

Inclusão financeira de populações ribeirinhas: avaliação de impacto da Agência Barco

Ricardo Paschoeto dos Santos¹

Luiz Antonio Joia²

¹ Caixa Econômica Federal, Rio de Janeiro / RJ — Brasil

² Fundação Getúlio Vargas / Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Rio de Janeiro / RJ — Brasil

Esta pesquisa tem como objetivo avaliar o impacto da Agência Barco na inclusão financeira da população ribeirinha da ilha de Marajó. Para tal, foram coletados dados via observação direta e entrevistas com clientes e funcionários da Agência Barco na ilha de Marajó, os quais foram analisados por meio de análise léxica e de conteúdo. As categorias obtidas foram, então, interpretadas *vis-à-vis* um modelo de inclusão financeira desenvolvido a partir da literatura existente. Os resultados obtidos permitem concluir que a Agência Barco tem conseguido fornecer, parcialmente, acesso a produtos e serviços financeiros. Entretanto, a falta de educação financeira básica da população ribeirinha da ilha de Marajó tem sido um obstáculo para o adequado uso dos serviços financeiros disponíveis, impedindo uma inclusão financeira sustentável.

Palavras-chave: inclusão financeira; desenvolvimento; tecnologia da informação e comunicação; Agência Barco; ilha de Marajó.

Inclusión financiera de poblaciones ribereñas: evaluación del impacto de la Agência Barco

Esa investigación tiene por objetivo evaluar el impacto de la Agência Barco en la inclusión financiera de la población de las riberas de la isla de Marajó. Así, han sido recolectados datos por medio de observación directa e de entrevistas semi-estructuradas con los clientes e empleados de la Agência Barco en la isla de Marajó, los cuales han sido analizados por medio de análisis léxica y de contenido. Las categorías obtenidas fueran interpretadas *vis-à-vis* un modelo de inclusión financiera desarrollado desde la literatura existente. Los resultados obtenidos permiten concluir que la Agência Barco há logrado éxito en suplir, parcialmente, acceso a los productos y servicios financieros. Sin embargo, la falta de educación financiera básica ha impedido que la población haga uso adecuado de los servicios financieros ofertados, lo que ha impedido una inclusión financiera sostenible.

Palabras clave: inclusión financiera; desarrollo; tecnología de la información y comunicación; Agência Barco; isla de Marajó.

Financial inclusion of riverine populations: impact assessment of Agência Barco

This research aims to assess the impact of the Agência Barco (a branch of a bank that operates in a boat) on the financial inclusion of the riverine population of the Marajó island. Empirical research was carried out through direct observation and semi-structured interviews applied to users and employees of the Agência Barco. Lexical and content analyses were then applied in order to identify the elements for the financial inclusion of this population. The categories obtained through this technique were interpreted *vis-à-vis* a financial inclusion model developed from the existing literature. The research results show that the Agência Barco has managed to supply partial access to financial products and services. However, the lack of basic financial education of the riverine population of the Marajó island has hindered adequate use of the financial services provided, hampering sustainable financial inclusion.

Keywords: financial inclusion; development; information and communication technology; Agência Barco; Marajó island.

DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7612171861>

Artigo recebido em 10 nov. 2016 e aceito em 6 out. 2017.



1. INTRODUÇÃO

Estudos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015) apontam uma melhoria contínua dos indicadores de desenvolvimento social e econômico do Brasil nas últimas duas décadas, com a diminuição das desigualdades entre as classes de renda. No entanto, ao se analisar o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal Brasileiro (IDHM), desigualdades são realçadas, sendo possível identificar um grande abismo nas oportunidades apresentadas aos brasileiros (PNUD, Ipea e FJP, 2013).

Essas desigualdades também se apresentam no acesso a serviços financeiros, o que pode ser constatado nos indicadores do Relatório de Inclusão Financeira do Banco Central, os quais demonstram uma grande dispersão entre as unidades da Federação (BCB, 2015), indicando, em março de 2015, 240 municípios brasileiros sem nenhum tipo de dependência bancária. Além disso, 1.922 municípios brasileiros não possuíam, em março de 2015, agências bancárias formais, ou seja, 34,5% do total de municípios brasileiros (BCB, 2015). Portanto, ainda existe no Brasil forte assimetria no acesso a serviços bancários (Crocco et al., 2013).

Nos países em desenvolvimento, o acesso a serviços financeiros pode ser visto como um bem público essencial, permitindo que a sociedade usufrua os benefícios de uma economia de mercado moderna (Peachy e Roe, 2006), o que é reconhecido pelo Banco Mundial como fator crítico na redução das desigualdades de renda e na aceleração do crescimento econômico regional (World Bank, 2014). Além disso, Chibba (2009) destaca o papel da tecnologia da informação e comunicação (TIC) no provimento de serviços bancários a populações de baixa renda localizadas em áreas remotas.

Assim, autores como Sarma e Pais (2011) e Crocco e colaboradores (2013) têm analisado o impacto positivo do acesso ao crédito e serviços bancários no desenvolvimento social de nações.

Em que pese o Brasil ter ampliado, consideravelmente, o acesso da sua população a seu sistema financeiro, via correspondentes bancários (CB) (Feltrim et al., 2009; Leonardi et al., 2016), esse modelo apresenta limitações, em vista de sua grande ênfase em serviços transacionais como pagamentos de boletos, saques e depósitos, e pouca ênfase em serviços de relacionamento com o cliente, especialmente o microcrédito¹, o qual é um dos propiciadores da inclusão financeira de populações de baixa renda (Diniz, 2007; Leonardi et al., 2016).

Assim, este artigo objetiva investigar os postos de atendimento (PA) bancários itinerantes instalados em embarcações — projeto desenvolvido pela Caixa Econômica Federal (Caixa) e denominado Agência Barco —, os quais visam fornecer acesso a serviços bancários a populações de regiões ribeirinhas nas quais não há sequer uma agência bancária formal instalada. Especificamente, o universo deste trabalho compreende a Agência Barco que atende a ilha de Marajó, no estado do Pará — região que apresenta baixo índice de desenvolvimento humano, incluindo a cidade de Melgaço, com o menor IDHM do Brasil (PNUD, Ipea e FJP, 2013). Assim, este artigo tem por pergunta de pesquisa: como a Agência Barco tem impactado a inclusão financeira na região da ilha de Marajó?

¹ Microcrédito é o termo usado hoje para designar uma variedade de empréstimos direcionados a um público de baixa renda que, usualmente, não tem acesso às formas convencionais de crédito. Disponível em: <www.grameen-info.org/what-is-microcredit/>. Acesso em: 28 jun. 2017.

2. INCLUSÃO FINANCEIRA E DESENVOLVIMENTO

Estudos sobre desenvolvimento nunca chegaram a um consenso em relação ao significado de “desenvolvimento”, gerando debates e contestações entre diversas entidades e organismos oficiais e não governamentais envolvidos em ações que buscam melhoria das condições de vida (Escobar, 1995; Pieterse, 2000). Dessa forma, uma visão holística em relação ao conceito de desenvolvimento foi adotada pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), a partir da década de 1990 (PNUD, Ipea e FJP, 2013), inspirada no pensamento de Amartya Sen (2001).

Assim, sob a influência da abordagem multidimensional das capacidades (Sen, 2001), cresceu o reconhecimento de que é preciso incluir outros atributos, além de renda e consumo, para identificação mais precisa da extensão da pobreza e para a representação da situação de vulnerabilidade dos indivíduos. Para essa abordagem, o crescimento econômico é necessário para o desenvolvimento, mas não é fator único nem suficiente (Clark, 2005).

A abordagem das capacidades é reconhecida pela forma como aumenta a abrangência da avaliação do desenvolvimento humano, tratando as pessoas como fim em si mesmas, ao invés de considerá-las apenas como meio para a atividade econômica (Sen, 2001).

Nessa linha, ser um participante do sistema financeiro tornou-se extremamente necessário na vida diária, o que torna indispensável o acesso e uso de serviços financeiros (Gloukoviezoff, 2006). Entretanto, nem todos os indivíduos podem ser considerados financeiramente incluídos, seja por falta de acesso ao sistema financeiro, ausência de serviços financeiros disponíveis ou ausência de educação financeira para acesso e uso desses serviços (Sarma et al., 2008; World Bank, 2014).

No Brasil, vários trabalhos têm pesquisado a inclusão financeira no país (Bader e Savoia, 2013; Gussi et al., 2014). Para o Banco Central, inclusão financeira é o processo de efetivo acesso e uso, pela população, de serviços financeiros adequados a suas necessidades, contribuindo para sua qualidade de vida (BCB, 2015). Essa definição é similar à proposta pelo Banco Mundial, envolvendo tanto acesso quanto uso de serviços financeiros pela população (World Bank, 2014).

Entretanto, não obstante o progresso no relacionamento dos cidadãos com o sistema financeiro, assim como a crescente presença de instituições financeiras em quase todos os municípios brasileiros, devido ao sucesso do modelo de correspondentes bancários (CB),² o país tem menos da metade de agências bancárias *per capita* do que países desenvolvidos (Bader e Savoia, 2013). Ademais, cerca de apenas 35% da população brasileira têm cartão de crédito (World Bank, 2014) e, aproximadamente, 25% da população declara ter conta bancária apenas para receber salário, pensão ou outros benefícios (BCB, 2015). Tais fatos revelam o desafio que o Brasil enfrenta para construir um sistema financeiro inclusivo, englobando bancos públicos e privados, agências reguladoras, programas de transferência de renda, entre outros.

3. O PAPEL DA TIC NA INCLUSÃO FINANCEIRA

Estudos têm investigado soluções de tecnologia da informação e comunicação (TIC) inovadoras que visam superar os desafios enfrentados pelas comunidades mais pobres do mundo, levando em conta o contexto econômico, cultural e de infraestrutura básica local (Avgerou, 2010). Assim, o foco dessas

² Os correspondentes bancários no Brasil não podem ser considerados agências bancárias completas, já que não possuem todos os serviços financeiros ofertados por aquelas (Diniz, 2007; Diniz et al., 2012).

pesquisas tem se deslocado de compreender a TIC como simplesmente tecnologia empregada como resposta a determinadas necessidades específicas para uma abordagem holística e contextual que trata a TIC como promotora do desenvolvimento.

Tem-se, como exemplo disso, os estudos de Diniz e colaboradores (2012) e Leonardi e colaboradores (2016), os quais apresentam o caso dos correspondentes bancários em comunidades carentes e remotas no Brasil. Assim, a TIC é o mais recente exemplo de inovação inclusiva, uma vez que sua difusão em massa representa a mudança tecnológica mais significativa nas comunidades de baixa renda nos últimos anos, com oportunidades crescentes de habilitar o surgimento de novos bens e serviços, especialmente relacionados com as tecnologias de comunicação móveis (Heeks et al., 2013). Sarma e Pais (2011) também destacam o papel decisivo da infraestrutura física e de comunicação para a construção de sociedades financeiramente incluídas.

4. DA INCLUSÃO DIGITAL À INCLUSÃO FINANCEIRA: UM MODELO CONCEITUAL

Como suportado por vários autores (Avgerou, 2010; Heeks, 2010), a TIC pode levar desenvolvimento a comunidades locais, por meio da inclusão financeira (Diniz, 2007; Leonardi et al., 2016).

Heeks e Molla (2009), em um abrangente e profundo estudo, analisaram vários modelos existentes de TIC para desenvolvimento (ICT4D).³ Desse trabalho, podem-se inferir dois tipos de abordagens subjacentes a esses modelos. A primeira — bastante prescritiva e direta — baseia-se em indicadores associados ao desenvolvimento. Nessa abordagem, não há envolvimento da comunidade local no processo de ICT4D, sendo ela apenas o recipiente passivo dos benefícios do processo em questão (Kumar, 2004). Já a segunda abordagem, fundamentada nos pressupostos da abordagem das capacidades (Sen, 2001), busca o engajamento participativo da comunidade local nesse processo. Entretanto, como suportado por Kleine (2010, 2013), essa abordagem tem grande dificuldade de ser operacionalizada na prática. Assim, a primeira abordagem permite uma aplicação fácil dos modelos desenvolvidos, à custa da participação local, enquanto a segunda abordagem leva em consideração a possibilidade de a população escolher o que lhe é melhor, à custa de uma operacionalização complexa.

Baseando-se nisso e também no fato de Heeks e Molla (2009:156) não terem listado nenhum modelo existente de inclusão financeira mediada pela TIC, um novo modelo foi desenvolvido. Assim, um modelo de inclusão digital (Joia, 2004, 2007) já aplicado à realidade brasileira foi selecionado, haja vista sua fácil e viável operacionalização, assim como sua dinâmica de empoderamento e participação oriunda da abordagem das capacidades. Em suma, esse modelo visa ligar as duas abordagens anteriormente referenciadas.

Na seção seguinte, esse modelo de inclusão digital é apresentado e, então, adaptado, por meio de referencial teórico, para avaliar a inclusão financeira mediada por TIC.

5. O MODELO 2ID DE INCLUSÃO DIGITAL

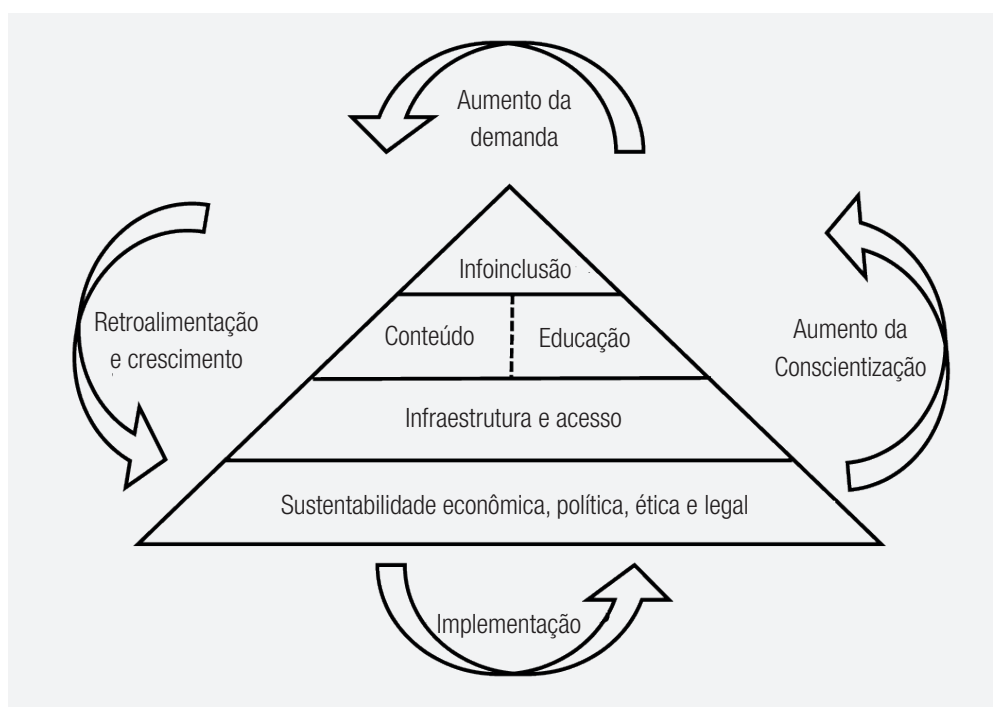
Joia (2004, 2007) propôs o modelo conceitual de infoinclusão dinâmica 2iD, o qual avalia o ciclo do impacto do uso da TIC no desenvolvimento de uma comunidade local, contemplando aspectos políticos, tecnológicos, educacionais e sociais, assim como uma dinâmica de participação e empoderamento dos cidadãos via TIC, conforme apresentado na figura 1.

³ Information and Communication Technology for Development.

Nesse contexto, Joia (2004) propõe que a sustentabilidade da infoinclusão deve abranger não somente fatores financeiros e econômicos, mas também outros que reflitam a preocupação do governo com a continuidade das políticas públicas de inclusão digital. Ainda segundo o autor, o componente “educação” no modelo deve extrapolar o simples treinamento de indivíduos, incorporando conscientização acerca das oportunidades geradas pelas tecnologias para mudanças socioeconômicas. Além disso, o autor reforça a necessidade de se considerar o ambiente e o contexto, para que se crie conteúdo específico que atenda às expectativas e necessidades dos indivíduos da localidade em que se desenvolve o projeto de infoinclusão.

Já o processo dinâmico de inclusão digital do modelo 2iD, fundamentado na abordagem das capacidades (Sen, 2001), representa a conscientização dos indivíduos acerca da importância do uso da TIC. A partir daí, esses indivíduos passam a demandar conteúdo, educação, serviços e acesso à tecnologia. A retroalimentação, aliada à ampliação do ciclo de empoderamento e participação decorrente dessa dinâmica, gera novas implementações de iniciativas de infoinclusão, como mostrado na figura 1.

FIGURA 1 O MODELO DE INFOINCLUSÃO DINÂMICA (2iD)



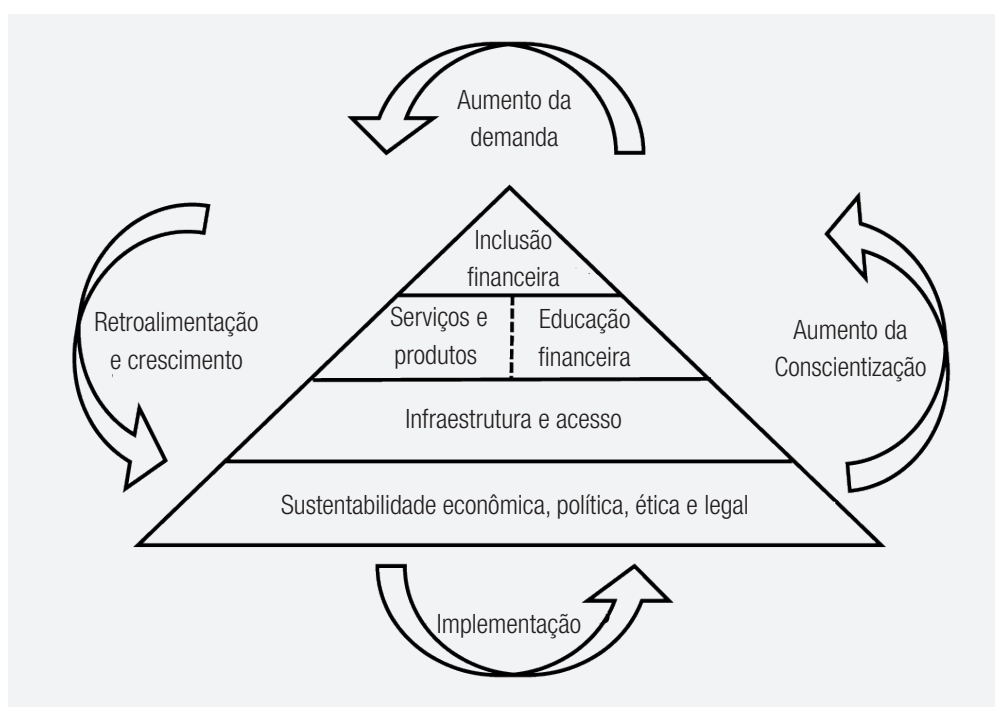
Fonte: Adaptada de Joia (2004:308).

6. O MODELO 2iD ADAPTADO À INCLUSÃO FINANCEIRA

Dado o papel crucial da TIC na inclusão financeira de populações de baixa renda, o modelo conceitual de infoinclusão dinâmica 2iD de Joia (2004) foi adaptado para avaliar a inclusão financeira mediada pela TIC. Para tal, incorporou-se ao modelo a abordagem de capacidades (Sen, 2001), de modo a

se ter uma visão sistêmica, e não necessariamente utilitarista, da inclusão financeira de populações carentes. No entanto, como afirmado por Clark (2005), a operacionalização da abordagem de capacidades não é tarefa simples. Dessa forma, usaram-se os trabalhos de Kleine (2010, 2013) e Gigler (2011) para a prospecção de indicadores de desenvolvimento associados à implementação de TIC. Esses indicadores foram, então, adaptados à inclusão financeira, por meio de fontes referenciais que lhes dessem sustentação (quadro 1). Com isso, o modelo conceitual 2iD adaptado à inclusão financeira — denominado 2iDf — foi desenvolvido, sendo apresentado na figura 2.

FIGURA 2 O MODELO 2iD ADAPTADO À INCLUSÃO FINANCEIRA (2iDf)



Fonte: Elaborada pelos autores.

No modelo 2iDf são contempladas as seguintes dimensões da inclusão financeira: infraestrutura e acesso; educação financeira; serviços e produtos; sustentabilidade, a seguir detalhadas.

- Infraestrutura e acesso — relaciona-se com a criação de condições individuais e coletivas para a população local acessar os serviços financeiros, contemplando:
 - Presença de instalações bancárias e recursos tecnológicos;
 - Disponibilidade de serviços financeiros;
 - Custo acessível de acesso aos serviços financeiros ofertados.
- Educação financeira — relaciona-se com a capacitação das pessoas para uso dos serviços financeiros oferecidos, assim como para entendimento dos seus benefícios, incluindo:
 - Apresentação das características dos produtos e serviços que potencializem os recursos financeiros do cidadão;

- Apresentação das características dos produtos e serviços que viabilizem atividades empreendedoras, visando aumentar a renda da comunidade local;
- Promoção de uso de transações eletrônicas, de modo a substituir numerário.
- Serviços e Produtos — envolve a oferta de produtos e serviços financeiros que levem em conta a realidade de cada comunidade local atendida.
- Sustentabilidade — envolve a manutenção e atualização dos produtos e serviços financeiros ofertados nas localidades, incluindo aspectos econômicos, políticos, legais e éticos.

Semelhantemente ao modelo 2iD (Joia, 2004, 2007), a dinâmica do modelo 2iDf considera o governo brasileiro responsável pelas iniciativas de inclusão financeira, implementando-as sozinho ou em conjunto com bancos privados ou CB (Diniz, 2007; Diniz et al., 2012). Nesse processo dinâmico, por meio da disponibilização de ações de inclusão financeira, a consciência dos cidadãos acerca da importância do mercado financeiro tende a crescer, estimulando-os a usar serviços financeiros. Daí em diante, os cidadãos tendem a demandar mais produtos e serviços financeiros, mais ações educacionais e, conseqüentemente, mais acesso à TIC, de modo a participar do sistema financeiro. Esse aumento da demanda tende a produzir novas iniciativas de inclusão financeira, levando a um ciclo virtuoso de empoderamento e participação. Em outras palavras, os componentes dinâmicos do modelo sustentam e aumentam a inclusão financeira ao longo do tempo (visão longitudinal), enquanto os componentes estáticos do modelo sustentam a inclusão financeira em dado momento (visão transversal), não tendo, porém, como garantir o crescimento da inclusão financeira ao longo do tempo.

No quadro 1 é apresentado o referencial teórico que suporta os componentes do modelo 2iDf.

QUADRO 1 REFERENCIAL TEÓRICO PARA O MODELO 2iD ADAPTADO À INCLUSÃO FINANCEIRA (2iDf)

Componentes do Modelo 2iDf	Fontes
Infraestrutura e acesso	Heeks e Molla (2009); Sarma e Pais (2011)
Educação financeira	Gloukoviezzoff (2006); Heeks e colaboradores (2013); Diniz e colaboradores (2012); Leonardi e colaboradores (2016)
Serviços e produtos	Heeks e Molla (2009); Heeks e colaboradores (2013)
Sustentabilidade	Gloukoviezzoff (2006); Sarma e colaboradores (2008); Gigler (2011)
Implementação	Joia (2004); Sarma e colaboradores (2008); Gloukoviezzoff (2006); Gigler (2011)
Aumento da conscientização	Sen (2001); Joia, (2004, 2007); Heeks e Molla (2009); Bader e Savoia (2013); Gigler (2011)
Aumento da demanda	Joia (2004, 2007); Heeks e Molla (2009); Gigler (2011)
Retroalimentação e crescimento	Sen (2001); Joia (2004, 2007); Heeks e Molla (2009); Gigler (2011)

Fonte: Elaborado pelos autores.

7. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este artigo utiliza o método de estudo de caso (Yin, 2010), com coleta de dados por meio de entrevistas e observação direta. Para tratamento e análise dos dados, foi utilizada a técnica de análise léxica e de conteúdo aplicada ao modelo de infoinclusão dinâmica adaptado à inclusão financeira (2iDf).

Assim, investiga-se um estudo de caso único com uma unidade de análise (Yin, 2010): a Agência Barco da ilha do Marajó.

8. COLETA DE DADOS

Para atender aos objetivos deste trabalho, uma revisão de literatura foi inicialmente desenvolvida e, em seguida, documentos relevantes foram coletados, abrangendo: o projeto Agência Barco (Caixa, 2012, 2014, 2013) e dados sociodemográficos (PNUD, Ipea e FJP, 2013; IBGE, 2015) e de inclusão financeira dos municípios visitados pela Agência Barco (BCB, 2011, 2015).

Entrevistas abertas foram realizadas com cinco gerentes da Caixa que participaram do projeto e implantação do empreendimento, buscando-se obter informações não disponíveis nas fontes documentais. Além disso, solicitou-se a esses gerentes que validassem os protocolos das entrevistas a serem conduzidas para coleta de dados no campo.

Entrevistas semiestruturadas foram então conduzidas com usuários da Agência Barco, assim como com funcionários da Caixa embarcados, para avaliar o impacto da Agência Barco na inclusão financeira da população ribeirinha pesquisada. Os protocolos para essas entrevistas se basearam nos componentes do modelo 2iDf.

Um total de 18 clientes ($C_i, i=1,18$) e cinco empregados da Caixa ($E_i, i=1,5$) participaram dessas entrevistas, as quais foram gravadas e, em seguida, transcritas literalmente para análise.

Finalmente, observação direta assistemática e não participante foi levada a cabo.

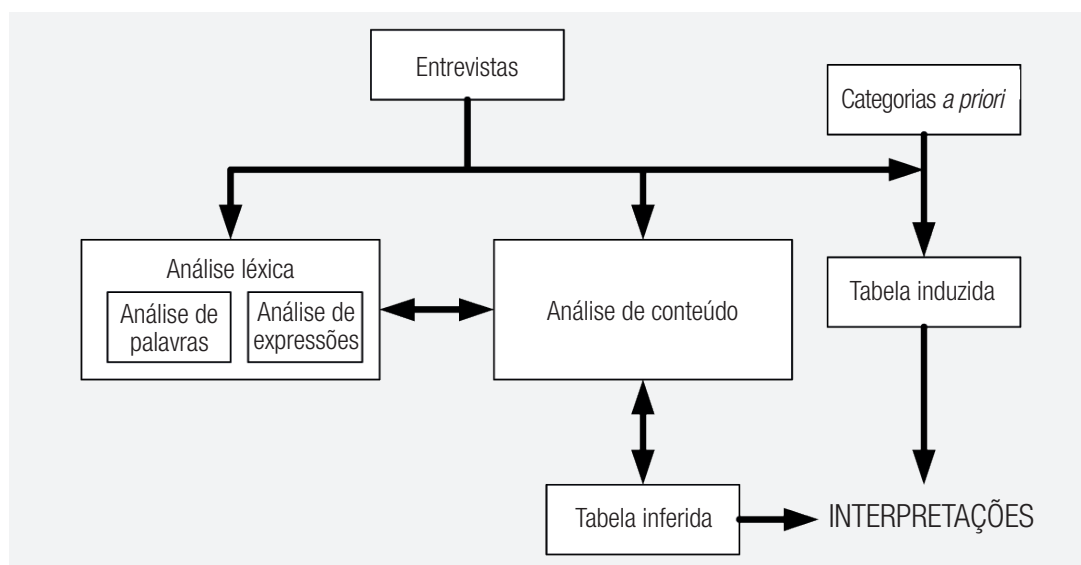
Todos os dados anteriores foram obtidos, por um dos pesquisadores, no curso de uma viagem da Agência Barco de cinco dias, em julho de 2015. A viagem transcorreu de Belém à cidade de Soure e daí à cidade de Ponta de Pedras, com subsequente retorno a Belém.

9. ANÁLISE DOS DADOS

As entrevistas conduzidas junto aos clientes da Agência Barco foram tratadas com técnicas de análise de conteúdo, com categorização *a priori*, a partir dos componentes do modelo de infoinclusão dinâmica 2iDf, com codificação alfanumérica e agrupamento por frequência de ocorrências, ou seja, pela repetição de conteúdos comuns à maioria dos respondentes (Bardin, 2011; Campos, 2004). A categorização seguiu o modelo misto (Laville e Dionne, 1999), ou seja, permitiu-se agregar novas categorias conforme as unidades de registro foram reagrupadas. Já as entrevistas com os funcionários da Caixa embarcados na Agência Barco foram usadas apenas para triangulação de evidências, já que o foco do artigo está na inclusão financeira da população local.

Para auxiliar a análise de conteúdo, aplicou-se antes análise léxica — a qual aplica métodos estatísticos à descrição do vocabulário (Freitas e Janissek, 2000) —, de modo que a análise de dados se desse de uma maneira plena, englobando diversas possibilidades que poderiam emergir, conforme modelo apresentado na figura 3.

FIGURA 3 ANÁLISE DE DADOS



Fonte: Freitas e Janissek (2000:85).

As unidades de registro para recorte do texto foram definidas por palavras e expressões que se referenciavam aos componentes estáticos e dinâmicos do modelo 2iDf. A análise léxica levou à identificação inicial de 864 palavras e expressões que, por sua vez, foram agrupadas em 235 categorias iniciais. O processo recorrente de análise léxica e de conteúdo conduziu a uma nova etapa de categorização, alcançando 97 categorias com 821 ocorrências (tabela 1). A partir dessa fase do processo de análise, as categorias intermediárias foram também codificadas de acordo com sua influência — positiva ou negativa — em relação aos componentes do modelo 2iDf. Os dados foram interpretados por meio de comparação com os componentes do modelo 2iDf, bem como com documentos coletados, de maneira a identificar os impactos da Agência Barco na inclusão financeira das localidades atendidas.

TABELA 1 CATEGORIAS DE ANÁLISE

Componente do Modelo 2iD adaptado à inclusão financeira	Categorias	Frequência de citações por categoria	Frequência de citações por componente do modelo
Infraestrutura e acesso	TCI	45	430
	Custos	85	
	Estrutura física	14	
	Divulgação	129	
	Serviços complementares (Loteria e CB)	121	
	Equipe	19	
	Disponibilidade	17	

Continua

Componente do Modelo 2iD adaptado à inclusão financeira	Categorias	Frequência de citações por categoria	Frequência de citações por componente do modelo
Educação Financeira	Orientação	85	179
	Facilidade de uso	60	
	Inovação	34	
Produtos	Oferta	112	112
Sustentabilidade	Política	46	51
	Econômica	5	
	Legal	0	
	Ética	0	
Conscientização	Inserção	9	17
	Comunidade	8	
Aumento da demanda	Novos serviços	18	18
Crescimento	Iniciativas	15	15

Fonte: Elaborada pelos autores.

10. DESCRIÇÃO DO CASO

A Agência Barco é um barco projetado e construído exclusivamente para funcionamento de uma dependência bancária, onde funcionários da Caixa exercem suas atividades como em qualquer outra agência bancária.

O estudo para implementação de Agências Barco levou em conta as características dos estados da Região Norte, analisando-se as bacias hidrográficas, o público potencial a ser atendido, a dispersão geográfica da população nos municípios e a falta de atendimento bancário nas localidades.

A Agência Barco Ilha do Marajó foi inaugurada em janeiro de 2014 para atender 10 municípios: Soure, Salvaterra, Ponta de Pedras, Muaná, São Sebastião da Boa Vista, Currealinho, Bagre, Breves, Melgaço e Portel (figuras 4 e 5).

FIGURA 4 LOCALIZAÇÃO DA ILHA DE MARAJÓ



Fonte: <http://4.bp.blogspot.com/9vBjTRphbc/Ubus0r5hVLI/AAAAAAAAAEDM/oeYpi5gsx2w/s1600/Par%C3%A1_Mapa+da+Cidade.gif>. Acesso em: 25 jul. 2017.

FIGURA 5 CICLO DE VIAGEM DA AGÊNCIA BARCO NA ILHA DE MARAJÓ

Fonte: Santos (2015:70).

A Agência Barco Ilha do Marajó é uma embarcação que possui três conveses totalizando uma área de 1.077 metros quadrados, com capacidade para 76 pessoas sentadas no salão de atendimento de 140 metros quadrados, além de outros 20 passageiros, que ocupam o barco durante todo o percurso, entre os quais cinco funcionários da Caixa, cinco servidores de órgãos conveniados, quatro vigilantes e seis tripulantes (figuras 6 e 7).

A abertura da Agência Barco teve como condicionante pelos órgãos reguladores que não houvesse custódia de papel moeda no barco, por questões de segurança. Assim, a estratégia de negócio conta com o apoio de uma unidade lotérica em cada cidade atendida pelo barco, de forma que os valores em espécie possam ser providos por esse canal de atendimento, também operado pela Caixa.

FIGURA 6 AGÊNCIA BARCO

Fonte: Santos (2015:71).

FIGURA 7 INTERIOR DA AGÊNCIA BARCO

Fonte: Santos (2015:71).

A agência faz uma viagem mensal, denominada ciclo, permanecendo em média dois dias em cada localidade, funcionando no horário bancário e ofertando todos os serviços de uma agência normal, exceto por não movimentar dinheiro em espécie. O deslocamento entre as cidades ocorre, geralmente, ao final do expediente, adentrando o período noturno, influenciado pelas condições de navegabilidade e pelas condições climáticas (vento, chuva etc.). Os principais serviços oferecidos são: abertura de contas, contratações de microcrédito, financiamento de materiais de construção, títulos de previdência, seguro de vida, crédito direto ao consumidor (CDC), cadastramento e desbloqueio de senhas de cartão cidadão do governo federal, Bolsa Família, entrega e desbloqueio de cartão cidadão, cadastramento e regularização de PIS, liberação de FGTS, liberação de seguro-desemprego, inscrição e regularização de CPF, benefícios do Bolsa Família.

A solução tecnológica para a Agência Barco contempla comunicação via satélite para conexão com o Datacenter da Caixa localizado em Brasília, dimensionada para suportar aplicações de dados e voz em tempo real, com mecanismos de apontamento automático (autopointing) e rastreamento automático do sinal de satélite (autotracking) — viabilizando a execução e transmissão de processos de retaguarda da agência, mesmo com a embarcação em deslocamento. Além disso, a embarcação é dotada de acesso direto à internet por meio de redes de telefonia celular.

11. ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS

Dos 10 municípios atendidos pela Agência Barco na ilha de Marajó, oito são classificados como de desenvolvimento humano baixo ou muito baixo e apenas dois são classificados como possuindo desenvolvimento humano médio, bem abaixo do IDH global do Brasil. Além disso, apenas quatro dos 10 municípios atendidos pela Agência Barco possuem agências bancárias, e somente o município de Breves possui agência da Caixa, instituição financeira responsável por operacionalizar as políticas públicas do governo federal. A Tabela 2 apresenta algumas características dos 10 municípios visitados durante a viagem da Agência Barco.

TABELA 2 DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS DOS MUNICÍPIOS DA ILHA DE MARAJÓ

Cidade	Área (km ²)	Distância Belém (km) ¹	População (2010)	População (2014)	Densidade Demográfica (hab/km ²)	IDHM (2010)	Fonte
BAGRE	4.397,32	265	23.864	27.491	5,43	0,471	http://cod.ibge.gov.br/2BO
BREVES	9.550,51	223	92.860	97.351	9,72	0,503	http://cod.ibge.gov.br/236QT
CURRALINHO	3.617,25	151	28.549	31.591	7,89	0,502	http://cod.ibge.gov.br/8CC
MELGAÇO	6.774,02	251	24.808	26.133	3,66	0,418	http://cod.ibge.gov.br/872
MUANÁ	3.765,55	82	34.204	37.314	9,08	0,547	http://cod.ibge.gov.br/2334U
PONTA DE PEDRAS	3.365,15	43	25.999	28.601	7,73	0,562	http://cod.ibge.gov.br/23372
PORTEL	25.384,96	265	52.172	57.205	2,06	0,483	http://cod.ibge.gov.br/89X
SALVATERRA	1.039,07	78	20.183	21.987	19,42	0,608	http://cod.ibge.gov.br/2BY
SÃO SEBASTIÃO DA BOA VISTA	1.632,25	119	22.904	24.768	14,03	0,558	http://cod.ibge.gov.br/18GU
SOURE	3.517,32	81	23.001	24.076	6,54	0,615	http://cod.ibge.gov.br/9QM
Total	63.043,41		348.544	376.517			

¹ Distância em linha reta consultada na ferramenta Google Maps.

Fonte: (IBGE, 2015).

Foi possível observar que grande parte dos clientes entrevistados possui baixo nível de escolaridade — 47,8%. Também se observou que pouco mais da metade da amostra recebe benefícios sociais do governo federal.

Dos 18 entrevistados, metade soube da presença da Agência Barco por meio de terceiros, *i.e.*, um vizinho ou parente viu o barco no porto e repassou a informação, e seis entrevistados chegaram à agência utilizando barco, oriundos de braços de rio ou igarapés da região do entorno das cidades.

Além disso, foi possível constatar a grande penetração da telefonia móvel celular, com todos os entrevistados afirmando possuir telefone celular, ainda que quase a metade deles não possua qualquer tipo de acesso próprio à internet.

Dos 18 entrevistados, 44,4% informaram não possuir relacionamento formal com instituições financeiras por meio de conta-corrente ou poupança, e três afirmaram nunca ter tido uma conta bancária. Além disso, metade dos entrevistados reportou preferência pela retirada completa do dinheiro depositado em conta bancária, em correspondência direta com o percentual de entrevistados que não possuem contas bancárias.

Em relação à educação financeira, foi possível constatar, entre os entrevistados, um baixo relacionamento com outros produtos financeiros, como empréstimos e investimentos.

O resultado da análise de conteúdo é apresentado em quadros que sintetizam as opiniões dos entrevistados em relação à presença de cada um dos componentes do modelo 2iDf, identificando-se as categorias intermediárias e sua frequência de ocorrência, bem como a influência de cada categoria intermediária na categoria final, codificada com uma seta para cima (↑) — indicando influência positiva ou presença de aspectos relacionados com determinado componente do modelo — ou uma seta para baixo (↓) — indicando influência negativa ou ausência de aspectos relacionados com determinado componente do modelo.

12. COMPONENTE INFRAESTRUTURA E ACESSO

Na tabela 3 é apresentada a síntese da análise das categorias relacionadas com o componente “infra-estrutura e acesso” do modelo 2iDf.

É possível identificar que na categoria “TIC”, a solução adotada apresenta certa instabilidade ao longo do período de funcionamento, com episódios de lentidão e de eventuais indisponibilidades, como a presenciada durante o período de observação direta. O relato a seguir ilustra a interferência causada pela TIC nos serviços prestados na Agência Barco: “... Poderia ter pelo menos mais um computador, mesmo sem internet, [...] para relatórios e planilhas de trabalho...” (E1).

TABELA 3 CATEGORIAS DO COMPONENTE INFRAESTRUTURA E ACESSO

Componente do modelo 2iD adaptado à inclusão financeira	Categorias	Categorias intermediárias	Influência	Frequência de citações por categoria intermediária	Frequência de citações por categoria	Frequência de citações por componente do modelo
Infraestrutura e acesso	TIC	Ausência de TIC para convênios	↓	18	45	430
		Intermitência e lentidão	↓	14		
		Funcionamento contínuo	↑	6		
		Apoio técnico/documentação	↓	6		
		Equipamentos e insumos sobressalentes	↑	1		
	Custos	Evita deslocamento à Capital	↑	65	85	
		Segurança	↑	17		
		Sem tarifas	↑	2		
		Supera isolamento	↑	1		
	Estrutura física	Conforto	↑	12	14	
		Portos	↓	2		
	Divulgação	Desconhecimento de serviços e cronograma	↓	58	129	
		Rede de relacionamentos	↑	32		
		Radio	↑	16		
		Usar Telefonia móvel	↑	9		
		Realizar campanhas de marketing	↑	8		
		Usar ONGs	↑	6		
	Serviços complementares (Loteria e CB)	Filas	↓	35	121	
		Falta de dinheiro	↓	30		
		Utilização	↑	19		
		Não orienta	↓	13		
		Serviços limitados	↓	11		
		Precisa de agência	↓	10		
Sem privacidade		↓	3			
Equipe	Iniciativa pessoal	↑	13	19		
	Poucos candidatos	↓	3			
	Interferência na Agência de vinculação	↓	3			
Disponibilidade	Cronograma Reduzido	↓	12	17		
	Supre necessidades	↑	5			

Fonte: Elaborada pelos autores.

Em relação à categoria “custos”, tanto clientes quanto a equipe que atua na agência ressaltam a economia de tempo e dinheiro, além de aspectos relacionados com a melhoria da segurança — existem relatos de frequentes roubos e assaltos durante as viagens até Belém —, por evitar viagens até a capital para resolver problemas relacionados com os serviços do governo federal operacionalizados pela Caixa: “...vim fazer prova de vida..., teria que ir a uma agência ou teria que ir a Belém agendar uma assistente social para ir em casa...” (C4).

Um aspecto positivo citado por vários entrevistados é a estrutura física da área de atendimento da Agência Barco: “...além de ser um ambiente bom, [...] bem organizado, tem um bom atendimento...” (C9).

Das categorias inferidas ao longo do processo de análise do componente “infraestrutura e acesso”, destacam-se “divulgação” e “serviços complementares”. Bader e Savoia (2013) apontam o “marketing apropriado ao público-alvo” como um fator crítico do aspecto comportamental relacionado com a inclusão financeira.

Assim, anúncios na rádio local informam o cronograma de visitas, mas a maior parte dos clientes entrevistados informou que tomou conhecimento da presença da Agência Barco por ter visualizado a embarcação ou por meio da informação de conhecidos que visualizaram a embarcação no porto: “...aqui é o rádio, porque nem todo mundo mora aqui por perto, mas nem todo mundo tem o rádio, as vezes tem o rádio e não tem a pilha, [...] nem todo mundo tem luz elétrica, ... muitos não sabem que a Caixa está aqui.” (C7).

Constatou-se, também, o desconhecimento dos serviços prestados pela Agência Barco, sugerindo a existência de espaço para campanhas de marketing mais abrangentes, incluindo o telefone celular como meio adequado para divulgação.

Ao longo das entrevistas também emergiu uma categoria associada aos serviços prestados pela unidade lotérica, que complementa o modelo de negócios da Agência Barco. As principais citações dos entrevistados na categoria “serviços complementares” se relacionam com as filas e com a falta de dinheiro na unidade lotérica, especialmente nos períodos de pagamento de benefícios sociais, como pode ser ilustrado nas transcrições de trechos das entrevistas de alguns clientes: “...você precisa ver como é que fica a loteria, o pessoal sofre muito na fila, [...] dia de bolsa escola o pessoal vem de madrugada para a fila...” (C13).

Já a categoria inferida “disponibilidade” aponta, por parte dos clientes, uma expectativa de visitas mais frequentes da Agência Barco, ainda que parte dos clientes tenha expressado que se sente atendido com a periodicidade das visitas: “...ficou bom o serviço assim. Se viesse mais vezes era melhor” (C10).

Nas entrevistas com os funcionários que estavam atuando na Agência Barco emergiu a categoria “equipe”, decorrente dos relatos acerca da motivação para trabalhar embarcado, bem como dificuldades para composição da equipe: “...a maior dificuldade nossa é pessoal, para compor a equipe [...] alguns colegas não se adaptaram...” (E5).

13. COMPONENTE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Na tabela 4 é apresentada a síntese da análise das categorias relacionadas com o componente “educação financeira” do modelo 2iDf.

Assim, os clientes destacam que recebem orientações acerca dos produtos e serviços que procuram na agência. Entretanto, foi possível identificar nas entrevistas e na observação direta que a maior parte

dos clientes chega à agência com dificuldade para expressar o que deseja: “...Eu, particularmente, se você mandar eu ir num banco tirar dinheiro, eu não saberia, eu não sei nada, tem que abrir uma conta para mim, para saber mexer, por que eu não sei não” (C9). “A maioria que vem aqui não tem nem nível fundamental, eles não entendem muito..., a gente tem que explicar..., eles acham que a Caixa vai resolver a vida deles. [...]” (E2).

Tal comportamento sugere, no que tange à educação financeira, que os clientes são majoritariamente reativos. Tal sintoma pode ser inferido a partir da categoria preferência por dinheiro, como destacado no relato a seguir: “...único cartão que eu tenho é aquela conta da Caixa Fácil, [...] prefiro pegar todo o dinheiro e pagar as contas [...]” (C2).

TABELA 4 CATEGORIAS DO COMPONENTE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Componente do modelo 2iD adaptado à inclusão financeira	Categorias	Categorias intermediárias	Influência	Frequência de citações por categoria intermediária	Frequência de citações por categoria	Frequência de citações por componente do modelo
Educação Financeira	Orientação	Explicação	↑	34	85	179
		Desconhece características do produto	↓	25		
		Bem atendido	↑	19		
		Confiança	↑	7		
	Facilidade de uso	Preferência por dinheiro	↓	22	60	
		Autoatendimento	↑	13		
		Comércio não aceita cartões	↓	12		
		Auxílio para usar tecnologia	↓	7		
	Inovação (Pagamento móvel)	Utiliza débito	↑	6	34	
		Fraudes	↓	17		
Complexidade		↓	12			
		Conveniência	↑	5		

Fonte: Elaborada pelos autores.

Os entrevistados foram questionados sobre a possibilidade de utilização de solução de pagamento móvel, mas a maioria demonstrou desconfiança em relação à adoção do serviço: “[...] Eu não tenho ainda muita confiança..., telefone é para comunicação... o pessoal daqui é meio desconfiado...” (C4).

14. COMPONENTE PRODUTOS

Para o componente “produtos” do modelo 2iDf, emergiram cinco categorias intermediárias (tabela 5), com predominância de produtos e serviços vinculados a benefícios sociais providos pelo governo federal.

Destaca-se uma frequência significativa da categoria intermediária “desejo de empréstimo”, ao mesmo tempo que alguns entrevistados relataram a dificuldade de acesso a microcrédito, seja pelo baixo limite ofertado pela Caixa ou pela burocracia excessiva, como visto no relato transcrito a seguir: “[...] Ainda não precisei [...] dependendo das condições, poderia pegar um empréstimo, mas são muitas exigências...” (C11).

Apesar de a Agência Barco ofertar a mesma cesta de produtos de qualquer outra agência da Caixa, as pessoas buscam os produtos mais básicos — conta-corrente e poupança —, conforme relato de funcionário da agência: “[...] Nosso objetivo maior é abrir contas para os pescadores, [...] contas poupança [...] os principais serviços são sociais, poupança, bolsa família...” (E1).

TABELA 5 CATEGORIAS DO COMPONENTE PRODUTOS

Componente do modelo 2iD adaptado à inclusão financeira	Categorias	Categorias intermediárias	Influência	Frequência de citações por categoria intermediária	Frequência de citações por categoria	Frequência de citações por componente do modelo
Produtos	Oferta	Sociais	↑	51	112	112
		Contas	↑	23		
		Desejo de empréstimos	↑	23		
		Dificuldade de acesso a empréstimo	↓	10		
		Uso de crédito	↓	5		

Fonte: Elaborada pelos autores.

15. COMPONENTE SUSTENTABILIDADE

Na tabela 6, é possível verificar que aspectos relacionados com as dimensões de sustentabilidade ética e legal do componente estático sustentabilidade não foram citados pelos funcionários da Caixa.

TABELA 6 CATEGORIAS DO COMPONENTE SUSTENTABILIDADE

Componente do modelo 2iD adaptado à inclusão financeira	Categorias	Categorias intermediárias	Influência	Frequência de citações por categoria intermediária	Frequência de citações por categoria	Frequência de citações por componente do modelo
Sustentabilidade	Política	A ampliação de convênios e serviços	↑	23	46	179
		Carteira de trabalho	↑	11		
		Pouca articulação com prefeituras e ONGs	↓	6		
		Serviços complementares	↑	2		
		Poucos serviços	↓	2		
		Projetos sociais	↑	1		
		Pouca influência dos conveniados	↓	1		
	Econômica	Custos de logística na Superintendência	↑	1	5	
		Custo administrativo na agência de vinculação	↑	1		
		Não é cobrado por rentabilidade	↑	1		
		Possibilidade de rateio com conveniados	↑	1		
		Barco do INSS foi desativado	↓	1		
	Legal			0	0	
	Ética			0	0	

Fonte: Elaborada pelos autores.

Já a dimensão política indica que uma possível articulação com órgãos conveniados — mormente o INSS — para oferta de mais serviços seria um fator importante para a sustentabilidade: “...eu gostaria que a parceria fosse criada, [...] no sentido de emitir uma carteira de identidade [...] tinha que ter um representante do INSS para poder orientar sobre direitos do cidadão [...]” (E1).

Na dimensão econômica, as citações surgiram de relato de funcionário da Caixa: “[...] uma das opções seria o INSS participar disso, [...] mais órgãos participando pode dividir os custos...” (E4).

16. COMPONENTES DINÂMICOS DO MODELO 2IDF

O componente “implementação” do modelo 2iDf foi analisado a partir das entrevistas abertas realizadas com funcionários da Caixa que participaram da elaboração e implantação do projeto. Já os demais componentes dinâmicos foram analisados de maneira similar aos componentes estáticos, ou seja, utilizando técnicas de análise de conteúdo aplicadas às entrevistas semiestruturadas. As citações emergiram predominantemente nas entrevistas com os funcionários da Caixa. Por esse motivo, a frequência relativa das ocorrências em cada categoria é baixa, como pode ser observado na tabela 7.

De uma maneira geral, os usuários se mostraram satisfeitos com o que lhes é oferecido, normalmente apresentando respostas curtas — “está muito bom” ou “o que tem me atende” —, quando estimulados a detalhar melhorias percebidas ou se sentiam falta de algum serviço ou produto: “[...] Melhorou muito, porque aqui não abre, tinha que ir a Belém [...]” (C11).

Em relação à categoria “inserção” do componente “aumento da conscientização”, uma cliente relatou o desejo de possuir uma conta bancária para poder se sentir atualizada tecnologicamente e, de certa forma, obter um reconhecimento social. Por outro lado, os funcionários da Agência Barco relataram a percepção de que a falta de educação lato sensu dificulta o entendimento das características dos serviços e produtos bancários, criando barreiras para o processo de conscientização da importância da participação do indivíduo no sistema financeiro: “[...] eu tenho vontade de abrir uma conta né... entrar mais para este muito tecnológico [...] ficar atualizada [...]” (C9); “...fizemos reuniões com as associações e colônias de pescadores para incentivar a abertura de contas para os pescadores [...] para depósito do seguro defeso...” (E5).

TABELA 7 CATEGORIAS DOS COMPONENTES DINÂMICOS

Componente do modelo 2iD adaptado à inclusão financeira	Categorias	Categorias intermediárias	Influência	Frequência de citações por categoria intermediária	Frequência de citações por categoria	Frequência de citações por componente do modelo
Aumento da conscientização	Inserção	Desejo de abrir contas	↑	4	9	17
		Entrar no mundo tecnológico	↑	2		
		Usou mais os serviços	↑	2		
		Reconhecimento social	↑	1		
	Comunidade	Percepção de melhoria	↑	7	8	
		Mantém dinheiro na cidade	↑	1		

Continua

Componente do modelo 2iD adaptado à inclusão financeira	Categorias	Categorias intermediárias	Influência	Frequência de citações por categoria intermediária	Frequência de citações por categoria	Frequência de citações por componente do modelo
Aumento da demanda	Novos serviços	Emissão de documentos	↑	5	18	18
		Conhece quem utiliza	↑	4		
		Poucos empregos	↓	3		
		Sem clientes Pessoa Jurídica	↓	2		
		Sem relacionamento Prefeitura e Loteria	↓	2		
		Diminuição do movimento	↓	2		
Retroalimentação e crescimento	Iniciativas	Carência de Serviços Públicos	↑	6	15	15
		Aderente a outras regiões	↑	5		
		Características de ministérios	↑	2		
		Projeto Embarca Marajó	↑	2		

Fonte: Elaborada pelos autores.

Já em relação ao componente dinâmico “aumento da demanda”, quando perguntados sobre os serviços que gostariam de obter na Agência Barco, alguns clientes citaram emissão de documentos, mas nenhum citou desejo de buscar novos produtos bancários: “[...] aqui tira identidade? [...] seria bom se tirasse aqui no barco [...]” (C7).

Este aparente pouco interesse por mais serviços financeiros pode estar relacionado com o resultado do componente “aumento da conscientização”, conforme sugerido por Joia (2004), já que o aumento da demanda por novas iniciativas — produtos e serviços — decorre do aumento da conscientização.

Por outro lado, a carência da oferta de serviços públicos na ilha de Marajó foi citada pelos funcionários como um aspecto que reforça o projeto da Agência Barco, com possibilidade de expansão para outras regiões. A categoria “iniciativas” do componente “retroalimentação e crescimento” do modelo exemplifica esta situação: “...eu acho que pode ser expandido [...] daqui a um tempo outros municípios talvez precisem mais do que aqui, porque aqui já terão sua maior demanda atendida [...]” (E9).

17. DISCUSSÃO

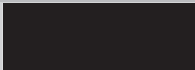


Para avaliar o impacto relativo da presença de cada componente estático do modelo 2iDf, optou-se por determinar uma escala, com três níveis, para representação da percepção da presença de um dado componente do modelo e de seus aspectos positivos (tabela 8 e quadro 2).

TABELA 8 ESCALA DA PRESENÇA DOS COMPONENTES ESTÁTICOS DO MODELO

Componente estático do modelo	Frequência total	Frequência positiva	Frequência positiva (%)
Infraestrutura e acesso	430	212	49,30%
Educação	179	179	46,93%
Serviços/Produtos	112	97	86,61%
Sustentabilidade	51	41	80,39%

Fonte: Elaborada pelos autores.

QUADRO 2 CLASSIFICAÇÃO DOS COMPONENTES DO MODELO

Percepção da presença do componente	Legenda
Alta > 75%	
25% <= Média <= 75%	
Baixa < 25%	

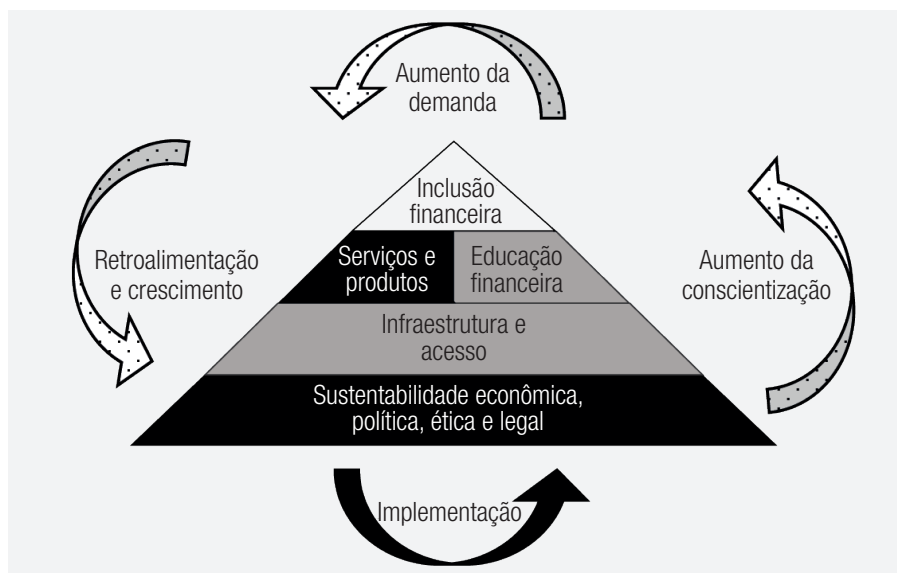
Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir dessa escala, uma representação gráfica dos resultados é apresentada na figura 8, associada às percepções da presença de aspectos positivos dos componentes estáticos do modelo 2iDf.

A ausência de canais de atendimento de instituições financeiras é o elemento de mais fácil percepção em relação à exclusão financeira. Assim, o acesso a serviços financeiros proporcionado pela Agência Barco contribui para aumentar os indicadores de disponibilidade geográfica e demográfica de serviços financeiros, evitando a necessidade de deslocamento, até a capital do estado, de moradores das localidades atendidas, com conseqüente economia de dinheiro e de tempo.

Por outro lado, a deficiência na infraestrutura de TIC nas localidades atendidas pela Agência Barco obriga à utilização de tecnologias de maior custo e, normalmente, com menor desempenho quando comparadas com as tecnologias disponíveis nos núcleos urbanos mais desenvolvidos do país, restringido as possibilidades de oferta de mais serviços. Apesar dessa limitação de desempenho e de casos pontuais de indisponibilidade, a infraestrutura de TIC que suporta os sistemas e aplicativos bancários necessários ao funcionamento da agência consegue atender à demanda.

FIGURA 8 REPRESENTAÇÃO FINAL DO MODELO 2IDF



Fonte: Elaborada pelos autores.

Apesar de uma percepção positiva de média intensidade para o componente “educação financeira”, ficou evidenciado, no resultado da análise do conteúdo das entrevistas com clientes e funcionários, o baixo nível de conhecimento dos produtos e serviços ofertados. Essa aparente contradição pode ser explicada por eventuais diferenças na interpretação do conceito de educação financeira por parte dos entrevistados. Analisando-se a atuação dos funcionários da agência durante os atendimentos, fica explícita a presença de elementos de um processo de educação financeira — conforme definição utilizada pelo Banco Central (BCB, 2015) —, com orientação sobre os produtos mais adequados para as necessidades do cliente e explicação acerca das características dos produtos, o que é reconhecido pelos próprios clientes da Agência Barco. Entretanto, a pouca quantidade de elementos de influência positiva na categoria “facilidade de uso” do componente “educação financeira” sugere que os clientes que buscam atendimento na Agência Barco carecem das competências e valores que lhes permitam fazer as escolhas adequadas no processo de educação financeira (BCB, 2015). Essa carência de competências e valores é suportada pelas categorias intermediárias “preferência por dinheiro”, “comércio não aceita cartões” e “auxílio para usar tecnologia” da categoria “facilidade de uso”, assim como pela categoria “inovação” — também do componente “educação financeira” do modelo 2iDf.

Além dos aspectos de divulgação continuada e massiva, a falta de conhecimento do calendário de visitas e dos serviços e produtos disponíveis na Agência Barco também está relacionada com o componente “sustentabilidade” do modelo 2iDf. Assim, os resultados indicam a necessidade de se reforçar a articulação com os governos locais e com ONGs que atuam nas comunidades, para disseminação de informações sobre os produtos e serviços ofertados pela Agência Barco, assim como para prover uma maior divulgação dos dias e horários da presença da Agência Barco em cada localidade.

Relativamente ao componente “serviços e produtos”, a pesquisa constatou o caráter social da atuação da Agência Barco e a utilização predominante de serviços básicos de um banco. Também

foi possível constatar que a dificuldade de acesso a microcrédito — devido ao excesso de requisitos e formalizações — impede um relacionamento mais intenso da população com o sistema financeiro.

A preferência por uso do dinheiro, em detrimento de meios eletrônicos de pagamento, pode estar associada não só a aspectos de educação financeira como, também, à dificuldade de deslocamento na região, disponibilidade de poucos canais de atendimento bancário e limitada presença de estabelecimentos comerciais que aceitam meios eletrônicos de pagamento.

No componente “sustentabilidade”, a dimensão política se traduz pela atuação da Caixa como agente de políticas públicas do governo federal (Caixa, 2014). Das entrevistas, não emergiram citações a fatores relacionados com a sustentabilidade ética e legal. Entretanto, por meio da análise dos documentos do projeto, é possível identificar a preocupação com questões legais para sustentação do modelo de negócios da Agência Barco, englobando regulamentação do Banco Central e adequação de regulamentações internas da Caixa para conformidade com as leis trabalhistas.

Já na dimensão ética do componente “sustentabilidade”, o Relatório Anual de Sustentabilidade da Caixa (Caixa, 2014) destaca o Fundo Socioambiental, criado para apoiar ações sociais como o projeto de Desenvolvimento Integrado e Sustentável do Território (Dist).

Relativamente ao ciclo dinâmico do modelo 2iDf, o componente “implementação” apresenta muitos aspectos positivos, demonstrando um modelo logístico, técnico e de negócios que atende ao propósito de inclusão financeira em regiões ribeirinhas de difícil acesso e com baixa oferta de infraestrutura de transporte e de tecnologia.

Já as percepções relacionadas com os demais componentes do ciclo dinâmico do modelo são incipientes, refletindo a dificuldade de mudança da cultura financeira da população, mas apontando oportunidades para intervenções que favoreçam o aumento da conscientização — especialmente por meio da educação financeira, gerando aumento de demanda por serviços financeiros.

CONCLUSÕES

Este estudo traz algumas contribuições para a inclusão financeira de populações de baixa renda.

Em primeiro lugar, como a inclusão financeira diz respeito ao acesso da população a serviços financeiros, uma infraestrutura tecnológica mais robusta e confiável é necessária para garantir esse acesso a pessoas habitando regiões muito distantes e isoladas, como na ilha de Marajó.

Em segundo lugar, embora os resultados mostrem que há abundância de serviços financeiros ofertados pela Agência Barco, essa população ribeirinha carece de uma educação financeira mínima para aproveitar o que lhe é oferecido. Assim, iniciativas de capacitação, gerenciadas pela Caixa ou outras organizações, são fundamentais para garantir que as pessoas de baixa renda tenham consciência dos méritos potenciais de estarem financeiramente incluídas.

Em terceiro lugar, outra contribuição gerencial está relacionada com a necessidade de melhoria no processo de disseminação do cronograma de visitas e dos produtos e serviços oferecidos na Agência Barco pela Caixa. Uma alternativa é a elaboração, pelas prefeituras, governo do estado e a própria Caixa, de campanhas de comunicação via rádio, televisão, mensagem instantânea, web page, assim como comunicação visual nas unidades lotéricas e em pontos de grande movimento nas municipalidades — praças, sedes das prefeituras, escolas, sindicatos.

Finalmente, é possível antever melhorias, a curto prazo, na infraestrutura tecnológica da Agência Barco, por meio de investimentos realizados pela Caixa. Entretanto, essas melhorias dificilmente serão

acompanhadas, no mesmo período, por outras na educação financeira da população em questão, já que, para tal, é mister a melhoria no nível educacional dessa população. Tal fato é altamente relevante, porque a educação financeira é antecedente da consciência da população acerca da importância de se estar financeiramente incluído, sendo tal consciência um componente do ciclo virtuoso de empoderamento e participação do modelo 2iDf. Em outras palavras, o componente educação financeira é a ponte entre a parte estática do modelo e seu processo dinâmico. Sem a operacionalização desse ciclo virtuoso de empoderamento e participação, essa iniciativa de inclusão financeira mediada por TIC não trará, à população, real emancipação e poder de escolha — premissas básicas da abordagem das capacidades de Amartya Sen (2001).

Está claro que os resultados advindos dessa empreitada ainda não mudaram a cultura financeira da população ribeirinha da ilha de Marajó, sendo tal um desafio que precisa ser enfrentado. Assim, como a inclusão financeira inclui não apenas o acesso, mas também o uso de produtos financeiros (Sarma et al., 2008; World Bank, 2014), o projeto Agência Barco não pode ser considerado, até agora, um sucesso.

A exclusão financeira permanece, assim, uma realidade no Brasil, e enfrentá-la depende de inovações tecnológicas, modelos de negócio e políticas públicas de educação financeira, que possam propiciar a inclusão dessa população atualmente à margem do sistema financeiro no país.

REFERÊNCIAS

- AVGEROU, Chrisanti. Discourses on ICT and development. *Information Technologies & International Development*, v. 6, n. 3, p. 1-18, 2010.
- BADER, Marcos; SAVOIA, José R. F. Logística da distribuição bancária: tendências, oportunidades e fatores para inclusão financeira. *Revista de Administração de Empresas*, v. 53, n. 2, p. 208-215, 2013.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. 70. ed. São Paulo: Almedina, 2011.
- BCB. *Relatório de inclusão financeira n. 2*. Brasília: s.n., 2011. Disponível em: <www.bcb.gov.br/?INCFINANC>. Acesso em: 10 dez. 2015.
- BCB. *Relatório de inclusão financeira n. 3*. Brasília, 2015. Disponível em: <www.bcb.gov.br/Nor/relinconfin/RIF2015.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2015.
- CAIXA. *PGE-044/7050-2012 Agência-Barco*. Brasília, 2012. Disponível em: <www5.caixa.gov.br/fornecedores/compra_internet/sistema/upload/arquivos/DOC267731.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2014.
- CAIXA. *Rede de atendimento Caixa*. Brasília, 2015. Disponível em: <www.caixa.gov.br/atendimento/Paginas/default.aspx>. Acesso em: 15 ago. 2015.
- CAIXA. *Relatório de sustentabilidade Caixa 2014*. Brasília, 2014. Disponível em: <www20.caixa.gov.br/Lists/PresentationGallery/Relatorio_de_Sustentabilidade_2014.pdf> Acesso em: 15 ago. 2015.
- CAMPOS, Claudinei J. G. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. *Revista Brasileira de Enfermagem*, v. 57, n. 5, p. 611-614, 2004.
- CHIBBA, Michael. Financial inclusion, poverty reduction and the millennium development goals. *European Journal of Development Research*, v. 21, n. 2, p. 213-230, 2009.
- CLARK, David A. The capability approach: its development, critiques and recent advances. *Economics Series Working Papers*, p. 18, 2005.
- CROCCO, Marco A. et al. Exclusão financeira no Brasil: uma análise regional exploratória. *Revista de Economia Política*, v. 33, n. 132, p. 505-526, 2013.
- DINIZ, Eduardo H. *Correspondentes bancários e microcrédito no Brasil: tecnologia bancária e ampliação dos serviços financeiros para a população de baixa renda*. São Paulo: FGV/EAESP/GVPesquisa, 2007. p. 1-102.
- DINIZ, Eduardo H. et al. Triggers and barriers to financial inclusion: the use of ICT-based branchless banking in an Amazon county. *Electronic Commerce Research and Applications*, v. 11, n. 5, p. 484-494, 2012.
- ESCOBAR, Arturo. *Encountering development: the making and unmaking of the Third World*. Princeton: Princeton University Press, 1995.
- FELTRIM, Luiz E. et al. *Perspectivas e desafios para inclusão financeira no Brasil: visão de diferentes atores*. Brasília: Banco Central do Brasil, 2009.
- FREITAS, Henrique; JANISSEK, Raquel. *Análise léxica e análise de conteúdo: técnicas complementares, sequenciais e recorrentes para exploração de dados qualitativos*. Porto Alegre: Sphinx-Sagra, 2000.
- GIGLER, Bjorn-Soren. *Informational capabilities-the missing link for the impact of ICT on development*. 2011. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2191594>>. Acesso em: 2 ago. 2017.
- GLOUKOVIEZOFF, Georges. *The link between financial exclusion and over-indebtedness*. 2006. Disponível em: <<https://gloukoviezoff.files.wordpress.com/2009/01/wp-link-fe-oi.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2015.
- GUSSI, Alcides F. et al. Metodologias e experiências etnográficas em avaliação de políticas públicas: avaliação de programas de microcrédito do Banco do Nordeste no Ceará. *Revista de Pesquisa em Políticas Públicas*, n. 4, p. 85-96, 2014.
- HEEKS, Richard. Do information and communication technologies (ICTs) contribute to development? *Journal of International Development*, v. 22, n. 5, p. 625-640, 2010.
- HEEKS, Richard et al. *Inclusive innovation: definition, conceptualisation and future research priorities*. Development informatics. Manchester: Manchester University, 2013.
- HEEKS, Richard; MOLLA, Alemayehu. *Impact assessment of ICT-for-Development projects: a compendium of approaches*. Manchester: Development Informatics, 2009.

- IBGE. *Informações sociais, demográficas e econômicas*. Disponível em: <www.ibge.gov.br/home/disseminacao/eventos/missao/informacoessociais.shtm>. Acesso em: 5 mar. 2015.
- JOIA, Luiz A. Bridging the digital divide: some initiatives in Brazil. *Electronic Government: An International Journal*, v. 1, n. 3, p. 300-315, 2004.
- JOIA, Luiz A. Inclusão digital no Brasil: um modelo heurístico de natureza dinâmica. In: MARTINS, Paulo Emilio M.; PIERANTI, Octavio P. (Org.). *Estado e gestão pública: visões do Brasil contemporâneo*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007. p. 257-275.
- KLEINE, Dorothea. ICT4WHAT? Using the choice framework to operationalise the capability approach to development. *Journal of International Development*, v. 22, n. 5, p. 674-692, 2010.
- KLEINE, Dorothea. *Technologies of choice?: ICTs, development, and the capabilities approach*. Cambridge: MIT Press, 2013.
- KUMAR, Richa. Choupals: A study on the financial sustainability of village internet centers in rural Madhya Pradesh. *Information Technologies & International Development*, v. 2, n. 1, p. 45-73, 2004.
- LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Belo Horizonte: Artmed; UFMG, 1999.
- LEONARDI, Paul M. et al. Multiplex appropriation in complex systems implementation: the case of Brazil's correspondent banking system. *MIS Quarterly*, v. 40, n. 2, p. 461-473, 2016.
- PEACHY, Stephen; ROE, Alan. *Access to finance: what does it mean and how do savings banks foster access*. Bruxelas: WSBI, World Savings Banks Institute, 2006.
- PIETERSE, Jan Nederveen. After post-development. *Third World Quarterly*, v. 21, n. 2, p. 175-191, 2000.
- PNUD; IPEA; FJP. *Índice de desenvolvimento humano municipal brasileiro*. 2013. Disponível em: <www.pnud.org.br/IDH/Default.aspx?indiceAccordion=1&li=li_AtlasMunicipios>. Acesso em: 1 fev. 2015.
- SANTOS, Ricardo Paschoeto dos. *O papel da tecnologia da informação e comunicação na inclusão financeira da população ribeirinha da Ilha de Marajó: o caso Agência Barco*. 2015. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/14978>>. Acesso em: 10 dez. 2015.
- SARMA, Mandira et al. *Index of financial inclusion*. Nova Delhi: Indian Council for Research on International Economics Relations, 2008.
- SARMA, Mandira; PAIS, Jesim. Financial inclusion and development. *Journal of International Development*, v. 23, n. 5, p. 613-628, 2011.
- SEN, Amartya. *Development as freedom*. Oxford: Oxford Paperbacks, 2001.
- WORLD BANK. *Global financial development report*. 2014. Disponível em: <<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/16238/9780821399859.pdf>>. Acesso em: 26 maio 2017.
- YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Ricardo Paschoeto dos Santos

Coordenador de tecnologia da informação da Caixa Econômica Federal. E-mail: ricardopas@bol.com.br.

Luiz Antonio Joia

Professor associado da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas. E-mail: luiz.joia@fgv.br.