



Impacto do Nubank na inclusão e educação financeira dos brasileiros

Nota Técnica I
Maio 2021

Preparado por:



O relatório foi elaborado por Beat Güninger - Diretor Sênior de Sustentabilidade da BSD Consulting/ELEVATE, Auditor SA8000 e representante da Social Accountability no Brasil com apoio de Luana Silva - Consultora de Sustentabilidade da BSD Consulting/ELEVATE.

Maior 2021

Introdução:
objetivo do estudo

Contexto do mercado:
o sistema bancário
brasileiro até 2013

História do Nubank:
transformando o sistema

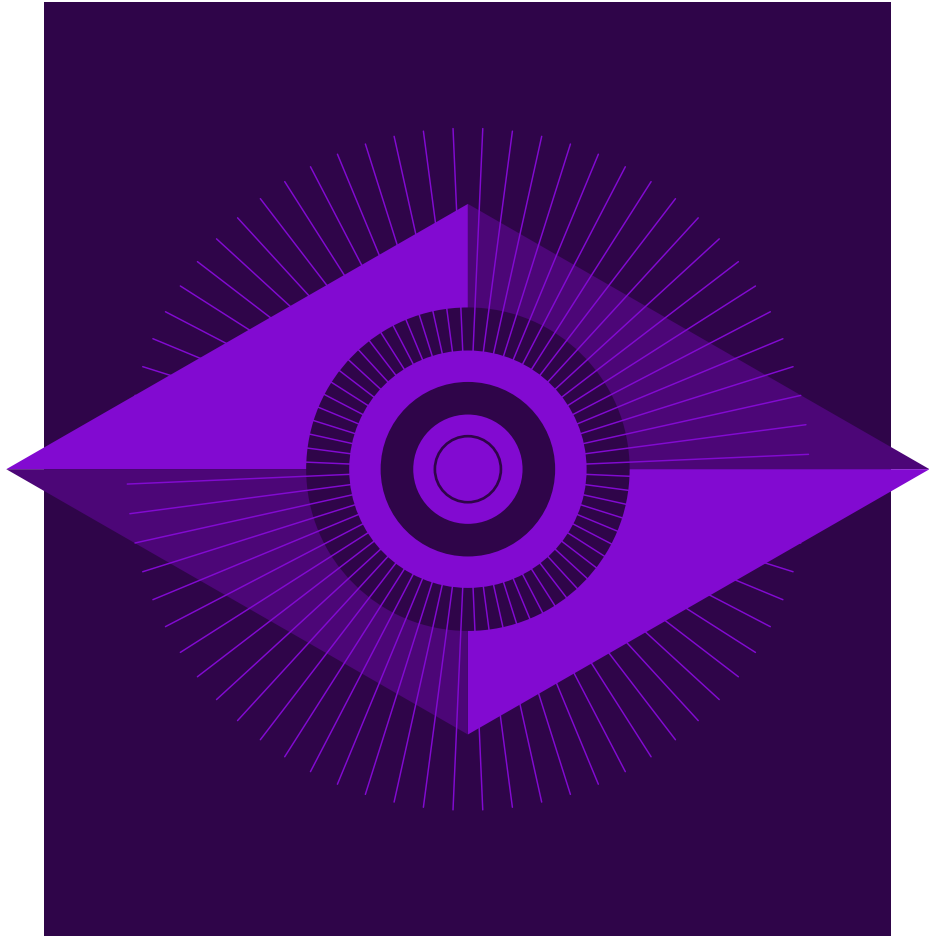
Metodologia

Principais impactos sociais
do Nubank - inclusão e
educação financeira

Principais impactos sociais do
Nubank - inclusão e educação
financeira para para recortes
específicos - PJs (MEIs)

Benefícios
Macroeconômicos

Conclusão



1_

Introdução:
objetivo
do estudo



Em 2021, o Nubank encomendou um relatório independente sobre o impacto da empresa na inclusão de brasileiros no sistema financeiro. Inclusão e educação financeira são temas já mapeados pelo Nubank em sua matriz de materialidade - e ambos fazem parte da estratégia de sustentabilidade da empresa.

O estudo também apresenta o impacto da inclusão financeira promovida pelo Nubank na redução da desigualdade no Brasil e, por fim, a identificação e recomendação de alguns pontos de melhoria para a empresa.

Para a elaboração do relatório, a BSD Consulting/ELEVATE utilizou dados primários, fornecidos pelo Nubank, e pesquisas realizadas anteriormente, pelo mesmo, para quantificar o impacto do banco no empoderamento financeiro de clientes das contas Pessoa Física e Pessoa Jurídica.

O conteúdo deste material reflete a opinião dos autores.

A decorative graphic on the left side of the slide. It features a dark purple square background with a fine grid pattern. Two overlapping circles, one larger than the other, are positioned in the upper half. The larger circle is a lighter shade of purple, and the smaller one is a darker shade. Below the square, a wavy line in a medium purple color extends across the width of the slide.

2_

Contexto
do mercado:
o sistema
bancário
brasileiro
até 2013

O acesso ao crédito, fundamental para a inclusão financeira, é algo caro na maioria dos países latino-americanos. O Brasil tem hoje 34 milhões de brasileiros desbancarizados¹ – sem acesso a nenhum produto bancário, seja ele uma conta digital ou cartão de crédito.

O número é ainda maior no México, onde metade da população é desbancarizada e a economia ainda se baseia fortemente no uso de dinheiro físico².

O histórico de concentração bancária no Brasil, focado em alguns poucos líderes de mercado, ajuda a explicar este cenário: estas instituições são tradicionalmente conhecidas tanto por seus processos longos e burocráticos, quanto por cobrarem algumas das tarifas e taxas de juros mais altas do mundo³.

Esse modelo de negócio impede a inclusão financeira de grande parte da população e dificulta a disseminação do conhecimento financeiro – ou seja, da educação financeira necessária para que as pessoas possam tomar as melhores decisões em relação a seu dinheiro. Em paralelo, a América Latina tem hoje uma das maiores taxas de crescimento do mundo de usuários da internet. No Brasil, a prática de comprar pela internet cresceu de 2% para 12,6% em vendas totais entre 2009 e 2020⁴. Estes novos hábitos também se empregam para a aderência ao uso de serviços bancários pelo celular: a região tem a maior taxa de aceitação a estes serviços digitais, tendo crescido de 27% de aceitação em 2017 para 85% em 2020⁵. Vale ressaltar que o contexto desafiador da pandemia causada pelo Covid-19 foi um grande acelerador desta transformação no último ano.



Hick Duarte

¹ Segundo dados coletados em janeiro de 2021 pelo Instituto Locomotiva

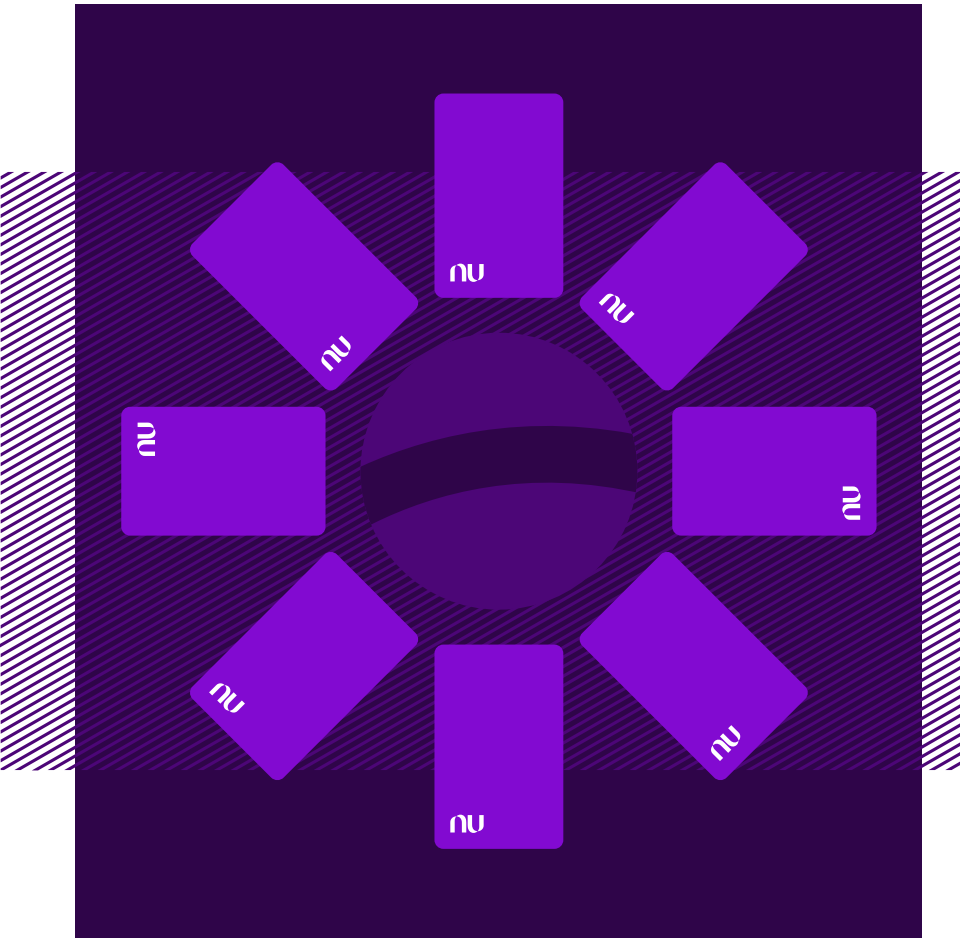
² <https://a16z.com/2021/04/13/latin-america-fintech/>

³ "Brazil's Banks, Profitable Whatever the Economic Weather", The Economist, August 2, 2018,

<https://www.economist.com/the-americas/2018/08/02/brazils-banks-profitable-whatever-the-economic-weather/>

⁴ Atlantico LATAM Digital Transformation Report 2020

⁵ Dados de um estudo interno do Nubank elaborado pela UBS Evidence Lab.

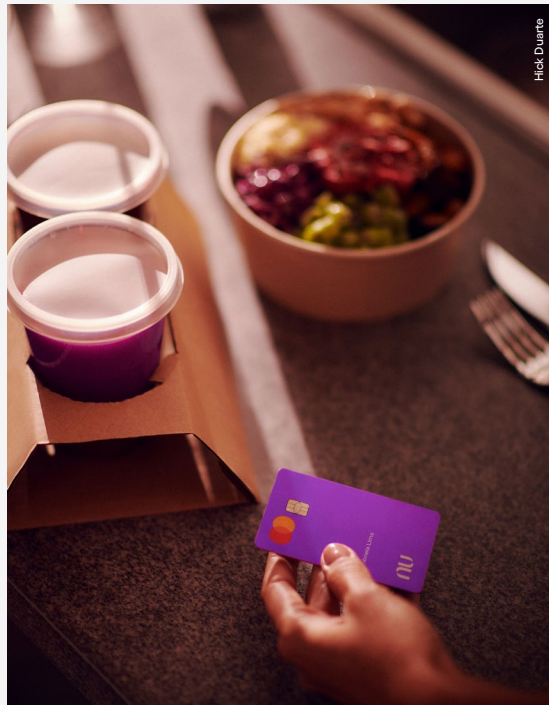


3_

História
do Nubank:
transformando
o sistema

O Nubank é uma fintech brasileira fundada em 2013 pelo colombiano David Vélez e co-fundada por Cristina Junqueira (brasileira) e Edward Wible (estadounidense). Desde então, o lema da empresa tem sido “combater a complexidade para empoderar as pessoas”, e seu primeiro produto foi um cartão de crédito gratuito que podia ser totalmente controlado por um aplicativo no celular.

Seis meses após seu lançamento, o Nubank já tinha 19.000 clientes em sua base. Nos anos seguintes, o Nubank adicionou novos produtos ao seu portfólio: em 2018 foi a vez da conta digital para pessoas físicas, e no terceiro trimestre de 2019, foi lançada a conta digital para pequenos negócios.



A empresa nasceu, portanto, em um contexto de alta concentração de mercado, e com atendimento aos consumidores bastante ineficiente.

O foco em reduzir a complexidade financeira e em estabelecer uma relação transparente criou uma forte reputação junto a seus consumidores. Como resultado de seus esforços, o Nubank é listado como uma das marcas de consumo mais conhecidas e confiáveis não apenas no Brasil, mas também na América Latina⁶.

⁶ <https://forbes.com.br/negocios/2021/02/10-marcas-mais-amadas-pelos-brasileiros-em-2020/>

Construção de uma plataforma forte e um modelo de crescimento dinâmico

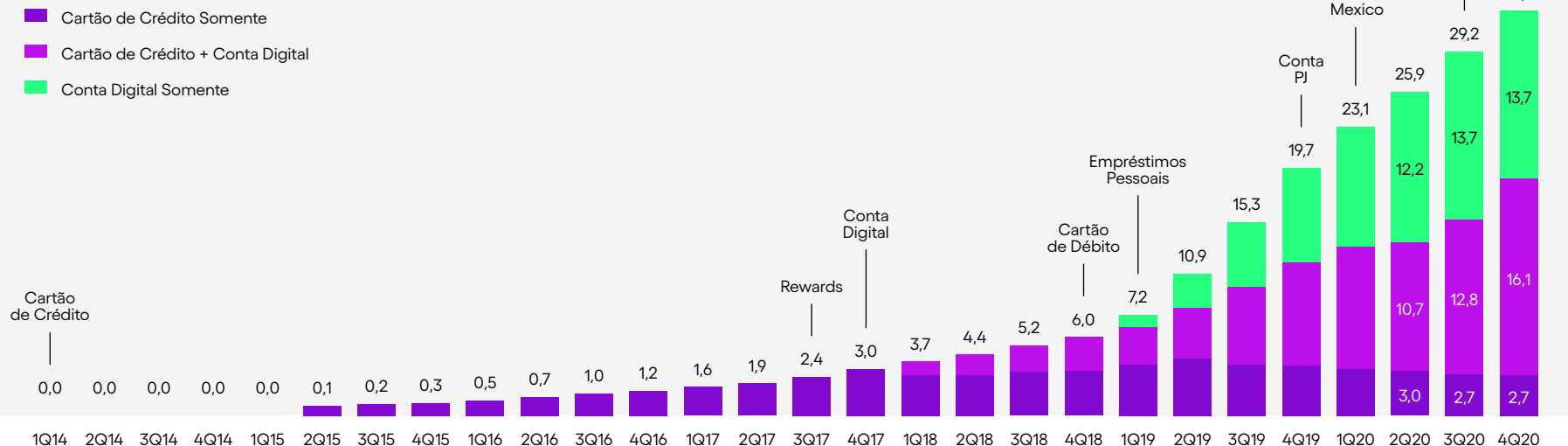


Gráfico 1: Desenvolvimento de portfólio - gráfico fornecido pelo Nubank.

Parte dos serviços e esforços do Nubank inclui a promoção de informações para educação financeira de seus clientes. Os principais canais são blogs e publicações nas redes sociais, bem como comunicação direta por meio de newsletter, e funcionalidades técnicas embutidas na própria conta digital. O componente educacional e a abordagem “low and grow”⁷, que proporcionam uma evolução segura dos limites de crédito, são chave para evitar que os clientes fiquem endividados, mantendo a segurança do produto.

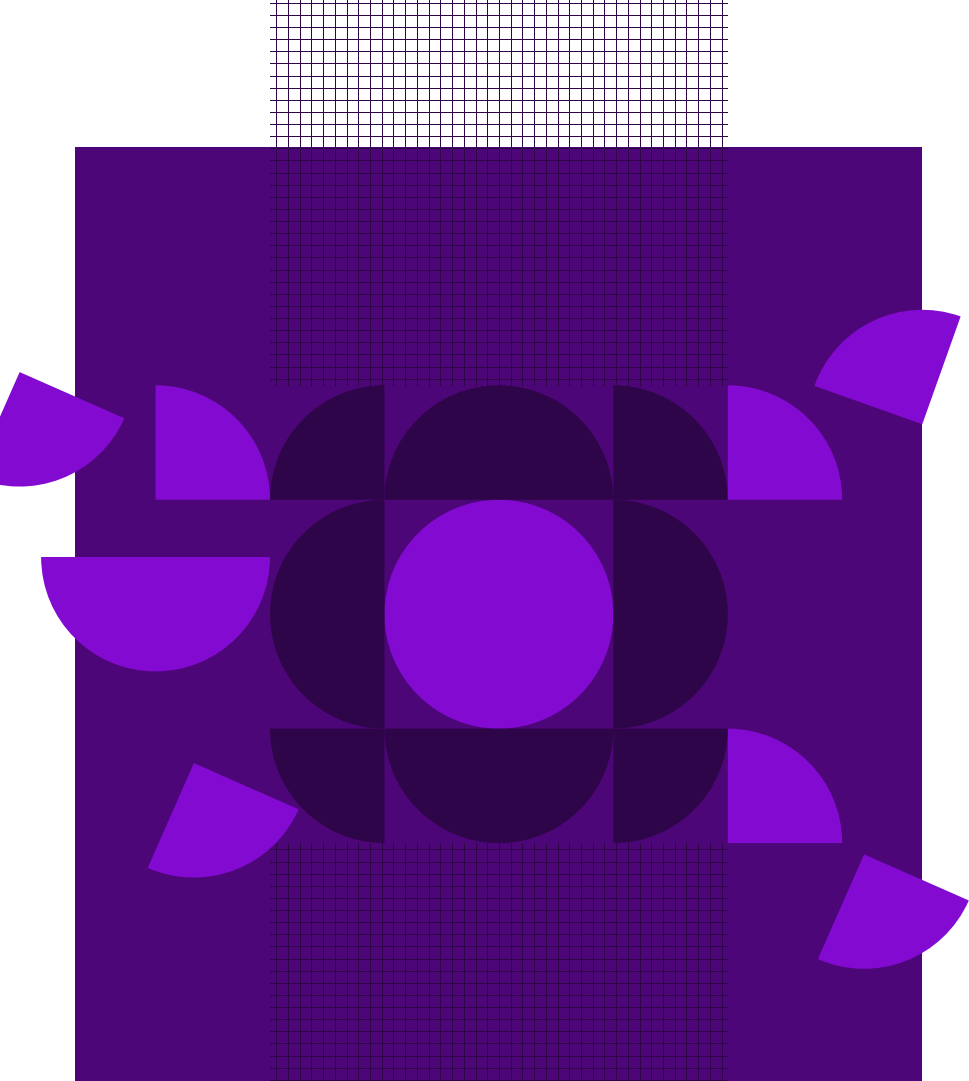
O pioneirismo do modelo de negócios do Nubank associado ao seu crescimento exponencial nos últimos anos fomentou a entrada expressiva de novos ingressantes no segmento de plataformas digitais que oferecem serviços financeiros, bem como o movimento de adaptação dos bancos tradicionais com o lançamento de contas digitais sem custos. Tudo isto, sem dúvidas, corrobora com o impacto significativo que o Nubank teve e continua tendo no sistema financeiro brasileiro. O aumento da concorrência no mercado também deve ser considerado quando estimamos a alavancagem dos esforços de inclusão financeira que a empresa promove.

Em março de 2021, o Nubank já alcançava a marca dos 35 milhões de clientes em sua base, com operações não apenas no Brasil, mas também no México e na Colômbia, e escritórios de engenharia na Argentina, Estados Unidos e Alemanha.

Dado o aumento massivo da base de clientes do Nubank, e o fato de que cerca de 3,8 milhões deles são usuários de serviços financeiros pela primeira vez⁸, é possível afirmar que a empresa tem um impacto na inclusão financeira no Brasil. Dessa forma, este relatório foi encomendado para demonstrar este impacto por meio de dados, e criar um modelo que permita ao Nubank melhorar ainda mais sua missão de inclusão financeira.

⁷ Abordagem na qual o limite de crédito inicial é muito baixo (entre R\$50 e R\$400), mas aumenta conforme o cliente prova sua capacidade de administrá-lo corretamente.

⁸ Baseado em nossas primeiras pesquisas com dados internos, a porcentagem de usuários em sua primeira conta é em torno de 11%.



4_

Metodologia

Fontes e dados

Duas fontes primárias foram usadas para a elaboração deste relatório: dados fornecidos pelo Nubank e respostas de cerca de 5 mil clientes que participaram de um questionário online e que fazem parte da base de usuários da conta digital para pessoa física (PF) e conta para pessoas jurídicas (PJ). As pesquisas foram enviadas em março de 2021 e, no total, 4.139 clientes PF e 835 clientes PJ responderam - uma amostragem que garante acurácia de 99% para clientes PF e 90% para PJ, com margem de erro de 2% e 3%, respectivamente.

Informações adicionais foram solicitadas ao Nubank para contextualizar as respostas e quantificar melhor as análises. Estes dados incluem: evolução do número de contas em cada categoria ao longo dos anos, crescimento do limite de crédito médio dos consumidores, a quantidade de contas abertas pela primeira vez e números sobre os canais de comunicação voltados a clientes.

Importante ressaltar que todas as informações coletadas seguiram as diretrizes da Política de Proteção de Dados do Nubank.

Categoria	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cientes (PF)	349.826	1.237.595	3.028.326	5.990.244	19.836.507	32.521.289
Contas Empresariais (PJ)	-	-	-	-	160.704	477.704

Tabela 1: Evolução de contas de clientes nos últimos 5 anos - a conta PJ foi iniciada no 3º trimestre de 2019.



Teoria de Mudança

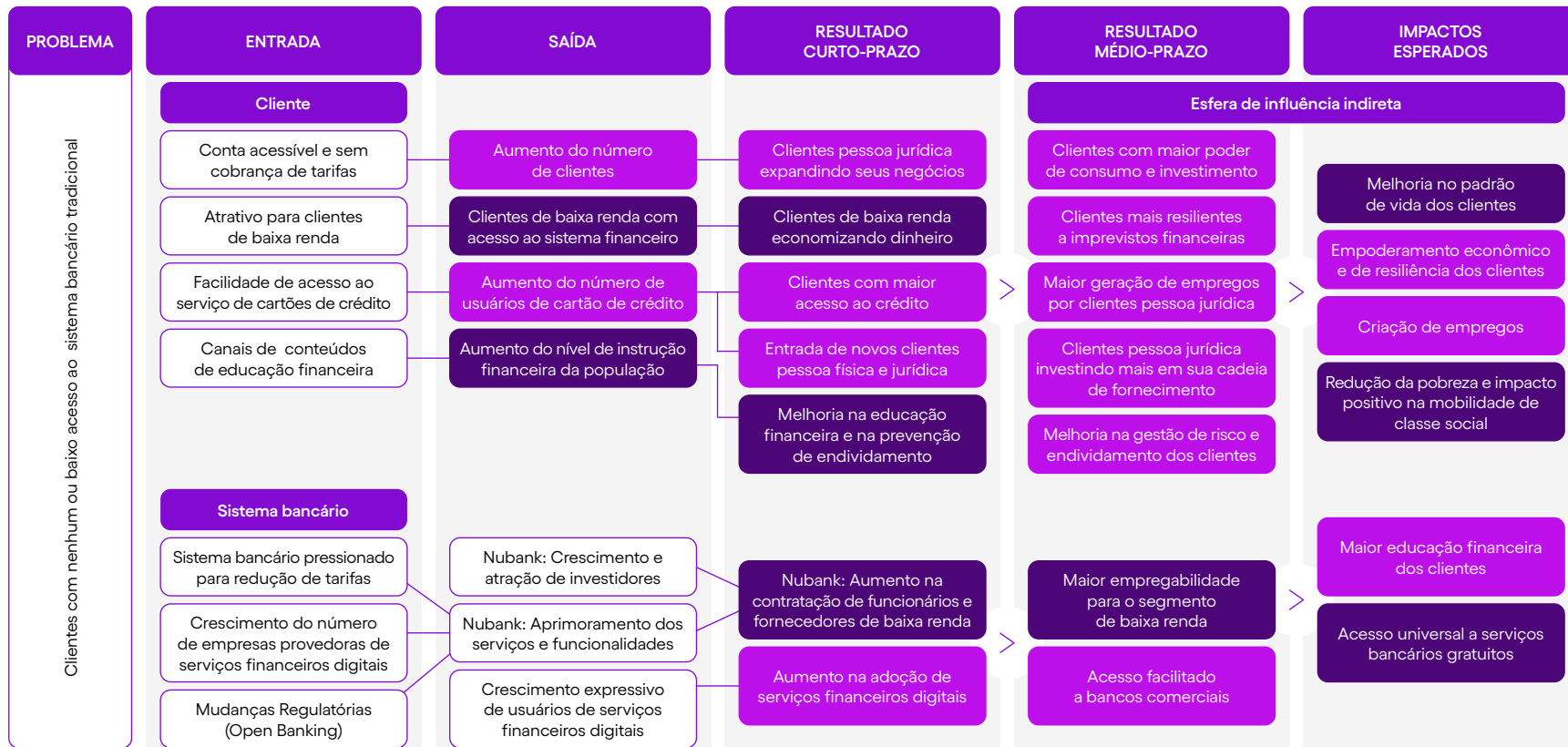
Para analisar o impacto dos dados coletados, a BSD Consulting/ELEVATE desenvolveu um modelo de Teoria da Mudança - Theory of Change (ToC) adaptado para avaliar o Nubank. O modelo é baseado em outros similares já utilizados na literatura de inclusão financeira, como, por exemplo, naqueles encontrados nas fontes da Norfund, OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) e Mastercard Foundation, indicados na seção de Referências, localizada ao fim deste relatório. Neste modelo, para cada premissa de mudança positiva, são analisados os resultados da empresa de curto e médio prazo e os impactos derivados destes resultados.



Figura 1: Teoria da Mudança

■ Áreas com forte evidência de impacto por meio de dados

■ Áreas com evidências de observações de mercado e estimativas baseadas em dados



Parte da análise também se baseou em classificar elementos que constituem inclusão financeira e seus impactos diretos na vida dos consumidores.

ELEMENTO	IMPACTO PRINCIPAL DA INCLUSÃO FINANCEIRA	IMPACTO NO BEM-ESTAR FINANCEIRO
Acesso a produtos/serviços bancários	Acesso a serviços bancários para clientes pouco servidos - geralmente primeiro acesso bancário	Senso de empoderamento e ganho de controle
Controle financeiro e independência	Controle efetivo de recursos financeiros e empoderamento	Aumento da segurança financeira e a capacidade de planejamento
Resiliência financeira	Capacidade de economizar dinheiro como reserva financeira	Confiança para superar restrições ou eventos inesperados
Capacidade de realizar pagamentos e comprar mercadorias	Possibilidade de adquirir bens e pagar contas com cartão de crédito	Aumento das condições de vida por meio de investimentos em equipamentos e entretenimento
Poupança e investimentos	Capacidade de economizar renda e agregar valor	Capacidade de aumentar bens pessoais
Objetivos financeiros	Capacidade de definir objetivos e prevenir endividamento	Redução de dívidas e aumento da saúde financeira
Educação financeira	Instrução e conhecimento financeiro	Aumento da capacidade de lidar com finanças pessoais e analisar tendências de mercado

Tabela 2: Elementos de inclusão financeira e impacto mais amplo no bem-estar financeiro.

Em relação ao terceiro ponto do relatório (contribuição do Nubank na redução da desigualdade no Brasil), foi utilizada a literatura e referências do Banco Mundial (IMF-staff⁹) para medir um possível impacto no índice Gini¹⁰, que mede os níveis de desigualdade de um país.

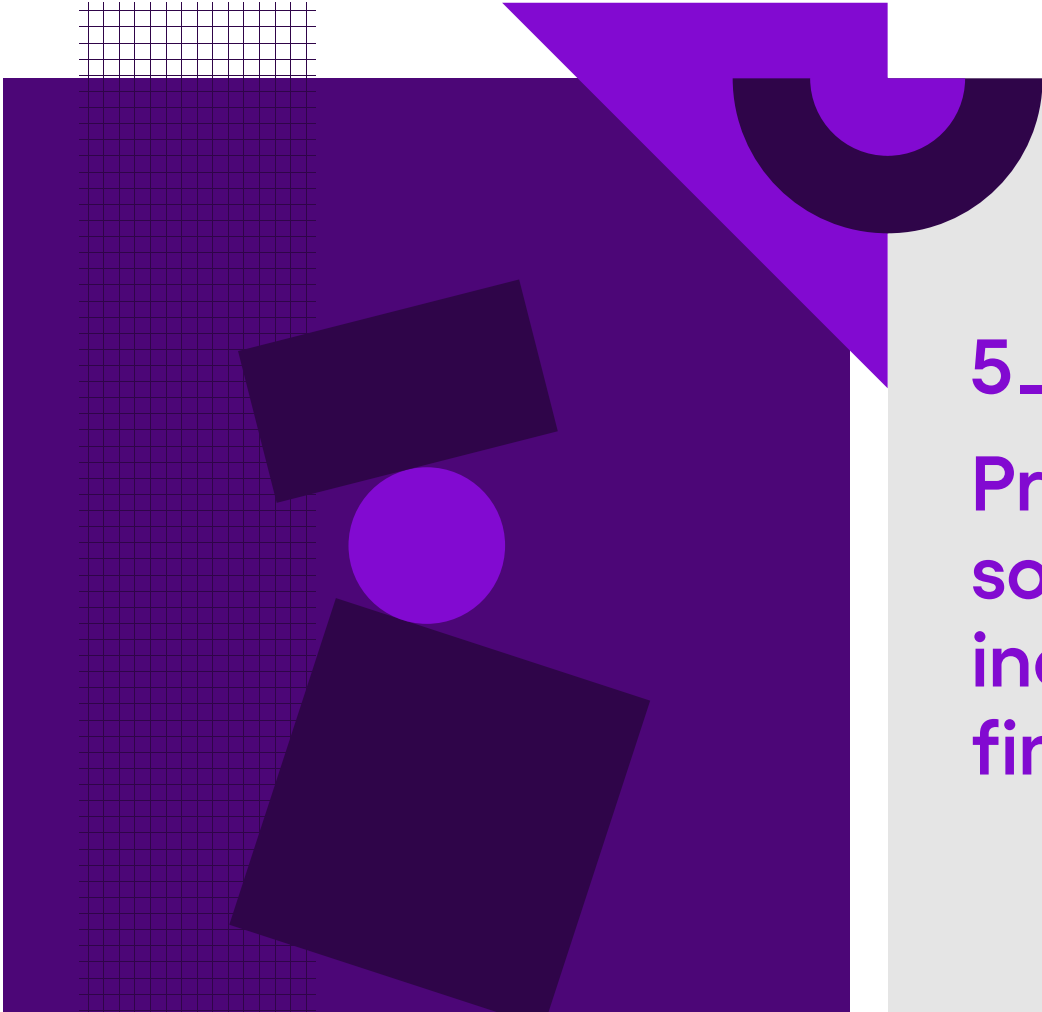
De acordo com a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), o índice Gini mede até que ponto a distribuição da renda (ou, em alguns casos, das despesas de consumo) entre indivíduos ou famílias dentro de uma economia se desvia de uma distribuição perfeitamente igualitária. Um índice de Gini de zero representa uma igualdade perfeita e 100, uma desigualdade perfeita. As informações coletadas pelo Global Financial Inclusion Database fornecem mais de 850 indicadores de inclusão financeira nas nações, resumidos para todos os adultos e desagregados por características demográficas-chave (gênero, idade,

escolaridade, renda, situação de emprego e residência rural). Cobrindo mais de 140 economias, os indicadores de inclusão financeira medem como as pessoas economizam, emprestam, fazem pagamentos e gerenciam riscos.

Os resultados a seguir demonstram que houve impacto positivo direto nos clientes, com melhoria de inclusão financeira e bem estar financeiro, além de impacto macroeconômico que pode ser atribuído aos benefícios trazidos pelo Nubank.

⁹ Čihák, M., Mare, D. S., & Melecký, M. (2020). Financial Inclusion and Stability: Review of Theoretical and Empirical Links. The World Bank Research Observer.

¹⁰ <https://datacatalog.worldbank.org/gini-index-world-bank-estimate-2>



5_ Principais impactos sociais do Nubank – inclusão e educação financeira

Os resultados da pesquisa demonstram que clientes individuais (pessoas físicas) sentiram que sua situação financeira melhorou após se juntarem ao Nubank. A maioria afirma ter conseguido passar os últimos 12 meses sem cair em grandes dívidas, ganhando mais controle sobre sua vida financeira.

Os clientes pesquisados reconheceram que o banco digital os ajudou a atingir seus objetivos financeiros (ou, quando estes ainda não existiam, estabelecê-los).

Os dados a seguir, resultantes das respostas dos clientes pesquisados, corroboram esta conclusão:

– 11% afirmam que tiveram acesso a serviços financeiros pela primeira vez por meio do Nubank. Com base na carteira de 35 milhões de clientes, dado referente a março de 2021, isso representa cerca de 3,8 milhões de brasileiros incluídos no sistema financeiro pela primeira vez.

– 48% dos clientes pesquisados se autodeclararam mulheres e, quando perguntadas a respeito do controle financeiro, nota-se que houve um aumento de 22 pontos percentuais nas faixas consolidadas de “médio”, “alto” e “muito alto” desde o momento em que se tornaram clientes Nubank. Neste mesmo contexto e para efeito de comparação, os clientes autodeclarados homens tiveram um aumento de 16 pontos percentuais.

– 69% tem conhecimento que o Nubank oferece educação financeira por meio de várias plataformas de comunicação e, mais de 1/3 dos clientes que tem conhecimento destes recursos, acessam os conteúdos de forma esporádica ou regular.

– Dos clientes que tem conhecimento que o Nubank oferece conteúdos de educação financeira e já acessaram esse serviço, 75% concordam que o conteúdo compartilhado aumentou seu conhecimento sobre organização financeira.

— 67% afirmam que conquistaram mais independência financeira por meio dos serviços oferecidos pelo Nubank.

— 76% acreditam que a expansão das contas do Nubank terá um impacto positivo na saúde financeira da população brasileira.

— 62% indicam que tinham metas financeiras antes de se tornarem clientes do Nubank. Esse número subiu de 62% para 95% após a abertura de conta ou aquisição do cartão no Nubank.

— 63% conseguiram aumentar seu limite de crédito (com o Nubank ou outros bancos) desde que se juntaram ao Nubank.

— 77% declaram que o Nubank impactou positivamente sua vida financeira.

— 80% declaram que conseguiriam superar imprevistos financeiros tendo acesso a crédito no Nubank.

— 87% apontam que, nos últimos 12 meses, conseguiram manter as finanças sob controle e sem grandes dívidas.

— 72% afirmam que conseguem guardar dinheiro e, destes, 67% disseram que os serviços do Nubank contribuíram para que isso acontecesse.

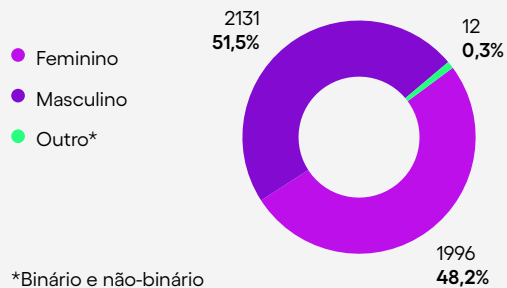
Perfil dos clientes

Entre os usuários individuais existe uma porcentagem levemente mais alta de clientes declarados homens quando comparados a mulheres e demais marcadores de gênero. Também se observa uma predominância na faixa etária de 35 anos ou menos, o que pode ser explicado pelo fato de que as gerações mais jovens estão mais familiarizadas com tecnologias digitais e que o reconhecimento da marca Nubank é muito alto, especialmente entre millennials (Geração Y).

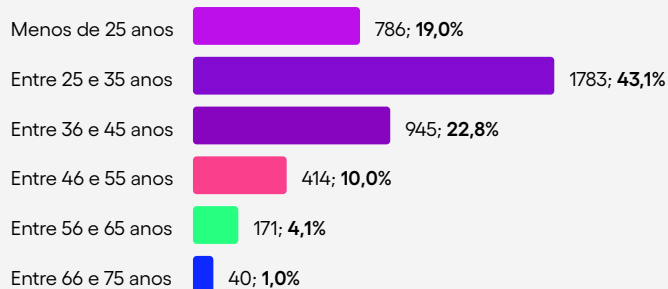
O número de clientes por estado que responderam à pesquisa se sobrepõe em grande parte à distribuição da população brasileira. Isso corrobora o alcance da empresa: o Nubank chegou a todos os 5.570 municípios do Brasil em 2019¹¹.

¹¹ <https://blog.nubank.com.br/nubank-todos-municipios-brasil/>

Gráficos 2: Perfil de gênero dos clientes que responderam à pesquisa.



Gráficos 3: Perfil de idade dos clientes que responderam à pesquisa.



Acesso a bancos e instituições financeiras

Um número significativo de clientes da região Nordeste tiveram seu primeiro acesso a serviços financeiros por meio de uma conta no Nubank. Os gráficos a seguir mostram que a representatividade de pessoas com sua primeira conta na região é maior quando comparada a distribuição regional da população.

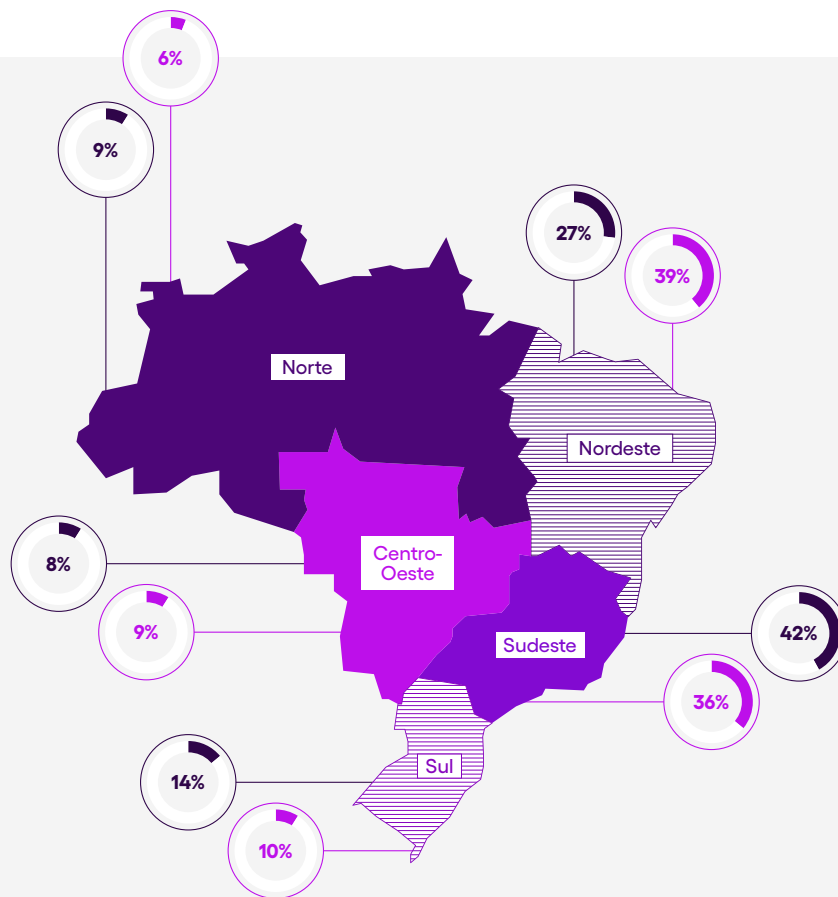
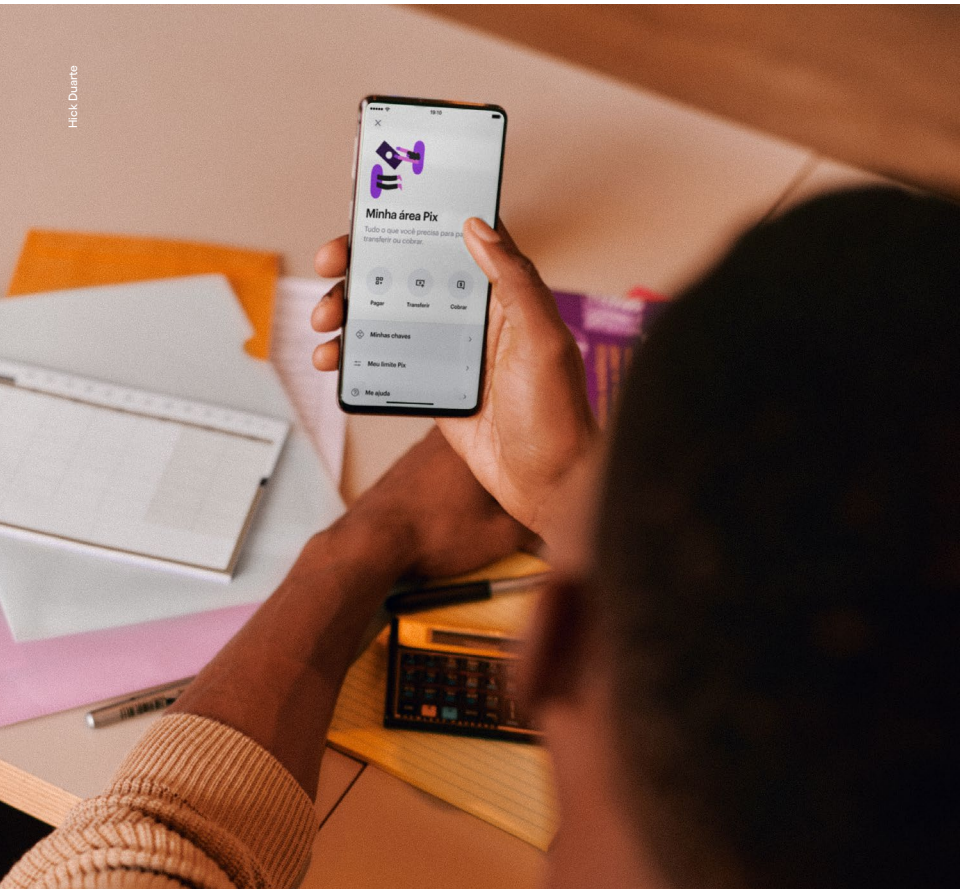


Gráfico 4: distribuição regional de clientes que tiveram seu primeiro acesso a serviços financeiros com o Nubank e distribuição da população por região.

- Distribuição Regional da População Brasileira¹²
- Usuários Primeiro Acesso Financeiro (PF)

¹² Estimativas da população brasileira 2017 - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)



Hick Duarte

Uma questão crucial é o acesso dos clientes a serviços financeiros pela primeira vez no Nubank. Os dados confirmam que 11% dos clientes têm sua primeira conta digital no Nubank. Com base na carteira atual de clientes, isso significa que cerca de 3,8 milhões de brasileiros foram incluídos no sistema financeiro por causa do Nubank.

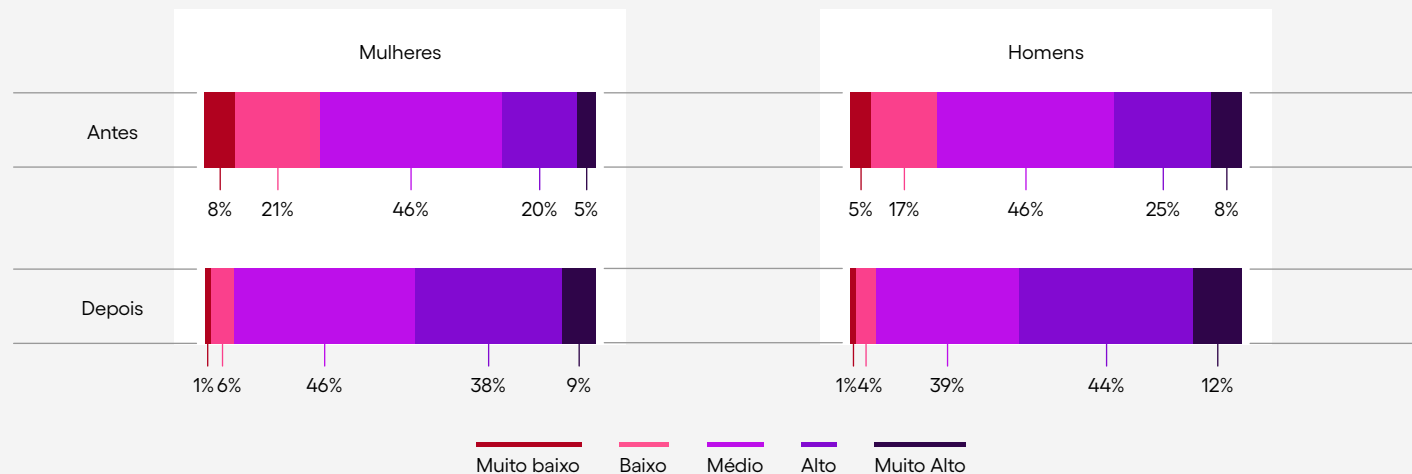
Independência e controle financeiro

A quantidade de clientes que avaliam o controle sobre sua vida financeira como “alto” ou “muito alto” aumenta consideravelmente após entrarem no Nubank (de 28% para 52%). Isso sugere que mais de um quarto dos novos clientes são capazes de tomar decisões financeiras por conta própria após terem acesso a uma conta do Nubank.

Pessoas que antes de se tornarem clientes Nubank avaliavam o controle sobre sua vida financeira como “médio”, “baixo” ou “muito baixo” somavam 72% da base, após se tornarem clientes somam 48% do total.



Analisando os respondentes por gênero, o impacto geral sobre o controle financeiro parece ser mais forte para clientes autodeclaradas mulheres – a porcentagem delas que consideram seu controle como “médio”, “alto” e “muito alto” aumentou 22 pontos percentuais desde que se tornaram clientes Nubank.



Gráficos 5 e 6: como as pessoas avaliam o controle sobre sua vida financeira antes (acima) e depois de se tornarem clientes Nubank (abaixo).

Ter acesso aos serviços do Nubank te ajudou a conseguir mais independência financeira?

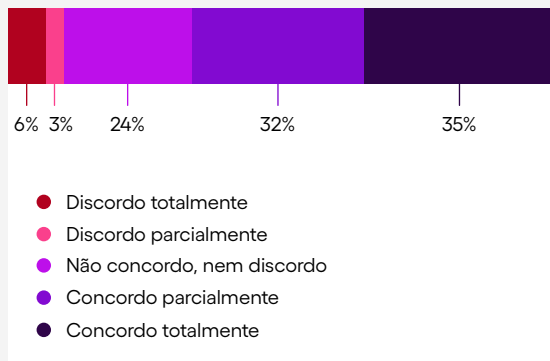


Gráfico 7: Respostas das pessoas ao serem questionadas se sua independência aumentou devido aos serviços do Nubank.

Mais de dois terços (67%) dos respondentes declararam que o Nubank os ajudou parcial ou totalmente a ganhar mais independência financeira – e apenas 9% discordam parcial ou totalmente desta afirmação. Com base nos resultados, e nos aproximadamente 35 milhões de clientes existentes no período de coleta de dados, podemos supor que 23,45 milhões de brasileiros se sentiram empoderados para tomar suas próprias decisões financeiras. Além disso, 76% dos respondentes acreditam que a expansão das contas do Nubank terá um impacto positivo na saúde financeira da população brasileira.



Resiliência financeira

Dois elementos importantes na inclusão financeira são: o aumento da resiliência financeira e a resistência a choques financeiros. Estes indicadores apontam se os clientes são capazes de oferecer mais segurança ou conforto para si próprios e seus familiares.

Com relação ao aumento da resiliência financeira, ao serem perguntados se a sua vida financeira seria mais complicada sem o Nubank, 48% dos clientes disseram que sim (59% para clientes sem acesso prévio a produtos ou serviços bancários). E, com relação à resistência a choques financeiros, ou seja, situações emergenciais, 80% dos clientes afirmam que o Nubank os ajudaria a superar dificuldades mais facilmente por meio de crédito (86% no caso de clientes sem acesso prévio a produto/serviço bancário).

87% dos clientes afirmam que, nos últimos 12 meses, conseguiram manter as finanças sob controle e sem grandes dívidas.

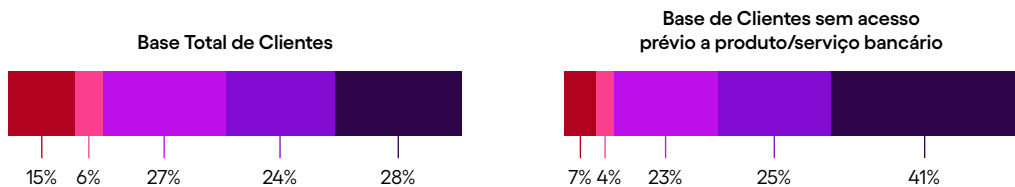


Gráfico 8: Por ser cliente Nubank, você tem conseguido reduzir o seu grau de endividamento?

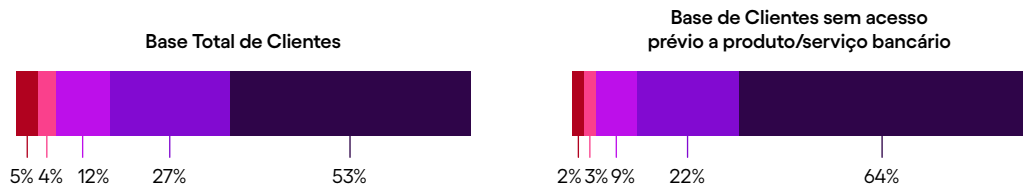
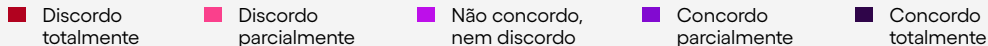


Gráfico 9: Caso tenha uma despesa alta e imprevista, ter crédito no Nubank ajudaria a superá-la mais facilmente?



Economias e investimentos

Aproximadamente dois terços dos clientes confirmam que conseguiram aumentar seus limites de crédito (com o Nubank ou outros bancos); 67% conseguiram economizar ou investir dinheiro depois de se tornarem clientes do Nubank (82% no caso de clientes sem acesso prévio a produto/serviço bancário anterior).

Gráfico 10: clientes que conseguiram investir ou economizar dinheiro e respostas à pergunta “O quanto você concorda com a frase “ter acesso aos serviços do Nubank contribuiu para que eu conseguisse economizar/investir dinheiro?”.

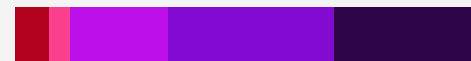
Você conseguiu investir ou economizar dinheiro no últimos 12 meses?



NÃO
1.140; 27,5%

SIM
2.999; 72,5%

Ter acesso aos serviços do Nubank contribuiu para que eu conseguisse economizar/investir dinheiro?



8% 4% 21% 35% 32%

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo, nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

A evidência do aumento dos limites de crédito indica que os produtos da empresa estão ajudando as pessoas a construir uma melhor pontuação de crédito, o que pode trazer outros benefícios ao seu bem-estar financeiro de modo geral, como, por exemplo, acesso a taxas de juros mais baixas ou melhores chances de aprovação de crédito no mercado financeiro.

Os clientes também confirmaram que seu acesso a limites de crédito, no Nubank ou em outros bancos, melhorou desde que se juntaram ao Nubank – mais uma evidência da importância da empresa como a pioneira que abriu as portas de outras instituições financeiras para grande parte de uma população desassistida por serviços bancários.

Desde que se tornou cliente do Nubank, você teve um aumento do seu limite de crédito (com o Nubank ou outros bancos)?

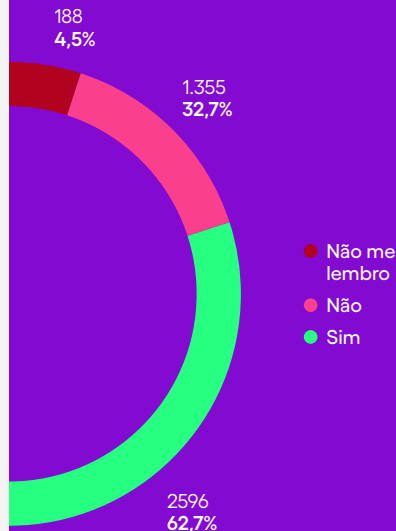


Gráfico 11: respondentes que conseguiram aumentar seus limites de crédito desde que se tornaram clientes Nubank.

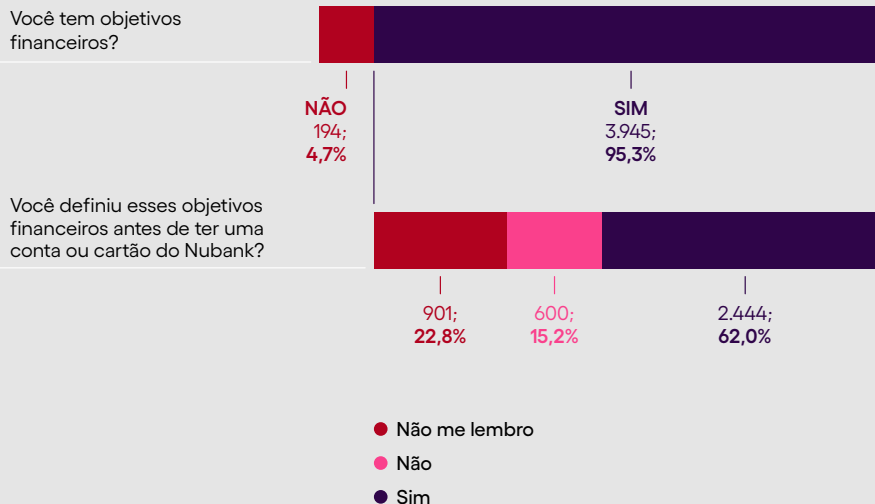


Objetivos financeiros

95,3% dos clientes PF confirmaram que agora têm metas financeiras; E dentre esses 95,3%, 22,8% disseram que estabeleceram suas metas após abrir suas contas e começar a usar os serviços oferecidos pelo banco digital.

O estabelecimento de metas também pode ter ajudado os clientes a prevenirem o endividamento (ver o gráfico 10) e é resultado do último elemento que será analisado nesta seção: educação financeira.

Gráficos 12 e 13: respondentes que têm objetivos financeiros e entrevistados que definiram essas metas antes de se tornarem clientes Nubank





Educação financeira

Inclusão e educação financeira precisam caminhar juntas e o motivo é simples: a última é a chave para a primeira. A educação financeira ajuda a evitar que clientes caiam na armadilha do endividamento e fornece conhecimentos sobre como gerenciar melhor a vida financeira.

Ela também é fundamental para a segurança dos produtos do Nubank: quanto melhor os clientes administram suas finanças, menor a possibilidade de inadimplência nas operações do banco.

Portanto, os impactos do grau de instrução financeira foram incorporados à Teoria da Mudança – os resultados para clientes PF e PJ são apresentados neste capítulo.

O Nubank vem oferecendo conteúdo de educação financeira em seu blog (e em outros canais de comunicação) desde 2018. O blog acumulou mais de 50 milhões de visitantes em 2020; nas redes sociais, o número de seguidores aumentou de 5 milhões, em 2019, para 8,3 milhões ao final de 2020.

Esta pesquisa mostrou que 69% dos clientes sabem que a empresa oferece educação financeira por meio de várias plataformas e mais de um terço acessa os conteúdos de forma esporádica ou regular.



O Nubank oferece ajuda para organizar sua vida financeira. Você sabia dessa informação?

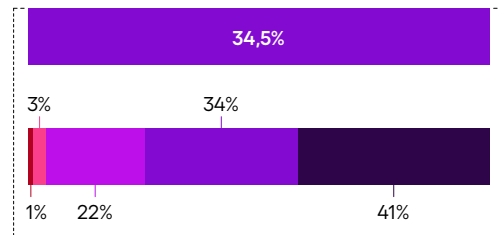
Gráfico 14: visão geral de clientes Pessoa Física ao avaliar o uso e impacto do conteúdo educacional.

Não, não sabia que o Nubank oferecia esse conteúdo **31,0%**

Sim, já sabia que o Nubank oferecia esse conteúdo mas nunca o acessei **34,5%**

Sim, já sabia que o Nubank oferecia esse conteúdo e já o acessei

O quanto você concorda com a frase “o conteúdo compartilhado pelo Nubank aumentou o meu conhecimento sobre organização financeira”?



- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo, nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

O nível de instrução financeira das pessoas parece aumentar substancialmente após se tornarem clientes.

A porcentagem de clientes que avaliam suas habilidades financeiras como “altas” ou “muito altas” desde que se tornaram clientes Nubank aumentou de 15% para 36%.

Pessoas que antes de se tornarem clientes Nubank avaliavam o controle sobre sua vida financeira como “baixo” ou “muito baixo” somavam 32% da base, após se tornarem clientes somam 10% do total.



Oportunidades de ampliar a educação

Analisando o panorama geral, os clientes Nubank possuem nível de escolaridade superior à média da população brasileira (em comparação com os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios¹³). Uma suposição para essa tendência seria de que muitos dos novos clientes Pessoa Física são estudantes universitários que abriram sua primeira conta, mas também clientes que abandonaram o sistema bancário tradicional.

No contexto deste estudo de impacto – e em relação ao impacto nas desigualdades sociais e econômicas –, esta descoberta mostra que ainda há espaço para a empresa se expandir e atingir ainda mais a população financeiramente vulnerável.

Além disso, sugerimos que o Nubank aumente seus esforços de educação financeira para alcançar a base de clientes que atualmente não acessam seu conteúdo regularmente.

¹³ Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2019.
Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>



6_

Principais impactos
sociais do Nubank –
inclusão e educação
financeira para
recortes específicos
- Pessoa Jurídica (PJs)

Destaques

O Nubank foi um dos primeiros bancos digitais a oferecer contas empresariais para pequenos negócios. Como resultado, o impacto da instituição entre as pequenas empresas é ainda maior do que entre as pessoas físicas. A pesquisa indica que ter acesso à conta Pessoa Jurídica (PJ) do Nubank (destinada a empresas) gerou um impacto positivo no desenvolvimento dos pequenos negócios e de seus respectivos empreendedores.



- 46% dos pequenos empresários citaram o Nubank como seu primeiro fornecedor de serviços financeiros.
- 70% dos pequenos empreendedores declaram que o Nubank teve um impacto positivo no desenvolvimento de seus negócios. Deste total, 63% das empreendedoras mulheres e 61% dos empreendedores homens confirmaram que ganharam mais controle financeiro, o que lhes permitiu expandir seus negócios.
- 85% dos pequenos empresários confirmaram que, nos últimos meses, conseguiram manter as contas sob controle, sem incorrer em dívidas significativas.
- 41,3% dos pequenos empresários afirmam que seu negócio é responsável por 75% a 100% da renda familiar.



Oferecer contas empresariais é um passo importante para cobrir uma necessidade crescente de pequenos empreendedores que enfrentaram o problema do desemprego por meio da abertura de novos negócios como uma alternativa para ganhar a vida. As contas também cobriram uma lacuna para os pequenos negócios existentes, inicialmente informais, que alcançaram status legal formal após a implementação do sistema de impostos para pequenos negócios.

Perfil dos clientes

Os titulares de contas empresariais estão concentrados nas regiões sudeste e sul, e pertencem principalmente aos setores de comércio e de serviços.

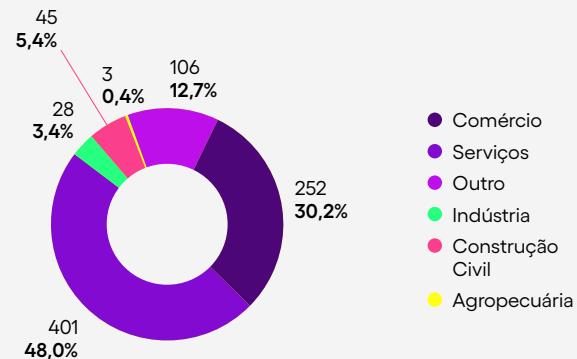
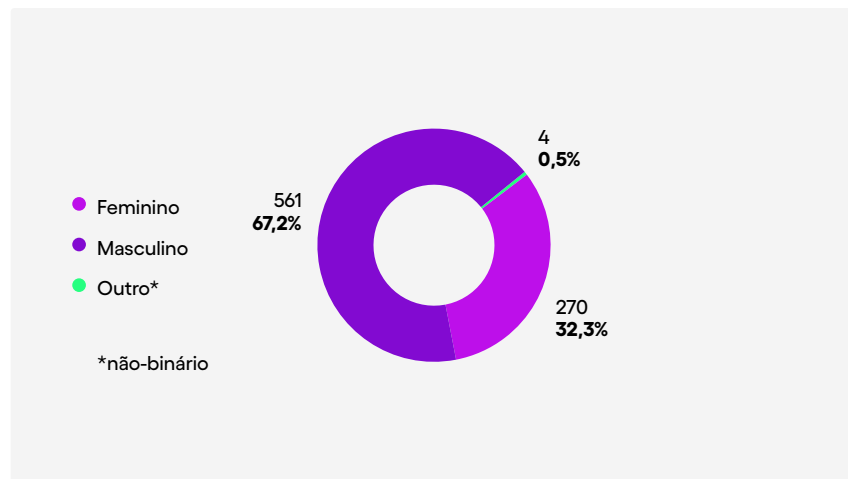
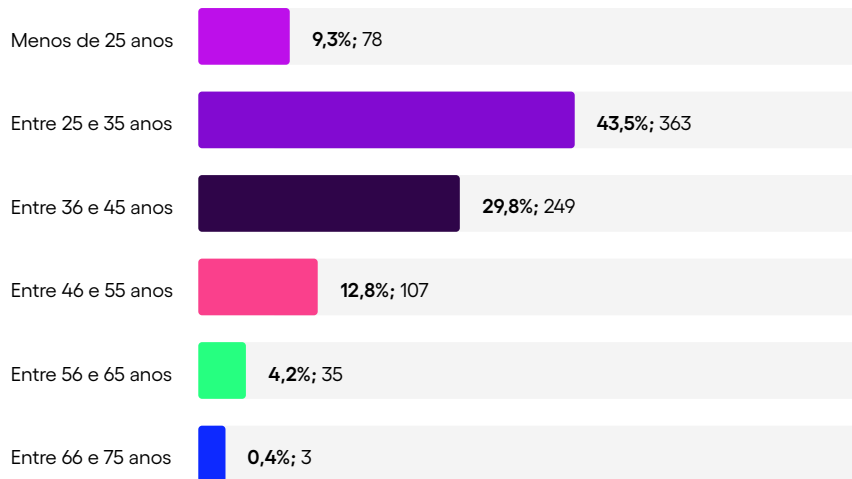


Gráfico 15: Setores representados pelos clientes PJ entrevistados.

A maioria dos pequenos empresários têm menos de 45 anos, mostrando um perfil semelhante ao dos clientes Pessoa Física. Por outro lado, há uma prevalência de pequenos empresários do sexo masculino.



Gráficos 16 e 17: Perfil etário (esquerda) e de gênero (direita) dos portadores de contas comerciais entrevistados.

Acesso ao sistema bancário

Mais clientes nas regiões Sul e Sudeste alegam ter o Nubank como seu primeiro fornecedor de serviços financeiros.

Quase metade dos pequenos empresários citaram o Nubank como seu primeiro fornecedor de serviços financeiros.

Gráfico 18: O entrevistado já adquiriu algum produto/serviço bancário para o negócio antes de se tornar cliente do Nubank?



- Sim, antes de me tornar cliente do Nubank eu já era cliente de um ou mais bancos com pessoa jurídica
- Não, o Nubank foi o primeiro provedor de produtos/serviços bancários para minha empresa



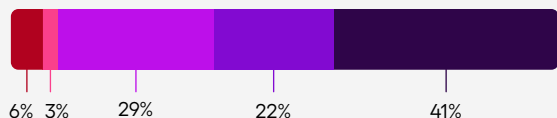
Shutterstock

Benefícios e oportunidades econômicas indiretas

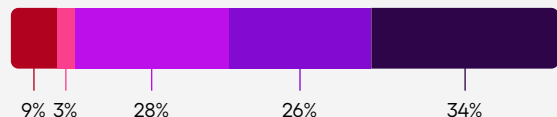
A pesquisa mostrou que a conta digital empresarial do Nubank ajudou os pequenos negócios a prosperar e criar mais resiliência financeira. Enquanto 70% dos entrevistados concordam parcial ou totalmente com o fato de que a conta digital os ajudou a melhorar a vida financeira da empresa, 85% deles confirmaram que, nos últimos 12 meses, conseguiram manter as contas sob controle, sem incorrer em dívidas significativas. A percepção de ter mais controle financeiro sobre o negócio também foi confirmada, com ênfase especial para as pequenas empreendedoras.

Ter acesso aos serviços do Nubank te ajudou a obter mais controle financeiro para expandir o seu negócio?

Mulheres



Homens



- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo, nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Gráfico 19: Importância do Nubank para obter mais controle financeiro e expandir o negócio por gênero do proprietário do negócio.

Para 41,3% dos clientes, sua empresa é responsável por 75% a 100% da renda familiar. Além dos membros da família, os efeitos de seus serviços também parecem contribuir para o crescimento da empresa, já que observamos que depois em um tempo relativamente curto, as contratações foram multiplicadas, aproximadamente, por quatro. Este é um número muito relevante que leva à conclusão de que o Nubank contribuiu para um número significativo de novos postos de trabalho no Brasil. Entende-se que diferentes fatores colaboram para a saúde financeira de uma empresa, mas ter acesso a serviços financeiros é um fator de grande importância.

Os dados coletados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)¹⁴ mostram que apenas 16% dos empresários têm acesso ao crédito, o que representa um grande potencial de serviços financeiros para este segmento. Além disso, os dados do SEBRAE mostram que apenas 22% das MEIs tiveram algum treinamento financeiro, e 68% não têm previsão para seu fluxo de caixa do mês seguinte. Estes são possíveis pontos de entrada para aumentar a educação financeira neste segmento de clientes.

¹⁴ <https://datasebrae.com.br/perfil-do-microempreendedor-individual/>

7_

Benefícios Macroeconômicos

Os dados indicam que o Nubank teve um impacto positivo na inclusão e educação financeira no Brasil e, com mais de 35 milhões de clientes (segundo dados fornecidos em março de 2021), tornou-se um grande player na economia brasileira.

Para verificar os resultados e impactos da Teoria da Mudança para inclusão financeira e educação, e estabelecer uma linha de base para futuras avaliações e monitoramento, estimamos alguns KPIs para o impacto macroeconômico das iniciativas do Nubank.

TENDÊNCIAS DE DESIGUALDADE

Coeficiente de Gini

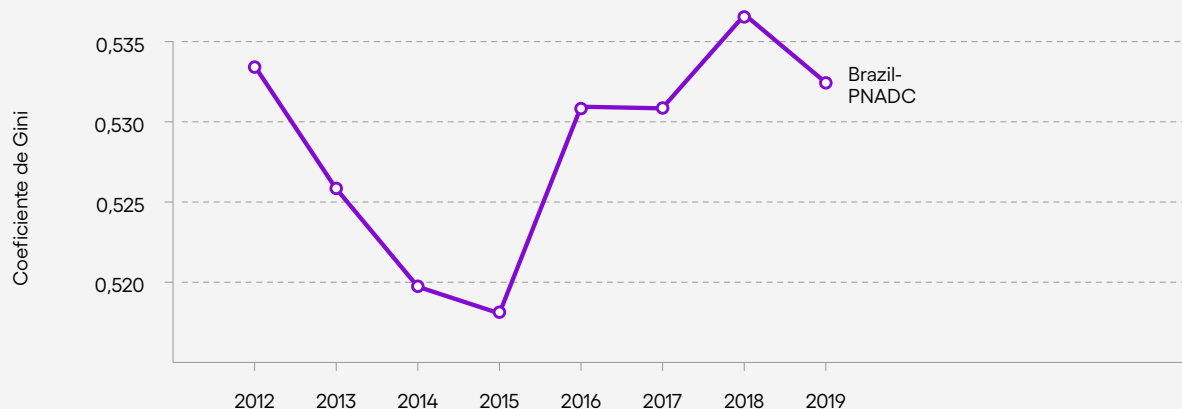


Gráfico 20: O Índice de Gini no Brasil segundo a PNADC era de 0,539 em 2018 e foi reduzido para 0,534 em 2019¹⁵

¹⁵ <https://www.worldbank.org/en/topic/poverty/lac-equity-lab1/income-inequality/inequality-trends>

Uma potencial estimativa do impacto direto da empresa no Índice Gini do Brasil poderia de fato ser calculada em nossa pesquisa, com base no impacto para 11% do total de clientes que tiveram seu primeiro acesso aos serviços financeiros por meio do Nubank. Cerca de 60 a 70% dos clientes da empresa pertencem ao 25° e 75° quintil de renda, o que pode ter impactado o Índice Gini de acordo com a literatura de Inclusão Financeira.

Esta conclusão se baseia principalmente nos resultados do Staff Paper do Fundo Monetário Internacional sobre “Desigualdade na Inclusão Financeira e Desigualdade de Renda”, publicado em 2020 (SDN/20/01)¹⁶. O documento concluiu: “Descobrimos que uma maior inclusão financeira tende a ser associada a reduções na desigualdade. Para o acesso e uso dos serviços de pagamento, encontramos fortes evidências de que os benefícios são maiores para aqueles que se encontram no extremo inferior da distribuição de renda, reduzindo a desigualdade”.

No mesmo artigo, os autores apresentaram uma correlação clara entre inclusão financeira e desigualdade, comparando dados de 2 países desenvolvidos e 3 países emergentes (ver gráfico 21).

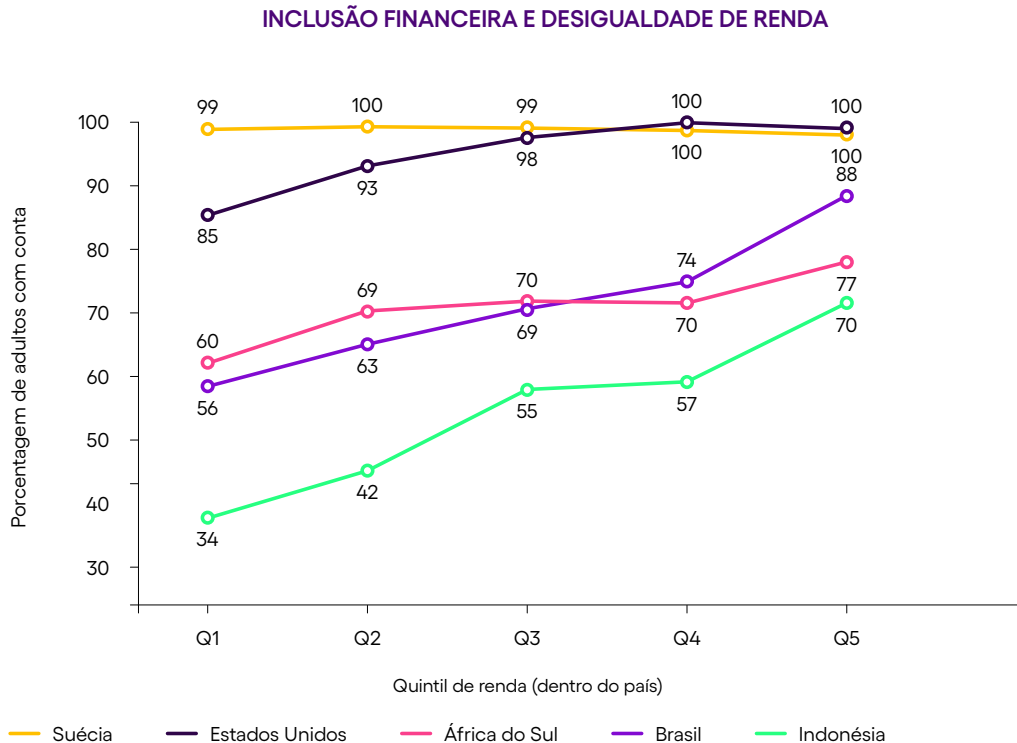


Gráfico 21: Inclusão financeira e desigualdade de renda calculadas pelos autores do artigo do corpo técnico do FMI.

¹⁶ Čihák, Martin; Sahay, Ratna. Finance and Inequality. International Monetary Fund Staff Discussion Note. 2020.

Os autores afirmam, em relação à análise da profundidade financeira: “Os resultados não são apenas estatisticamente significativos, mas também economicamente relevantes: por exemplo, se um país com baixa profundidade financeira (25º percentil da distribuição global) consegue aumentar a inclusão financeira do 25º para o 75º percentil, podemos esperar que sua desigualdade diminua significativamente (um declínio no índice de Gini de cerca de 9 pontos percentuais)”.



Shutterstock

Partindo da suposição do artigo do Fundo Monetário Internacional (FMI), e com base em nossas pesquisas, podemos concluir que:

1

Os clientes do Nubank representam bem as categorias de renda de até 95% da população brasileira, o que corresponde a 203 milhões de pessoas (95% da estimativa da população brasileira em 2021: 214 milhões¹⁷).

2

Antes do Covid-19, que acelerou a inclusão bancária digital, 30% dos brasileiros ainda eram desbancarizados (ver o estudo Harvard e AMI/Mastercard nas Referências).

3

Assumindo que os 5% da população brasileira pertencentes às categorias de renda mais altas certamente possuem uma conta digital.

4

Pode-se estimar que 30% dos brasileiros das categorias de renda de até 95% da população (203 milhões de brasileiros), ou seja, 60,9 milhões de pessoas, permaneceram sem acesso ao sistema financeiro antes da pandemia do Covid-19.

5

A simples transferência desses 60,9 milhões para os usuários do banco significaria que o potencial total de 9% de redução de Gini impulsionado pela inclusão financeira seria explorado.

6

Em nossa pesquisa, 11% dos entrevistados afirmaram que tiveram sua primeira conta no Nubank, o que representa cerca de 3,8 milhões de clientes da base. Aplicando esse dado ao cenário brasileiro isso corresponde a 6,24% dos 60,9 milhões de clientes desbancarizados.

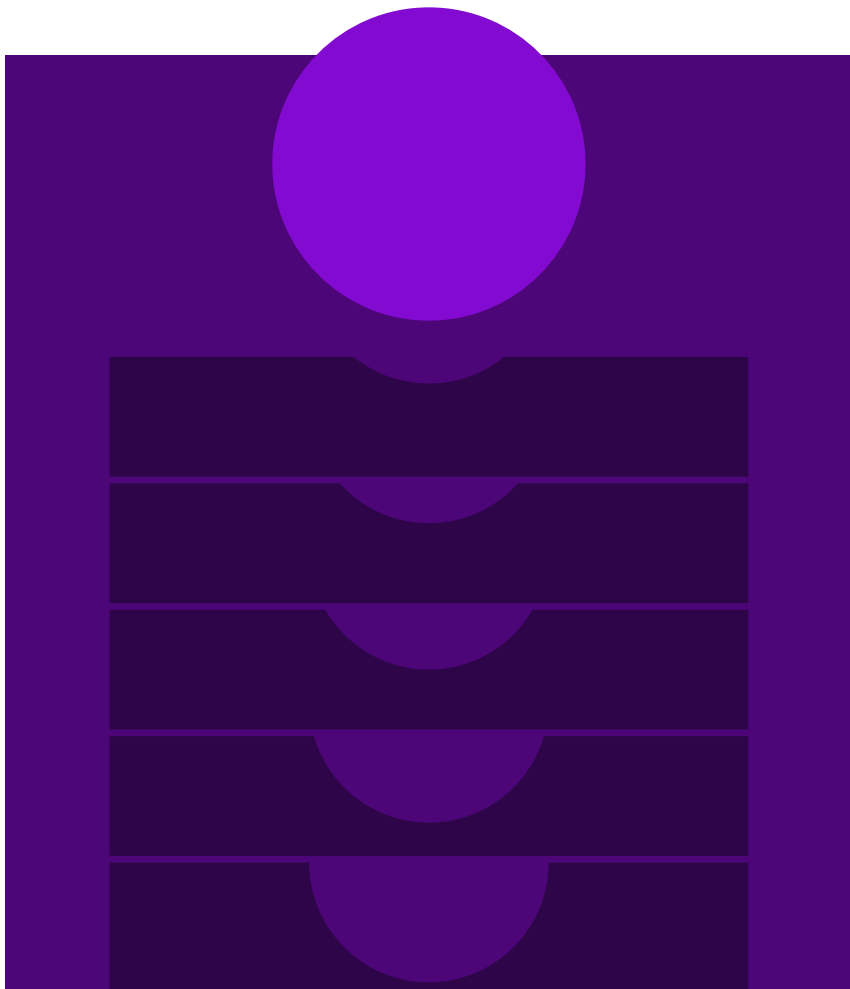
¹⁷ Projeção da população do Brasil - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)



A mudança que o Nubank representou no mercado acelerou o movimento de oferecimento de soluções similares pelos bancos tradicionais. Além disso, 480 fintechs¹⁸ iniciaram seus negócios oferecendo soluções nos segmentos imobiliários, seguros e outras áreas.

O estudo demonstrou que o Nubank gerou um impacto econômico indireto significativo nos pequenos negócios a partir da abertura das contas. Com isso, recomendamos uma análise mais aprofundada desses impactos e, especialmente, o monitoramento de como esses negócios poderiam ser positivamente impactados em regiões com atividade econômica menos desenvolvida, bem como de que forma a educação financeira poderia ajudar esses empreendedores.

¹⁸ Chu, Michael; Laranjeira, Carla; Levindo, Pedro. Nubank: Democratizing Financial Services. Harvard Business School. 2020. p. 10.



8_

Conclusão



Shutterstock

O Nubank exerceu impacto significativo tanto no acesso aos serviços financeiros quanto na educação financeira de seus clientes: cerca de 3,8 milhões de brasileiros foram incluídos no sistema financeiro apenas pelo Nubank.

Estima-se que mais de 23 milhões de brasileiros se sentiram capacitados pelo Nubank para tomar suas próprias decisões financeiras.

A porcentagem de clientes autodeclaradas mulheres que consideram seu controle como “médio”, “alto” e “muito alto” aumentou 22 pontos percentuais desde que se tornaram clientes Nubank.

O Nubank também contribuiu para a resiliência financeira de seus clientes no ano de 2020, período da disseminação da pandemia do Covid-19. A grande maioria deles pôde melhorar as habilidades de gestão financeira desde que se tornou cliente do Nubank e, entre os pequenos empresários, os serviços financeiros contribuíram para o desenvolvimento de seus negócios.

O Nubank pode ter impactado variáveis macroeconômicas relevantes como o Índice Gini, que mede os níveis de desigualdade de um país. A análise fornecida na seção sobre impactos macroeconômicos estima uma redução potencial de 0,693 pontos percentuais, que é quase semelhante à variação anual do índice e, portanto, relevante.

A intenção deste relatório era a coleta de evidências de que a missão de inclusão financeira do Nubank foi, e continua sendo, materializada em termos de impacto positivo para seus clientes. Ao mesmo tempo, o relatório estabelece uma linha de base que permite um maior monitoramento desses impactos e identifica oportunidades para melhorias nos negócios. Dessa forma, com base na pesquisa e análise de dados, podemos resumir os impactos corroborados nas categorias de clientes PF e PJ na tabela ao lado:

Categoria	Resultados e impactos comprovados de curto e médio prazo
Clientes (PF)	<ul style="list-style-type: none"> Transferência de clientes mal servidos pelo sistema financeiro tradicional Acesso ao sistema financeiro por pessoas historicamente desbancarizadas Maior acesso a outros provedores de serviços financeiros Maior resiliência contra choques financeiros Capacidade de economizar dinheiro desde que se tornou um cliente Nubank Capacidade de adquirir e comprar entretenimento e produtos domésticos Melhoria dos limites de crédito ao longo do tempo Aumento do controle sobre a vida financeira pessoal, especialmente para as mulheres Redução da acumulação de novas dívidas Melhoria da educação financeira Maior independência financeira
Pequenos empreendedores (PJ)	<ul style="list-style-type: none"> Entrada significativa de usuários com primeiro acesso a contas digitais Os microempreendedores prosperam nos negócios usando os serviços de pagamento Nubank Negócios melhorando sua resiliência Maior controle sobre a gestão financeira, principalmente de mulheres microempresárias As empresas puderam não mais incorrer em dívidas importantes sendo clientes do Nubank Aumento do investimento em fornecedores e materiais Acesso a serviços financeiros de outros provedores

Tabela 3: Resultados e impactos comprovados de curto e médio prazo

Além dos impactos comprovados em indivíduos e pequenas empresas, o relatório também destacou a importância do Nubank no nível macroeconômico e sistêmico. Atualmente, os clientes podem escolher entre numerosas soluções financeiras digitais que oferecem serviços gratuitos. No Brasil, o programa de transferência de renda do governo foi inteiramente implementado em bases digitais, e reduziu significativamente o percentual da população sem acesso ao sistema bancário.

As pesquisas realizadas para este relatório também demonstraram a eficácia das iniciativas de educação financeira do Nubank. As mudanças na alfabetização sobre o dinheiro foram evidenciadas tanto para os titulares de contas pessoais quanto para as empresas. A maioria dos entrevistados

hoje tem objetivos financeiros claros, controle sobre sua vida financeira e foram capazes até mesmo de fazer economias durante um período incerto como um ano de pandemia.

O Nubank deve continuar, ou até mesmo, aumentar a atenção especial dada ao atendimento da categoria de pequenas e micro empresas, recentemente aberta. A avaliação comprovou que existe um grande potencial para criar ainda mais impactos socioeconômicos positivos no apoio e financiamento desses pequeno empreendedores.

Como a empresa está entrando agora em outros mercados latino-americanos, como a Colômbia e o México, também deve continuar se concentrando em maneiras de atrair os segmentos menos instruídos da população, ajudando, assim, a reduzir os níveis de desigualdade também dentro desses países.

Além disso, devemos levar em conta que uma parte da população ainda depende de dinheiro físico e, desta forma, teria dificuldade em se adaptar a uma sociedade totalmente sem papel moeda, como aponta o relatório do BIS¹⁹. Este pode ser um desafio extra para o Nubank na inclusão destes segmentos da população.

Sugerimos também o monitoramento anual dos indicadores propostos neste relatório, a fim de medir o progresso. Além disso, a inclusão de um grupo de controle poderia trazer mais robustez aos conjuntos de dados e fornecer outros insumos importantes para inovação e melhorias.

¹⁹ BIS (Bank for International Settlements). Payment aspects of financial inclusion in the fintech era. April 2020. p. 32, item 85.

Referências

Aslan, Goksu; Deléchat, Corinne; Newiak, Monique; Yang, Fan. **Inequality in Financial Inclusion, Gender Gaps, and Income Inequality**. International Monetary Fund Working Paper. 2017. Accessed in April 2021. Available at <<https://www.imf.org/~media/Files/Publications/WP/2017/wp17236.ashx>>.

Alpha Research. **Financial Literacy Survey: Report on the Key Findings of the Survey Prepared for the World Bank**. 2010. Accessed in February 2021. Available at <<http://documents1.worldbank.org/curated/en/777811468026360561/pdf/698720ESW0P1010lgaria0FinLit0Report.pdf>>.

AMI/Mastercard. **The acceleration of financial inclusion during the COVID-19 pandemic: Bringing hidden opportunities to light**. October 2020. Available at: <https://newsroom.mastercard.com/latin-america/files/2020/10/Mastercard_Financial_Inclusion_during_COVID_whitepaper_EXTERNAL_20201012.pdf>

BIS (Bank for International Settlements). **Payment aspects of financial inclusion in the fintech era**. April 2020. Available at: <https://www.bis.org/cpmi/publ/d191.pdf>

Čihák, Martin; Sahay, Ratna. **Finance and Inequality**. International Monetary Fund Staff Discussion Note. 2020. Accessed in April 2021. Available at <<https://www.imf.org/~media/Files/Publications/SDN/2020/English/SDNEA2020001.ashx>>.

Chu, Khanh Lan; Chu, Viet Hung. **Effect of Financial Inclusion on Income Inequality: Evidence from Cross-Country Analysis**. SSRN Electronic Journal. 2018. Accessed in April 2021. Available at <https://www.researchgate.net/profile/La-Chu/publication/331080170_Effect_of_Financial_Inclusion_on_Income_Inequality_Evidence_from_Cross-Country_Analysis/links/5d69388a458515088600d02b/Effect-of-Financial-Inclusion-on-Income-Inequality-Evidence-from-Cross-Country-Analysis.pdf>.

Chu, Michael; Laranjeira, Carla; Levindo, Pedro. **Nubank: Democratizing Financial Services**. Harvard Business School. 2020. Accessed in April 2021. Available at <<https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=58873>>.

DataSebrae. **Perfil do MEI**. Accessed in May 2021. Available at <<https://datasebrae.com.br/perfil-do-microempreendedor-individual/>>.

Demir, Ayse; Pesqué-Cela, Vanesa; Altunbas, Yener; Murinde, Victor. **Fintech, financial inclusion and income inequality: a quantile regression approach**. The European Journal of Finance. 2020. Accessed in April 2021. Available at <<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1351847X.2020.1772335?needAccess=true>>.

Demirguc-Kunt, Asli; Klapper, Leora; Singer, Dorothe. **Financial Inclusion and Inclusive Growth: A Review of Recent Empirical Evidence**. World Bank Group. 2017. Accessed in April 2021. Available at <<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/26479/WPS8040.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>.

Duwendack, Maren; Mader, Philip. **Impact of financial inclusion in low- and middle-income countries: A systematic review of reviews**. International Initiative for Impact Evaluation. 2019. Accessed in February 2021. Available at <<https://www.3ieimpact.org/sites/default/files/2019-11/SR42-financial-inclusion-RoR.pdf>>.

FSD Africa. **Developing an Impact-Oriented Measurement System: A Guidance Paper for Financial Sector Deepening Programmes**. 2016. Accessed in February 2021. Available at <https://www.fsdafrica.org/wp-content/uploads/2019/08/16-01-07-MRM-for-M4P-Impact-Orientated-Measurement.sv_.pdf>.

García-Herrero, Alicia; Turégano, David Martínez. **Financial inclusion, rather than size, is the key to tackling income inequality**. BBVA Research. 2015. Accessed in April 2021. Available at <https://www.bruegel.org/wp-content/uploads/2018/01/WP_Financial-Inclusion-Income-Inequality4.pdf>.

Mastercard Foundation. **Theory of Change for Digital Financial Services**. Accessed in February 2021. Available at <<https://www.financedigitalafrica.org/theory-of-change/>>.

Norfund. **Theory of Change Methodology**. Accessed in February 2021. Available at <<https://www.norfund.no/app/uploads/2020/02/Norfunds-Theories-of-Change-for-web-ID-287008.pdf>>.

Organisation for Economic Co-operation and Development. **OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion**. 2018. Accessed in February 2021. Available at <<https://www.oecd.org/financial/education/2018-INFE-FinLit-Measurement-Toolkit.pdf>>.

Omar, Abdullah; Inaba, Kazuo. **Does financial inclusion reduce poverty and income inequality in developing countries? A panel data analysis**. Journal of Economics Structures. 2020. Accessed in February 2021. Available at <<https://journals.economicstructures.springeropen.com/track/pdf/10.1186/s40008-020-00214-4.pdf>>.

Ozili, Peterson K. **Theories of financial inclusion**. Munich Personal RePEc Archive. 2020. Accessed in February 2021. Available at <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/101810/1/MPRA_paper_101810.pdf>.

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. **Desenvolvimento humano nas macrorregiões brasileiras**. 2016. Accessed in May 2021. Available at <https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/20160331_livro-idhm.pdf>

UN Capital Development Fund. **Regulation for Digital Finance Ecosystems: A Theory of Change**. 2018. Accessed in February 2021. Available at <<http://www.uncdf.org/download/file/127/6442/bn-theory-of-changepolicy-and-regpdf>>.

Vogel, I; Zoe, S. **Appendix 3: Examples of Theories of Change**. DFID Evaluation Department. 2012. Accessed in February 2021. Available at <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a08a66ed915d622c000703/Appendix_3_ToC_Examples.pdf>.

World Bank Group. **GINI Index**. Accessed in April 2021. Available at <<https://datacatalog.worldbank.org/gini-index-world-bank-estimate-2>>.



BSD
CONSULTING
an ELEVATE company