divulgada a 05 de Abril de 2020, 17:00 (GMT+1)

Esta Publicação é divulgada somente pelo site da Kitambo Business Consulting.

Para mais informações visite www.kbc.co.ao



KITAMBO BUSINESS CONSULTING

Esta publicação de pesquisa foi preparada pela Kitambo Business Consulting, Lda. Este é fornecido apenas para fins informativos e não deve ser considerado como uma oferta de venda ou solicitação de uma oferta de compra ou venda de instrumentos (ou seja, instrumentos financeiros aqui mencionados ou outros interesses no que diz respeito a tais instrumentos financeiros).

A publicação de pesquisa foi preparada de forma independente e exclusivamente com base em informações disponíveis publicamente que a Kitambo Business Consulting considera confiáveis. Apesar de ter sido tomado um cuidado razoável para assegurar que o seu conteúdo não é falso ou enganoso, não é feita nenhuma representação quanto à sua exactidão ou integridade sendo que a Kitambo Business Consulting não assume qualquer responsabilidade por qualquer perda directa ou consequential, incluindo, sem limitação, qualquer perda de lucros, decorrente da confiança neste relatório de pesquisa.

As opiniões aqui expressas são as opiniões dos analistas responsáveis pela elaboração da publicação de pesquisa e reflectem o seu julgamento de acordo com a data deste documento. Estas opiniões estão sujeitas a alterações e a Kitambo Business Consulting não se compromete a notificar qualquer destinatário desta publicação de tais alterações nem de quaisquer outras alterações relacionadas com as informações fornecidas aqui. A KBC não se responsabiliza por qualquer perda de qualquer pessoa com base nesta publicação.

A KBC é uma empresa de consultoria de gestão, fundada em Angola e conhecedora do mercado africano. Para mais informações visite www.kbc.co.ao