

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA**

**MONOGRAFIA DE FINAL DE CURSO**

**MODERNO CONCEITO DE MICROCRÉDITO NO CONTEXTO GERAL DA  
ECONOMIA BRASILEIRA**

**Raphael F. Caliman  
Nº Matrícula: 0312942**

**Orientador: João Manoel Pinho de Mello**

**Novembro, 2007**

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA**

**MONOGRAFIA DE FINAL DE CURSO**

**MODERNO CONCEITO DE MICROCRÉDITO NO CONTEXTO GERAL DA  
ECONOMIA BRASILEIRA**

**Raphael F. Caliman  
N ° Matrícula: 0312942**

**Orientador: João Manoel Pinho de Mello**

**“Declaro que o presente trabalho é de minha autoria e que não recorri para realizá-lo, a nenhuma forma de ajuda externa, exceto quando autorizado pelo professor tutor.”**

---

**Novembro, 2007**

**“As opiniões expressas neste trabalho são de responsabilidade única e exclusiva do autor”**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus, por permitir mais essa vitória.

Agradeço a minha família e amigos pela compreensão dos momentos ausentes.

Agradeço a todos os professores que, a despeito de todas as dificuldades, sempre estiveram prontos a passar seus ensinamentos.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	05
<b>CAPÍTULO 1 – DEFINIÇÕES DE MICROCRÉDITO</b> .....	07
1.1 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO MICROCRÉDITO.....	07
1.1.1 Público Alvo.....	07
1.1.2 Metodologia do empréstimo.....	08
1.1.3 Valores.....	08
1.1.4 Prazos, garantias e taxas de juros.....	09
1.1.5 Simplicidade no acesso.....	10
1.2 AS VANTAGENS DO MICROCRÉDITO.....	10
1.3 QUEM CONCEDE O MICROCRÉDITO.....	10
1.4 SURGIMENTO DO MICROCRÉDITO.....	10
1.5 A INFLUÊNCIA DE MUHAMMAD YUNUS.....	11
<b>CAPÍTULO 2. A ATUAÇÃO DO GOVERNO E DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS PARA REGULAMENTAR E POR EM PRÁTICA O ACESSO AO MICROCRÉDITO</b> .....	13
2.1 HISTÓRICO DO MICROCRÉDITO NO BRASIL.....	13
2.2 MARCO LEGAL DO MICROCRÉDITO NO BRASIL.....	15
2.2.1 Principais normas.....	15
2.3 FUNÇÕES DO BANCO CENTRAL.....	17
2.3.1 Vantagens para a formação de Instituição de Microcrédito.....	17
2.3.2 Obstáculos para a formação de Instituição Microfinanceira.....	18
2.4 FUNÇÃO DO BNDES.....	18
2.4.1 Programa de Desenvolvimento Institucional (PDI).....	19
2.5 FUNÇÃO DO BANCO DO BRASIL.....	20
2.6 FUNÇÃO DA CAIXA ECONÔMICA FEDERAL.....	22
2.7 FUNÇÃO DOS BANCOS COMERCIAIS.....	22
2.8 FUNÇÃO DO SEBRAE.....	23
<b>CAPÍTULO 3. A OFERTA E DEMANDA DE MICROCRÉDITO</b> .....	25
3.1 ANÁLISE DO SISTEMA FINANCEIRO.....	25
3.2 OPÇÕES DE CRÉDITO FORMAL E INFORMAL.....	26
3.3 OFERTA DE MICROCRÉDITO.....	27
3.3.1 Análise de oferta.....	27
3.4 A DEMANDA DE MICROCRÉDITO.....	28
3.4.1 Estimativa da demanda de microcrédito.....	28
3.4.2 Análise da demanda.....	28
<b>CAPÍTULO 4 – DIVERGÊNCIAS IDEOLÓGICAS</b> .....	32
<b>CONCLUSÃO</b> .....	36
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	38

## INTRODUÇÃO

A idéia do moderno conceito de microcrédito surgiu nos anos 70 em Bangladesh, através do trabalho do professor de economia Muhammad Yunus, que ao observar a pobreza que existia ao redor da universidade onde estudava, concluiu que a teoria econômica não estava elaborada para ajudar a enfrentar esse problema. A partir daí, pensou em ajudar as pessoas criando um novo sistema de crédito, diferente do usual: um banco que chegasse a quem precisa de dinheiro, e não a quem já tem dinheiro. Hoje, Yunus é conhecido no Brasil como banqueiro dos pobres.

No Brasil a iniciativa ganhou força nos anos 70, muito embora colônias imigrantes praticassem experiências de crédito rotativo ou poupança conjunta desde século XIX. Na economia brasileira, o governo tem dado especial atenção às microfinanças e recentemente foi criado um marco regulatório, qualificando as organizações e estabelecendo parcerias entre o Estado e essas instituições.

O Brasil apresenta um cenário econômico, onde apesar de ser a segunda maior economia da América Latina, tem uma das piores distribuições de renda do mundo, com 34% da população vivendo abaixo da linha da pobreza. Têm-se sérios problemas sociais, principalmente o desemprego e subemprego que somam milhões de indivíduos vivendo na informalidade.

O objetivo deste trabalho é mostrar se o microcrédito para um público até aqui marginalizado, pode ser uma alternativa de desenvolvimento econômico para este público-alvo no país.

Os programas de microcrédito lidam com o pequeno empreendedor, principalmente de baixa renda, que exerce uma atividade econômica formal ou informal, nas zonas rurais e urbanas, nos setores primário e terciário, fundamentalmente no comércio e prestações de serviços. O microcrédito não significa que é um empréstimo de baixo valor, e sim empréstimo para a população com baixa renda. Possui características próprias, com público, taxas de juros, prazos, garantias específicas e simplicidade no acesso.

No primeiro capítulo desta monografia é feita uma abordagem das principais características do microcrédito como alternativa ao acesso dos menos favorecidos. Estuda-se também, como funciona a cadeia do microcrédito e será feito um apanhado histórico de como surgiu o microcrédito sob a influência de Yunus.

No segundo capítulo, será dada ênfase ao conhecimento jurídico para regulamentar esta linha de crédito, as normas, condições, obstáculos às funções das instituições públicas e privadas. Neste processo, será analisado também, como funcionam alguns programas que já estão em vigor dentro do mercado de crédito.

O terceiro capítulo realiza uma análise do sistema financeiro. É mostrado os contrastes existentes entre a modernidade do setor bancário e o pouco desenvolvimento no mercado de crédito em geral, apesar de este estar crescendo nos últimos anos. Será feita análise da oferta e demanda do microcrédito de forma qualitativa e quantitativa. A estimativa é que existem 8,2 milhões de microempreendedores em condições de obter crédito, porém a taxa de penetração é preocupante apenas 2% dos clientes potenciais são usuários de microcrédito no Brasil.

No último capítulo serão mostradas as diferenças de pensamento entre os técnicos econômicos especialistas nesta área e, alguns dos motivos pelo qual este tipo de crédito ainda encontra barreiras em nosso país para o seu crescimento nas instituições financeiras.

## **CAPÍTULO 1. DEFINIÇÕES DE MICROCRÉDITO**

O microcrédito é um empréstimo, concedido a pequenos empreendedores dos setores formal, informal e de pequeno porte, excluídos do sistema financeiro tradicional, por não terem como oferecer as garantias exigidas na concessão do valor necessitado. É um crédito destinado à produção (capital de giro e investimento), voltado para apoiar negócios de pequeno porte, gerenciados por pessoas de baixa renda, e é concedido com o uso de metodologia própria voltada ao perfil e necessidades dessa categoria de empreendedores. Outra modalidade de microcrédito é o destinado ao consumo, onde as pessoas buscam através dos valores concedidos pelos bancos atender suas necessidades pessoais. Dentro deste segmento, pode-se exemplificar o microcrédito para aposentados (MARTINS *et al*, 2002; PARENTE, 2002).

O microcrédito está inserido no segmento de microfinanças. Microfinanças é um termo mais abrangente que se refere a qualquer tipo de produto financeiro, designado para pessoas de baixa renda sendo ou não excluídos bancário e voltado para o consumo e produção. Este trabalho estará focado no microcrédito para produção, porém em alguns momentos será feita menção ao microcrédito para consumo de acordo com abordagem de cada instituição sobre este assunto.

### **1.1 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO MICROCRÉDITO**

#### **1.1.1 Público alvo**

O público alvo do microcrédito é, predominantemente, composto por donos de empresas que realizam uma atividade econômica autônoma, muitas vezes informal e, geralmente autofinanciada através de poupanças próprias ou de parentes e amigos. São pessoas que conhecem seus ramos de atividade e cuja orientação é voltada primordialmente para sustento de sua família, sem grandes expectativas de crescimento. Por isso a maior parte da demanda por microcrédito destinasse a capital de giro para cobrir dificuldades momentâneas de liquidez ou utilizar chances de eventuais negócios favoráveis. Os usuários do microcrédito atuam primordialmente nas seguintes atividades: (NITSCH; SANTOS, 2001).

- Indústria - marcenaria, sapataria, carpintaria, artesanato, gráfica, padaria;



- Comércio-vendedores em geral, mercadinho, papelarias, lanchonetes, feirantes, ambulantes;
- Serviços-salões de beleza, oficinas mecânicas, borracharias.

### **1.1.2 Metodologia de empréstimo**

Basicamente para atender o público mencionado acima a concessão do crédito é de forma assistida, ou seja, as instituições de microcrédito e os agentes de crédito vão até o local onde o candidato ao crédito exerce sua atividade produtiva, para avaliar as necessidades e as condições de seu empreendimento, bem como as possibilidades de pagamento e percentual de comprometimento de sua renda para honrar com os compromissos do empréstimo. São analisados: o perfil do tomador, o grau de conhecimento dentro do mercado que almeja atuar com o financiamento da instituição financeira, conhecimento sobre a família do projeto de investimento. Essas informações são obtidas pelo agente de crédito na entrevista com o empreendedor captando aspectos sócio econômicos, não-convencionais para a análise. Todo trabalho de verificar a capacidade de pagamento do cliente contribui para a diminuição da inadimplência. É importante conhecer o cliente, como vive, como desenvolve suas atividades, como se relaciona com a comunidade onde mora (SOUZA, 2006).

Também se pode conceder o microcrédito se o cliente se dirigir a uma agência bancária, onde os procedimentos para concessão de empréstimo são feitos da mesma maneira. A metodologia do microcrédito permite a redução dos custos de transação e de oportunidade do tomador de crédito, diminuindo ao máximo a burocracia.

### **1.1.3 Valores**

Uma boa perspectiva para analisar a capacidade de pagamento dos microempreendimentos é observar os custos financeiros, decorrentes das operações de microcrédito, no contexto da totalidade de seus custos e receitas. Para o microempreendedor o custo de uma operação de microcrédito representa uma pequena proporção dos custos totais do negócio. Castello, Sterarns e Cristien (*apud* ROSEMBERG, 2002) relatam uma análise amostral realizada no Chile, Colômbia e República Dominicana, em que os microempreendedores pagavam em média 6,3% ao

mês pelo crédito, mas que as despesas com juros representavam, de seus custos totais entre 0,4% e 3,4%.

Os pequenos negócios normalmente possuem altas taxas de rentabilidade e giro rápido, resultando em um investimento de alto retorno, capaz de ser alavancado financeiramente, mesmo com um custo elevado de capital de terceiros.

Atividade	Taxa de Rentabilidade Bruta do Investimento	Período De Giro Do Capital
Cerveja E Refrigerante	60%	Semanal
Bebidas Quentes	150%	Semanal
Roupas	100%	Semanal
Cosméticos	30%	Semanal
Material De Limpeza	100%	Semanal
Doces E Salgados	50%	Semanal
Feira: Banana	70%	2 X Por Semana
Feira: Alho	60%	Semanal
Feira: Cebola	50%	Semanal

Fonte: II Congresso Latino-Americano de Microcrédito, em agosto de 2004, em Blumenau, Santa Catarina (VILELA: AGUIAR, 2004)

#### 1.1.4 Prazos, garantias e taxas de juros

Os prazos de pagamento são relativamente curtos, normalmente até 12 meses. Além disso, os pagamentos são muito flexíveis, e sempre de acordo com as características do cliente e de sua atividade. Os pagamentos usuais são mensais, porém há também a possibilidade de pagamento diário, semanais, quinzenal. O objetivo é oferecer prazos menores e parcelas menores para os pagamentos e assim evitar a inadimplência (SOUZA, 2006).

A garantia do contrato pode ser individual, com o tomador indicando um avalista ou fiador coletivo, que consiste na formação de grupos, em que cada um é ao mesmo tempo tomador do crédito e avalista dos demais. O processo de formação de grupos solidários é coletivo, pois o não pagamento de um, faz com que todos respondam pagando o empréstimo por ele. Cria-se com isso, um processo de autovigilância e seleção de pessoas que possam honrar seus compromissos, diminuindo a falta de pagamentos.

Os juros são resultados de vários fatores e vai depender das instituições financeiras que atuarem com esta linha de credito para baixa renda. Estão sendo

aplicados pelo Banco Real variando entre 2% a. m a 3,5% a.m, sendo determinados de acordo com o valor desejado pelo cliente (SOUZA, 2006).

### **1.1.5 Simplicidade no acesso**

Diferente da burocracia encontrada na formalização de contratos de empréstimos adquiridos pelo cliente nas agências, o microcrédito não prioriza as formalidades de uma operação de crédito tradicional na hora de decidir o valor a ser emprestado. Os fatos apresentados pelo agente de crédito substituem os documentos usuais das operações de crédito padrão.

## **1.2 AS VANTAGENS DO MICROCRÉDITO**

A proposta do microcrédito é estimular as atividades produtivas de populações carentes, fortalecer e dar mais oportunidades ao comércio, gerando emprego, renda e podendo futuramente contribuir para a capitalização do desenvolvimento da economia.

O microcrédito é importante dentro do programa de políticas sociais, pois é um instrumento decisivo à promoção do resgate político de uma parcela da população, principalmente dos países menos desenvolvidos, como o caso do Brasil, dando a oportunidade para parcela da população com sucesso sair da informalidade (SAFATLE, 2006).

## **1.3 QUEM CONCEDE O MICROCRÉDITO**

Segundo Alves (2004), no Brasil o microcrédito é concedido pelo poder público e pela iniciativa privada. O poder público através de bancos oficiais com carteiras especializadas, a exemplo do programa Crediamigo do Banco do Nordeste, ou através de programas como “Banco do Povo”, que trabalham com recursos orçamentários.

## **1.4 SURGIMENTO DO MICROCRÉDITO**

A primeira idéia do que chamamos hoje de microcrédito, surgiu na Alemanha em 1846 e ficou conhecida como Associação de Pão, pois após um rigoroso inverno os fazendeiros locais endividados para não recorrerem a agiotas, foram financiados por um

pastor para que pudessem fabricar o pão e obter capital de giro. Essa associação posteriormente transformou-se em uma cooperativa para população pobre (ALVES, 2004).

Surgiram outras iniciativas independentes neste período. Em Quebec, 1900, um jornalista criou as “caixas Populares” com auxílio de amigos que juntaram 26 dólares para emprestar aos mais pobres. Nos Estados Unidos, 1953, o presidente de uma metalurgia criou os “fundos de ajuda”, onde cada operário colaborava com um dólar por mês. O objetivo era atender aos necessitados, posteriormente este fundo de ajuda se transformou em liga de crédito. Este fundo nada mais é que a “caixinha” que existe hoje dentro das empresas, porém no caso brasileiro este tipo de fundo de ajuda é incentivado pelos juros elevados (ALVES, 2004).

A iniciativa que foi o grande marco da história do microcrédito, que difundiu e serviu de modelo para popularizá-lo no mundo foi à experiência iniciada em 1976 em Bangladesh, pelo o professor de economia Muhammad Yunus. O professor preocupado com a situação do país e a miséria em que vivia a população, começou a estudar a dinâmica da economia de uma aldeia próxima à universidade onde lecionava e percebeu que os pequenos empreendedores eram reféns de agiotas, e que mesmo pagando juros exorbitantes pagavam em dia. Yunus teve sua experiência com microcrédito emprestando com a ajuda dos alunos 27 dólares para 42 famílias. (Após este relato, Yunus criou em 1978 o Grameen Bank, atualmente banco modelo que empresta mais de doze milhões de dólares aos cidadãos da cidade de Bangladesh (YUNUS, 1997)).

No Brasil a primeira idéia de microcrédito teve início em 1973, nos municípios de Salvador e Recife, não com as características hoje já definidas, com iniciativa da organização não governamental Aitec, e com participações de entidades e bancos locais, foi criada a união nordestina de assistência a pequenas organizações, conhecida como Uno (ALVES, 2004).

O programa Uno era uma ONG especializada em microcrédito e capacitação para trabalhadores de baixa renda do setor informal. Os recursos iniciais vieram de doações internacionais.

## 1.5 A INFLUÊNCIA DE MUHAMMAD YUNUS

Muhammad é um “banqueiro” que persegue ativamente o sonho de erradicar a pobreza do mundo. Suas idéias, após duas décadas, vêm ganhando força e atraindo a

atenção de grandes personalidades do mundo internacional. O Banco Mundial vem tentando convencer o seu comitê a propagar essas idéias, expondo o êxito na liberação de microcrédito ocorrido em Bangladesh onde Yunus empresta até a microempresa se desenvolver e crescer. Seu banco não fornece nenhum treinamento, nenhuma instrução aos seus clientes, pois ele acredita que todos os seres humanos têm uma habilidade natural. Dar crédito para os pobres permite que eles ponham na prática suas habilidades. (SOUZA, 2006)

O *Grameen Bank* é hoje o maior banco de Bangladesh e a maior referência do microcrédito no mundo. Atualmente, pode ser definido como empréstimo diretamente relacionado ao combate à pobreza. O crédito é evolutivo podendo iniciar em U\$ 10, 00, porém a média é de U\$100,00. A experiência de Yunus revolucionou o mercado de microcrédito no mundo, onde existem programas nele espelhados em sessenta países (SOUZA, 2006).

Segundo depoimento do ex-presidente Bill Clinton citado em (Muhammad Yunus, 1997 p.325): “O microcrédito não é apenas o meio de abrir possibilidades econômicas aos indivíduos. Ele convoca a comunidade, à responsabilidade. Com o microcrédito vemos como no mundo de hoje somos todos interligados e interdependentes...”

Com isso a idéia de Yunus se disseminou por todo o mundo e foram traçadas metas de âmbito mundial para atingir 100 milhões de famílias até o ano de 2005.

## **CAPÍTULO 2. A ATUAÇÃO DO GOVERNO E DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS PARA REGULAMENTAR E POR EM PRÁTICA O ACESSO AO MICROCRÉDITO.**

Ao Governo brasileiro cabe o papel de incentivar o desenvolvimento do microcrédito, tanto na manutenção de mecanismos financeiros que permitam a perpetuação da oferta de crédito destinada a financiar atividades de produção, comercialização ou serviços, cuja principal fonte de pagamento é constituída pelas vendas e rendas geradas pelas referidas atividades, bem como a preparação da demanda mediante a capacitação e o treinamento.

Segundo Brusky; (Fortuna 2002), o desenvolvimento do mercado microempreendedor tem sido estratégia de vários países, principalmente os em desenvolvimento como o caso do Brasil, que possui um baixo índice de desenvolvimento humano e nos últimos 25 anos apresenta uma baixa taxa de crescimento per capita. Através do microcrédito ao invés do governo gastar dinheiro com programas sociais paliativos para minimizar as desigualdades, dá a oportunidade do próprio cidadão se auto-desenvolver e assim contribuir para a economia, pois o beneficiário desenvolve seu microempreendimento, aumenta sua renda, gera emprego e bem estar social. Desde 1992 e mais intensamente a partir de 1999, o Banco Central através da regulamentação dos 2% dos depósitos à vista, vem estimulando este novo produto respaldado pela regulamentação do Governo brasileiro em destinar esta porcentagem ao microcrédito.

### **2.1 HISTÓRICO DO MICROCRÉDITO NO BRASIL**

O microcrédito no Brasil é considerado como estando ainda em seus primeiros passos, tendo em vista o reduzido número de instituições. Contudo o microcrédito já tem a sua história.

A primeira experiência em microcrédito no Brasil data de 1973. Foi desenvolvida pela União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações, conhecida como Programa UNO. O Programa desapareceu em 1991 por não ter incorporado conceitos e praticas que permitissem sua autosustentabilidade (ALVES, 2004).

A primeira organização formal em Microcrédito é datada de 1987, com o Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos Ana Terra (CEAPE/RS), na cidade de Porto Alegre – Rio Grande do Sul. O Centro Ana Terra, fundado na forma de organização não governamental, contou com o apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e da *Inter-American Foundation* (IAF) que aportaram recursos para os financiamentos. Nos anos 90, uma rede de CEAPE foi implantada em doze estados brasileiros (BRUSKY; FORTUNA, 2002).

Em 1989, o Banco da Mulher (Seção - Bahia), com apoio do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) e do BID iniciou as suas atividades de microcrédito. Atualmente o Banco da Mulher, além da Bahia, está representado nos estados do Paraná, Rio Grande do Sul, Amazonas, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

No ano de 1995, a Prefeitura de Porto Alegre (RS), em parceria com entidades da sociedade civil, promoveu a criação da Instituição Comunitária de Crédito – PORTOSOL. Além da Prefeitura de Porto Alegre e do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, instituições nacionais e internacionais aportaram recursos financeiros, a exemplo o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa (SEBRAE) no Rio Grande do Sul, Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES), Sociedade Alemã de Cooperação Técnica (GTZ) e IAF (BRUSKY; FORTUNA, 2002).

O VivaCred, localizado na favela da Rocinha, na cidade do Rio de Janeiro, teve sua criação em 1996, por iniciativa do Movimento Viva Rio. Atualmente possui quatro agências localizadas nas favelas da Rocinha, Maré e Rios das Pedras e na Zona Sul do Rio de Janeiro. O VivaCred contou com o apoio financeiro (empréstimos) do BNDES e da Fininvest (ALVES, 2004).

Em 1998, o Banco do Nordeste criou o Programa CrediAmigo para o financiamento diferenciado aos pequenos empreendimentos. Atualmente o CrediAmigo é o maior programa de Microcrédito do País, tendo realizado mais de 2,0 milhões de operações com financiamentos totais de R\$ 1,65 bilhões. Atualmente o Programa mantém uma carteira de financiamentos no valor de R\$ 108,0 milhões e 167,4 mil clientes ativos (dados de março/2005) (SOUZA, 2006).

No âmbito dos governos estaduais e municipais várias experiências estão sendo implementadas, tanto por instituições de fomento (apoio às organizações independentes que operam Microcrédito) como por instituições governamentais que financiam diretamente o pequeno empreendimento, ambas com o propósito de gerar oportunidades de emprego e renda. No primeiro modelo, temos o programa de microcrédito do

BADESC (agência de fomento do Estado de Santa Catarina S. A) e no segundo o Banco do Povo Paulista, de Goiás e de Juiz de Fora (SOUZA, 2006)

Face à importância do Microcrédito como estratégia de desenvolvimento econômico e social, várias instituições brasileiras iniciaram apoio institucional e financeiro às instituições de Microcrédito. Em 1996 o BNDES criou o Programa de Crédito Produtivo Popular com o propósito de fortalecer a rede de instituições de Microcrédito com financiamentos a longos prazos (BRUSKY; FORTUNA, 2002).

O BNDES passou também a trabalhar para o fortalecimento institucional das instituições apoiadas e para tanto criou o Programa de Desenvolvimento Institucional (PDI).

O SEBRAE com o Programa de Apoio ao Segmento de Microcrédito, lançado em outubro de 2001, passou a promover o desenvolvimento do Microcrédito no Brasil apoiando novas iniciativas e organizações já existentes. Atualmente o SEBRAE apóia 80 instituições em todo o Brasil.

## 2.2 MARCO LEGAL DO MICROCRÉDITO NO BRASIL.

### 2.2.1 Principais normas

Segundo Rosales (2002); MARTINS (2002), essas são as principais legislações que envolvem o microcrédito no Brasil.

- 1) Lei nº 9790, de 23 de março de 1999: esta norma dispõe de forma abrangente sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos. Essa lei institui regras e disciplina o termo de parceria entre as instituições de microcréditos e o setor público.
- 2) Decreto nº 3100, de 30 de junho de 1999: esse decreto regulamenta a lei nº 9790 e define os aspectos vinculados aos requisitos para a autorização, funcionamento e supervisão das sociedades civis de interesse público.
- 3) Medida provisória do Presidente nº 1914-4, de 28 de julho de 1999: essa medida provisória modifica as normas vinculadas à usura e tira de seu alcance as



Organizações da sociedade civil de interesse público e as Sociedades de créditos para microempresários.

- 4) Resolução do Banco central do Brasil nº 2627, de 2 de agosto de 1999: dispõe de normas sobre a natureza, constituição, capital mínimo e integralização, marco operacional, limites individuais de crédito para o microempresário.
- 5) Circular do Banco Central do Brasil nº 2915, de 5 de agosto de 1999: dispõe do estabelecimento de normas e procedimentos relativos à autorização e ao funcionamento das Sociedades Civil para Microempreendedores mediante a qual são estabelecidos os procedimentos relativos à autorização e ao funcionamento das Sociedades de crédito para o microempresário.
- 6) Circular do Banco Central do Brasil nº 2898, de fevereiro de 2000: dispõe de definições de padrão contábeis para as Sociedades de Créditos para Microempresários, com base naqueles vigentes para as companhias financeiras.
- 7) Lei de nº 10194, do Banco Central do Brasil, de 14 de fevereiro de 2001: dispõe sobre a instituição das Sociedades Civil para Microempresários e define regras de funcionamento.
- 8) Resolução nº 2874 de 26 de julho de 2001, do Conselho Monetário Nacional: relata sobre a constituição e funcionamento das Sociedades de Crédito ao Microempresário, tendo em vista o disposto no art. 1 da lei 10194 de 14 de fevereiro de 2001.
- 9) Medida Provisória nº 122 de 25 de junho de 2003: estabelece que 2% dos depósitos à vista dos bancos comerciais, dos bancos múltiplos com carteira comercial, da caixa econômica federal, bem como das cooperativas de crédito sejam direcionados em operações de microfinanças destinadas à população de baixa renda e aos microempreendedores.
- 10) Lei nº 11.110/05 e decreto 5.288/04: aprovação das PMPO's (programa de Microcrédito Produtivo Orientado) com objetivo de ampliar o acesso aos

empreendedores de atividades produtivas de pequeno porte usando a metodologia baseada no relacionamento direto de um agente de crédito.

## 2.3 FUNÇÕES DO BANCO CENTRAL

Cabe ao Banco Central criar instrumento de distribuição de renda e emprego para as camadas mais desprovidas da sociedade. Constituir e regulamentar as instituições voltadas para o microcrédito, estabelecer requisitos para autorização e funcionamento dessas instituições, autorizar as instituições a utilizar outras fontes de recursos para os microcréditos e fixar as normas para a contabilização das suas operações e a divulgação da sua informação financeira, supervisionar as instituições e atuar como órgão orientador. Res. nº 2627 (ALVES, 2004).

É função do Banco Central estimular a oferta de crédito, incentivar a criação de instituições e promover seminários que possam despertar o interesse de empresários em investir no bem estar da sociedade através de projetos com uma visão social, mas sem perder a lucratividade, como é o caso do microcrédito.<sup>1</sup>

### 2.3.1 Vantagens para a formação de Instituição de Microcrédito

- 1) Oportunidade de mercado: atualmente temos um público alvo de cerca de 8,2 milhões de microempreendedores no Brasil em condições de obter crédito, porém só 2% deste mercado está sendo atingido, ou seja, podemos expandir o desenvolvimento econômico através deste segmento.
- 2) Apoio do Governo: na pauta do governo temos o microcrédito como assunto de extrema relevância, inclusive com um plano lançado pelo Ministério da Fazenda sobre os objetivos, medidas, propostas e desafios para o desenvolvimento do microcrédito. O Banco Central está apoiando as instituições financeiras promovendo parcerias com Sebrae, BNDES e bancos governamentais.

---

<sup>1</sup> Fonte: Banco Central Regulamentação do microcrédito

- 3) Visão voltada para o social: a instituição de microcrédito poderá atuar como um agente de modificações no cenário econômico do país que é caracterizado por extrema desigualdade.

### **2.3.2 Obstáculos para a formação de Instituição Microfinanceira**

- 1) É necessário ganhar o mercado indo até os clientes em potencial, com uma atuação pró-ativa através dos agentes de crédito.
- 2) Identificação das necessidades e problemas. É importante analisar a capacidade de pagamento deste novo empreendedor, ter sensibilidade para fazer o deferimento do crédito.
- 3) Derrubar preconceitos, muitos clientes tem o perfil para adquirir o microcrédito produtivo, se afastando por não se acharem capacitados para um empreendimento. Cabe a instituição esclarecer as dúvidas e estimular o tomador, mostrando os benefícios provocados pelo recurso.

## **2.4 FUNÇÃO DO BNDES**

O BNDES tem como uma de suas funções criar instrumentos que contribuam para a geração de trabalho e renda para a população brasileira de baixa renda. O BNDES atua como banco de fomento, ou seja, não repassa os créditos diretamente aos tomadores e sim para as instituições credenciadas a atuar como agentes do microcrédito. Os recursos destinados ao microcrédito deverão seguir a seguinte estratégia: (ALVES, 2004)

- a) Deverão ser realizadas por intermédio dos agentes públicos e privados
- b) Reduzir as taxas de juros efetivas, para que elas sejam compatíveis com as características socioeconômicas do público-alvo. O governo já determinou que esta taxa deveria ficar em torno de 2% a.m. já que os bancos hoje aplicam taxas de juros em torno de 5,8% a.m. Apesar de que pela proposta

do governo de crédito para baixa renda, a taxa de 2% a. m ainda é muito alta.

- c) Promover um grande comprometimento de todos os parceiros envolvidos a fim de maximizar os resultados obtidos com o microempreendimento.

Segundo o presidente do BNDES, num país onde se pratica agiotagem, onde a população de baixa renda paga índices superiores a 92,295% a.a num credito pessoal oferecido pelos bancos, não é nada irrelevante passar a praticar 2% a.m no financiamento do credito popular<sup>2</sup>

#### **2.4.1 Programa de Desenvolvimento Institucional (PDI)**

Segundo Parente (2002) o Programa de Desenvolvimento Institucional (PID) é um convênio de cooperação técnica não reembolsável firmado entre o BNDES e o BID. O BNDES participa como órgão executor e beneficiário, sob a assistência técnica da DAÍ (*Development Alternatives Inc*) empresa americana de consultoria com ampla experiência em microfinanças e gerenciamento de recursos de cooperação. O principal objetivo do PDI é fortalecer o segmento microfinanceiro de forma que as instituições possam ofertar produtos adequados às necessidades do seu público alvo, e com isso atrair novos parceiros e investidores que possuam uma visão social

Dentro do atual governo estão sendo elaborados três programas de Desenvolvimento Institucional (PDI) para as instituições de microcrédito, através do PMPO, no BNDES e no SEBRAE.

Os PDI's deverão atuar conjuntamente a partir de princípios comuns e deverão sofrer alterações significativas em relação ao modelo adotado anteriormente pelo BNDES. As ações deverão privilegiar projetos que possam beneficiar o maior número possível de IMF's (Instituições Microfinanceiras) estimulando a criação de consórcios, sendo que entre as linhas de trabalho já sugeridas (ainda deverão ser discutidas com entidades representativas das instituições de microcrédito), destacam-se: (PARENTE, 2002)

---

<sup>2</sup> informações extraídas do site [www.bndes.gov.br](http://www.bndes.gov.br) - entrevista com Carlos Lessa presidente BNDES 2003.

- a) Desenvolvimento de mecanismos para redução dos custos operacionais, especialmente na informatização de procedimentos;
- b) Fomento a adoção de um plano de contas comum;
- c) Fomento ao desenvolvimento de um software livre, inclusive com a sua manutenção e atualização;
- d) Capacitação para uso de tecnologias de crédito, análise de risco e funcionamento de empreendimentos populares.

## 2.5 FUNÇÃO DO BANCO DO BRASIL.

O Banco do Brasil sempre atuou como banco de fomento, financiando instituições microfinanceiras e participando de projetos. Em agosto de 2003 quando os estudos sobre microcrédito estavam finalmente saindo do papel, o Banco do Brasil (BB) juntamente com a Caixa Econômica Federal foram os pioneiros no processo de desenvolvimento desta nova modalidade de empréstimo para população. Vai se verificar a partir de agora que muitas instituições financeiras como o BB atraíram os clientes através do microcrédito para o consumo. Em citação a função dos bancos comerciais, veremos que os bancos neste primeiro processo estão concedendo empréstimos sem se preocupar com o microcrédito produtivo (NICTER; GOLDMARK; FIORI, 2002).

No início do processo o BB estava disponibilizando as linhas de microcrédito apenas para aposentados e pensionistas que recebiam o benefício pelo banco, instituindo o microcrédito para o consumo. Ao todo são mais de dois milhões de clientes. O valor máximo era equivalente ao benefício recebido, com limite de R\$480,00 e o prazo de pagamento ia de 06 a 12 vezes. Já naquele ano já tinham intenção de ampliar o programa.

O nosso projeto de microcrédito começa agora com aposentados e pensionistas. Em uma segunda etapa nós pretendemos atender os pequenos poupadores, pessoas que têm poupança até R\$ 200 e em uma terceira etapa chegar até o setor informal, afirma Luís Carlos Felipe, superintendente do BB-São Paulo.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Fonte: o globo 28/08/2003 publicação de Monalira Perrone.

Publicação, em setembro de 2004 já caracteriza o projeto do Banco do Brasil iniciado no ano anterior, com os resultados e com a criação do BB Crédito Pronto, a nova linha de microcrédito do Banco do Brasil, que ultrapassa os R\$ 100 milhões de reais de recursos contratados. A performance do produto num intervalo de tempo tão curto surpreende e é resultado da chamada oferta ativa nos terminais de auto-atendimento (TAAs) (SOUZA, 2006).

Por meio da oferta pró-ativa, os cerca de 4,3 milhões de correntistas que formam o público-alvo do BB Crédito Pronto são abordados com mensagem na tela dos terminais, que informa as condições da linha de crédito. Se desejar, o cliente pode contratar no ato o seu empréstimo. Até aqui, o valor médio dessas operações é de R\$ 500. A linha, que foi Lançada no início do mês de junho de 2004, atendeu até agora mais de 200 mil clientes.

A linha é destinada a atender àqueles clientes que têm crédito pré-aprovado, renda mensal de até R\$ 1 mil e média de aplicações somada aos depósitos à vista também inferior a R\$ 1 mil. O limite de crédito pode variar entre R\$ 100,00 e R\$ 600,00 (SOUZA, 2006).

Outra facilidade é a dispensa de garantias para a contratação do empréstimo. A taxa de juros da linha é prefixada em 2 % ao mês, com prazo de pagamento entre quatro e 24 meses e definição por parte do próprio cliente da melhor data para o débito das parcelas.

O BB Crédito Pronto dá continuidade à estratégia do BB para a democratização do acesso ao crédito para o público de menor renda. O BB Crédito Pronto está disponível para contratação nos terminais de Auto-Atendimento BB e na Internet.

A liberação do valor solicitado é realizada na conta corrente do interessado no momento da contratação do empréstimo. A Tarifa de Abertura de Crédito (TAC) é de 2% sobre o valor solicitado.<sup>4</sup>

Recentemente em nota ao jornal Valor Econômico (09/06/2005), Edson Machado Monteiro, vice-presidente de varejo do BB, afirma que a instituição tem emprestado uma média de 60 milhões de reais por mês, com até 130 mil novas operações. Em todas as suas linhas já emprestou 640 milhões de reais. O BB vem se destacando com o microcrédito para o consumo que como mostrado vem a cada dia crescendo mais, com perspectivas ainda de resultados melhores, mas sua estratégia já

---

<sup>4</sup> Fonte: acessória de imprensa do Banco do Brasil.  
Nota publicada em 06/09/2004.

para este ano de 2005 e atacar o público para o microcrédito produtivo. Segundo Monteiro, o banco está fechando parcerias com agentes de fomento e cooperativas para viabilizar estes empréstimos.

## 2.6 FUNÇÃO DA CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

A Caixa Econômica Federal, que já atende as camadas de menor renda e atua no mercado bancário varejo, atualmente vem atuando no segmento de microfinanças, em parceria com algumas organizações não governamentais. A Caixa Econômica Federal é responsável pela disponibilização de recursos financeiros e pelos riscos das operações das instituições definidos pela metodologia do microcrédito. Para a adequação das novas medidas governamentais a CEF conseguiu autorização do Banco Central, para criar contas simplificadas, e sem a necessidade de comprovar renda, sem limite mínimo, nem depósito e aprovação de cadastro. O correntista precisa esperar apenas 90 dias. A partir daí, tem acesso a empréstimos de até R\$200,00 que podem ser pagos em até quatro parcelas com taxa de juros de 2% a. m. (ALVES, 2004).

## 2.7 FUNÇÃO DOS BANCOS COMERCIAIS

Os bancos em quase sua totalidade adotam hoje no mercado de crédito, taxas de juros que podem chegar a 12% a.m., taxa justificada pelo risco do negócio. Porém, com esta taxa fica inviável a concessão de crédito aos menos favorecidos: primeiro porque os juros ficariam absurdamente altos, o que provocaria inadimplência; segundo é que mesmo que quisessem pagar tais juros, não possuem comprovante de renda e suas demandas estão fora do mercado a ser atingido pelos bancos ao propor tais taxas. A nova MP122 do governo propõe uma mudança, os bancos estão se adaptando a nova realidade e mudando o comportamento em relação a esta classe menos favorecida. Em depoimento ao Jornal da Globo (24/07/2003), o ministro da fazenda Antonio Palocci afirma que não há como obrigar todos os bancos a criarem um programa de microcrédito, porém a obrigatoriedade dos 2% em depósitos à vista se mantém, para quem de direito abra oportunidades de crédito para este segmento, que esta tentando ser atingido pelo programa do governo (ALVES, 2004).

O Bradesco foi o primeiro banco privado a se adequar às medidas do governo. O banco lançou linhas de crédito a quem é correntista sem restrições financeiras e o valor

estipulado é de R\$ 500,00 a pessoas físicas e R\$1000,00 a pessoas jurídicas. O Bradesco está utilizando os correios como intermediador do programa de microcrédito através das correspondências.<sup>5</sup>

O Unibanco está operando com as lojas da Fininvest. São mais de 109 lojas espalhadas por 22 estados e que atuam como banco popular do Unibanco, oferecendo microcrédito e abertura de conta corrente. O objetivo é aumentar a base de contas através da concessão de empréstimos.

O Santander com participação menos expressiva vem promovendo empréstimos a juros baixos e pretende dar consultoria para atrair os pequenos empreendimentos.

O Banco Popular do Brasil criado em 2004 pelo governo, não vem alcançando sucesso na concessão de empréstimos. Acusado de gastar mais em publicidade do que em empréstimos à população de baixa renda vem trazendo prejuízo de R\$ 50 milhões e passa por questionamentos de parlamentares sobre a viabilidade de sua manutenção já que seu objetivo era a expansão dos financiamentos e do microcrédito.<sup>6</sup>

O Banco Real fará parte do nosso estudo empírico e estará sendo discutido no último capítulo.

## 2.8 FUNÇÃO DO SEBRAE

Sebrae é um serviço social autônomo, instituído por estrutura pública sob a forma de entidade associativa de direito privado e sem fins lucrativos com atuação em território nacional.

O objetivo do Sebrae é fomentar o desenvolvimento sustentável, a competitividade e o aperfeiçoamento técnico das microempresas e das empresas de pequeno porte (industriais, comerciais, agrícolas e de serviços) nos campos da economia, administração, finanças e legislação. Entre suas funções está também, facilitar o acesso ao crédito, a capitalização e fortalecimento do mercado secundário de títulos de capacitação gerencial e a assistência social, em consonância com as políticas nacionais de desenvolvimento.<sup>7</sup>

O órgão tem atuado em vários projetos nesta área: em 2001 lançou edital de convocação de projetos de constituição e fortalecimento institucional de organizações,

---

<sup>5</sup> Fonte: Jornal da Globo 13/08/2003.

<sup>6</sup> Fonte: jornal O Globo 25/09/2005.

<sup>7</sup> Estatuto do Sebrae.



com prioridades para projetos em municípios que apresentassem programas de desenvolvimento local, onde o Sebrae poderia atuar com apoiando a capacitação de agentes de crédito, gerentes e conselheiros e também apoiando a assistência técnica. Ainda podendo apoiar, a capitalização das organizações microfinanceiras mediante aporte de capital inicial e mobilização de recursos para a expansão da carteira, com empréstimos de até 300 mil reais.

### **CAPÍTULO 3. A OFERTA E DEMANDA DE MICROCRÉDITO**

O Brasil possui um cenário que torna o desenvolvimento de microfinanças relevante: é a segunda maior economia da América Latina, entretanto, a desigualdade na distribuição da renda nacional é gritante, pois os 10% da população abastada do país auferem 48,9% da renda total e 34% da população vive abaixo da linha da pobreza. Com este percentual expressivo seria natural que uma utilização também expressiva de microcrédito, porém não é assim que acontece no mercado de microfinanças brasileiro, pois mesmo tendo sido um dos primeiros a experimentar o programa de microcrédito em 1973 com o programa UNO, o microcrédito não teve uma boa evolução e o grau de penetração no mercado foi quase insignificante (NICTER, 2002).

#### **3.1 ANÁLISE DO SISTEMA FINANCEIRO**

O setor bancário no Brasil é o mais moderno e atualizado da América Latina, e tem avançado em muitas direções. No Brasil, existe uma predominância dos bancos de capital nacional. Os bancos estrangeiros detêm apenas de um quarto do mercado brasileiro. Apesar desse cenário, o mercado de crédito continua sendo pouco desenvolvido, o motivo são os anos de hiperinflação que desviaram a atenção das atividades de crédito do setor privado, visto que os bancos e instituições financeiras realizavam lucros financiando a dívida pública e devido às altas taxas de juros que ainda hoje são aplicadas (MEZERRA; GUIMARÃES, 2003).

Mesmo após a queda da inflação a partir de 1994, os bancos comerciais brasileiros relutam em oferecer créditos específicos para os microempreendimentos, em compensação oferecem uma gama de produtos e serviços para as pessoas que possuem contas bancárias, sejam elas físicas ou jurídicas, que podem ser utilizadas para suprir a necessidade de capital de giro. O sistema poderia ser funcional, se não fossem as exigências feitas para abertura de conta corrente. Os bancos exigem comprovação de mínima entre 500 a 1000 reais e uma série de documentos de identificação, nessas condições um microempreendedor do setor informal fica excluído do sistema bancário tradicional.

Nos últimos cinco anos, vem crescendo o interesse dos bancos comerciais pela indústria de microfinança, alguns por motivos sociais, porém a grande maioria pela oportunidade de negócio com grande potencial de mercado, visto que existem 50

milhões de “desbancarizados” que podem ser atraídos com empréstimos com taxa de juros mais baixa. Um outro motivo para o incentivo é a obrigatoriedade de 2% dos depósitos a vista dos bancos estar voltado para o programa de microcrédito, medida adotada pelo governo federal (MEZERRA; GUIMARÃES, 2003).

### 3.2 OPÇÕES DE CRÉDITO FORMAL E INFORMAL

Abaixo seguem algumas modalidades de empréstimos utilizadas pelas pessoas de baixa renda que poderiam estar sendo atendidas pelo microcrédito, porém recorrem a outras opções fora do sistema bancário tradicional e acabam pagando taxas altíssimas. Estas concessões de empréstimo informal atingem a curva de demanda de microcrédito, que veremos na próxima seção (MEZERRA; GIMARÃES, 2003).

- a) Crédito ao consumidor: é oferecido pelas financeiras, é uma alternativa de alto custo e incidem em taxas de 10% ao mês ou mais, com prazo de doze meses, a vantagem é que são mínimas as exigências e o uso é irrestrito;
- b) As empresas de cartão de crédito: atualmente vem focando os clientes de baixa renda, visto que cerca de três milhões de cartões pertencem a pessoas com renda entre 0 a 720 reais, é uma das opções mais usadas para capital de giro;
- c) Crédito da loja: é a opção mais utilizada pela população de baixa renda, a prática de comprar produtos parcelados é universal e atinge pessoas de todos os níveis de renda. Em relação ao Banco Real foi criado o cartão Real Conquista, cartão da bandeira visa, onde a fatura vem com opções de parcelamento como acontece com cartões das lojas Líder, C&A;
- d) Crédito do fornecedor: é uma opção muito usada, o prazo de pagamento é condição favorável para atrair o cliente, que nem sempre percebe o alto custo da taxa praticada, a vantagem é que a longo prazo é estabelecida uma relação comercial e de confiança, que pode resultar em abatimentos e redução dos custos;

- e) Os agiotas: oferecem uma fonte de crédito disponível para todos os níveis de renda com poucas exigências formais e juros que variam de 10% a 45%, esta fonte se recorre em último caso.

### 3.3 OFERTA DE MICROCRÉDITO

A oferta de produtos financeiros voltados para o segmento da população mais pobre do Brasil, está cada vez maior. Desde 1999 que o setor microfinanceiro vem recebendo apoio e adquirindo forças no contexto financeiro do país. Existem aproximadamente 8,2 milhões de microempreendedores em condições de obter crédito. Com apoio do governo federal, que colocou como meta para o desenvolvimento econômico social à expansão do microcrédito, a tendência é uma expansão neste segmento.

#### 3.3.1 Analise da oferta

No Brasil as instituições microfinanceiras nos últimos cinco anos têm crescido rapidamente, a estimativa do Programa de Desenvolvimento Institucional (PDI) é que o segmento local das microfinanças consista de 121 instituições. A indústria de microfinanças está distribuída regionalmente conforme a tabela 1.

**TABELA 1**  
**BRASIL: MERCADO DE IMF'S –2002**

<b>Região</b>	<b>Quantidade de IMF'S</b>	<b>Clientes ativos</b>	<b>Carteira Ativa (milhões).</b>
Norte	3	653	0,9
Nordeste	28	115.582	69,1
Centro-Oeste	8	10.095	11,1
Sudeste	50	18.197	29,2
Sul	32	14.127	28,4

Fonte: Goldmark, 2002.

Fazendo uma análise da tabela pode-se dizer que existem variações significativas da oferta de crédito nas cinco regiões. O índice de penetração do microcrédito no Nordeste é considerado alto, pois levando em consideração que a população economicamente ativa do Brasil que vive na região é de apenas 27%. O número de IMF's localizadas na região Sudeste é quase o dobro das localizadas no Nordeste, porém o número de pessoas atendidas no nordeste é quase seis vezes maior. Outra diferença de grande importância entre as regiões é que o valor médio de empréstimos no Sul é três vezes maior que os concedidos no Nordeste, espelhando a renda média per capita, pois seguem os mesmos parâmetros regionais.

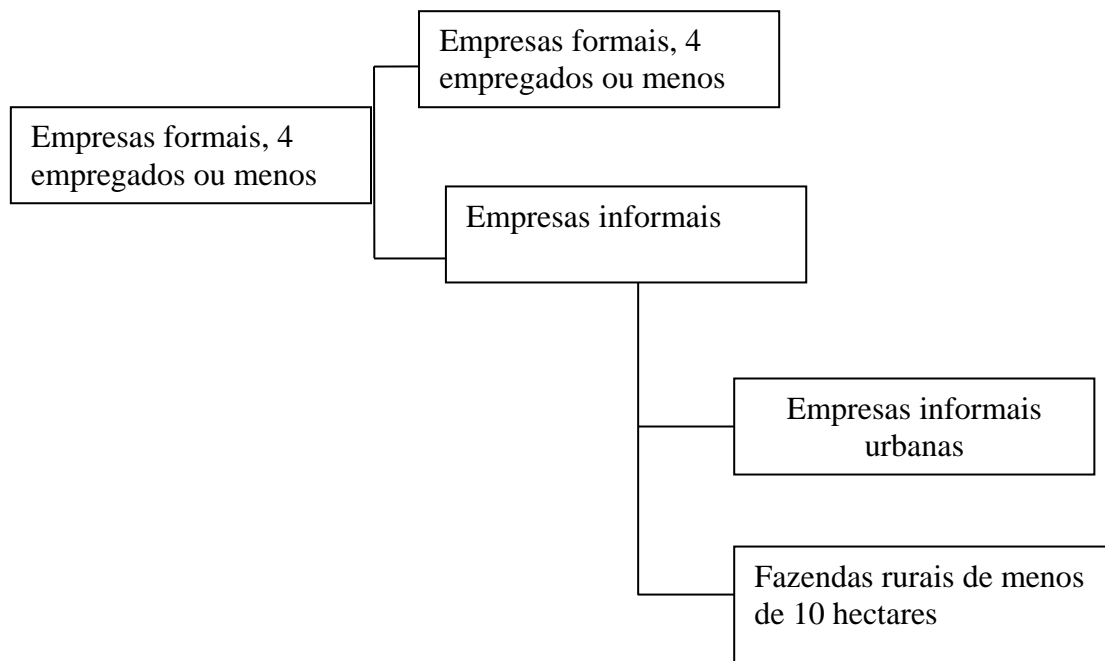
### 3.4 A DEMANDA DE MICROCRÉDITO

Existem alguns estudos voltados a encontrar as estimativas da demanda para o microcrédito mais próximo da realidade brasileira, segundo Mezzera; Gimarães (2003), em um estudo realizado por ele, analisou que haveria uma demanda por microcrédito de quase 100 vezes superior à oferta.

A demanda por microcrédito é definida como sendo a demanda potencial, que é a quantidade de pequeno microempreendimentos em condições de receber crédito, o cálculo é feito através de uma estimativa quantitativa no número de empreendimentos existentes no Brasil e a proporção do mesmo considerada como demanda potencial, para o cálculo foi utilizada uma metodologia abrangente criado pelo IBGE.

#### 3.4.1 Estimativa da demanda do microcrédito

O IBGE baseado em vários estudos construiu um modelo e montou um banco de dados abrangentes, para encontrar o número de empreendimentos no Brasil. A composição dessa totalidade se deu através da figura 1:

**FIGURA 1**

Este modelo usa estudos do IBGE para cada um dos elementos utilizados para o cálculo.

- a) Empresas formais com 4 ou menos empregados - 24% dos microempreendimentos
- b) Empresas urbanas formais - 58% dos microempreendimentos
- c) Fazendas rurais - 18% dos microempreendimentos em 2002

O IBGE utilizou o estudo de empresas informais urbanas de 1997 com dados de 96 a 99 na qual se estima a existência de 9,5 milhões de microempresas urbanas informais, o modelo atual incorpora essas estimativas e também inclui microempreendimentos formais e pequenas fazendas rurais, obtendo assim uma maior estimativa de 13,8 milhões de empreendimentos em 1997.

### 3.4.2 Análise da demanda

O estudo de Goldmark (2002) mostra que a taxa de penetração das microfinanças no Brasil é baixa quase insignificante, apenas 2% da demanda é atendida, vale destacar que é no Nordeste onde o índice de penetração é maior e no Norte é o

menor. A seguir na tabela 2 verifica-se o desempenho dos países da América Latina, vale ressaltar que países como o Brasil com baixo índice de penetração estão: Argentina, México, Uruguai e a Venezuela que não aparecem no quadro abaixo.

**TABELA 2**  
**BRASIL E OUTROS PAÍSES LATINO AMERICANOS: A PENETRAÇÃO DAS MICROFINANÇAS**

<b>País</b>	<b>Tamanho estimado do mercado</b>	<b>Clientes ativos</b>	<b>Taxa de penetração do mercado</b>
Bolívia	232.353	379.117	163%
Nicarágua	116.375	84.286	72%
El Salvador	136.311	93.308	69%
Paraguai	82.984	30.203	36%
Peru	618.288	185.431	30%
Chile	307.832	82.825	27%
Brasil	7.875.570	158.854	2%

Fonte: Goldmark, 2002

Vale ressaltar que de acordo com a tabela é fácil perceber que o Brasil tem um público muito grande a ser trabalhado, o que mostra que se for feito um trabalho focado no sentido de aumentar o percentual de penetração do microcrédito no mercado, este cenário tende a se alterar porque outros países já estão com sua carteira bem trabalhada e a velocidade do crescimento será menor do que no Brasil.

Através de pesquisa efetuada pelo BNDES que se encontra na publicação “Entendendo a demanda por microfinanças” (Goldmark, 2002), observa-se que as doenças são colocadas como maior grau de urgência e causam impactos financeiros na vida familiar, a morte, eventos sazonais e os imprevistos são os acontecimentos que representam o maior impacto financeiro, de uma forma geral, os mecanismos diferenciam pela faixa de renda:

- a) As pessoas de renda média baixa - algumas possuem acesso a bancos e recorrem a serviços bancários e financeiros, porém os parentes ainda são muito utilizados nesta faixa;

- b) Renda baixa – nesta faixa o contato com o sistema financeiro tradicional é o cheque pré-datado, na necessidade de outros meios recorrem ao crediário, agiota e parentes;
- c) Os clientes de baixíssima renda - não tem acesso ao sistema financeiro tradicional, os meios utilizados em casos de imprevistos são parentes, agiotas e outros. É importante que em geral esta classe também esteja excluída das oportunidades.

A partir do estudo verifica-se que há necessidade de mudanças operacionais e institucionais no segmento das microfinanças como: a redefinição do público-alvo e dos atuais produtos, revisão das exigências e da metodologia, adaptação dos termos de pagamento e adaptação da linguagem na comunicação com este público.

Dentro destas mudanças a revisão das exigências e da metodologia do microcrédito é em especial a mudança mais importante, pois é a barreira mais difícil encontrada que está em desacordo com a própria ideologia do microcrédito que promete simplicidade no acesso.



## CAPÍTULO 4 - DIVERGÊNCIAS IDEOLÓGICAS

A história mostra que vêm de longe as raízes para a discussão ideológica hoje em curso, as microfinanças nasceram justamente como uma resposta aos movimentos assistencialistas e religiosos. A usura praticada por agiotas contra segmentos mais destituídos da sociedade. Exemplo disso se deu em 1462, com a criação da primeira loja de penhor oficial por monges italianos. Em 1515 o Papa Leão X autorizou tais lojas a cobrar juros de modo a cobrir seus custos operacionais.

Embora tenha sido uma bandeira empunhada por Lula desde 2003, não se viu até os dias de hoje em sua gestão nenhum tipo de progresso na área do microcrédito, assim como nas gestões anteriores a sua. De quase nada valeram as regras segundo as quais os bancos privados deveriam aplicar 2% dos seus dos seus depósitos à vista em microcrédito, ou deixar os recursos retidos no Banco Central; a maioria das instituições optou pela segunda alternativa.

Para uma ala formada por especialistas como José Caetano Lavorato, presidente da Associação Brasileira das Instituições de Microcrédito – (Abcred), o microcrédito deve cobrar taxas de juro dos tomadores finais compatíveis com as de mercado, de modo a cobrir os custos da operação, que são mais altos que outras modalidades de crédito. Só assim fará crescer aos olhos da indústria financeira, aumentar o alcance, reduzir custos e assumir relevância como instrumento social (SAFATLE, 2006)

No custo total de uma operação de crédito existem valores que são proporcionais ao montante emprestado, tais como custo de captação dos recursos, provisão para perdas por inadimplência e impostos. Porém, outros são componentes fixos e, portanto, independem do montante emprestado, fazendo com que quanto menor seja o valor do empréstimo, maior seja o seu custo (SANTOS, 2005).

Nas operações de microcrédito, o custo se torna ainda mais alto, pelo fato de que os clientes geralmente não possuem histórico creditício, nem garantias e freqüentemente moram em áreas remotas, às vezes de difícil acesso, onerando às visitas de avaliação e manutenção realizadas in loco pelo agente de crédito, considerado peça fundamental na metodologia do microcrédito. O contato direto do agente de crédito é o grande diferencial dos programas de microcrédito produtivo orientado; entretanto, essa é uma estratégia de custo elevado, que vai de encontro com as estratégias dos bancos, que estão reduzindo custo através do aumento da informatização e automação de serviços e redução de pessoal. (VILLELA; AGUIAR. 2004; GOODWIN-GROEN, 2003)

Em função do elevado custo operacional relacionado à concessão do microcrédito, no contexto internacional, de forma geral as instituições operadoras de microcrédito praticam taxas mais elevadas que dos bancos tradicionais em suas operações comerciais, como forma de garantir sua sustentabilidade. (NICTHER *et al*, 2002)

Portanto, praticar uma taxa de juros adequada, que garanta essa sustentabilidade, favorece a manutenção da equidade na oferta de capital. Contrariamente, praticar taxas, que não permitam a autosustentação da instituição operadora, fatalmente levará ao encerramento prematuro de suas atividades, reduzindo desta forma, a oferta de capital àqueles que não estão no *target* das instituições financeiras convencionais.

Já a ala oposta considera que a aplicação de juros altos à população de baixa renda configura agiotagem, defende a cobrança de taxas subsidiadas e não vê o microcrédito como grande solução para redução da pobreza.

O Fundo Monetário Internacional e o Banco Mundial colocam o microcrédito como possibilidade de reversão da pobreza, quando isto na verdade depende de políticas nacionais macroeconômicas.

Com o argumento de ser uma forma de proteção ao pequeno tomador de limites máximos para as taxas de juros aplicadas ao microcrédito têm surgido nos últimos anos criando grande pressão sobre as instituições em um crescente número de países. A experiência, porém, tem mostrado que é a eliminação de controle sobre as taxas de juros que tem permitido que essas instituições se desenvolvam de forma sustentável. O estabelecimento de limites máximos (teto) para taxas de juros aplicadas ao microcrédito tem se demonstrado uma política ineficaz: ao invés de proteger o pequeno e o microempreendedor, essa medida, em geral, tem prejudicado a população de baixa renda, já dificulta o surgimento de novas instituições operadoras, e o crescimento ou até a sobrevivência das existentes. (MARULANDA; OTERO, 2005)

Marcio Pochman, professor do Instituto de Economia da Unicamp, chefiava a Secretaria do Desenvolvimento, Trabalho e Solidariedade quando a Prefeitura de São Paulo lançou, ao lado de outros parceiros, o programa de microcrédito São Paulo Confia, uma organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) formada pela prefeitura, por cinco centrais sindicais, pelo Banco Santandedr, Dieese, Cives e Instituto de Tecnologia Social (SAFATLE, 2003).

Disse Pochman: “O microcrédito tem pouco alcance em países, de pobreza generalizada, pontilhadas por ilhas de riqueza, como o Brasil, justamente por não

conseguir escala: faço uma analogia com o século XIX na Europa, quando se queria enfrentar a fome plantando trigo em vasos”. (SAFATLE, 2003)

O Banco Mundial publicou um relatório intitulado *Access for All*, que aborda exatamente a questão da falta de escala e conclui que a solução do problema passa pelo setor privado. Embora defina como um instrumento poderoso no combate à pobreza, pondera que as microfinanças são inapropriadas para a população que se encontra bem abaixo da linha de pobreza. Para este público a CGAP recomenda outras políticas, de ordem mais assistencialista.

A CGAP cita o exemplo do Banco Rakayat (Indonésia), lançado nos anos 80, para mostrar que as instituições que buscam também o retorno financeiro são bem sucedidas em cobrir seus custos, garantir a sustentabilidade no longo prazo, e assim ampliar a base de clientes.

Outra forma de intervenção do governo no mercado é, ao invés de estabelecer limites máximos para as taxas de juros, ofertar taxas subsidiadas. Não há relatos de evidências que as taxas subsidiadas aumentem a taxa de penetração. Estudos internacionais demonstram que não existe um vínculo entre os níveis de taxas de juros e a profundidade da clientela alcançada. (NITHTER, *et al*, 2003).

As taxas de juros subsidiadas geralmente beneficiam somente a um número pequeno de tomadores e por um curto período de tempo, devido à rápida descapitalização dos programas, Wittlinger (2003, p.19), cita que: “Não podemos continuar com programas de microcrédito dependentes de subsídios e ajuda externa, que desaparecem quando se suspende o apoio”.

Lavorato, da Abcred concorda com isso e diz que quando o governo subsidia o microcrédito, cria uma situação artificial que pode não se sustentar na próxima gestão ““.

Alguns membros do atual governo acreditam que as populações de baixa renda não conseguem – e não deveriam – pagar o preço dos recursos sem amparo governamental. Segundo Lavorato isto não é verdade, pois, esses micro-empresendedores operam com margens de 100%, e conseguem pagar sim. O importante é que tenham acesso imediato ao recurso, seja a taxas de 4% ou 5%. Eles não podem esperar, precisam de dinheiro agora. As margens serão suficientes para remunerá-lo, depois pensaremos em reduzir as taxas (SAFATLE, 2006).

Quando o governo diz que a taxa máxima a ser cobrada a princípio de 2% e a partir de 2004, 4% automaticamente, limita a entrada de bancos privados. Além disso,

torna pouco confortável a margem de operação de entidade atuantes no setor, como as OSCIPs e as Sociedades de Crédito ao Microempendedor (SCMs).

Para o público alvo das microfinanças, o acesso oportuno e ágil ao crédito é mais relevante que o preço do dinheiro – isto é, as taxas de juros cobradas pelos empréstimos. A razão para isso é que a produtividade marginal do capital é extremamente alta nos microempreendimentos. (PARENTE, 2002, p. 35)

Empreendimentos de baixa renda, especialmente os comerciantes, podem gerar grandes benefícios com unidades adicionais de capital, diferentemente dos negócios altamente capitalizados, porque seu investimento inicial é muito pequeno (GOODWIN-GROEN, 2003)

Uma observação que ratifica a existência da capacidade de pagamento pelos microempreendedores é que, mesmo cobrando taxas relativamente altas, as operadoras de microcrédito quase sempre encontram demanda superior a sua capacidade de atendimento. O índice de renovação dessas instituições é bastante alto: no Brasil, o índice de renovação global é de 62,77%, chegando a 90% na Região Nordeste, demonstrando que boa parte desses clientes usa o crédito, pagam e retornam para novos empréstimos. Esse padrão de comportamento demonstra convicção dos clientes de que os empréstimos lhes permitem ganhar mais do que os juros que têm a pagar. (MEZERRA; GUIMARÃES, 2003)

Tudo isso indica que o melhor caminho para a rápida expansão do microcrédito, reduzindo o imenso gap hoje existente entre a demanda e a oferta, seja a prática de taxas de juros livres, de mercado sem a imposição de limites e utilização de taxas subsidiadas.

## CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo mostrar aspectos do microcrédito, todos os mecanismos para concessão do empréstimo, o público a ser atingido, as taxas aplicadas e o comportamento de cada órgão e instituição financeira para viabilizar o acesso ao crédito. Como estamos tratando de algo novo e que recentemente entrou na pauta de medidas a serem adotadas pelo Governo ainda não podemos perceber as eventuais conseqüências positivas que o microcrédito pode oferecer.

O que podemos observar é que possuímos um público com demanda potencial expressiva, porém a taxa de penetração no segmento é ainda insignificante. Há a necessidade de incentivar mais o crédito, adequando as características do produto às pessoas de baixa renda.

A pesquisa feita no Banco Real sobre o funcionamento do microcrédito mostra que o microcrédito produtivo ainda para ser concedido a população de baixa renda, mas exige aplicação de formulário bastante complexo que contraria o conceito de simplicidade no acesso e desburocratização.

O microcrédito para o consumo aplicado por instituições financeiras como o Banco do Brasil já não exige muitas variáveis para lidar com o empréstimo, porém trabalha com um público que já possui conta corrente no banco, e apenas propõe um empréstimo parcelado, já oferecido em todos os bancos, com diferencial apenas na taxa de juros.

A mudança só será percebida se houver no Brasil um processo contínuo na concessão de microcrédito para um número expressivo de microempreendedores, seguidos de efetivo esforço e conscientização até que o empreendimento se torne viável e possa desencadear um processo de geração de emprego, aumento de renda e diminuição da desigualdade social. Porém, nada podemos afirmar sobre este processo macroeconômico que pode levar anos para acontecer, ou até nem acontecer.

Conclui-se então que, atualmente o mercado do microcrédito apresenta muitas falhas e ainda não representa uma alternativa para o desenvolvimento econômico do Brasil.

O relatório sobre o Desenvolvimento Mundial – 2006, do Banco Mundial, afirma que a equidade deve ser parte integral de uma estratégia bem sucedida de combate à pobreza. E a equidade é definida, fundamentalmente, como a igualdade de oportunidades entre as pessoas. A função do microcrédito é justamente, dar essa

oportunidade. A questão principal do microcrédito é como fazê-lo chegar a quem precisa. Não interessa dinheiro barato, se quem o precisa não consegue tê-lo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Sergio D Silva; SOARES, Maden Marques. **Democratização do Crédito no Brasil**. Atuação do Banco Central. Rio de Janeiro: Bacen, 2004.

BAIXA Renda recebe mais recursos. In: **Jornal Valor Econômico**. 09/06/2005.

BRUSKY, Bonnie; FORTUNA, João Paulo. **Entendendo a Demanda para Microfinanças no Brasil**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

GOLDMARK, Lara. **Entendendo as microfinanças no contexto do brasileiro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

GOODWIN-GROEN, Ruth P. **Making sense of microcredit interest rates**. Donor Brief – CGAP, n.6 sept. 2002. Disponível em: <<http://www.cgap.org>>. Acesso em: set. 2007.

MARTINS, Paulo Haus *et al.* **Regulamentação das microfinanças**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

MARULANDA, Beatriz; OTERO, Maria. **The profile of microfinance in Latin América em 10 years: vision & characteristics**. Accion International, abr. 2005. Disponível em: <http://accion.org/oreaboutmicrofinance>>. Acesso em: out. 2007.

MEZERRA, Jaime; GIMARÃES, Ivan. **Crédito para pequenos empreendimentos no Brasil**. Brasília: OIT, 2003.

NICHTER, Simeon; GOLDMARK, Lara; FIORI, Anita. **Entendendo as Microfinanças no Contexto Brasileiro**. Programa de desenvolvimento Institucional. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

NITSCH, Manfred; SANTOS, Carlos A. Da repressão financeira ao microcrédito. **Revista de Economia Política**, v.21, n.4, out/dez 2001.

PARENTE, Silvana. **Microfinanças: saiba o que é um banco do povo**. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2002.

ROSALES, Ramon. **Marco Jurídico para as Instituições de Microcrédito**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

ROSEMBERG, Richard. **Measuring microcredit delinquency – rations can be harmful to your health** – CGAP, Washington DC, n.3, jun. 1999. Disponível em: <http://www.cgap.org>. Acesso em: set./2007.

SAFATLE, Amália. Dinheiro polêmico: o governo federal tenta retomar o programa de microcrédito, mas o tema ainda é alvo de uma discussão de ordem ideológica. **Adiante**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas. n. 2, fev/2006. p.18-29.

SANTOS, Carlos Alberto dos. Microfinanças; Microcrédito. **Revista temática**. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2005.

SOUZA, Marcelo Cardoso Mesquita. Taxas de juros em operações de microcrédito. **Revista Desenhahia**, v.2, v.4, mar, 2006. Salvador: Desenhahia, 2006.

VILELA, Roberto; AGUIAR, Luiz J.B. de. **Impacto da taxa de juros para empreendimentos da economia popular**. In: Congresso Latino-Americano de Microdeto. 2, 2004, Blumenau (SC). *Anais...* Blumenau, ago.2004.

WITTLINGER, Betina. Tema V. Fundamentos –**Lições apreendidas no processo de desenvolvimento do microcrédito na América Latina**. In: Congresso Latino-Americano de Microcrédito sobre Microfinanças, 2, 2003, Fortaleza. *Anais eletrônicos*. Disponível em: <http://bcb.gov.br/?semicrofin2>. Acesso em: set. 2007.

YUNUS, Muhammad. **O Banqueiro dos Pobres**. A revolução do microcrédito que ajudou os pobres de dezenas de países. São Paulo: Ática. 1997.