

# MICROFINANÇAS: MICROCRÉDITO E MICROSSEGUROS NO BRASIL

O PAPEL DAS  
INSTITUIÇÕES  
FINANCEIRAS

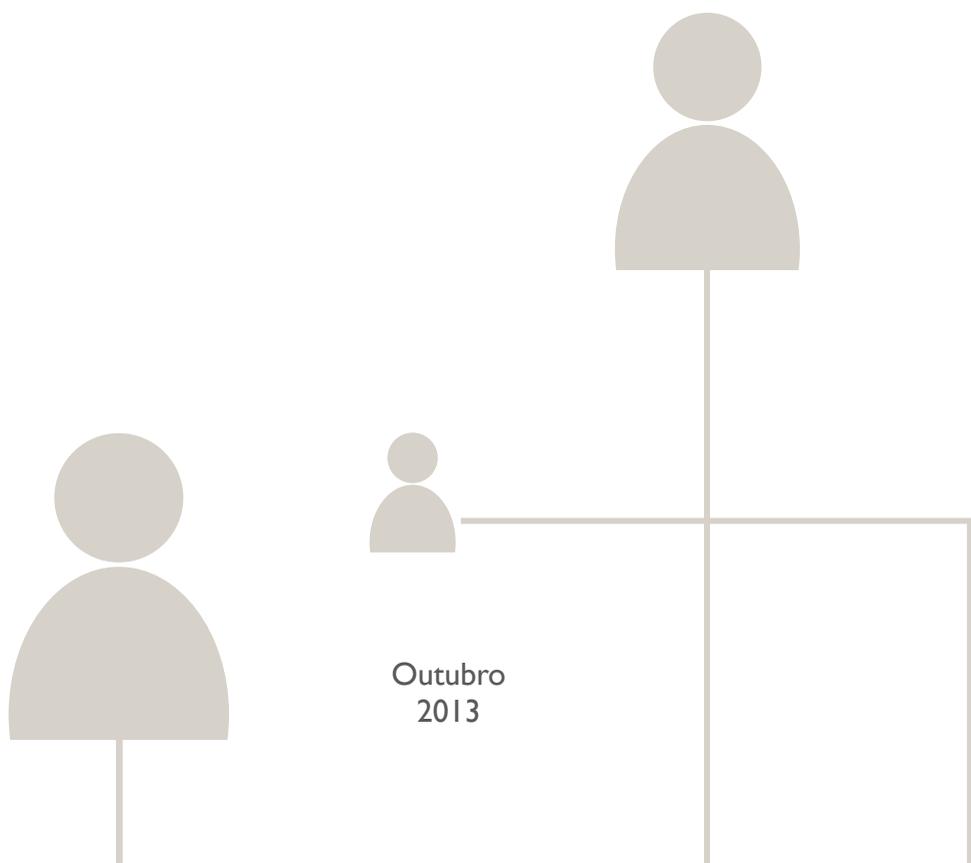


**CEBDS**  
Conselho Empresarial Brasileiro  
para o Desenvolvimento Sustentável



# MICROFINANÇAS: MICROCRÉDITO E MICROSSEGUROS NO BRASIL

O PAPEL DAS  
INSTITUIÇÕES  
FINANCEIRAS



Outubro  
2013

### **Créditos**

CEBDS – Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Brazilian Business Council for Sustainable Development)  
Av. das Américas, 1.155 – grupo 208, 22631-000, Rio de Janeiro, RJ, Brazil  
Tel.: 55 21 2483.2250, e-mail: [cebds@cebds.org](mailto:cebds@cebds.org), site: [www.cebds.org](http://www.cebds.org)

### **Conteúdo**

Fundação Dom Cabral – Núcleo de Sustentabilidade  
Cláudio Bruzzi Boechat e Mariana Pimenta

### **Coordenação geral**

CEBDS – Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável

### **Projeto gráfico e diagramação**

I Graficci Comunicação e Design

### **Impressão**

Graffito Gráfica e Editora

### **Circulação**

1000 cópias

### **Fotografias**

Banco de Imagens Shutterstock

Patrocínio:



**Bradesco**



**Bradesco Seguros**



**Allianz**



**Santander**



**Itaú**



**BANCO DO BRASIL**  
Seguros



**MAPFRE**  
SEGUROS



**CAIXA**



GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Sumário Executivo 5

Mensagem da Presidência 7

O que é o CEBDS 8

Introdução 10

Histórico 14  
Microfinanças no Brasil 16

Microfinanças e as  
organizações financeiras 20

Os primeiros tempos 21

Programas governamentais para o microcrédito e o MPO 24

Microseguros, uma realidade mais recente 26

Boas práticas das  
instituições financeiras 28

Modelo de atuação 28

O modelo de grupos solidários 30

Treinamento e capacitação 32

Proximidade do cliente 32

Educação financeira 34

O agente de microcrédito – a grande inovação 36

Benefícios aos usuários 38

O futuro das microfinanças 42

As instituições financeiras e  
a Sustentabilidade 42

Segurança e eficiência do sistema 46

Brasil como laboratório para desenvolvimento  
de soluções para países em desenvolvimento 47

Fontes 51



# SUMÁRIO EXECUTIVO

As microfinanças funcionam como uma importante ferramenta econômica de mudanças sociais e inclusão financeira – principalmente por meio do microcrédito e, mais recentemente, do microsseguro. Microfinanças são a prestação de serviços financeiros adequados e sustentáveis para a população de baixa renda, tradicionalmente excluída do sistema financeiro, com a utilização de produtos, processos e gestão diferenciados.

Este trabalho apresenta os principais aspectos do desenvolvimento das microfinanças no Brasil, com foco nas ações das instituições financeiras públicas e privadas, que têm um papel fundamental na institucionalização do processo e na oferta de outros produtos além do microcrédito.

O capítulo “Histórico” apresenta como o microcrédito se desenvolveu no cenário mundial, após a sua criação na década de 70 por Muhammad Yunus, vencedor do prêmio Nobel da Paz de 2006. O microcrédito difundiu-se pelo mundo com grande sucesso em projetos na América Latina e, posteriormente, no Brasil, principalmente por ações de Organizações Não Governamentais (ONGs), Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs) e bancos públicos, sempre com parcerias internacionais e governamentais. No final dos anos 90, houve o aumento do papel dos bancos e das instituições financeiras, como consequência da regulamentação dos processos e produtos ligados às microfinanças. Mais recentemente, após 2010, iniciaram-se os produtos de microsseguros e suas regulações nacionais.

O capítulo “Microfinanças e as organizações financeiras” faz um recorte na história das microfinanças no Brasil com foco nos bancos públicos e privados. São apresentados os principais produtos de cada instituição e as regulamentações e fomentos governamentais relevantes para cada um.

O capítulo seguinte, “Boas práticas das instituições financeiras”, apresenta os modelos de atuação para o microcrédito e demais produtos relacionados que existem no Brasil atualmente. A partir dos modelos diretos e

indiretos, estes últimos com apoio de terceiras organizações, são introduzidas as boas práticas mencionadas pelas instituições financeiras, ligadas ao seu desenvolvimento, aos agentes de crédito e ao desenvolvimento de clientes e microempreendedores.

Sendo o foco das microfinanças a inclusão social e financeira das populações menos favorecidas, o capítulo de “Benefícios aos usuários” mostra como os clientes e microempreendedores são beneficiados ao usarem os produtos. São apresentadas histórias de sucesso e exemplos de como as microfinanças podem mudar realidades sociais.

O último capítulo, “O futuro das microfinanças”, faz duas análises importantes sobre como as microfinanças deverão seguir no Brasil. A primeira delas é feita à luz da sustentabilidade, focando em modelos que vinculam o desempenho econômico das instituições financeiras e da sociedade ao contexto social e o meio ambiente e sua capacidade de suporte. A segunda análise apresenta o papel do Brasil enquanto laboratório para o desenvolvimento das microfinanças, uma vez que vários processos ainda são incipientes, mas com grande potencial de desenvolvimento, pautando-se em critérios sustentáveis e inovadores.



# MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA

**Eliminar a pobreza e reduzir a níveis toleráveis a desigualdade na distribuição de renda estão entre os maiores obstáculos para a construção de um modelo verdadeiramente sustentável, não só do ponto de vista social, mas ambiental e econômico.**

A preocupação em fortalecer a dimensão social, aprofundando conceitos e apontando ações práticas, inspirou o CEBDS a produzir o estudo “Microfinanças: Microcrédito e Microseguros no Brasil – O papel das instituições financeiras”.

Acreditamos que as microfinanças – incluindo crédito, seguro e outros produtos do mercado financeiro para pequenos empreendedores, formais ou informais – representam uma das mais promissoras estratégias de combate à pobreza mundial e de inclusão social na atualidade.

Iniciativa inédita no Brasil conduzida pelos integrantes da Câmara Temática de Finanças Sustentáveis do CEBDS, o estudo traz depoimentos de especialistas das mais importantes instituições financeiras do país, tanto da área bancária como da área de seguro. A publicação buscou ensinamentos desenvolvidos no meio acadêmico e conta algumas histórias concretas.

As experiências aqui narradas dão a exata dimensão de que o processo de inclusão social, pela via do empreendedorismo principalmente a partir do microcrédito produtivo e orientado, constrói um cenário de círculo virtuoso. Como outros países emergentes e desiguais, o Brasil tem muito a ganhar caso sejamos capazes de dar escala às recomendações contidas nesta publicação. Vale lembrar que um quarto da população brasileira é de microempreendedores e que 70% da renda gerada pelos pequenos empreendimentos circula dentro da comunidade em que eles se localizam.

O microcrédito começou a ser desenvolvido a partir da década de 1970 em Bangladesh. No Brasil, a experiência também teve início na mesma dé-

cada, mas somente 20 anos depois, no final da década de 1990, ganhou formato mais profissional e menos filantrópico. Hoje, nossas grandes instituições financeiras, públicas e privadas, mantêm essas carteiras de crédito e colecionam algumas histórias de sucesso.

O Banco Central do Brasil desde 2011 prevê direcionamento de no mínimo 2% dos saldos dos depósitos à vista captados pelas instituições financeiras para operações de crédito destinadas à população de baixa renda e a microempreendedores. Esse é um ponto de partida para que os serviços prestados por bancos e seguradoras se expandam na dimensão e na velocidade de que o nosso país necessita. Precisamos encontrar mecanismos eficientes para ampliar a viabilidade financeira desse modelo de negócios, garantindo que os benefícios sejam expandidos a todos os envolvidos no processo.

Estou certa de que o documento “Microfinanças: Microcrédito e Microseguros no Brasil – O papel das instituições financeiras” vai nos ajudar a encontrar esse caminho.

Atenciosamente,



Marina Grossi

# O QUE É O CEBDS

Fundado em 1997, o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) é uma associação civil que lidera os esforços do setor empresarial para a implementação do desenvolvimento sustentável no Brasil, com efetiva articulação junto aos governos, empresas e sociedade civil.

O CEBDS reúne expressivos grupos empresariais do país, com faturamento de cerca de 40% do PIB e responsáveis por mais de 1 milhão de empregos diretos. Primeira instituição no Brasil a falar em sustentabilidade a partir do conceito *Triple Bottom Line*, que propõe a atuação das empresas sustentada em três pilares: o econômico, o social e o ambiental, o CEBDS é o representante no país da rede do World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), a mais importante entidade do setor empresarial no mundo que conta com quase 60 conselhos nacionais e regionais em 36 países e de 22 setores industriais, além de 200 empresas multinacionais que atuam em todos os continentes.

Vanguardista, o CEBDS foi responsável pelo primeiro Relatório de Sustentabilidade do Brasil, em 1997, e ajudou a implementar no Brasil, em parceria com a FGV (Fundação Getúlio Vargas) e o WRI (World Resources Institute), a partir de 2008, a principal ferramenta de medição de emissões de gases de efeito estufa, o *GHG Protocol*.

A instituição representa suas associadas em todas as Conferências das Partes das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, desde 1998, e de Diversidade Biológica, desde 2000. Além disso, é integrante da Comissão de Políticas de Desenvolvimento Sustentável e Agenda 21; do Conselho de Gestão do Patrimônio Genético; do Fórum Brasileiro de Mudanças Climáticas; do Fórum Carioca de Mudanças Climáticas, Conselho Mundial da Água e do Comitê Gestor do Plano Nacional de Consumo Sustentável.

Na Rio+20, o CEBDS lançou o Visão Brasil 2050, documento prospectivo que tem o propósito de apresentar uma visão de futuro sustentável e qual o caminho possível para alcançá-lo. Essa plataforma de diálogo com as empresas e diversos setores da sociedade, construída ao longo de 2011 e que contou com participação de mais de 400 pessoas e aproximadamente 60 empresas, é fonte de inspiração para o planejamento estratégico de inúmeras empresas brasileiras.

## O que é a CTFin

Lançada oficialmente em 2005, a Câmara Temática de Finanças Sustentáveis (CTFin) é formada por grandes grupos do mercado financeiro do país e já consolidou sua posição como fonte indutora de um novo modelo de desenvolvimento.

### Missão:

Contribuir para que as instituições financeiras assumam seu papel na promoção do desenvolvimento sustentável, fomentando a discussão de princípios e melhores práticas.

### Objetivos:

Fornecer informação, direcionamento, produtos e ferramentas que auxiliem as instituições financeiras a identificarem oportunidades na área de finanças sustentáveis, bem como a importância da participação do setor financeiro na adoção de práticas que estimulem o desenvolvimento sustentável.

Representar de maneira pró-ativa e qualificada a visão das instituições financeiras em assuntos relacionados à finanças sustentáveis, em debates e formulação de políticas públicas com governos e demais *stakeholders*.

Disseminar melhores práticas, demonstrando à sociedade em geral, de forma simples e compreensível, a contribuição das instituições financeiras na construção do desenvolvimento sustentável, assumindo sempre os princípios da ética e da transparência.

Estimular a sustentabilidade nas instituições associadas, por meio de projetos e parcerias na área de finanças sustentáveis, que gerem resultados concretos.

## Representantes (2013 – 2015)

Presidente: Carlos Nomoto (Santander)

Vice-presidente: Maria Eugênia Sosa Taborda (Itaú Unibanco)

Coordenadora: Fernanda Gimenes (CEBDS)

# INTRODUÇÃO

Em 2007, uma senhora, mãe de família em Jacarta, possuía uma loja de produção e venda de biscoitos. O balanço da loja era o suficiente para sua manutenção, sem margem para expansão. Até que com o apoio de uma instituição de microcrédito conseguiu um empréstimo de 100 dólares americanos por dez meses, ampliando o negócio.

O empréstimo vinha acompanhado de um microsseguro de vida com custo de 1,20 dólares por dez meses. Em outubro do mesmo ano, essa senhora veio a falecer de complicações por causa da diabetes. Sua filha recebeu 200 dólares devido ao seguro e o restante do empréstimo foi pago pela seguradora. Esses duzentos dólares foram usados para o funeral, como investimento em seu próprio negócio de tecidos e ainda como uma pequena poupança. O resultado foi que a filha aumentou sua renda familiar de 2 para 6 dólares ao dia, compensando a perda da renda da mãe e podendo cuidar da família de seis pessoas.

Ainda quando criança, um menino aprendeu o ofício de consertar bicicletas e motocicletas na oficina do irmão, em Araçagi, na Paraíba. Mais tarde, mudou-se para João Pessoa, com a irmã, e começou uma pequena oficina de reparo de bicicletas na casa da irmã. Com o sucesso do empreendimento, alugou uma garagem e mudou seu negócio para ali. Buscou depois um ponto comercial que, devido às dificuldades financeiras, tornou-se também sua moradia. Em 2006, o senhor contratou R\$ 1.000,00 de empréstimo com um banco para capital de giro e compra de material para a oficina, abrindo finalmente seu próprio ponto comercial. Até 2011, já possuía casa própria, outros empreendimentos e dois funcionários registrados em sua oficina.

Histórias como essas relatadas pela Allianz, a seguradora em questão, e pelo Santander, o banco que forneceu o empréstimo, acontecem todos os dias nos países menos desenvolvidos do mundo e, inclusive, no Brasil. As microfinanças são capazes de transformar negócios, empreendimentos e a vida das pessoas.

Pessoas de baixa renda, devido principalmente à falta de garantias tradicionais (bens ou rendas relevantes), estão excluídas do sistema financeiro e do

setor bancário tradicional. Por não terem patrimônio ou empreendimentos formais suficientes a serem oferecidos como garantia nas operações de crédito, ficam à margem do sistema financeiro (Araújo, 2012; Ambrozio, 2009). Conforme Yunus (2006), ganhador do prêmio Nobel e inspirador do microcrédito, argumenta, como exigir bens para garantir um empréstimo a quem nada tem? Os princípios em que se baseia o mundo bancário tradicional são de direcionar o financiamento àqueles que têm dinheiro, que têm condições prévias de sanar futuras dívidas, por uma lógica de segurança dos investimentos.

Da mesma forma como as pessoas de baixa renda estão excluídas do sistema bancário tradicional, essa mesma dificuldade de acesso ao crédito é tida como um dos fatores que aumentam e sustentam a desigualdade de renda. No crédito informal, os pobres ficam sujeitos a agiotas que cobram juros extorsivos, ou à ajuda de amigos e familiares, cujos fundos são limitados. Já um crédito formal voltado às mudanças sociais pode dar autonomia a microempreendedores. São mais de 500 milhões de pessoas carentes economicamente ativas em microempreendimentos, ou empregados informalmente por estes, que não têm condições de crescimento com



segurança por não terem acesso a serviços financeiros adequados (Araújo, 2012). Cerca de 25 bilhões de dólares são operados pelo setor de microfinanças no mundo, capazes de atender a 100 milhões de clientes, que representam apenas 10% da demanda total, por meio da ação de cerca de 10 mil instituições, com natureza e qualidade heterogêneas (Santana, 2011).

Nesse contexto, surgem as microfinanças, uma das soluções para o problema da falta de acesso das camadas mais pobres aos produtos e serviços financeiros. E mais ainda, como uma ferramenta de mudanças sociais, ultrapassando interesses puramente econômicos. Conforme o PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) (Faria e Boechat, 2011), esse problema seria um dos cinco principais obstáculos encontrados pelas empresas ao desenvolverem estratégias de negócios para promover a inclusão social. O acesso restrito impede que os mais pobres aumentem e protejam os poucos bens que possuem.

Microcrédito é o crédito de pequeno valor fornecido por instituições financeiras ou organizações a pessoas



Microfinanças são uma das soluções para o problema da falta de acesso das camadas mais pobres aos produtos e serviços financeiros.

físicas e jurídicas. Microfinança é uma evolução do conceito de microcrédito, englobando também os demais serviços financeiros que podem ser fornecidos pelas instituições, incluindo não só o crédito, como também poupanças, microinvestimentos e o chamado microsseguro (Ledgerwood, 2013). As microfinanças, portanto, seriam projetos e financiamentos a pessoas que não teriam acesso ao mercado de crédito formal pela falta de garantias, pela inexpressividade do valor ou pelo alto risco (Ambrozio, 2009). O Banco Central do Brasil, órgão regulador do sistema financeiro brasileiro, con-

ceitua as microfinanças como “prestação de serviços financeiros adequados e sustentáveis para a população de baixa renda, tradicionalmente excluída do sistema financeiro tradicional, com a utilização de produtos, processos e gestão diferenciados” (Alves, 2010). O microcrédito produtivo orientado constitui um subconjunto do microcrédito, focado apenas para microempreendimentos, e não para o consumo (Araújo, 2012).

O BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento) classifica as microfinanças como uma das mais promissoras estratégias de combate à pobreza mundial na atualidade (Ambrozio, 2009). Conforme o banco Santander, “microcrédito é uma relação de confiança; é atitude, empreendedorismo e sonho; é um conjunto de atributos humanos, que permeiam cada detalhe dessa atividade. Essa relação se dá pelo papel que as microfinanças podem exercer nas mudanças sociais”. O microcrédito produtivo dá acesso a pessoas de baixa renda a produtos financeiros que são muitas vezes fundamentais para o início ou mudança de um empreendimento, gerando renda e pequenos lucros (Ribeiro, 2009).

As microfinanças partem do pressuposto de que pobreza não é incompatível com o potencial empreendedor do indivíduo (Ambrozio, 2009), pelo contrário, as pessoas da base da pirâmide são ótimas tomadoras de crédito e bons clientes de produtos financeiros. A melhoria de vida da população se dará estritamente sob os princípios de mercado (Caciamalli, 2008), desde que com metodologias diferenciadas para o público alvo. Uma característica importante do microcrédito é o fato de se trabalhar inicialmente com prazos e preços menores, e aumentando-os gradativamente conforme

a evolução da viabilidade econômica dos negócios e da população (Banco do Brasil, 2013).

Por esse motivo, tanto o governo quanto as instituições privadas têm atuado no mercado de microfinanças, promovendo a inclusão financeira de classes menos favorecidas.

Diferentemente das modalidades de financiamento ao consumo, o microcrédito produtivo e orientado é um instrumento financeiro que contribui para a geração de renda do cliente, da qual decorre uma importante capacidade de avanços sociais (Santander, 2013), voltado para microempreendedores. Conforme o Banco Central, um quarto da população brasileira é de microempreendedores. Além de contribuir com o próprio empreendedor, o microcrédito produtivo orientado cria um ciclo virtuoso que leva benefícios a todo o entorno do negócio: cerca de 70% da renda gerada nesses empreendimentos circula dentro da comunidade. O faturamento de uma pequena mercearia, por exemplo, se transforma na renda pessoal do empreendedor, que por sua vez concentra a maior parte do seu consumo em estabelecimentos de comércio e serviços oferecidos por outros moradores na vizinhança e gera um ciclo de desenvolvimento local.

As possibilidades das microfinanças não se limitam à concessão de crédito, já que os clientes demandam outros serviços como a bancarização, os microsseguros e microinvestimentos. Conforme a Superintendência de Seguros Privados – SUSEP, “o microsseguro é uma alternativa para beneficiar o crescimento econômico e o desenvolvimento humano, desempenhando um

**Conforme a CAIXA, para o cidadão que é excluído financeiramente, as dificuldades para lidar com dinheiro são maiores, quer seja para receber, guardar, transportar, investir ou simplesmente repassá-lo a terceiros, e os integrantes das classes econômicas D e E têm ainda maior dificuldade para sair da pobreza.**

**O Itaú Unibanco concorda com essas dificuldades, e acredita em “uma concessão de crédito consciente e sustentável para empreendedores de baixa renda, formais ou informais, bancarizados ou não”. O Bradesco reforça ainda que mudanças sociais como a elevação do poder aquisitivo da população brasileira aumentam a necessidade de acesso ao sistema financeiro. Conforme pesquisa do Ibope, são 52,8 milhões de brasileiros acima de 16 anos sem qualquer vínculo bancário em 2013.**

## A CAIXA afirma:

*“[...] estar comprometida com políticas públicas para redução da pobreza e consciente de que o microcrédito é um instrumento essencial para a inclusão produtiva da população de baixa renda, o que, aliado à oferta de outros produtos e serviços financeiros e da educação financeira, pode promover mudanças efetivas na vida das pessoas em situação de vulnerabilidade social” (CAIXA, 2012).*



papel fundamental, já que se encontra na fronteira entre os serviços financeiros e a proteção social, incorporando elementos de ambos”. A Allianz, uma das maiores empresas de seguros do mundo, define microsseguros como a proteção contra riscos da vida especificamente para pessoas de baixa renda em países em desenvolvimento e mercados emergentes, com produtos e processos customizados para esse público (Allianz, 2013). A SUSEP vai além dessa definição, diferenciando seguros populares, que são de pequenos valores mas podem ser adquiridos por qualquer pessoa, de microsseguros, direcionado para necessidades específicas de famílias de baixa renda. Esse grupo de pessoas de baixa renda seria representado por aqueles que vivem com mais de US\$ 1,25 e menos de US\$ 4,00 por dia, totalizando no mundo aproximadamente 2,6 bilhões de pessoas. Aqueles com menos de US\$ 1,25 por dia seriam os extremamente pobres, e devem ser auxiliados por programas sociais, e aqueles com mais de US\$ 4,00 poderiam usar os produtos tradicionais de seguro. O microsseguro tem um potencial de 40 bilhões de dólares em prêmios por ano (Allianz, 2013).

Microsseguros devem garantir premissas: benefícios sociais e benefícios empresariais. Nos primeiros, estão a possibilidade de proteger pessoas vulneráveis por sua condição econômica, possibilidade de expandir a inclusão financeira e proteger lucros e rendas ganhas com grande esforço. O microsseguro permite que o progresso social ocorra com menos riscos. Por outro lado, para os negócios, é o direcionador de inovações, sendo sempre eficiente economicamente, melhora a marca da organização e gera lucros razoáveis, ainda que não sempre significativos. Mais importante, as pessoas beneficiadas com microsseguros que melhoram economicamente passarão a consumir produtos tradicionais que geram importantes lucros para as organizações.

## O Grupo BB E MAPFRE relata bem a posição da direção em relação aos produtos ligados às microfinanças:

*“A população de menor renda, muitas vezes, não tem acesso ao seguro formal para proteção contra riscos associados à morte do chefe de família, a doenças graves ou crônicas ou contra a perda de um ativo, incluindo bens associados a plantação, pecuária e habitação. A falta de proteção para essa parcela da população a torna mais vulnerável e menos capaz de absorver as consequências financeiras de um evento dessa natureza. Assim, o microsseguro se torna uma ferramenta importante para inclusão social, tal qual representam hoje outros programas correlatos que deram uma importante contribuição para a melhoria de qualidade de vida das classes C, D e E” (BB E MAPFRE, 2013).*

# HISTÓRICO



As discussões sobre desenvolvimento humano e sustentabilidade vêm acontecendo sistematicamente ou pontualmente há algum tempo. Na década de 70, o economista Amartya Sen fez pesquisas sobre as nações em desenvolvimento e sobre o desenvolvimento humano. Sen propôs que o desenvolvimento acontece em locais onde há mais liberdade, e essa liberdade depende de três pilares básicos: saúde, educação e renda.

Apenas com essas três necessidades atendidas, o homem tem liberdade de fazer escolhas. Esse trabalho deu origem ao Índice de Desenvolvimento Humano, ou IDH, usado pela Organização das Nações Unidas como indicador de desenvolvimento, indo além do Produto Interno Bruto de cada país.



## O microcrédito tornou-se conhecido a partir da década de 70, com a repercussão das iniciativas do economista Muhammad Yunus.

Sen criou a base para o desenvolvimento humano que é discutido nos últimos 30 anos no mundo. Ele propôs uma nova visão sobre a economia, voltando-a para os fins realmente relevantes – as liberdades e o desenvolvimento humano. Foi laureado com o Prêmio Nobel por seu trabalho e criou um cenário propício para novas discussões inclusive de ferramentas para se alcançar o desenvolvimento humano e as liberdades.

O microcrédito foi realmente divulgado e conhecido a partir da década de 70, com a repercussão das iniciativas do economista e professor Muhammad Yunus em Bangladesh. Conta a história que o professor observou a situação de aldeias próximas à Universidade de Chittagong, onde lecionava, nas quais as mulheres eram reféns de agiotas, pagando juros extorsivos. O professor emprestou 27 dólares a 42 mulheres em situações econômicas e sociais deploráveis e, inesperadamente, todas as mulheres pagaram pontualmente o capital e os juros de todos os empréstimos. A partir daí, em 1978, criou-se o Grameen Bank (Banco do Povo), um banco para os pobres, que desenvolveria as bases para o microcrédito no mundo.

Seu objetivo inicial consistia em fornecer empréstimos para fins produtivos às famílias extremamente vulneráveis de Bangladesh. Mas a sobrevivência da instituição ao longo do tempo dependia da recuperação da grande maioria dos empréstimos em aberto. Segundo Yunus (2002), uma das características gerais do Grameen Bank é alcançar os pobres, particularmente as mulheres, e atingir a sustentabilidade financeira. Uma das inovações metodológicas mais relevantes seria o aval solidário como substituto de garantias reais dos empréstimos. Com essa medida, pretendeu-se reduzir os riscos de inadimplência e valorizar a mulher na so-

cidade, aumentando o seu empoderamento (Santander, 2013; Yunus, 2002; Araújo, 2012). Em 2003, o Grameen Bank emprestava mais de 1,5 milhões de dólares e atendia em 38 mil aldeias um total de 2,27 milhões de clientes (Tomelin, 2003).

Esse trabalho e essas ideias tomaram proporções mundiais. Desde a década de 80, o microcrédito foi estabelecido no âmbito das políticas institucionais de alívio à pobreza protagonizadas por organismos internacionais, ganhando grande destaque principalmente a partir do lançamento da Conferência Global sobre Microcrédito, em 1997 (Araújo, 2012 apud MICROCREDIT SUMMIT, 1997). Em 2006, Yunus ganhou o Prêmio Nobel da Paz por seus trabalhos ligados ao Grameen Bank, mostrando que as microfinanças seriam um importante instrumento de mudanças sociais. Desde então, as mudanças ocorreram com a ação de governos, ONGs, instituições privadas, organismos multilaterais e agências de cooperação internacional.

Em todo o mundo, essa experiência foi repetida e desenvolvida. Na Indonésia, na década de 80, houve uma experiência semelhante, mas que teve origem no estado. O banco estatal Rakyat, inicialmente um banco rural burocrático e deficitário, foi transformado pelo governo num banco de microcrédito eficiente, com bons níveis de retorno e de inadimplência (Ribeiro, 2012). Na América Latina, uma das experiências mais relevantes é a do Banco Solidariedade, na Bolívia, conhecido como Banco Sol. Essa experiência abriu bases para bancos comerciais em bases lucrativas focados no microcrédito. Em 2003, o Banco Sol atendia aproximadamente 70.000 clientes, sendo 70% mulheres – atuando como Fundo Financeiro Privado sendo líder no desenvolvimento de microcrédito em áreas rurais da Bolívia (Tomelin, 2003). Em outros países latino-americanos, houve experiências de sucesso, como o Corposol na Colômbia ou a FOSIS, no Chile, mas a maioria delas com iniciativa ou fomento estatal.

Inicialmente, os fornecedores de microcrédito eram instituições movidas por doações, do governo ou de instituições privadas, o que não reflete mais a realidade mundial (Ledgerwood, 2013; Araújo, 2012). Atualmente, os modelos esperados são de instituições financeiras independentes, com autonomia financeira e sustentabilidade econômica (Araújo, 2012). No final da década

de 80, o modelo de microcrédito predominante era o fornecimento de empréstimos de pequeno valor para pequenos empreendimentos. Em 2009, o tipo de instituição mais comum operando com o segmento de microfinanças eram ONGs (39%), seguido de instituições financeiras não bancárias (32%). A representatividade dos bancos era pequena, apenas 7%, sugerindo o baixo apelo comercial do setor (Ambrozio, 2009). Hoje, no entanto, o potencial de fornecimento é mais amplo tanto pelo aumento do conhecimento quanto pela própria inclusão financeira desses beneficiados, que demandam mais produtos.

Conforme Ledgerwood (2013), o conceito de microfinanças já está globalmente consolidado tanto no mundo acadêmico, através de publicações e artigos, quanto no financeiro, pelo número de clientes e de instituições que cresceu exponencialmente nos últimos 15 anos. Se inicialmente a preocupação era o fornecimento do crédito, atualmente o fornecimento de outros produtos financeiros deve ser considerado e, mais importante, o foco das microfinanças deve abranger a “inclusão financeira” não somente das organizações como de todo um mercado (Ledgerwood, 2013, pg. 27). A ideia atual é de que as camadas mais pobres devem gerar riquezas para si próprias por meio do empreendedorismo, usando o crédito como uma das ferramentas. Em 2006, conforme dados do Banco Mundial, existiam mais de 1200 instituições de microfinanças, atendendo cerca de 58 milhões de famílias pobres (Caciomalli, 2008).

## Microfinanças no Brasil

O Brasil é um país que apresenta oferta de crédito reduzida e socialmente concentrada, e elevada desigualdade de renda (Alves, 2010; Banco Central do Brasil, 2008). Conforme dados do Fórum Interparlamentar das Américas, o Brasil tem a pior desigualdade social da América Latina (Banco Central do Brasil, 2008). Conforme o IPEA, Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (2010), 40% da população brasileira está excluída do sistema bancário. Esse cenário traz problemas quanto à formação do capital físico e ao desenvolvimento.

A história do microcrédito no Brasil começa na década de 70 nas cidades de Recife e Salvador, com o programa União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações (UNO). A UNO, associação civil criada por iniciativa e assistência técnica da ONG Acción International,



A ideia atual é de que as camadas mais pobres devem gerar riquezas para si próprias por meio do empreendedorismo, usando o crédito como uma das ferramentas.

nasceu especializada em crédito e capacitação, trabalhando principalmente com fundos rotativos informais focados no meio rural. Trabalhava com crédito individual e com a garantia de um Grupo Solidário, ou seja, uma gestão com enfoque no objetivo do financiamento e não no retorno do crédito (Santander, 2013; Araújo, 2012; Bittencourt, 2006). A UNO obtinha recursos de doações internacionais e posteriormente de outras linhas de crédito. Juntamente com a concessão de crédito, a organização capacitava os clientes em temas básicos de gerenciamento. Após 18 anos de atuação, a entidade se dissolveu, principalmente por problemas de sustentabilidade financeira (Tomelin, 2003).

Nas décadas de 70 e 80, surgiram no Brasil outras instituições afiliadas a redes internacionais, resultado de ações de líderes da sociedade civil em colaboração com membros da comunidade internacional (Araújo, 2012). Um dos exemplos é a Rede CEAPE, o Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos Ana Terra, no Rio Grande do Sul, criado usando a metodologia Grupos Solidários, a partir da experiência da Acción Internacional. Inicialmente, usou recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento e da Inter-American Foundation. A entidade cresceu e criou centros em outros estados brasileiros, chegando a 343 mil operações de crédito em 2001. Outro exemplo importante é o Banco da Mulher, usando a mesma metodologia dos Grupos solidários, filiado ao Women's World Banking. Até 2001, o Banco da Mulher havia concedido 9000 créditos, num total de 6,7 milhões (Tomelin, 2003).

Na década de 90, surgiram organizações da sociedade civil especializadas em microcrédito e algumas iniciativas governamentais lançadas por líderes políticos,

**Figura 1** | Linha do tempo sobre o histórico das microfinanças no Brasil.

ONGs

**1973**  
Criação da União Nordestina de Assistência  
a Pequenas Organizações – UNO

**1989**  
Banco da Mulher (Seção Bahia)

**1987**  
Criação da Rede CEAPE - Centro de Apoio  
aos Pequenos Empreendimentos Ana Terra

Organização da sociedade civil

**Década de 90**  
Surgimento de alguns “Bancos do Povo”

**2001**  
Lei 10194/ 2001 - constituição e  
funcionamento da Sociedade de Crédito ao  
Microempreendedor (SCM)

**1996**  
BNDES cria o Programa de Crédito Produtivo  
Popular para apoiar as instituições de  
microcrédito

**1999**  
Lei 9790/99 - Lei da Organização da Sociedade  
Civil de Interesse Público - OSCIP

Instituições financeiras

**2003**  
Norma do Banco Central para direcionamento  
de 2% do depósito compulsório

**2005**  
Ano Internacional do Microcrédito,  
estabelecido pela ONU

**1997**  
O Banco do Nordeste cria o Credi-Amigo

**2003**  
MP 122/2003 - regulamentação da aplicação  
a microempresário e microempreendedores

**2005**  
Programa Nacional de Microcrédito Produtivo e  
Orientado - PNMP

Microseguros

**2012**  
Circulares SUSEP 439 a 444 que estabeleceram  
regras para o microsseguro

**O Banco do Nordeste foi o primeiro banco a criar um programa de microcrédito no Brasil, no final da década de 90. Esse feito marcou uma nova etapa para o microcrédito no Brasil: a entrada de bancos e instituições reguladas no cenário. O Banco do Nordeste foi pioneiro nesse setor: em apenas quatro anos de operação, contava com mais de 85 mil clientes ativos e mais de 70 agências pelo país (Piza, 2005). O CrediAmigo chegou a ser responsável em 2011 por 60% do mercado nacional e com projeções crescentes (Soares, 2011). O banco atendia diretamente aos pequenos empreendedores do Nordeste, do norte de Minas Gerais e do Espírito Santo.**

**Inicialmente, o programa teve apoio do Banco Mundial e de verbas públicas. No entanto, com o seu próprio desenvolvimento, todas as despesas administrativas passaram a ser cobertas por receitas geradas pelo próprio programa, garantindo independência da instituição perante o governo, e do programa frente a outros do banco, que conta com gestão própria (Soares, 2011).**

ressaltando as microfinanças como indutoras de mudanças sociais. O BNDES criou em 1996 o Programa de Crédito Produtivo Popular, com linhas de crédito especiais para auxiliar as instituições de microcrédito em funcionamento. Até 2002, 32 instituições foram beneficiadas. Surgiram também nessa época os chamados “bancos do povo” brasileiros, constituídos como parte da política pública de geração de trabalho e renda de alguns estados e municípios que criam fundos públicos destinados especificamente ao microcrédito para microempreendedores (Araújo, 2012; Bittencourt, 2006; Blusol, 2012).

Mesmo assim, a indústria de microfinanças no Brasil era praticamente inexistente, quando comparada com outros países da América Latina. As altas taxas inflacionárias, a tradição de crédito governamental dirigido e subsidiado e poucos marcos legais dificultaram o avanço. Até que, em 1997, surgiu o programa do Banco do Nordeste, CrediAmigo, a primeira iniciativa de um banco estatal no cenário das microfinanças. O CrediAmigo trabalhava com a metodologia de Grupos Solidários e, concomitantemente à concessão do crédito, oferecia capacitação gerencial para os clientes. Toda a operacionalização do programa, incluindo os Assessores de Crédito, era realizada de forma autônoma das atividades do banco. Até 2001, foram emprestados mais de 440 milhões de reais.

No final da década de 90, foi implementada a lei do terceiro setor, lei 9790/99, que criou a qualificação de Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) para as pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos e incluiu o microcrédito como uma das finalidades das OSCIP, o que possibilitou que essas instituições acessassem recursos públicos. Em 2001, foi criada a lei 10194/2001, dispendo sobre a constituição e funcionamento da Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM), entidade jurídica de direito privado, com finalidade lucrativa, criada para impulsionar a participação de atores da iniciativa privada nesse mercado (Araújo, 2012).

Até 2002, as instituições de microcrédito eram focadas apenas no crédito, sem o fornecimento de outros serviços bancários, e elas pouco se relacionavam com os bancos (Bittencourt, 2006). Em 2003, o governo brasileiro estipulou que os bancos poderiam usar até 2% do depósito compulsório (montante que as instituições financeiras obrigatoriamente devem direcionar ao Banco Central e que, portanto, não pode ser transformado em investimento) como capital para fundear suas operações de microcrédito produtivo e orientado. Aqueles que não tivessem operação estruturada podiam negociar esse capital com outras organizações que estivessem interessadas em usar os recursos para microfinanças (Piza, 2005; Santander, 2013).

Com a Medida Provisória 122 de 2003, o governo brasileiro conferiu ao Conselho Monetário Nacional competência para regulamentar as aplicações dos bancos convencionais, dos bancos múltiplos com carteira comercial, da Caixa Econômica Federal, bem como as cooperativas

de crédito e de pequenos empresários, microempresários ou microempreendedores (Tomelin, 2003). Essa medida consolidou o Sistema de Microcrédito no Brasil. A nova fase pretendeu associar o crédito a outros serviços bancários para a população de baixa renda, criando a chamada inclusão bancária, e aumentar o número de correspondentes bancários e dos tipos de serviços prestados (Bittencourt, 2006).

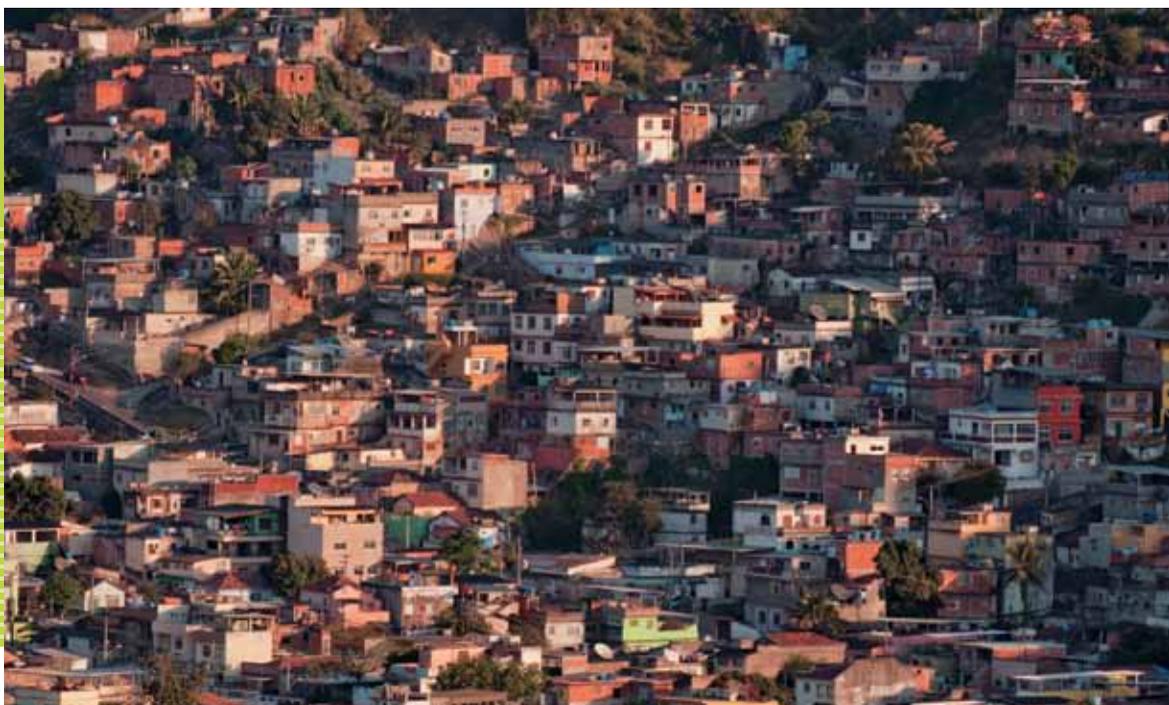
Alguns anos depois, foi criada a principal regulação do microcrédito, o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo e Orientado – PNMPO, por meio da lei 11110/2005. O programa pretendeu aproximar as instituições financeiras e de microcrédito, vinculando outros serviços ao microcrédito produtivo, com foco na geração de trabalho e renda para pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de pequeno porte, com renda bruta anual de até 60 mil reais. Com essa iniciativa, o Governo reconheceu a importância do assunto e determinou metas de expansão ambiciosas para um conjunto de bancos públicos. Através do PNMPO, são destinados às instituições de microcrédito recursos provenientes do Fundo de Amparo ao Trabalhador – FAT e parcela dos recursos de depósitos à vista dos bancos comerciais (Santander, 2013; Araújo, 2012).

As microfinanças atualmente são vistas no país como parte das políticas públicas que têm sido adotadas com vistas a mitigar a desigualdade e aumentar a oferta de serviços

financeiros, juntamente com programas de transferência direta de renda, como o bolsa-família ou o aumento do salário mínimo com inflação controlada (Banco Central do Brasil, 2008). O cenário brasileiro para expansão do microcrédito é bastante positivo. Conforme o Banco Santander, são mais de 27 milhões de empreendedores, com destaque para as mulheres (Santander, 2013).

As pessoas com mais de 5 salários mínimos de renda podem ter acesso aos serviços financeiros tradicionais bancários. As cooperativas de crédito atendem a população com renda entre 2 e 10 salários mínimos e a parcela da população que vive com menos de três salários mínimos, que compreende mais de 80% do mercado brasileiro, seria público para as microfinanças; destes, 35 milhões teriam demandas efetivas de produtos ligados às microfinanças (Banco Central do Brasil, 2008).

Ainda que no Brasil já existissem seguros populares, ou de baixo valor, oficialmente o microsseguro passou a existir em 2012 com a publicação das circulares SUSEP 439 a 444. Essas normas estabeleceram regras para os produtos de microsseguros, que seriam definidos em função de seu público alvo, que deve ser mensurável e preciso. Conforme o Grupo Bradesco Seguros (2013), os produtos antes das normas eram produtos de seguros com prêmios baixos, mas eram produtos de prateleira, ou seja, nada impedia que fossem adquiridos por pessoas não enquadráveis na categoria de baixa renda.



# MICROFINANÇAS E AS ORGANIZAÇÕES FINANCEIRAS



## Os primeiros tempos

Inicialmente, no Brasil, as organizações financeiras não eram as maiores responsáveis pela atuação no mercado de microfinanças, e sim as cooperativas de crédito e as organizações não governamentais. No Brasil, há modalidades de atuação com microfinanças sem fins lucrativos, através de ONGs, OSCIPs ou bancos do povo, ou com fins lucrativos, indiretamente ou diretamente através de uma instituição financeira (BCB, 2013). O Banco Central do Brasil (2008) apresentou dados de 2007 em que das 228 entidades fornecedoras de microcrédito, apenas 4 eram bancos privados. As instituições financeiras internacionais e brasileiras ingressaram de formas diferentes no mercado das microfinanças, com diferentes produtos e resultados. É objetivo de todas, no entanto, a sustentabilidade financeira através da rentabilidade, do controle de riscos e do planejamento (Araújo, 2012), além da obediência a critérios socioambientais. Conforme Goldmark (2002), a regulamentação das instituições financeiras convencionais assenta-se em dois objetivos principais: reduzir a probabilidade de quebra generalizada de bancos e proteger o cliente. Principalmente após a normatização do setor, vários bancos e instituições financeiras iniciaram projetos nesse setor, com objetivos de democratizar o acesso ao crédito e a outros serviços financeiros, contribuindo para a inclusão social, a geração de trabalho e renda e inclusão bancária.

Muito antes da disseminação dos termos microfinanças ou microsseguros, o Grupo BB E MAPFRE já desenvolvia produtos voltados para garantir a inclusão e o acesso de consumidores tradicionalmente não atendidos pelo mercado segurador. Em 1989, foi lançado o primeiro seguro destinado à população de baixa renda, um início do microsseguro, o PASI, Plano de Amparo Social Imediato. É um seguro destinado aos trabalhadores e contratado por meio de convenções coletivas de trabalho, que começa a discutir as características de um produto das microfinanças. Conforme relato do Grupo, “desenvolver produtos e serviços destinados às camadas mais carentes da população é um posicionamento que sempre fez parte do DNA do grupo segurador e que está alinhado à sua missão, de pessoas protegendo pessoas”. Da mesma forma, o BNDES criou em 1996 o Programa de Crédito Produtivo Popular, que repassava verbas para ONGs e OSCIPs que trabalhavam com créditos de pequeno valor.

O Itaú Unibanco, com a visão de que alguns temas como ascensão das classes C, D e E, empreendedorismo e mulheres no mercado de trabalho são forças transformadoras, criou uma unidade de pesquisa e desenvolvimento voltada a Negócios Inclusivos. Conforme sua análise, aproximadamente 60% dos clientes que usam suas agências dentro de um mês tem renda inferior a dois salários mínimos (Itaú Unibanco, 2013).



As instituições financeiras, no Brasil e no mundo, ingressaram recentemente no mercado de microfinanças. Antes, apenas cooperativas de crédito e organizações não governamentais atuavam neste mercado.

**Figura 2** | Linha do tempo com atuação das instituições financeiras no Brasil.



O Bradesco afirma que o fato de estar presente em 100% dos municípios brasileiros e de sempre ter adotado a política de portas abertas, democratizando o atendimento a todas as classes sociais e empresas de todos os portes, facilitou o conhecimento das particularidades das populações menos favorecidas. Em 2001, firmou a parceria com a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, criando o Banco Postal, que só foi possível a partir das regulamentações federais dos Correspondentes Bancários. A CAIXA usa de uma estratégia semelhante para garantir a inclusão: as contas de depósito são abertas prioritariamente nos canais parceiros, correspondentes bancários e casas lotéricas, haja vista a proximidade desses com a comunidade demandante das contas em regiões onde número de agências é menor, como é o exemplo na região norte e nordeste.

Tanto a CAIXA quanto o Santander iniciaram os estudos sobre microcrédito no ano 2000. O Santander formou um grupo de ação multidisciplinar, que se reunia semanalmente para aprofundar e disseminar as discussões sobre o assunto. Nessa época, decidiu-se pela modalidade microcrédito produtivo orientado, porque essa modalidade dá aos pequenos empreendedores de comunidades de menor renda a oportunidade de serem os protagonistas da transformação da sua realidade social. Já a CAIXA iniciou suas operações de microcrédito em 2000, após assinatura de Acordo de Cooperação Técnica com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD e a Agência Brasileira de Cooperação – ABC, tendo como um dos objetivos o desenvolvimento de um modelo de atuação em microfinanças. Em 2001, fez parceria com instituições credenciadas para atuar em seu nome. A experiência teve início nas cidades de Salvador/BA e Rio de Janeiro/RJ, por meio de parceria com a ONG Moradia e Cidadania, e posteriormente com outras instituições em São Paulo/SP e São Sebastião do Paraíso/MG. Os produtos foram regulados pelo Ministério do Trabalho e Emprego, com aplicação de recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador – FAT.

O Santander relata que, em 2002, foi constituída a então Real Microcrédito e, a partir de 2010, com a aquisição efetuada pelo Santander, passou a ser denominada Santander Microcrédito. Começou com uma equipe de 13 agentes, atuando na comunidade de Heliópolis, em São Paulo e, atualmente, são quase 300 funcionários, entre agentes de crédito, supervisores, gerentes, assistentes e equipe de apoio que atendem mais de 600 municípios em 10 estados brasileiros, sendo que em 2012, 70% dos clientes ativos são mulheres. O programa de microcrédito evoluiu enormemente de 2002 a 2011, com um significativo investimento.

Em 24/07/2003, foi editada a Resolução CMN nº 3.109 para dispor acerca da realização de operações de microfinanças destinadas à população de baixa renda e a microempreendedores com recursos da exigibilidade sobre depósitos à vista.

**Em 2003, o Banco Itaú criou a Microinvest (conhecida no mercado como Itaú Microcrédito), em parceria com a International Finance Corporation (IFC), braço financeiro do Banco Mundial. A Microinvest tem como foco da operação direta os empreendedores urbanos localizados nas regiões metropolitanas dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro. Desde seu início, já realizou mais de 45 mil operações de financiamento. O setor de comércio é o que mais demanda o Itaú Microcrédito, representando 60% dos contratos.**

**O Banco do Brasil iniciou a sua atuação no mercado de microfinanças para democratizar o acesso ao crédito, propiciando a oferta de produtos e serviços bancários diferenciados à população de menor renda do País. Em 2004, o Banco do Brasil criou a Diretoria de Micro e Pequenas Empresas, responsável pela definição de estratégias para o segmento. Ainda naquele ano, lançou o BB Crédito Pronto, voltado às pessoas físicas de menor renda, com juros de 2% ao mês e prazos de pagamento de 4 a 24 meses.**

## Programas governamentais para o microcrédito e o MPO

Em 2004, o Governo Federal lançou o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado, PNMPO, para atendimento de pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de pequeno porte, aprovado em 2005, ano estabelecido pela Assembleia Geral das Nações Unidas - ONU como o “Ano Internacional do Microcrédito”, confirmado no Brasil através da Lei 11.110. O modelo proposto previa a utilização de recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador, atendimento por pessoas treinadas, contato com o tomador durante o período do contrato e valor e condições de crédito definidos em avaliação da atividade e da capacidade de endividamento do tomador.

Em agosto de 2005, o Governo lançou o CRESCER - Programa de Microcrédito Orientado, com o objetivo de fornecer crédito a juros mais baixos a microempreendedores individuais e microempresas. O Governo também pretendia direcionar os recursos ligados às microfinanças para o microcrédito produtivo orientado (MPO), incentivando, assim, a geração de trabalho e renda entre os microempreendedores.

Em 2011, o Governo Federal revisou a legislação do microcrédito, publicando a resolução CMN 4.000, que determina que os bancos devem manter aplicações em operações de microcrédito destinadas à população de baixa renda e a microempreendedores a, no mínimo, 2% dos saldos dos depósitos à vista captados pela instituição.

Regiane Silvino de Oliveira, moradora da comunidade da Rocinha no Rio de Janeiro, foi uma das beneficiadas por esse programa. Em 2011, contratou um empréstimo de 6 mil reais para ampliar o salão de beleza de sua propriedade. O produto, BB Microcrédito Empreendedor, funciona em duas modalidades: pessoa física (empreendedores informais) e pessoa jurídica (empreendedores formais). Em outubro de 2012, estruturou internamente a estratégia de crédito e negócios sociais, com direcionamentos voltados para a inclusão bancária e desenvolvimento de empreendedores, a pulverização de crédito com maior ingresso e empreendedores informais e individuais, sempre dentro da lógica da microfinança. O MPO do Banco do Brasil é interessante para o banco pela fidelização dos clientes. À medida que esses clientes e seus negócios crescem, podem ser oferecidos a eles produtos como cartões, contas correntes e microsseguros, até atingir o patamar de produtos tradicionais (Banco do Brasil, 2013). Foi o que aconteceu com a cliente Regiane.

A atuação da CAIXA no programa Crescer também foi significativa. Desenvolveu Parcerias para Atendimento ao Microcrédito – PAM, principalmente com as Prefeituras e, mais recentemente, com a contratação da Empresa CAIXA CRESCER, coligada CAIXA. O MPO é destinado ao capital de giro ou investimento fixo para empreendedores formais (empreendedor individual, 29%, ou microempresa, 4%) ou informais (67%). O empréstimo pode ir de 300 a 15 mil reais. A CAIXA possui também o Crédito CAIXA Fácil

**Em 2005, o Banco do Brasil aprovou as diretrizes de sua atuação no PNMPO, prevendo atuação por meio de Instituições de Microcrédito Produtivo Orientado – IMPO (Agências de Fomento, ONGs, SCM e Cooperativas de Crédito), com ações de repasse de recursos e aquisições de carteira que viabilizaram a ampliação da atuação dessas instituições e, conseqüentemente, o atendimento aos empreendedores. O BNDES, neste mesmo ano, instituiu seu programa de microcrédito oficialmente, conforme as novas normas governamentais. Em 2010, foram aprovadas novas normas internas, criando o Programa BNDES de Microcrédito.**

Rotativo, destinado aos clientes da Conta CAIXA Fácil, que permite a contratação de crédito entre 200 e mil reais, sendo disponibilizado conforme a capacidade de pagamento de cada cliente avaliado. Aproximadamente 1 milhão de pessoas são hoje atendidas por esse produto, o que o torna bastante expressivo para o banco.

Em outubro de 2012, o Banco do Brasil lança a Estratégia BB Crédito e Negócios Sociais reforçando os seguintes direcionamentos para atuação do Banco no MPO: a inclusão

bancária e o desenvolvimento de empreendedores, a pulverização de crédito com maior ingresso de empreendedores informais e individuais e a concessão de créditos de baixos valores e progressivos, sempre dentro da lógica da microfinança. Já o Bradesco iniciou sua experiência de MPO nas comunidades da Grande São Paulo. Os clientes são avaliados através do Levantamento Sócio Econômico, e os empréstimos podem ser feitos para melhoria do empreendimento ou para capital de giro.

O Santander Microcrédito apresenta bons resultados de seus produtos ligados ao MPO. Em 2013, o investimento em linhas de microcrédito representava quase 14% do mercado de microcrédito nacional. Para o Santander Microcrédito, um motivo de orgulho é a qualidade de sua carteira: a adimplência é da ordem de 95% e o indicador de inadimplência para mais de 90 dias está na casa dos 2%. O Banco Central informa que a taxa média de mercado é algo em torno de 5%, o que confirma o bom direcionamento e a relação de confiança com os clientes.

O Itaú Unibanco também apresenta um bom desempenho: aplica quantias significantes em microcrédito, por meio das operações de primeiro e segundo piso, sendo as operações de primeiro piso as diretamente com o microempreendedor e as de segundo piso com intermediação. Essa mesma divisão acontece no programa do BNDES, diferenciando os investimentos diretos e indiretos. O Itaú Unibanco vê no investimento em microcrédito um exemplo do papel transformador de uma instituição financeira na sociedade. Ele possui equipes de agentes de microcrédito em comunidades de baixa renda em Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo.

Foi lançada em agosto de 2004 pela CAIXA uma nova modalidade de empréstimo sob penhor, o micropenhor, com as mesmas características do penhor tradicional, porém com parâmetros adequados à população excluída do crédito convencional.

A situação da mulher no mercado também tem sido alvo de discussão pelas organizações e de produtos direcionados. As brasileiras são vistas entre as mulheres mais empreendedoras do mundo. Metade das empresas clientes do Itaú Unibanco tem pelo menos uma mulher na liderança e 22% dessas empresas são lideradas exclusivamente por elas. Por isso, o banco desenvolveu o Programa de Mulheres Empreendedoras, que propõe identificar as necessidades financeiras e não financeiras de mulheres que gerem pequenas e médias empresas. A iniciativa possui participação do Fundo Multilateral de Investimentos (FUMIN – BID) e do *International Finance Corporation* (IFC), braço financeiro do Banco Mundial (Itaú Unibanco, 2013).

Outros produtos além do microsseguro e do microcrédito já vêm sendo desenvolvidos. Eles vão além de simples cópias dos oferecidos tradicionalmente pelos bancos a populações de alta renda, sendo focados no desenvolvimento do indivíduo e de seus negócios. A lista inclui poupança popular, crédito para moradia, crédito para emergências, cartão de crédito popular. O potencial de clientes para poupança ainda é alto, já que uma pesquisa do Ibope mostrou que somente três em cada dez cidadãos fazem alguma reserva.

Até junho de 2011, o Banco do Brasil aplicava integralmente os 2% de sua exigibilidade em microcrédito, com direcionamento para consumo, especialmente através da linha “BB Crédito Pronto”. Após sua habilitação pelo Ministério do Trabalho e Emprego como Instituição de MPO, o Banco do Brasil formalizou o compromisso de aplicar seus recursos direcionando-os ao MPO. Em setembro de 2011, o Banco do Brasil iniciou sua atuação direta no MPO, por meio da rede de agências, no Programa Crescer, juntamente com a CAIXA, o Banco do Nordeste e o Banco da Amazônia, usando a metodologia tradicional do setor de contato direto com o empreendedor no local de sua atuação. Esse programa fez parte do Decreto 7.492 de 02 de Junho de 2011, que instituiu o Plano Brasil Sem Miséria.

## Microseguros, uma realidade mais recente

Em 2012, a SUSEP iniciou a regulação de microseguros no Brasil e apenas em 2013 os primeiros produtos foram aprovados. A legislação de microseguro veio modificar os conceitos aplicados na medida em que as empresas passam a ofertar produtos para um público-alvo específico e de acordo com regras feitas tão somente para esse tipo de seguro.

Conforme o Grupo Bradesco Seguros, “a atuação no mercado de seguros para a baixa renda é uma resposta natural ao espectro de renda que compõe a base de clientes da Organização Bradesco, como pode ser verificado a partir dos relatórios anuais da administração. Adicionalmente, é filosofia da Organização Bradesco priorizar o crescimento orgânico e incorporar parcelas da população ainda não formalmente inseridas dentro do mercado financeiro e securitário”.

Antes mesmo da regularização do mercado de microseguros, alguns bancos e grupos já possuíam produtos voltados para as classes menos favorecidas, como o Primeira Proteção Bradesco, ou o PASI, do Grupo BB e MAPFRE. O Primeira Proteção Bradesco, criado em 2010, foi lançado como piloto nas comunidades da Rocinha (Rio de Janeiro) e Heliópolis (São Paulo). A partir daí e até o final de 2012, o volume acumulado de vendas foi superior a 2,15 milhões de coberturas.

O Grupo BB E MAPFRE foi um dos precursores com o lançamento do PASI. Desde então, foram lançados outros produtos com essas características, como o CrediAmigo, Agro Amigo, Proteção Financeira, Vida Protegida e Premiada e Conta Protegida Telefônica, entre outros. Mas somente em 2012 o Grupo recebeu autorização da SUSEP para operar no ramo de microseguros no território nacional. Nesse momento, foi lançado o MAPFRE Decessos Você Tranquilo, destinado inicialmente aos moradores da comunidade do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, que, segundo o Censo IBGE de 2000, ocupa o último lugar no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) da capital carioca. Esse produto tem o objetivo de suprir a demanda social de realizar funerais, combater a miséria ou invalidez de cidadãos que são arrimo de família (BB E MAPFRE, 2013). Em seis meses de atuação efetiva, o grupo avalia que o desempenho do MAPFRE Decessos Você Tranquilo ainda é pouco representativo se comparado aos demais produtos e ao volume total de prêmios emitidos (BB E MAPFRE, 2013).

O Grupo BB E MAPFRE disponibilizou ao mercado o BB Microseguro Proteção Pessoal. Comercializado pelo Banco do Brasil desde maio de 2013, o produto é voltado para clientes com renda até R\$ 3.000,00. O Banco do Brasil foi a primeira instituição bancária do mercado a comercializar o produto nos moldes aprovados pela SUSEP.

O Grupo Bradesco Seguros foi igualmente pioneiro, a primeira seguradora a ter um produto de microseguro aprovado pela SUSEP, o Microseguro Bradesco Proteção em Dobro, seguro residencial e de acidentes pessoais, acrescido de assistência funeral como adicional. O produto está na fase final de seu piloto em comunidades no Rio de Janeiro e em São Paulo: Cidade de Deus, Rocinha, Rio das Pedras, Santo Cristo e Heliópolis – sendo que o primeiro bilhete foi comercializado na Rocinha em maio de 2013. A comercialização será expandida a agências do Bradesco situadas em áreas de baixa renda em todo o território nacional.

O Itaú Unibanco, juntamente com o MPO, oferece um seguro para proteger o crédito e a família do empreendedor, semelhante ao oferecido pela Allianz. Caso algum imprevisto como morte

ou invalidez permanente total por acidente impeça o microempreendedor de trabalhar, o seguro cobre o pagamento das parcelas restantes, oferece uma assistência funeral e auxílio-alimentação.

Uma característica importante dos produtos de microfinanças é a adequação ao público alvo.



O Grupo BB e MAPFRE foi a primeira seguradora a receber autorização da SUSEP para comercialização de microsseguros no Brasil, em 2012.



O Grupo Bradesco Seguros possuía bilhetes residenciais já comercializados em outras agências mas, sentindo necessidade, criou o “Bilhete Residencial Estou Seguro”, voltado para as características da Comunidade Santa Marta-RJ, valendo-se da filosofia e concepção do microsseguro. A Bradesco Auto/RE disponibiliza dentro da comunidade um produto-piloto adaptado especialmente para ela, incluindo uma cartilha que explica em linguagem simples as coberturas e principais aspectos do produto.

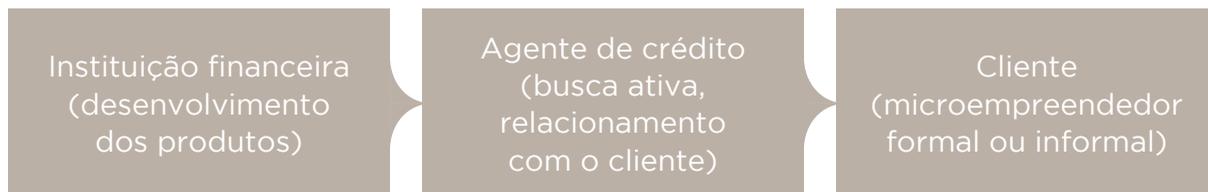
# BOAS PRÁTICAS DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS



## Modelo de atuação

O modelo prevalente de atuação das instituições financeiras no microcrédito baseia-se no agente de crédito. O banco desenvolve produtos (crédito, seguros, contas) internamente, voltados para um público alvo específico. Posteriormente, os agentes de crédito, profissionais ligados ao banco, com treinamentos específicos e conhecimentos sobre produtos e mercado financeiro, seguem até áreas estratégicas e buscam ativamente clientes em micronegócios formais ou informais. Os agentes avaliam os clientes através de questionários específicos

**Figura 3** | Modelo de atuação das instituições financeiras formais.



**Figura 4** | Modelo de uso de intermediários para acesso a comunidades carentes.



e estabelecem um relacionamento com os mesmos, apoiando-os com informações sobre os produtos disponíveis, planejamentos e possibilidades, de forma que os empréstimos sejam quitados todos com segurança, uma vez que o microcrédito não requer garantias tradicionais para os empréstimos. O contato é mantido durante todo o período do contrato, com acompanhamento e orientação. Os empreendedimentos financiados pelo Banco do Brasil, por exemplo, são acompanhados pelos agentes de crédito, funcionários treinados para atuar com o MPO, que retroalimentam as estratégias de atuação do banco no programa.

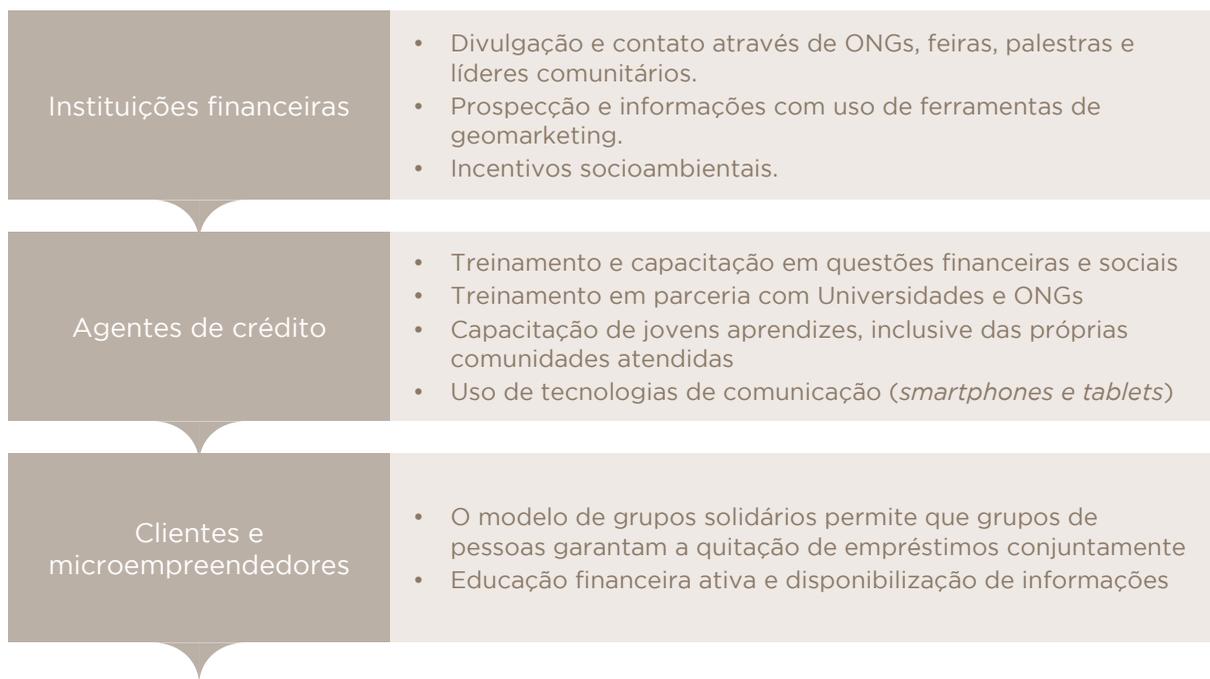
A importância dos agentes de crédito é ressaltada por todas as instituições financeiras no sucesso das microfinanças. O microcrédito no Brasil funciona de forma peculiar –

não são os empreendedores que buscam o microcrédito, e sim agentes postados nas comunidades e nos potenciais pontos de desenvolvimento que oferecem os produtos juntamente com orientações de crédito e seguros, bem como de outros produtos financeiros. Os agentes de microcrédito contratados pelo Itaú Microcrédito possuem duas competências fundamentais: raciocínio analítico e identificação com a causa da transformação social. Eles passam por etapas de treinamento e capacitação que revisam conceitos de contabilidade, gestão de negócios e uso consciente do crédito. A base do trabalho de um agente é o estabelecimento de uma relação de confiança.

Esse é um ciclo virtuoso. O cliente tomador de crédito pode ampliar seu empreendimento, solucionar problemas imediatos e tornar-se consumidor até de outros serviços financeiros, como microsseguros e microinvestimentos, aumentando a proximidade e o relacionamento com as instituições financeiras. As microfinanças possibilitam às pessoas gerir seus próprios negócios e novos empregos, mudando a sociedade, com um cunho emancipatório, com possibilidades de construção de projetos de vida.

O uso de parcerias é um modelo constante para as instituições financeiras. Muitas não possuem recursos humanos ou estrutura para viabilizar o acesso a comunidades carentes ou a partes remotas do país. Para isso, usam parcerias com ONGs, OSCIPs ou outros bancos para disseminar as microfinanças. O BNDES, por exemplo, atribui seus maiores investimentos na região Sul do país devido ao elevado número de Cooperativas de Crédito e OSCIP que atuam com o microcrédito produtivo orientado,

**Figura 5** | Boas práticas apontadas pelas instituições financeiras em cada etapa do processo de contratação de produtos



principalmente em Santa Catarina. Diferentemente da Região Norte, onde há poucas instituições interessadas e que tenham condições de repassar os recursos do BNDES Microcrédito.

No cenário brasileiro, são várias as boas práticas das instituições financeiras que garantem o sucesso da relação com os clientes e a geração da sustentabilidade social. Essas boas práticas estão presentes em todas as etapas do processo das microfinanças.

## O modelo de grupos solidários

De uma forma geral, o fornecimento de crédito está sujeito a dois grandes problemas: a assimetria de informação e os custos da transação. No caso de microcrédito, esses problemas tornam-se ainda mais acentuados (Ambrozio, 2009). A assimetria de informação acontece quando as partes não avaliam bem o sucesso do empreendimento ou da transação de crédito. As boas práticas para minimizar esse problema estão no empréstimo em grupo, uma forma de dividir as responsabilidades pelos empréstimos, ou no crédito progressivo, que consiste em pequenos empréstimos que

podem ser renovados com montantes crescentes (Caciamalli, 2008).

As transações de crédito a empreendedores de baixa renda não possuem garantias reais de respaldo, como bens de grande valor ou histórico financeiro favorável, e uma solução proposta desde o início, por Yunus, era o aval solidário, ou a fiança solidária. Essa solução consiste na união, em geral, de três a cinco pessoas com pequenos negócios e a necessidade de crédito, que confiam umas nas outras, formando um Grupo Solidário. Esse grupo assume a responsabilidade pelos créditos de cada um. Esses grupos são responsáveis pela seleção dos beneficiários, criando mecanismos que vinculam socialmente um tomador ao outro: a liberação de um empréstimo depende do pagamento do outro. Conforme o Banco Central do Brasil,

*“O processo de formação de Grupos Solidários é auto-seletivo, pois as pessoas buscam o bom pagador sabendo que o não pagamento de um faz com que todos respondam, pagando, pelo crédito concedido. Assim, estabelece-se uma rede de apoio e vigilância que tem como resultado a baixa inadimplência” (Banco Central do Brasil, 2002)*

Por se tratarem de pessoas empreendedoras, vivendo situações com problemas semelhantes, os grupos soli-

O Grupo Blusol, uma OSCIP de microcrédito brasileira, apresenta seis princípios que devem nortear o bom relacionamento no contrato com o microcrédito para proteção do cliente, conforme a Campanha SMART.

### **1. Prevenir sobre o endividamento**

É fundamental que a instituição financeira e o agente de crédito avaliem a capacidade de o cliente pagar a dívida sem comprometer sua qualidade básica de vida. Essa avaliação pode acontecer por questionários e por diálogos com os agentes de crédito.

### **2. Transparência e fixação responsável de preços**

As informações devem ser passadas aos clientes de forma clara e transparente, incluindo os preços e as condições de crédito, com as taxas todas explícitas, inclusive em materiais publicitários. As políticas devem ser claras e, sempre que possível, o empréstimo deve ser simulado juntamente com o cliente.

### **3. Práticas de cobrança apropriada**

Todos os clientes devem ser tratados com dignidade, mesmo aqueles inadimplentes, cumprindo princípios éticos. Isso inclui informar os clientes de qualquer falta e trabalhar conjuntamente para a solução dos conflitos e das dificuldades financeiras.

### **4. Comportamento ético dos colaboradores**

Valorização de padrões de ética através de treinamentos e educação.

### **5. Mecanismo para receber e resolver queixas**

As instituições financeiras devem ter mecanismos de receber, processar e oferecer respostas aos clientes e interessados que sejam coerentes com o público alvo.

### **6. Privacidade dos dados dos clientes**

A integridade e a segurança das informações é fundamental para o estabelecimento de uma relação de confiança, inclusive nos momentos de educação e informação dos clientes.

dários têm relativo sucesso. Essa dinâmica cria relações de confiança e colaboração, em que o sucesso de um representa o sucesso do grupo. Ainda que um dos objetivos das instituições de microfinanças seja difundir, no plano local, a noção da responsabilidade individual sobre os empréstimos tomados, isso não significa que não possa atuar como mediador dessas relações e incentivar a criação de grupos com objetivos em comum.

A criação de grupos organiza melhor a comunidade, criando efeitos positivos. Estes fomentam as relações de confiança, reduzem custos de transação e aceleram os fluxos de informação e a inovação, beneficiando não somente a comunidade como também a própria instituição financeira.

Um outro processo relevante sobre os Grupos Solidários é a mudança social da comunidade. Os grupos podem servir como um potente recurso de fortalecimento e participação nas comunidades desprovidas de organização social (Junqueira e Abromovay, 2005). Muitos autores dizem que esse grupos solidários são embriões de cooperativas, grupos mais estruturados com amparo inclusive legal.

As análises estratégicas do Santander também buscam a inovação. O banco apresenta o modelo de Grupos Solidários, em que cada grupo reúne de três a quatro pessoas, que tomam o empréstimo em conjunto e assumem, solidariamente, a responsabilidade pelo pagamento. Esse é um modelo de sucesso que representa 98% da carteira de clientes, cujo crédito é concedido apenas como forma de reconhecimento do bom relacionamento de alguns clientes junto à instituição.

Essa mesma prática é usada em 80% da carteira do Banco do Nordeste. Nessa forma de operação, o cliente não necessita dispor de garantias suficientes para receber o crédito, mas os recursos levantados são segurados por todos os membros do grupo ao qual o indivíduo pertence. Ou seja, se um tomador de microcrédito não pagar, o grupo terá que honrar o compromisso. Esse mecanismo acaba estimulando a solidariedade e o compromisso entre seus participantes (Soares, 2011).

## Treinamento e capacitação

Quanto a treinamento e capacitação de pessoal, o Banco do Brasil usou sua Universidade Corporativa para treinar aproximadamente 25 mil funcionários, com cursos presenciais e auto-instrucionais, para atuarem no MPO. Esses funcionários estão hoje em cerca de 4 mil agências, aptas a contratarem operações dentro do PNMPO.

## Proximidade do cliente

Para Maria de Fátima Oliveira, supervisora do Itaú Unibanco que atua em Heliópolis, na Zona Sul de São Paulo, o verdadeiro diferencial do microcrédito é a proximidade e o relacionamento especial com empreendedores muitas vezes desprezados pelas empresas da economia formal. “É muito bom participar, de alguma forma, do desenvolvimento dessas pessoas. A maior parte não procura banco, nem conta tem”, diz Fátima. “O importante do trabalho de microcrédito é ir atrás desses pequenos comerciantes, sem preconceito, e apoiá-los para que cresçam.” A dificuldade e o custo dos agentes, no entanto, podem ser reduzidos através do uso de tecnologias. O uso de *tablets* e *smartphones* pode otimizar o tempo do agente em campo e facilitar o contato com a central.

**Em 2013, o Banco do Brasil reforçou a capacitação dos funcionários para o atendimento aos empreendedores e microempresas, com o objetivo de efetuar o levantamento socioeconômico e prestar orientação educativa sobre o planejamento do negócio, definição das necessidades de crédito e de gestão voltadas para o desenvolvimento do empreendimento.**

**A CAIXA inovou ainda mais nesse aspecto. A CAIXA foi o primeiro banco do país a implementar o Arco Ocupacional de Serviços Bancários, elaborado pelo Ministério do Trabalho e Emprego com o objetivo de qualificar jovens como Agentes de Microcrédito e aumentar suas possibilidades de inserção no mercado de trabalho. A parceria do Programa Jovem Aprendiz com o Microcrédito Produtivo Orientado CRESCER abre excelentes oportunidades para o desenvolvimento desses jovens, que são capacitados por instrutores da CAIXA e desafiados a desempenhar atividades como: a prospecção de clientes nas agências e nas comunidades onde vivem, serviços administrativos voltados ao microcrédito, visitas a clientes para levantamento socioeconômico e acompanhamento da aplicação do crédito concedido.**

**Conforme o Itaú Unibanco, supervisores e suas equipes têm liberdade para construir parcerias, por exemplo com ONGs. Em alguns casos, como o da supervisora Neusa da Cruz, o Itaú Microcrédito usou o espaço cedido por uma ONG para palestrar sobre fluxo de caixa, ciclo econômico e separação entre despesas pessoais e do negócio. Clientes e não clientes participaram da palestra, que foi concebida com uma linguagem clara e adequada ao nosso público. Essa aproximação também levou a indicação do projeto para o Comunidade, Presente!, iniciativa da Fundação Itaú Social (Itaú Unibanco, 2013).**

Por não se tratar de simples concessão de crédito e devido à metodologia que exige acompanhamento durante a vigência do contrato, bem como as características do público alvo tais como informalidade e, em alguns casos, dificuldade de acesso, a operacionalização do microcrédito torna-se cara. Isso obrigada os agentes executores a manter reiterados procedimentos de controle de adimplência, impedir fraudes e reduzir custos.

Em regiões de poucos recursos e isoladas de eixos econômicos, as instituições financeiras propuseram soluções interessantes para facilitar o acesso.

Conforme o Grupo BB E MAPFRE, em vista das dificuldades, “o Grupo trabalha para fortalecer o envolvimento dos corretores, que estão diariamente em contato com os clientes, e das lideranças comunitárias, para entender as reais necessidades de cada público e da sociedade como um todo”.

O Bradesco passou a promover “Encontros Municipais de Crédito”, realizados principalmente em cidades de pequeno porte, visando apresentar à população das cidades as opções de atendimento, os produtos de crédito e de investimentos e entrega de cartilha específica sobre finanças pessoais. Até o final de 2013, serão feitos mais de 500 encontros desse tipo, sendo que no ano passado foram realizados 250. O Encontro reúne, além da população em geral, os formadores de opinião da cidade (Prefeito, Secretários, Comerciantes, Produtores Rurais, etc.).

Essa mesma dificuldade foi relatada pelo Itaú Unibanco, que focou suas ações diretas nas regiões metropolitanas de São Paulo e Rio de Janeiro. A equipe de informações utiliza uma ferramenta de geomarketing para localizar empreendedores na região de atuação. Essa ferramenta também auxilia os agentes de microcrédito na organização de suas agendas. As demais regiões são atendidas por OSCIPs parceiras financiadas pelo banco.

Outra medida inovadora é o “Café de Recuperação”, organizado pelo Santander, no qual uma equipe do banco, formada pelo supervisor e pelo agente de crédito, discute com o cliente inadimplente as melhores alternativas para alavancar seu negócio e sair do vermelho (Santander, 2013).

O Banco do Brasil utiliza-se da abordagem coletiva aos empreendedores e realiza parcerias para a divulgação do MPO. Como exemplo, em Apucarana (PR) foi firmado Termo de Parceria e Cooperação para ampliação do Microcrédito Produtivo Orientado – MPO, envolvendo Prefeitura, Sebrae, Associação Comercial e Industrial de Apucarana e Comitê Gestor da Micro e Pequena Empresa. A parceria proporciona

**Conforme a Caixa, são várias as estratégias para melhorar o contato com os clientes, como: divulgação em feiras municipais e itinerantes e manutenção de diálogo com líderes das comunidades. Tudo isso objetiva apresentação e esclarecimento de dúvidas sobre o produto.**

**Utilizam-se, para atendimento das demandas do Programa Crescer, postos móveis em caminhões, de modo a facilitar o deslocamento dos agentes de crédito pelas comunidades. Como exemplo de cliente atendida nos postos móveis do MPO, destaca-se a microempresária Kátia Magalhães Barbosa, moradora da comunidade do Alemão (RJ). Kátia possui seu negócio de venda de doces, coco, refrigerantes e pipas na porta de sua casa há 16 anos. A estrutura de sua banca era de madeira marítima e, com o microcrédito, ela o transformou em alvenaria. Kátia soube que poderia ter acesso ao microcrédito por meio de um dos agentes do crédito, que fazem o trabalho de divulgação no local. No Alemão, 20 jovens da própria comunidade foram capacitados pela CAIXA, dentro do Programa Jovem Aprendiz.**

listagem de empreendedores, para contato, realização de reuniões de divulgação do MPO e agendamento de visita aos empreendimentos. Outras estratégias positivas são a divulgação do MPO nos grupos gestores de Arranjos Produtivos Locais e participação de seus gerentes em programas locais de emissoras de rádio.

O Grupo BB E MAPFRE relata que a participação dos produtos voltados às microfinanças no volume total de prêmios ainda é pouco representativo. No entanto, o grupo tem consciência de “que toda ação pioneira tem méritos e dificuldades iniciais que precisam ser superadas. A questão cultural é uma delas, uma vez que esse é um público ainda pouco habituado a consumir este tipo de produto, ligado à proteção e à visão de longo prazo. Por outro lado, um dos aspectos positivos dessa experiência tem sido o aprendizado obtido no processo de conversão dos primeiros clientes”.

## Educação financeira

Uma dificuldade sempre apontada tanto pelas instituições de crédito quanto pelos estudiosos é a falta de educação financeira, ou a desigualdade de informações. A educação financeira é fundamental para incluir as camadas mais pobres da população no sistema financeiro, principalmente dando às pessoas autonomia e condições de tomar as melhores decisões possíveis. Conforme o Banco Central do Brasil, a educação financeira tem como objetivo central reduzir o desequilíbrio de informação existente entre a pessoa em situação de

vulnerabilidade e analfabetismo funcional, frente ao sistema bancário formal.

Conforme o Banco Central do Brasil, uma das principais barreiras de acesso às microfinanças era a formação insuficiente. Por isso, foram propostas duas ações: implantar um programa de educação financeira específica para o microempreendedor e implantar um sistema de capacitação continuada para as instituições financeiras, incluindo os agentes de crédito. Ambas as ações devem ser realizadas e integradas, compondo uma educação financeira eficiente.

É importante ainda compreender que a educação contínua vai além da própria transação creditícia, e é parte importante do sucesso dos empreendimentos, que é de interesse da instituição financeira, do cliente e da própria sociedade. Conforme Yunus, a educação não deve ser imposta como condição para obtenção de crédito, mas sim um processo paralelo e contínuo ao mesmo. Ele acredita ainda que a educação não deva ser opcional e até, quando possível, deve ser cobrada, o que fará com que os alunos a prezem ainda mais como instrumento de promoção social.

A educação financeira tem também o papel de fomentar o empreendedorismo nas comunidades. Adquirindo o conhecimento sobre o funcionamento técnico das finanças de um empreendimento e até das relações dessas finanças com o sistema bancário formal, as pessoas têm condições de estruturar suas iniciativas, aumentando ainda mais a chance de sucesso.



Conforme o Itaú Unibanco, a educação financeira e o acompanhamento do agente de crédito aumentam as habilidades dos microempreendedores, que têm acesso a informações sobre fluxo de caixa, ciclo econômico e separação entre despesas pessoais e despesas do negócio.

O Bradesco, visando contribuir nessa direção, realizou palestras de Educação Financeira, em empresas e universidades, atingindo quase 10 mil pessoas em aproximadamente 100 eventos, sendo quase metade dessas participações ocorridas nas ações de 2012. O banco possui também informações didáticas em seu website, incluindo vídeos e cursos voltados a diferentes públicos.

A Allianz Seguros identificou a necessidade de aumentar o grau de educação financeira na sociedade e criou, em 2010, um projeto chamado *My Finance Coach* MFC, eleito o “Projeto da Década” em Educação para o Desenvolvimento Sustentável pela UNESCO, que tem como visão melhorar o futuro de crianças e jovens por meio da inclusão financeira. Os colaboradores do Grupo são voluntários da iniciativa e tornam-se “*coachs*” do projeto. Atualmente, o projeto é uma entidade independente e sem fins lucrativos, desenvolvido na Malásia, Tailândia, Indonésia, Inglaterra, Argentina e Brasil.

A CAIXA destaca também as ações relacionadas à educação financeira, como a campanha dos *poupançudos* (cofres) com foco nas crianças e demais clientes da instituição. O banco também possui um portal de educação financeira na página da internet, com vídeos, dicas e informações e a capacitação de Jovens Aprendizes para atuação como Agentes de Microcrédito.

O Itaú Unibanco também acredita que a educação financeira é fundamental. Um bom exemplo disso é o Caderno do Empreendedor que é distribuído aos clientes, uma ferramenta que ajuda os microempreendedores no controle de estoque, clientes fornecedores, vendas e despesas do negócio.

Para o Banco do Brasil, a orientação creditícia e educação financeira significam apoiar cada empreendedor, com o objetivo de informar como funciona a sistemática do crédito bancário. Como um dos exemplos de ações relacionadas à educação creditícia, o Banco do Brasil disponibiliza o site Empreendedor, no qual os empreendedores têm acesso às diversas informações e treinamentos à distância. Destacam-se ainda, as parcerias com as unidades regionais do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e

Pequenas Empresas), sendo o banco um facilitador entre os empreendedores e a instituição. Somado a esta ação, o Projeto de Educação Financeira elaborado e desenvolvido pela Fundação Banco do Brasil (FBB) oferece educação financeira por intermédio de correspondentes do BB em todo o país, através de telecentros e estações digitais. A previsão é de que sejam capacitados 400 educadores multiplicadores do programa, o que resultará em cerca de 100 mil beneficiados com a oficina de educação financeira em 2013 (Banco do Brasil 2013).

O Grupo Bradesco Seguros inovou também em sua atuação piloto na comunidade de Santa Marta, no Rio de Janeiro. A empresa fazia parte do projeto Estou Seguro – um projeto da CNSeg premiado pela OIT através do *Microinsurance Innovation Facility*, e cujo objetivo era oferecer educação financeira na comunidade de Santa Marta, em Botafogo, Rio de Janeiro. O Grupo Bradesco Seguros adaptou um de seus produtos de linha, um bilhete para seguro residencial com um amplo leque de coberturas, às características construtivas das habitações da comunidade e com prêmio anual a partir de R\$ 9,90. Mais importante, no entanto, foi que o material incorporava uma cartilha que explicava em linguagem simples (sem o uso da linguagem técnica do seguro) o funcionamento do seguro, de suas coberturas e suas limitações, além das instruções para o caso de sinistros.

Outras boas práticas que devem ser mencionadas são as de apoio ao tomador, com foco em responsabilidade socioambiental. O Santander apresenta um estudo de caso em que a Sra. Cheila Teixeira, de 48 anos, possuía barracas de peixe e bananas na zona sul de São Paulo. Juntamente com o microcrédito adquirido para expansão de seu negócio, obteve auxílios e orientações financeiras por parte do banco, incluindo formas de evitar o desperdício de materiais, de energia e de água. Algumas medidas como a troca de equipamentos por outros mais energeticamente eficientes e a venda de materiais recicláveis permitiram que o lucro da Sra. Cheila aumentasse, bem como sua conscientização ambiental (Santander, 2013).

## O agente de microcrédito – a grande inovação

Para muitas instituições financeiras, o agente de microcrédito é a grande inovação para o sucesso do mecanismo. Os agentes ou assessores de crédito gerenciam uma carteira de clientes, normalmente delimitada por áreas geográficas. Esses agentes coletam informações ativamente e captam clientes para os bancos, tratando caso a caso, conforme as necessidades de cada empreendedor. A ação do agente inclui a orientação no controle das contas, no orçamento doméstico, na renegociação de dívidas, na seleção de fornecedores, na organização das compras, etc. Também incentiva os empreendedores a pagar o INSS, explicando-lhes a importância da formalização e da garantia futura de aposentadoria e até oferece apoio moral para problemas de saúde familiares.

Uma vez que as relações de microcrédito raramente possuem garantias tradicionais, a capacidade de honrar os compromissos depende de análises objetivas e subjetivas dos próprios agentes de crédito. Após estabelecer um relacionamento próximo, o agente é capaz de analisar, sem documentos e comprovações formais, a necessidade e a capacidade de pagamento do microempreendedor.

O relacionamento de alto contato, por outro lado, pode ser custoso para a empresa.

**Conforme o Santander, o grande foco em orientação financeira ajuda o microcrédito a ter um caráter de transformação social, porque auxilia o empreendedor a melhorar a performance do seu negócio e desenvolvê-lo permanentemente. Agentes de crédito são peça chave, já que são os responsáveis não só pela oferta do crédito, mas pelo acompanhamento personalizado e pela consultoria aos empreendedores – pontos fundamentais para o sucesso da operação (Santander, 2013).**

**A Santander Microcrédito tem foco nos agentes. Conforme o banco, preferencialmente, os agentes contratados moram na própria comunidade, o que facilita o entendimento. Essa proximidade também é um canal de comunicação importante e que estabelece um vínculo duradouro entre o cliente e o agente. A tecnologia também é uma importante ferramenta usada, já que todos os agentes de crédito possuem *notebook* com acesso remoto aos sistemas corporativos do banco. Além disso, o banco menciona também a constante capacitação dos agentes, como o “Treinamento Vida Financeira”, que está no segundo módulo e aborda questões sobre educação financeira.**



“

A educação financeira é fundamental para incluir as classes menos favorecidas no sistema financeiro, principalmente dando às pessoas autonomia e condições de tomar as melhores decisões possíveis.

**O Itaú Microcrédito vem investindo no aprimoramento do uso da tecnologia na operação. Hoje os agentes de microcrédito usam *smartphones* para se comunicar com a central, passando o maior tempo possível em campo, gerando novos contratos e atendendo clientes. Esse ano introduzirá o uso do *tablet*.**

**O Banco do Brasil divulga que faz parte de qualquer transação a orientação financeira por parte dos funcionários aos donos de pequenos empreendimentos. Essa orientação inicia-se com a informação de como funciona um crédito bancário, o planejamento do crédito, passando pela definição produtiva de sua finalidade até a necessidade de garantir a adimplência ao longo do tempo (Banco do Brasil, 2013).**

# BENEFÍCIOS AOS USUÁRIOS



Além dos benefícios institucionais das microfinanças, há que se considerar também o desempenho social. Conforme Araújo (2012), estes seriam a efetiva tradução dos objetivos sociais da instituição em prática, alinhados com valores sociais aceitáveis que incluem servir um crescente número de pessoas pobres e socioeconomicamente excluídas, ofertando serviços financeiros de qualidade e adequados, melhorando as condições econômicas e sociais dos clientes.

Cacciamali e colaboradores (2008) vão mais além, ao dizer que o objetivo de ampliar o nível de vida material dos estratos mais pobres e de permitir atingir as metas do Milênio propostas pela Assembleia da ONU em 2000 são metas importantes das microfinanças. Ele considera que programas



“

As microfinanças geram benefícios variados aos seus usuários e são importante ferramenta de inclusão social.

de microcrédito atingem e tem impacto positivo sobre a vida material dos mais pobres, permite-lhes enfrentar melhor os riscos, tirar vantagem de suas oportunidades de emprego e renda, reduzindo-lhes a sua vulnerabilidade diante das incertezas promovidas pelo mercado. Soares e colaboradores (2011), em análise dos impactos do Programa CrediAmigo do Banco do Nordeste, encontrou alta eficácia do programa no alívio das condições de pobreza dos clientes empreendedores. Conforme Ledgerwood (2013), as melhores práticas de mercado nas microfinanças seriam as ligadas a finanças responsáveis, como a promoção de serviços de forma transparente, inclusiva e equitativa.

**Até março de 2013, o programa do Banco do Brasil já atendeu mais de 774,2 mil empreendedores, com saldo de 837,1 milhões de reais. O Bradesco conquistou só em 2012 mais de 1,3 milhão de novos clientes das classes D e E atualmente são abertas mais de 8 mil contas por dia por pessoas com renda de até 2 salários mínimos. A CAIXA criou contas simplificadas, com mais de 15 milhões de usuários.**

Tantos investimentos e produtos geram benefícios incontáveis aos usuários das microfinanças.

O Blusol, uma OSCIP do microcrédito, ao avaliar a expectativa dos clientes, concluiu que 95% dos clientes encontram-se satisfeitos com os empréstimos e seus resultados. São atendidos microempreendedores de toda natureza: donos de padarias, mercearias, *lan houses*, salões de beleza. A ideia é que através de empréstimos, as instituições financeiras ajudem as pessoas a estruturarem seus negócios, como facilitadores.

O Bradesco conta a estória da Sra. Meire Franca, comerciante e dona de uma floricultura há 12 anos. Devido ao alto comprometimento de sua renda, a rede de atendimento convencional não conseguia atendê-la, mas foi possível através de microcréditos. Ela utilizou o capital de giro para o objetivo proposto e investiu todo o valor solicitado em mercadorias para sua floricultura,

produtos como; vasos, ursos de pelúcia, cestas, flores, perfumes naturais, pedras e outras infinidades de plantas e flores. O capital de giro foi renovado com um valor quadruplicado ao inicial, os produtos foram vendidos e o faturamento atingiu patamares nunca antes vistos. A empreendedora, muito satisfeita com o retorno do investimento, ainda convidou o banco para participar de um evento onde iria expor suas flores, em Holambra, conhecida como a Cidade das Flores. Passaram-se oito meses desde que tomou o empréstimo e hoje a Sra. Meire tem projeto de abrir uma filial, e só está na dependência de encontrar um ponto para instalar seu novo negócio.

O Itaú Unibanco conta a estória de Ana da Gama, dona de uma barraca de verduras numa feira de Heliópolis. Sergipana de 52 anos, há 25 ela vive em Campinas e viaja a São Paulo todo fim de semana. Na sexta-feira, Dona Ana se abastece de alface, escarola, repolho, bró-

**O Banco do Brasil, como as demais instituições que trabalham na metodologia de MPO, fornece empréstimos a pequenos empreendedores juntamente com a educação financeira e orientação creditícia. Um dono de um carrinho de pipoca, por exemplo, seria orientado a manter seu negócio sustentável, protegendo-o dos principais**

**riscos financeiros. A partir daí, com pequenos empréstimos, o negócio poderia transformar-se numa micro-empresa, um quiosque de parque, por exemplo. Com o tempo, o quiosque poderia virar uma pequena empresa, como um restaurante, com o empreendedor muito mais preparado (Banco do Brasil, 2013).**



Através desses pequenos empréstimos, as instituições financeiras podem ajudar as pessoas a estruturarem seus negócios, atuando como facilitadores.

colis e o que mais for vender nos dias seguintes. O trabalho duro lhe rende de 800 a mil reais por mês, já descontadas as despesas com um ajudante, a compra da mercadoria e o carro. Dá para ajudar um irmão acidentado em Sergipe e ainda sobra algum para a aposentadoria. Agora está ficando mais fácil. “O microcrédito ajuda”, diz Ana. Com mais dinheiro em caixa, ela compra mais mercadoria quando precisa. “Às vezes, eu levava menos porque não tinha dinheiro suficiente na semana”, diz. Cliente do Itaú Unibanco há dois anos e meio, Dona Ana já dobrou o tamanho de sua barraca, hoje com 16 metros de extensão.

No Santander, a microempreendedora Ednalva Teixeira Mendonça do bairro de São Mateus, 40 anos, conquistou sua independência e a realização dos seus sonhos. Trocou o emprego de vendedora nas lojas da famosa Rua 25 de Março, na região central de São Paulo, para se dedicar a sua família e construir seu próprio negócio.

Dona Nalva realizou seu primeiro empréstimo em 2007 para a compra de uma mesa, prateleiras e mais produtos e, graças aos pequenos créditos que tomou ao longo do tempo, Nalva pôde comprar, à vista, cosméticos e produtos vendidos em catálogos, pagando mais barato

e disponibilizando a pronta entrega. Hoje, a pequena loja de utilidades e presentes, tem prateleiras e balcões abarrotados de mercadorias.

O acesso físico aos produtos também é bastante importante. A maioria das instituições alegam que possuem filiais ou parcerias com instituições em locais remotos, conquistando novos clientes e ajudando a integração de pessoas de menor poder aquisitivo.

**Tanto o Banco do Nordeste quanto o Itaú Unibanco fazem parcerias com OSCIPs, organizações que não compartilham do risco, mas viabilizam o acesso a locais remotos do país. Um exemplo interessante é o do Bradesco que, em 2009, por intermédio do Barco Voyager III, disponibilizou o acesso a serviços bancários em cerca de 50 comunidades ribeirinhas, em uma das regiões de mais difícil acesso do País, percorrendo 1,6 mil quilômetros entre os municípios de Manaus e Tabatinga, no Amazonas, passando por 11 municípios, no qual atende 250 mil pessoas.**

**A CAIXA possui também a agência barco Chico Mendes, que atende as comunidades ribeirinhas que se encontram localizadas no Rio Solimões no Amazonas. No final de 2011, essa agência contratou seu primeiro MPO, à Sra. Ivanilde Prado Barbosa, uma atuante no comércio local. A cliente tomou conhecimento do microcrédito em uma das passagens da agência por Manaquiri-AM. De acordo com a microempreendedora, “esse recurso veio em um bom momento, pois será utilizado para a expansão do local onde funciona o meu mercadinho”. Ivanilde ainda destacou que na expansão do seu negócio, também pretende gerar emprego e renda para o município.**

# O FUTURO DAS MICRO FINANÇAS



## As instituições financeiras e a Sustentabilidade

A sustentabilidade pressupõe tratamentos estratégicos pautados em três dimensões: desenvolvimento social, proteção do meio ambiente e viabilidade econômica. As microfinanças são uma ferramenta econômica, mas que se justificam pela proximidade do contexto social em que se inserem, por seu poder de inclusão e mudança social. Toda ação econômica possui repercussões sociais, positivas ou negativas, por estar inserido neste contexto, e repercussões ambientais, também positivas ou negativas.

Em se tratando de instituições financeiras, a viabilidade econômica é a mais frequentemente considerada, ainda que não seja sempre o foco principal de projetos ligados às microfinanças. Conforme relatório do Workshop Políticas e Práticas Socioambientais nas Instituições Financeiras, houve importantes avanços nos últimos anos, mas a sustentabilidade no sistema financeiro está ainda limitada a um pequeno número de instituições. Na maioria dos grandes bancos e dos bancos de desenvolvimento, a sustentabilidade vem sendo incorporada em suas políticas e processos, porém apenas 12% dos bancos médios e pequenos e 35% dos bancos de investimento possuem políticas de sustentabilidade. Nas cooperativas de crédito e nas agências de fomento, o tema está em processo de desenvolvimento e essas instituições ainda não possuem políticas formais de sustentabilidade (Banco Central do Brasil, 2011).

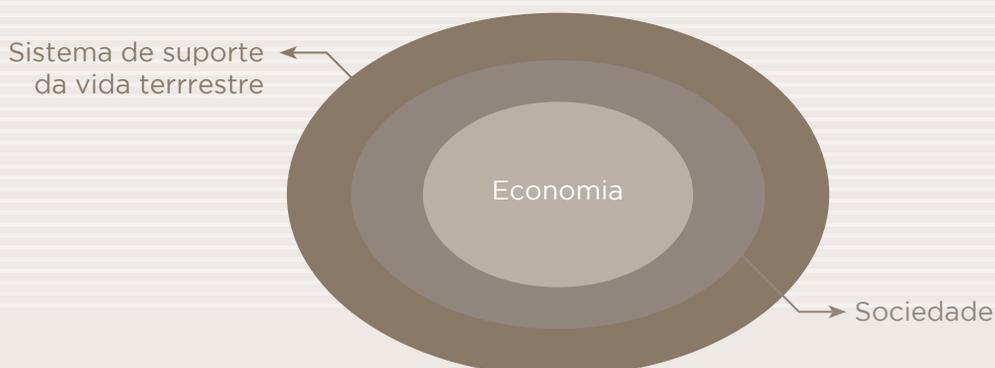
O *Microcredit Summit Campaign* tem se pautado por quatro princípios: (i) alcançar os mais pobres, (ii) empoderar as mulheres, (iii) construir instituições sustentáveis financeiramente, e (iv) gerar um impacto positivo e mensurável sobre o bem-estar dos clientes e suas famílias. Desses objetivos, nem todos estão sendo observados pelas instituições financeiras.

Outra visão relevante da sustentabilidade ligada às microfinanças é seu papel na redução da pobreza, em especial o do microcrédito. A ONU lançou, em 2000, 8 Objetivos do Milênio, com metas para solucionar os maiores problemas mundiais e buscar a sustentabilidade planetária. Um desses objetivos é erradicar a extrema pobreza e a fome. Desde então, a pobreza e a fome foram significativamente reduzidas, sendo que a proporção de pessoas que vivem com menos de 1,25 dólar por dia caiu mais da metade, de 47% em 1990 para 22% em 2010, em países em desenvolvimento (ONU, 2013). Nesse cenário, as microfinanças devem ser levadas em conta tan-



O modelo do novo paradigma da estabilidade dos sistemas terrestres deixa clara a interdependência e a influência que as ferramentas econômicas terão nas mudanças sociais e na conservação ambiental.

**Figura 6** | Modelo do novo paradigma para garantir a estabilidade dos sistemas terrestres (Griggs, 2013)



to como estratégia de políticas públicas para melhorar o nível de vida das pessoas menos favorecidas, quanto para atingir os Objetivos do Milênio, principalmente por ser uma das únicas estratégias que operam sob princípios de mercado (Cacciamali et al., 2008). Com o fim do prazo dos Objetivos do Milênio e novos objetivos sendo traçados pela ONU e pela comunidade internacional, é fundamental ter em mente o modelo do paradigma que mantenha a estabilidade dos sistemas planetários. Esse modelo deixa clara a interdependência e a influência que as ferramentas econômicas terão nas mudanças sociais e na conservação ambiental.

Essa visão refere-se à justificativa dada pelas organizações de que microempresas representam um segmento chave para a manutenção do emprego e melhoria da qualidade de vida da população, reduzindo a pobreza e a desigualdade de renda (Cacciamali et al., 2008). Conforme Cacciamali e colaboradores, a maior parte dos estudos sobre o microcrédito na América Latina revelou impacto positivo sobre a renda das famílias e impacto positivo sobre o faturamento e o nível de emprego das micro e pequenas empresas.

Qualquer ação no centro econômico afeta obrigatoriamente a sociedade e o meio ambiente. As microfinanças são instrumentos econômicos mas, como tal, podem trazer benefícios ou problemas sociais. Da mesma forma, as microfinanças possuem também consequências ambientais, podendo financiar atividades poluidoras, isoladas, com impactos negativos, ou atividades inclusivas que promovam também um bem ambiental.

Alguns bancos demonstram visões estratégicas sobre seus produtos, avaliando não somente as questões financeiras. Conforme o Bradesco:

*“De forma geral, o banco dedica mais que um simples olhar financeiro sobre esses produtos, pois, por trás disto, existe todo um viés social em que acreditamos assiduamente no crescimento dos nossos Clientes por intermédio do acesso aos produtos e serviços bancários. Para termos um banco próspero é necessário que tenhamos clientes prósperos” (Bradesco, 2013).*

Pedro e colaboradores (2008) abrem seu artigo com uma frase bastante óbvia: o desenvolvimento socioeconômico afeta diretamente o bem-estar social e o meio ambiente. Os autores questionam as melhores formas de minimizar as externalidades negativas potenciais do microcrédito produtivo e promover, de forma concomitante, programas que contribuam para um desenvolvimento socioeconômico-ambiental duradouro. Seria razoável financiar a expansão de micronegócios independentemente de como afetam o ambiente?

Novos trabalhos sobre sustentabilidade ambiental tratam dos limites planetários propostos em 2009 por Rockstrom e colaboradores, publicado na revista *Nature*. Dentre estes limites estão mudanças climáticas, po-

**Em seis meses de avaliação, o Grupo BB E MAPFRE considera o desempenho de seu produto ainda pouco representativo. Uma das dificuldades iniciais a ser superada é a questão cultural, já que o público ainda é pouco habituado a consumir produtos ligados à visão de longo prazo. Para planejar as novas ações de médio e longo prazo, o grupo usará o potencial das suas redes de distribuição (corretores, bancos e outros canais) para atingir comunidades localizadas em regiões mais distantes das áreas metropolitanas do país, oferecendo produtos e serviços desenvolvidos especialmente para as necessidades e realidade desse público (BB E MAPFRE, 2013).**

luição química e interferência nos ciclos de fósforo e nitrogênio. Ainda que diretamente haja pouca interferência das práticas de microfinanças nestes problemas, indiretamente é possível usar das ferramentas econômicas para influenciar positivamente as boas práticas ambientais, como o correto manejo rural, o reaproveitamento de resíduos sólidos, a economia de energia; e inibir as práticas ambientalmente negativas, como as vinculadas a energia não renovável ou liberação de gases de efeito estufa.

Há ainda pouca ou nenhuma análise social e ambiental das consequências das microfinanças nas comunidades (Banco do Brasil, 2013). Todas as melhorias relatadas vem de contatos diretos dos agentes de crédito ou de percepções pessoais. Ainda que diversos trabalhos mostrem poucos efeitos do microcrédito nas melhorias sociais (Ledgerwood, 2013), as várias histórias e os depoimentos das instituições financeiras garantem o sucesso social dos investimentos.

Mundialmente, as análises das microfinanças tem se voltado à sustentabilidade. A *Grameen Foundation*, alegando que o foco das microfinanças seria a melhoria social, diz que uma das maiores dificuldades é avaliar se este objetivo estaria sendo alcançado. É importante, portanto, desenvolver ferramentas que meçam a performance social tanto quanto as performances financeiras. Por isso, a fundação criou o *Progress Out of Poverty Index* (Índice de progresso de saída da pobreza), uma ferramenta que usa poucos indica-

**Em conformidade à Política Ambiental da CAIXA, na concessão do microcrédito o tomador é orientado quando da compra de insumos às suas atividades a dar preferência aos produtos ecoeficientes e naturais, assim como ao consumo consciente.**

**O Itaú Unibanco também se preocupa com a questão ambiental ao avaliar o impacto dos empreendimentos financiados. Conforme relato, não financia atividades que contribuem negativamente para o ambiente – como produção de agentes químicos, extração e poluição. O banco entende que o crédito deve gerar sustentabilidade para o negócio e para a comunidade (Itaú Unibanco, 2013).**

**O Santander possui um foco na sustentabilidade de seus produtos ligados ao microcrédito. As questões ambientais são consideradas pela instituição, como na linha de crédito Investimento Fixo, estruturada para atender às necessidades paralelas ao empreendimento do cliente. Essa linha é específica para financiar novas máquinas ou reforma de estabelecimentos que visem à ecoeficiência do negócio (eficiência energética, hídrica, de resíduos etc.). A participação da linha de Investimento Fixo na carteira ativa do banco subiu de 10% para 24% em 2011 (Santander, 2013).**

**Da mesma forma, a CAIXA expressou em seu planejamento estratégico o compromisso de atuar na promoção da cidadania e do desenvolvimento sustentável do Brasil (CAIXA, 2012).**

**O Banco do Brasil dispõe, desde 2005, de um Plano de Sustentabilidade – Agenda 21 do Banco do Brasil, iniciativa pioneira no meio empresarial do País. Esse documento que está na sua 4ª versão, é inspirado nos principais compromissos alinhados pela Cúpula da Terra, da ONU. Uma das ações priorizadas na Agenda 21 para o período 2013-2015 é manter e expandir o papel do banco como um agente indutor do desenvolvimento sustentável por meio da inclusão financeira e negócios sociais.**



dores como tamanho da família, tipo de habitação e acesso a água potável para criar perfis de pessoas. Estes perfis podem ser usados para identificar e selecionar clientes mas, mais importante, para avaliar os programas de microcrédito e mudar os focos conforme os impactos criados nas comunidades. A fundação reforça que pelo menos duas das três bases da sustentabilidade devem ser sempre consideradas em se tratando de microfinanças.

Conforme Pedro e colaboradores (2008), é preciso criar incentivos, por dentro do sistema existente, para o desenvolvimento de novos processos produtivos, que harmonizem suas dimensões sociais, econômicas e ambientais; desbravar novos modos de produção que gerem impactos positivos; fomentar práticas responsáveis e assegurar critérios de investimentos que sejam baseados na sustentabilidade. Para tanto, os autores recomendam incorporar à métrica de concessão de crédito e avaliação de risco uma variável de impacto ambiental.

## Segurança e eficiência do sistema

Ledgerwood (2013) mostra na introdução de seu livro a evolução do início do fornecimento do crédito para classes menos favorecidas para as atuais análises de mercado para a inclusão financeira de determinados grupos. Ela cita Ehrbeck, mencionando que diferentes produtos apresentam diferentes riscos e desafios, demandando que diversos atores forneçam diferentes produtos em um mercado para os pobres. O desafio seria criar um sis-

tema interconectado de mercado com segurança e eficiência.

A educação financeira teria um importante papel na segurança e na eficiência do sistema. A falta de educação financeira pode comprometer o microempreendedor com suas dívidas, pode torná-lo refém das instituições financeiras e modificar todo o contexto social no local. As transações financeiras são a alma da economia e não podem acontecer às cegas, sem uma compreensão do processo pelos atores. A educação seria um importante insumo para a sustentabilidade, garantindo que as decisões financeiras em nível mais micro sejam tomadas de forma consciente, criando o círculo virtuoso tão almejado. Apenas com a compreensão das consequências e do contexto de cada transação microfinanceira é possível que os instrumentos, por mais bem intencionados que sejam, criem o bem.

## Brasil como laboratório para desenvolvimento de soluções para países em desenvolvimento

Há muito tempo se diz que o Brasil é um país modelo para o desenvolvimento de políticas voltadas à sustentabilidade. No caso das microfinanças e das instituições financeiras, as análises do cenário atual mostram que o Brasil tem sido um laboratório nessa área. O Brasil foi um dos primeiros países a desenvolver um conjunto de princípios de sustentabilidade, reunindo os principais padrões internacionais para as instituições que operam no país, o Protocolo Verde. Além disso, é um dos países com maior número de instituições signatárias de padrões internacionais de sustentabilidade (Banco Central do Brasil, 2011).

Assim como as demais empresas e organizações brasileiras, as instituições financeiras também estão sofrendo o processo de internacionalização. No caso destas, a internacionalização pode ter três aspectos: as transações transfronteiriças, que acontecem entre bancos de diversas nacionalidades; a atuação local de bancos estrangeiros, por entrada direta ou por aquisição de bancos nacionais; e a presença de bancos domésticos em países estrangeiros. Na década de 90, com a estabilização da moeda e a redução de restrições nos demais países, foi possível observar os três aspectos da internacionalização. Esse fenômeno ressalta a importância do país nas estratégias de mercado de instituições estrangeiras. Pesquisas sobre a evolução do sistema bancário brasileiro mostraram que os bancos estrangeiros possuem o mesmo comportamento no Brasil que os bancos nacionais e uma tendência crescente de ampliação da rede externa de bancos nacionais, como o Banco do Brasil e o Itaú (Freitas, 2011; Nunes et al., 2011; Costa & Souza-Santos, 2010).

Essa internacionalização deve ser compreendida por dois aspectos. O primeiro deles é uma visão mais global das práticas do banco sob o viés da sustentabilidade. Os bancos globais passam a ter que atender critérios e padrões internacionais de qualidade e de sustentabilidade tanto para adentrar novos mercados como para se manterem competitivos. Por esse motivo, por exemplo, o Banco do Brasil assinou o Protocolo Verde em 1993, aderiu ao Pacto Global em 2003 e ao Global Reporting Initiative (GRI) em 2006 (Banco do Brasil, 2011). O segundo aspecto é o aumento da visibilidade das práticas nacionais de sustentabilidade, que podem servir de modelo para as demais organizações. O movimento pela sustentabilidade deve ser cada vez mais autônomo e criado conforme as particularidades locais e não impostos por outras realidades. Como ressaltado anteriormente, o Brasil está desenvolvendo suas próprias práticas no setor das microfinanças, que está sendo apropriado pelas instituições financeiras estrangeiras, o que demonstra um sucesso nas circunstâncias atuais.



O Brasil está desenvolvendo suas próprias práticas no setor de microfinanças, o que demonstra sua oportunidade de liderança neste setor.

Um exemplo claro de que o Brasil está desenvolvendo com sucesso suas práticas próprias em microfinanças é o Prêmio de Excelência em Microfinanças – Categoria Instituição Regulada recebido em 2008 pelo Banco do Nordeste pelo seu programa de microcrédito produtivo orientado, o CrediAmigo, outorgado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) durante o Fórum Interamericano da Microempresa. Esse prêmio destacou o banco frente aos demais bancos latino-americanos. Outro exemplo é o Prêmio ECO, promovido pela Câmara Americana de Comércio (AMCHAM), na categoria Sustentabilidade em Produtos ou Serviços, que foi concedido ao Santander pelos 10 anos do programa de microcrédito.

Assim como na América Latina, as microfinanças tem se desenvolvido muito no Brasil. Estudos realizados entre 1998 e 2003 concluíram que o número de bancos comerciais que passou a oferecer serviços ligados às microfinanças cresceu 363% na América Latina (Cacciampali et al., 2008), mas em 2006, a América Latina representava apenas 16% do mercado global.

O cenário das microfinanças ainda trabalha com pouca ou nenhuma garantia, o que dificulta o desenvolvimento do setor. O Banco do Brasil aponta que a revisão dos mecanismos de garantia seria fundamental para o crescimento e a melhoria das microfinanças no Brasil.

**O Banco do Nordeste possui o Prêmio Banco do Nordeste de Microcrédito, nas categorias urbano e rural. Conforme um superintendente do banco, “o prêmio é uma forma de reconhecer o trabalho e o empenho desses empreendedores. Uma prova de que com trabalho e a colaboração do Banco do Nordeste como agente financiador, os clientes podem mudar a sua realidade social, gerar renda, movimentar a economia e principalmente conseguirem uma melhoria nas condições de vida para si e para suas famílias”.**

Vários bancos e instituições financeiras desenvolveram premiações próprias para avaliar e valorizar as melhores iniciativas beneficiadas com as microfinanças. Um exemplo é o Prêmio Citi Melhores Microempreendedores, criado por Citi Foundation, o Citi Brasil e a Fundação Avina. O prêmio existe desde 2004, foi redesenhado em 2006 e já contou com mais de 800 inscritos.

O Banco do Brasil diz que os próximos passos da empresa serão o aprimoramento dos sistemas corporativos, visando facilitar o processo interno de concessão de crédito aos empreendedores. Para o Santander, os novos passos são aumentar a bancarização dos clientes, tornando-os usuários de mais produtos e finalmente incluídos no sistema financeiro. Para que isso aconteça, mais do que apenas oportunidade, há a necessidade de educação financeira e tecnológica.

Em 2003, o Governo Federal e o Banco Central do Brasil anunciaram medidas de estímulo às microfinanças. Uma dessas medidas era a possibilidade de abertura de contas simplificadas, a chamada bancarização. A bancarização é um dos passos mais importantes para a inclusão de pessoas marginalizadas no sistema financeiro, já que a abertura de contas é muitas vezes a medida inicial para contratação de serviços, movimentações e até mesmo investimentos. Para isso, o governo criou regras para abertura de contas para a população de baixa renda, com transações simplificadas e limites mais adequados. Isso facilitaria também o acesso das pessoas de baixa renda a programas sociais governamentais, como o bolsa-escola ou o bolsa-família. O Banco Central registrou de 2001 a 2007 um aumento de 43% no número de contas correntes e de 60% de contas-poupança. De 2004 a 2007, houve um crescimento de 90% das contas simplificadas, mostrando a importância da medida.

Dentre os exemplos de boas práticas mencionados pelas instituições financeiras está a inovação ligada ao agente de crédito. O agente de crédito é extremamente importante tendo em vista o modelo desenvolvido para aplicação e difusão do microcrédito e do microsseguro no Brasil, que depende não só de qualificação técnica como também de sensibilidade social. Conforme Kwitko,

*“Como membro atuante na comunidade, cabe-lhe (ao agente) o papel de articulador e desencadeador de ações locais, para conquistar a credibilidade das lideranças e dos membros da comunidade como um todo, para integrar e solidificar a imagem da instituição de microfinança (imF) / Programa de microcrédito” (Kwitko, 2010)*

Inicialmente, os agentes de crédito eram muitas vezes terceirizados e com pouco treinamento. Aos poucos, o mercado e as organizações aumentaram a valorização do profissional, até que em 2009 foi reconhecida como profissão na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), junto ao Ministério do Trabalho e Emprego. As inovações da prática do agente apontam cada vez mais para uma autonomia, uma possibilidade de ser um agente de mudança nas comunidades em que atua. Uma determinada região não precisa ser enxergada como um local de miséria e mazelas e sim como uma região de potenciais empreendedores. Talvez essa autonomia chegue a tal ponto que se assemelhe às dinâmicas de rede de outros profissionais ligados a mudanças sociais.

O programa CRESCER do Governo Federal permitiu que algumas análises fossem feitas quanto ao público do microcrédito. Cerca de 60% dos beneficiados pelo CRESCER atuam no mercado informal. Em 2012, os empreendedores individuais somaram 34% e as microempresas 6%. Em relação ao gênero, há prevalência feminina entre os tomadores de microcrédito: 58%, contra 42% do público masculino (CAIXA, 2012).

O país conta com diversos elementos e características que o tornam ideal para possuir um pleno setor microfinanceiro: população numerosa, grande número de pequenos empreendimentos no setor de baixa renda, informalidade na economia, e um grande público ainda a margem do setor

financeiro (Araújo et al., 2012). Os autores atribuem à política pública ainda incipiente a baixa penetração das microfinanças no Brasil. Uma pesquisa realizada na América Latina avaliou três aspectos das microfinanças: estrutura regulatória, clima de investimento e desenvolvimento institucional. Em 2007, o Brasil foi classificado como um dos piores países em termos de microfinanças.

Nos anos seguintes, houve um aumento significativo de políticas públicas ligadas à inclusão social e as microfinanças sem dúvida seriam um caminho para a diminuição da miséria e da desigualdade no país (Miranda, 2011). Como demonstrado também ao longo do texto, nos últimos anos, houve um crescimento das regulações e estímulos relevantes no setor, como o PNMPO (Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado). Essas políticas reforçam o apoio institucional, governamental e social para que as práticas ligadas a microfinanças se mantenham. Ainda que a sustentabilidade financeira possa não estar presente em todos os projetos, há benefícios diretos e indiretos para

**O Itaú Unibanco, no entanto, vê uma melhora nesse cenário. Em 2010, a base de clientes do Itaú Microcrédito registrava 83% de estabelecimentos informais, enquanto em 2012 esse índice chegou a 58%. O Itaú Unibanco avança nas análises estratégicas ao valorizar o papel dos microempreendedores individuais, principalmente aqueles classificados como “semiformais”. São empreendedores formais que agem como informais, cometem erros no pagamento dos impostos e pecam na gestão, sentindo insegurança no momento de tomada de decisão. Existe ainda, nesse perfil, o desejo de aproximação com outros empreendedores e técnicos que possam auxiliá-los. O Itaú Microcrédito acompanha o ciclo de vida de seus clientes, entendendo a complexidade e contribuindo na transformação de um negócio informal em formal (Itaú Unibanco, 2013).**



O Brasil conta com diversas características que o tornam ideal para possuir um pleno setor microfinanceiro: população numerosa, grande número de pequenos empreendimentos no setor de baixa renda, informalidade na economia e um grande público ainda a margem do setor financeiro.

as organizações, como mencionado por todas elas em suas políticas, missões e ideais. A tendência, portanto, indica que haverá cada vez mais benefícios diretos e indiretos, governamentais e sociais, para que as instituições financeiras mantenham e cresçam suas práticas de microfinanças, principalmente se as instituições vencerem a timidez do mercado.

O Banco Central do Brasil afirma que há crescimento das microfinanças nos últimos anos, tanto pelo aumento de instituições de microcrédito quanto pelo aumento do interesse de instituições financeiras tradicionais. É uma resposta natural ao aumento de regulações e de políticas públicas a ampliação de investimento privado para operações ligadas às microfinanças.

Conforme o Banco do Brasil, há necessidade ainda de soluções simplificadas e inovações tecnológicas que facilitem o acesso e a concessão de crédito. A orientação da população também seria fundamental. O Grupo BB E MAPFRE reforça essa necessidade no campo de microsseguros. Conforme seu relato, “o sistema de seguro é altamente regulado, que obriga a uma série de requisitos práticos e formais para a colocação do produto no mercado. Um dos desafios do microsseguro está relacionado ao custo da operação para atendimentos a todas as determinações legais. O mercado em conjunto com o órgão regulador busca medidas que simplifiquem a operação e comercialização”.

O fenômeno da urbanização que o Brasil vive nas últimas décadas é notável. Enquanto mundialmente nós somente nos tornamos urbanos em 2008, no Brasil já o somos desde a década de 70 do século passado. Mas mais que o crescimento físico das cidades e dos seus equipamentos, a urbanização compreende também as relações, os fenômenos, os problemas e soluções. As consequências da urbanização crescente, vivenciadas tanto no Brasil quanto em outros países da América Latina, são observadas no aumento da violência, na falta de moradia adequada, na marginalização espacial e social, na falta de saneamento básico. Em contrapartida, observa-se cada vez mais o advento de uma governança social que sabe criar soluções criativas para reduzir os problemas, transformando consequências negativas em oportunidades. São vários os exemplos: reconhecimento da função social da propriedade, transportes eficientes, assentamentos sociais, energia, comunicação.

Nesse contexto, é fundamental que as novas lideranças saibam desenvolver e utilizar as microfinanças de forma positiva, como objeto de desenvolvimento. Vários dos exemplos mencionados pelos bancos incluíam ações positivas em aglomerados e favelas de grandes centros urbanos. Tendo em vista o objetivo das microfinanças de agir a favor das mudanças sociais e ferramenta para reduzir a pobreza, as instituições devem saber aproveitar os cenários existentes no Brasil para desenvolver novas estratégias e reforçar o apoio ao desenvolvimento do empreendedorismo no país.

# Fontes

ARAÚJO, E.A. Análise do desempenho financeiro e social das instituições de microcrédito brasileiras. Tese de doutorado, UFLA, 2012.

ARAÚJO, E.A., CARMONA, C.U.M; SALAZAR, G.T. Sustentabilidade e resultados financeiros no microcrédito: distanciamento do objetivo social de combate à pobreza? *Espacios*, Vol. 33, 2012.

AMBROZIO, A. M. P. Microfinanças: alcance versus sustentabilidade. BNDES, *Visão do Desenvolvimento*. No. 67, 2009.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Introdução ao microcrédito. Brasília: Conselho da Comunidade Solidária, 2002.

BANCO DO BRASIL, Conexão BB – Conexão e Sustentabilidade, 2011.

BLUSOL. Balanço social, 2012.

BLUSOL. Relatório final da avaliação Smart ICC, 2012.

CACCIAMALI, M.C.; CHAHAD, J.P.Z.; TATEI, F. Microfinanças e política pública na América Latina. *Cadernos PROLAM/USP* ano 9 – Vol. I. 2008.

CAIXA. Relatório de Sustentabilidade, 2012. Disponível em: [http://www1.caixa.gov.br/relatorio\\_sustentabilidade\\_2012/](http://www1.caixa.gov.br/relatorio_sustentabilidade_2012/)

COSTA, A.D.; SOUZA-SANTOS, E.R. A internacionalização dos bancos brasileiros: os casos de Itaú/Unibanco e Banco do Brasil. *Economia e Tecnologia – Ano 06 Vol 20*. 2010.

FREITAS, M.C.P.A Internacionalização do sistema bancário brasileiro. IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Brasília, 2011.

GOLDMARK, L; POCKROSS, S; VECHINA, D. A situação das microfinanças no Brasil. BNDES, 2000.

GRIGGS, D. Sustainable development goals for people and planet. *Nature*, Vol 495. 2013.

Grameen Foundation. Acesso ao website: <http://www.grameenfoundation.org/what-we-do/microfinance/measuring-progress>

JUNQUEIRA, R.G.P.; ABROMOVAY, R. A sustentabilidade das microfinanças solidárias. R.Adm., São Paulo, v.40, n. 1, p.19-33, jan./fev./mar. 2005

LEDGERWOOD, J. The new microfinance handbook. A financial Market system perspective. The World Bank, 2013.

KWITKO, E.B. Quem é o agente de crédito – papel do agente de crédito no sistema do microcrédito. Palestra documentada em vídeo. Disponível em [cepam.sp.gov.br](http://cepam.sp.gov.br). Acessado em Set/2013.

MIRANDA, R. Microfinanças: um levantamento bibliográfico sobre o panorama mundial e local sobre a inclusão social através do acesso a serviços financeiros. Seminários em Administração, 2011.

NUNES, C.C.C.; SERRA, F.A.R.; FERREIRA, M.P. Internacionalização bancária brasileira: estudo de caso do banco Itaú. RAUnP-ISSN 1984-4204, v. 3, n. 2, p. 57-74, 2011.

SOARES, R.B.; AZEVEDO, M.T.; BARRETO, F.A. Condicionantes da saída da pobreza com microcrédito: o caso dos clientes do Crediamigo. EST. ECON., SÃO PAULO, V. 41, N. 1, 2011

PARVEEN, J.A. Sustainability issues of interest-free microfinance institutions in rural development and poverty alleviation. The Bangladesh perspective. Theoretical and empirical Researches in urban management. 2(11), 2009.

PEDRO, I.; ABLA, M.; THEDIM, M. Microcrédito e Sustentabilidade. Boletim Responsabilidade Social e Ambiental do Sistema Financeiro, Banco Central do Brasil, no. 32, 2008.

PIZA, C.C.T. Microfinanças no Brasil: Afinal, existe um trade-off entre o foco na pobreza e a sustentabilidade financeira? Dissertação de mestrado, UFRGS, 2005.

Progress out of Poverty. Acesso ao website da organização: <http://www.progressoutofpoverty.org>

RIBEIRO, D.A. Microcrédito como meio de desenvolvimento social. Dissertação de mestrado em Direito empresarial, Faculdades Milton Campos, 2009.

TOMELIN, M. O microcrédito no Brasil. Disponível em <http://www.saa.unito.it/pdf/alfa/tomelin.pdf>



Patrocínio:

