



UNIVERSIDADE SALVADOR – UNIFACS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

CANDICE CRISÓSTOMO MONTEIRO LANDIM

**O MICROCRÉDITO NO ESTADO DA BAHIA:
A EXPERIÊNCIA DA INSTITUIÇÃO DE CRÉDITO ITABUNA
SOLIDÁRIA**

SALVADOR
2006

CANDICE CRISÓSTOMO MONTEIRO LANDIM

**O MICROCRÉDITO NO ESTADO DA BAHIA:
A EXPERIÊNCIA DA INSTITUIÇÃO DE CRÉDITO ITABUNA
SOLIDÁRIA**

Dissertação apresentada à UNIFACS –
Universidade Salvador, como parte das
exigências do Curso de Mestrado em
Administração Estratégica para obtenção do
título de Mestre.

Orientadora: Prof^ª. Alba Regina N. Ramos

SALVADOR
2006

TERMO DE APROVAÇÃO

CANDICE CRISÓSTOMO MONTEIRO LANDIM

O MICROCRÉDITO NO ESTADO DA BAHIA: A EXPERIÊNCIA DA INSTITUIÇÃO DE CRÉDITO ITABUNA SOLIDÁRIA

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração Estratégica, Universidade Salvador - UNIFACS, pela seguinte banca examinadora:

Prof^a. Alba Regina N. Ramos
Doutora em Sociologia / Sorbonne (França)
Orientadora

Prof. Augusto de Oliveira Monteiro
Doutor em Administração / UFBA

Prof^a. Miréia Maria Joau de Carvalho
Doutora em Ciências Empresariais / UMSA (Argentina)

Salvador, 28 de agosto de 2006.

Aos meus pais Landim e Marlene, meus exemplos de vida.

Aos meus irmãos, pela luta constante e incansável pelo trabalho.

Ao meu amor Cláudio, pela sua paciência e compreensão.

Aos meus colegas de trabalho, pelo apoio e incentivo.

Vocês representam minha inspiração para superar os desafios da vida.

AGRADECIMENTOS

Escrever esta dissertação foi um grande desafio, principalmente pelo fato de não ser especialista na área de humanas. Ao longo do tempo, superei as dificuldades e acredito estar induzindo pessoas a elaborarem projetos que possam vir a minimizar a pobreza, através da concessão do microcrédito.

A conclusão desse trabalho só foi possível porque algumas pessoas participaram decisivamente com sugestões, discussões e incentivo para que eu pudesse alcançar esse objetivo, contribuindo para o meu crescimento pessoal e profissional.

À minha orientadora, Doutora Profa. Alba Regina N. Ramos, que compartilhou comigo seus conhecimentos e que em muitos momentos teve que ter muita paciência para que alcançasse esse objetivo.

Ao Prof. Doutor Augusto Monteiro, pelas críticas e sugestões ao meu trabalho.

À minha família, principalmente ao meu pai, Alfredo Landim. Sempre presente, muitos foram os domingos dedicados às leituras e revisões dos trabalhos, de maneira que melhor eu pudesse seguir nesta caminhada.

À Geraldo Landim, meu tio, pelo indispensável apoio na elaboração inicial do projeto acadêmico.

Ao Banco do Povo, na especial pessoa de Omar Santos, pela solicitude e presença participativa.

À Cláudio Pereira, amigo e namorado, pela compreensão, partilhas e carinho.

“Se não criarmos o ambiente favorável ao desenvolvimento do nosso potencial, nunca saberemos o que temos dentro de nós. Cabe a nós decidir que rumo tomaremos. Somos pilotos e os navegadores de nosso planeta. Se levarmos a sério nosso papel, o destino que nos aguarda será necessariamente o que previmos.

[...]A pobreza pode ser eliminada aqui e agora. É apenas uma questão de vontade política.”

Muhammad Yunus

RESUMO

Um dos maiores desafios do governo e da sociedade brasileira é estabelecer políticas que promovam o desenvolvimento econômico e social, com o objetivo de gerar emprego e renda para as populações mais pobres. A grande maioria dos pequenos empreendimentos informais não tem acesso ao sistema oficial de crédito, sobretudo financiamento à produção, por não atender às exigências de garantia dos financiamentos bancários. Diante desse quadro, o desafio que se apresenta é o desenvolvimento de instrumentos e estratégias adequadas às necessidades específicas desses pequenos empreendimentos e que sejam efetivamente capazes de fornecer microserviços financeiros, especialmente crédito para o público de baixa renda. O Microcrédito, pelo uso de metodologia específica (aval solidário, agentes de crédito, entre outros) surge como uma das alternativas de combate à pobreza. O estudo procurou mostrar evidências empíricas de melhoria das condições de vida de pessoas de baixa renda, residentes em Itabuna, a partir de uma pesquisa realizada com as famílias beneficiadas com esse tipo de crédito, através do Banco do Povo – Instituição Comunitária de Crédito Itabuna Solidária. Os resultados indicaram uma melhoria das condições sócio-econômicas, através de algumas evidências empíricas, das famílias beneficiadas neste programa.

PALAVRAS CHAVES: Microcrédito; microempreendedores; microfinanças; pobreza; desenvolvimento Social.

ABSTRACT

One of the biggest challenges of the Brazilian government and society is to establish policies which promote social and economical development, with the objective to create jobs and income for the poorer population. A great majority of the small informal entrepreneurs does not have access to the official system of credit, more so for financing production, due to not being able to meet the needs of guarantees required by the financing banks. In lieu of this, the challenge which is evident is the development of adequate tools and strategies to meet the specific needs of these small entrepreneurs and that they be effectively capable of supplying financial micro services, especially credit to the low income public. Micro credit, through the use of specific methodology (solidary guarantee, credit agents, among others) resulting in a combat alternative to poverty. The purpose of this study was to show empiric evidence of improvement in quality of life of low income people, resident in Itabuna, through research done on these families who were benefited by the Banco do Povo – Instituição Comunitária de Crédito Itabuna Solidária. (People's Bank – Institution of the Solidary Community Credit of Itabuna). The results indicate social-economic improvement, through empiric evidence, of the families who were benefited by this program.

KEYWORDS: Micro Credit; micro entrepreneurs; micro financing; poverty; social development.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Fluxo Operacional da ICC – Itabuna Solidária	59
Figura 02 - Garantias oferecidas sob volume de empréstimos concedidos	74
Figura 03 - Finalidade da aplicação dos recursos sob volume de empréstimos concedidos	74
Figura 04 - Índice de Inadimplência	75
Figura 05 - Gênero	78
Figura 06 - Cor	79
Figura 07 - Atividade Econômica dos Empreendimentos	80
Figura 08 - Situação Jurídica	81
Figura 09 - Ponto do Empreendimento	81

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Parede da casa	89
Gráfico 02 - Piso da casa	90
Gráfico 03 - Presença de bens duráveis	93
Gráfico 04 - Transporte do cliente utilizado para o trabalho	95
Gráfico 05 - Serviços que o cliente ou sua família passaram a ter acesso após o microcrédito	98
Gráfico 06 - A contribuição do microcrédito na melhoria da sua condição de vida	99

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Questões abertas	49
Quadro 02 - Resposta às questões abertas	86

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Atividade Principal do cliente	51
Tabela 02 - Situação Jurídica da empresa	51
Tabela 03 - Tipo de Ponto	52
Tabela 04 - Créditos concedidos / 2002 – 2005	72
Tabela 05 - Créditos concedidos / Carteira Ativa	73
Tabela 06 - Distribuição dos créditos concedidos por faixa de valor (2002 - 2005)	73
Tabela 07 - Demonstração do Resultado do Exercício 2003 – 2005 da ICC – Itabuna Solidária	77
Tabela 08 - Escolaridade	79
Tabela 09 - Idade	80
Tabela 10 - Tipos de Empreendimentos	82
Tabela 11 - Parede da casa	89
Tabela 12 - Piso da casa	90
Tabela 13 - O acesso ao microcrédito permitiu você ter água encanada na sua residência ?	91
Tabela 14 - O acesso ao microcrédito permitiu você ter energia elétrica na sua residência ?	91
Tabela 15 - Presença de bens duráveis	92
Tabela 16 - Transporte do cliente utilizado para o trabalho	94
Tabela 17 - Após o microcrédito, sua vida em termos de diversão	96
Tabela 18 - Após o microcrédito, seus filhos passaram a estudar em escola	96
Tabela 19 - Após o microcrédito, você passou a se vestir	96
Tabela 20 - Serviços que o cliente ou sua família passaram a ter acesso após o microcrédito	97
Tabela 21 - A contribuição do microcrédito na melhoria da sua condição de vida	98

LISTA DE SIGLAS

ACI	Associação Comercial de Itabuna
APEMI	Associação dos Pequenos e Microempresários de Itabuna
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CDL	Câmara de Diretores Lojistas
CEADE	Centro Ecumênico de Apoio ao Desenvolvimento
CEAPE	Centro de Apoio aos Pequenos Empreendedores
FASE	Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional
FIDA	Fundo Internacional para o Desenvolvimento da Agricultura
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICC	Instituição Comunitária de Crédito..
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
ONG	Organização Não-Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
OSCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PMI	Prefeitura Municipal de Itabuna
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
SCM	Sociedade de Crédito ao Microempreendedor
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa
SINDCONTASUL	Sindicato dos Contabilistas e Técnicos em Contabilidade do Sul de Extremo Sul da Bahia
SINTSEF	Sindicato dos Trabalhadores do Serviço Público Federal
UNICEF	Fundo das Nações Unidas para a Infância

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
2. POLITICAS DE MICROCREDITO COMO FORMA DE COMBATE À POBREZA	20
3. A EVOLUÇÃO DO MICROCREDITO	36
4. METODOLOGIA	48
5. ICC ITABUNA SOLIDÁRIA	53
5.1 Constituição e Estrutura	53
5.2 Missão, objetivos e princípios	55
5.3 Área de Atuação	58
5.4 Metodologia Creditícia	58
5.5 Desempenho da ICC	71
6. CONDIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS DAS FAMÍLIAS BENEFICIADAS COM MICROCRÉDITO	86
6.1 Análise da moradia	88
6.2 Análise dos bens duráveis	92
6.3 Análise do tipo de transporte utilizado para o trabalho	94
6.4 Análise da condição de vida dos clientes beneficiados em relação a: lazer, educação, vestuário e saúde	95
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	100
REFERÊNCIAS	105
ANEXO A	108
ANEXO B	109
ANEXO C	110
ANEXO D	111

1. INTRODUÇÃO

O Brasil ocupa o lugar de oitava maior desigualdade social do mundo entre os 128 países que tiveram essa variável avaliada pelo Relatório de Desenvolvimento Humano da ONU – Organização das Nações Unidas, divulgado mundialmente no dia 07 de setembro de 2005 (<<http://www.estadao.com.br>>). A desigualdade social é apontada pelo PNUD - Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas, como o principal entrave ao crescimento econômico. Rocha (2000) revela que o coeficiente Gini¹ do Brasil é um dos mais elevados do mundo (57,6), quando se tem por base o rendimento das pessoas.

Os elevados níveis de pobreza que afligem a sociedade brasileira encontram seu principal determinante na estrutura da desigualdade da distribuição da renda, o que gera crescente desemprego. A população pobre do Brasil vem aumentando gradativamente, com conseqüente crescimento do setor informal como forma de sobrevivência (IPEA, 2005).

Em função da conjuntura econômica desfavorável à política de empregos, a maior parte da população é forçada a entrar na informalidade do mercado. O setor informal da economia vem crescendo, fazendo com que o Brasil busque estratégias e intervenções políticas de apoio para lidar com essa realidade. Segundo o Censo realizado pelo IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IPEA, 2000 *apud* FACCHINI, 2005), os trabalhadores informais representavam 49% da população economicamente ativa.

¹ Indicador que mede a concentração de renda de um país e indica desigualdade maior à medida que se aproxima de 100 (ROCHA, 2000, p. 178).

Um dos maiores desafios do governo e da sociedade brasileira é estabelecer políticas e meios que promovam o desenvolvimento econômico e social, com o objetivo de gerar emprego e renda para as populações mais pobres.

O SEBRAE (2005) evidencia que 95% desse contingente de pequenos empreendimentos informais não têm acesso ao sistema oficial de crédito, sobretudo financiamento à produção. Tal exclusão é basicamente atribuída às dificuldades dos pequenos negócios de atender às exigências de garantia dos financiamentos bancários.

Os bancos comerciais, por exemplo, na condição de agentes financeiros, relutam em praticar políticas de crédito para os pequenos empreendedores que apresentem critérios fora dos parâmetros do sistema financeiro tradicional, em particular, definidos como de segurança e rentabilidade. Como resultado, observa-se que as instituições têm privilegiado operações de maior volume e sistemas de garantias que não se ajustam às necessidades e às condições dos pequenos empreendimentos.

Diante desse quadro, o desafio que se apresenta é o desenvolvimento de instrumentos e estratégias adequadas às necessidades específicas desses pequenos empreendimentos e que sejam efetivamente capazes de fornecer microserviços financeiros, especialmente crédito para o público de baixa renda.

O Microcrédito, pelo uso de metodologia específica (aval solidário, agentes de crédito, entre outros) tem sido sistematicamente reconhecido e enfatizado por organismos internacionais (Banco Mundial, BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento e UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância) como o instrumento de maior alcance às comunidades mais pobres e, conseqüentemente, de promoção de mudanças sociais (<http://www.sebrae.com.br>).

O Banco do Povo é um programa de microcrédito que pode surgir de parceria entre as Prefeituras Municipais e Governos Estaduais. Eventualmente, algumas prefeituras constituem seus programas de microfinanciamento, em parceria com ONG's, com a grande vantagem de poder articulá-los com políticas de trabalho, renda e desenvolvimento local e fazendo-os perdurar, independente do comando político nas administrações municipais.

O Governo Municipal de Itabuna - como política alternativa de inclusão econômica e social, decidiu estimular a criação de Instituição de microcrédito naquela cidade. A escolha do Banco do Povo de Itabuna, nome fantasia da ONG, denominada Instituição Comunitária de Crédito Itabuna Solidária, deve-se ao fato da cidade de Itabuna, localizada no Sul do Estado da Bahia, possuir cerca de 200.000 habitantes, população na qual se enquadram 95% dos municípios brasileiros. Além disso, aquela cidade possui cerca de 44% de pobres, e está geograficamente inserida no Nordeste Brasileiro, região reconhecidamente carente (IBGE, 2000).

A missão do Banco do Povo de Itabuna (ICCIS, 2003, p. 2), é prover a melhoria da qualidade de vida dos pequenos empreendedores, através do acesso ao microcrédito orientado, como estratégia de desenvolvimento econômico e combate à pobreza.

O objetivo desta Instituição é atender empreendimentos tipicamente urbanos no Município de Itabuna “facilitando o crescimento e consolidação de empreendimentos de pequeno porte, formais e informais, associados ou não e geridos por pessoas de baixa renda” (ICCIS, 2003, p. 2).

Tratando-se o microcrédito de mecanismo novo, que envolve financiamento a terceiros, emerge a necessidade de estudá-lo, definindo-se como problema deste

estudo: O microcrédito do Banco do Povo de Itabuna vem melhorando as condições de vida das famílias beneficiadas?

Assim, o objetivo deste trabalho é analisar o microcrédito como instrumento de melhoria das condições sócio-econômicas de pessoas de baixa renda, residentes em Itabuna. Para cumprir tal objetivo, foi escolhido o programa de microcrédito da cidade de Itabuna, o Banco do Povo – Instituição Comunitária de Crédito Itabuna Solidária.

Como objetivos específicos que norteiam o estudo têm-se:

- Descrever e analisar as principais características do programa de microcrédito do Banco do Povo de Itabuna;
- Analisar e verificar se houve melhoria das condições sócio-econômicas das famílias beneficiadas com microcrédito;

É importante lembrar em relação ao segundo objetivo específico que, havendo melhorias, estas podem ter tido alguma influência de terceiros, não sendo somente o microcrédito responsável pelas benfeitorias das famílias beneficiadas. Ainda em relação ao segundo objetivo, serão analisadas algumas evidências empíricas, que ajudarão a compreender se houve melhoria ou não das condições de vida das famílias beneficiadas.

O presente estudo está dividido em 7 capítulos. O primeiro capítulo, a introdução, tem como objetivo apresentar o microcrédito como instrumento importante de inclusão sócio-econômica da população de baixa renda, principalmente dentro do contexto brasileiro, em que a desigualdade social é muito grande. São apresentados também o problema e os objetivos geral e específicos. O segundo e o terceiro capítulo tratam o referencial teórico apresentando os principais autores do tema. O segundo capítulo aborda as políticas de combate à pobreza, o

marco legal das Microfinanças no Brasil, os tipos de constituição de Instituição de Microfinanças, o público alvo e suas características, a diferença das Instituições Microfinanceiras e os bancos convencionais e por último a justificativa das taxas de juros trabalhadas com o microcrédito. O terceiro capítulo apresenta a evolução do microcrédito, através de experiências, como política de combate à pobreza no mundo e no Brasil até chegar ao estado da Bahia. O quarto capítulo expõe o método utilizado, explicando detalhadamente como a pesquisa foi realizada para se chegar aos resultados finais. O quinto capítulo descreve as principais características do programa de microcrédito do Banco do Povo de Itabuna, desde sua constituição, missão, objetivos, princípios, área de atuação até a metodologia de concessão de crédito. O sexto capítulo apresenta as condições sócio-econômicas das famílias beneficiadas com microcrédito com o intuito de responder o objetivo específico: analisar e verificar se houve melhoria das condições de vida das famílias beneficiadas com microcrédito; E, por fim, o sétimo capítulo enfatiza a importância do microcrédito como alternativa de combate à pobreza e instrumento de mudança sócio-econômica na vida das famílias beneficiadas pelo programa de microcrédito.

2. POLÍTICAS DE MICROCRÉDITO COMO FORMA DE COMBATE À POBREZA

Segundo Barone e Lima e Dantas (2002, p. 11), microcrédito é:

a concessão de empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e microempresas sem acesso ao sistema financeiro tradicional, principalmente por não terem como oferecer garantias reais. É um crédito destinado à produção (capital de giro e investimento) e é concedido com o uso de metodologia específica.

O conceito de microfinanças refere-se à prestação de uma gama de serviços financeiros (crédito, poupança, seguros, serviços bancários), adequados e sustentáveis, para a camada da população de baixa renda. O objetivo das microfinanças é, promover o segmento microempresarial e combater a pobreza Parente (2002). É importante ressaltar que o microcrédito é apenas um dos serviços das microfinanças.

Em uma nota técnica, o Banco Central (<<http://www.bcb.gov.br>>, p. 6) define microfinanças como a “*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*”. Apesar dessa definição, no Brasil é comum utilizar-se do “instituição de microfinanças” (IMFs) com referência às instituições de microcrédito.

Um dos principais diferenciais das microfinanças é a metodologia adotada na relação entre a organização ofertante e a microempresa tomadora. Parente (2002, p.41) se refere a três itens:

- a) Desenho de produtos adequados e oportunos à natureza e realidade das microempresas

- b) Processo metodológico de análise, concessão e acompanhamento de crédito;
- c) Modelo de gestão que move a organização estruturada para realizar a missão das microfinanças.

O Microcrédito implica em novas relações de poder no complexo sistema de inter-relações e relações de força que se estabelece entre os sujeitos individuais e coletivos, privados e políticos, formais ou informais, membros da estrutura econômica.

Para Fontes (2003), deve ser visto como um processo que se acumula socialmente, no qual há mudanças de poder entre produtores, intermediários e consumidores. Diante dessa visão, o microcrédito propõe novas regras e novos marcos legais, além de colocar como elemento central o poder da moeda, pois ele assume uma dimensão de meio de pagamento, funciona como forma de operacionalização do sistema de garantia e de crédito e como reserva de valor, no caso da poupança ou do seguro.

Segundo Parente (2002), a pior desigualdade que existe é a falta de oportunidade e de alternativas para o indivíduo tentar reverter a própria situação de desigualdade. Estudos relativos aos impactos de programas de microcrédito revelam que a simples disponibilização de serviços financeiros permanentes para os microempreendedores já produzem efeitos altamente positivos no nível de renda e de consumo da família, no nível de ativos dos micronegócios, no nível de autonomia pessoal e no nível de comunidade.

2.1 Marco legal das microfinanças no Brasil

Até 1999, não existia uma regulamentação das atividades de microcrédito. As ONG's agiam à margem do sistema financeiro oficial, sem qualquer cobertura jurídica e sujeitas à Lei da Usura. Com a revisão do marco legal, três decisões relevantes foram tomadas: a lei do terceiro setor (9790/99), que inclui o microcrédito como uma das finalidades das OSCIPs (Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público); isenção das OSCIPs quanto à lei de Usura; e a criação pelo Banco Central da entidade jurídica da SCM (Sociedade de Crédito ao Microempreendedor), que regulamenta a participação da iniciativa privada na indústria de microfinanças (Res. 2627). (PARENTE, 2002)

Em agosto de 2001 entrou em vigor a Medida Provisória 2.172-32/01 para legalizar as transações de microcréditos com as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs). Antes disso, todas as iniciativas da sociedade civil, por não serem entidades financeiras e não estarem vinculados ao Banco Central, estavam sujeitas à Lei da Usura, que limita a cobrança de taxas de juros em até 12% ao ano. Em 2001, também foi publicada a Lei 10.194, tornando possível a criação de Sociedades de Crédito ao Microempreendedor (SCM), liberando juridicamente a iniciativa privada para atuar como uma instituição de "primeira linha" em organizações de microcrédito. Em outubro de 2002, existiam no Brasil 67 OSCIPs de microcrédito e 24 SCMs. (<http://www.comciencia.br/reportagens/ppublicas/pp03.htm>)

2.2 Alternativas institucionais de programas de microcrédito

O setor de microfinanças é formado por dois grandes blocos de instituições, cuja atuação é complementar. O primeiro bloco é composto pelas instituições chamadas de “primeira linha” ou “primeiro piso”, que atuam diretamente com o cliente final, fornecendo o microcrédito. O segundo bloco é formado pelas instituições denominadas de “segunda linha” ou “segundo piso”, que oferecem capacitação e apoio técnico e provêm recursos financeiros, sob a forma de empréstimos, às instituições de “primeira linha”, visando (Barone e Lima e Dantas, 2002, p.23):

- I) A constituição ou ampliação do seu fundo rotativo de crédito (funding);
- II) O desenvolvimento institucional: modalidade de repasse, às vezes sob forma de doação, voltado para o custeio de parte das despesas da fase inicial de operação e para a modernização tecnológica com implantação de ferramentas que contribuam para a sua consolidação;
- III) A capacitação dos agentes de crédito, gerentes, conselhos de administração e lideranças locais.

O BNDES, através do Programa de Crédito Produtivo Popular e do Programa de Desenvolvimento Institucional, assim como o SEBRAE, através do programa SEBRAE de Microcrédito e o DESENBAHIA através do Programa Credibahia, são exemplos de instituições de “segunda linha” (Barone e Lima e Dantas, 2002).

2.3 Tipos de Constituição de Instituição de Microfinanças

Para operar na modalidade de microcrédito, é possível fazê-lo por intermédio de instituições de sociedade civil, instituições do setor público e instituições da iniciativa privada.

2.3.1 - Instituições da Sociedade Civil

As ONGs são instituições sem fins lucrativos. Não podem ser vinculadas a nenhuma entidade controladora. Estão sujeitas a restrições quanto a estipulações usurárias, isto é, não podem cobrar taxa de juros superiores a 12% ao ano (PARENTE, 2002).

Já as ONGs que foram classificadas como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP, a partir da Lei Nº 9.790, datada de 23 de março de 1999, que institui e regulamenta a Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, permitindo qualificar-se como tal, as pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, desde que os respectivos objetivos sociais e normas estatutárias atendam aos requisitos instituídos por esta Lei. A implantação de uma organização de microcrédito pode se dar a partir de uma organização já existente ou de uma nova organização criada para então solicitar a sua qualificação como OSCIP (PARENTE, *op. cit.*).

Não se pode qualificar como OSCIP organizações vinculadas de qualquer forma ao sistema financeiro nacional. Para se constituir OSCIP, é preciso cumprir pelo menos um dos objetivos sociais contemplados pela Lei do Terceiro Setor. Dentre eles, pode-se destacar: (PARENTE, *op. Cit*, p.116)

- I) Promoção do desenvolvimento econômico e social e combate à pobreza;
- II) Experimentação, não lucrativa, de novos modelos sócio-produtivos e de sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito;

As Oscips podem estabelecer Termos de Parceria com os poderes públicos na forma regulamentada pela Lei. O instrumento do Termo de Parceria constitui um grande potencial para que as Oscips microfinanceiras possam se articular com políticas públicas, ou vice-versa, abrindo um leque de possibilidades para que os poderes públicos possam apoiar a indústria de microfinanças sem que atuem de forma direta e, sim, através dessas organizações do terceiro setor.

2.3.II- Instituições do Poder Público

As instituições de poder público passaram a desempenhar uma papel importante no desenvolvimento do setor. Programas de microcrédito de “primeira linha” estão sendo criados e ampliados, principalmente por governos estaduais e municipais. (Barone e Lima e Dantas, 2002). Como exemplo, o governo federal é responsável pelo maior programa de microcrédito do país, o CrediAmigo do Banco do Nordeste.

As instituições do poder público também trabalham com programas de “segunda linha”, abrindo novas linhas de financiamento pelo Governo Federal e por governos estaduais, a exemplo do DESENBAHIA, que atua como instrumento de política de desenvolvimento do Governo do Estado. *“A diversidade da atuação do Poder Público é enriquecida pelas parcerias com a sociedade civil, e mais recentemente com a iniciativa privada. São muitos os exemplos espalhados pelo País, dando origem a diferentes alternativas de programas públicos de microcrédito”* (Barone e Lima e Dantas, 2002, p. 24).

2.3.III - Instituições da Iniciativa Privada

As SCM - Sociedades de Crédito ao Microempreendedor representaram uma evolução natural do processo de democratização solidária. Foram criadas por intermédio da Resolução nº 2.627, de 02.08.1999, revogada em julho de 2001 pela Resolução nº 2874, e permitem que investidores ou ONGs especializadas e auto-sustentáveis possam contar com uma estrutura formal mais estável, que favoreça seu crescimento em bases compatíveis com a nossa realidade (PARENTE, 2002).

Tais sociedades são constituídas sob a forma de companhia fechada (Lei nº 6.404/76) ou sociedade por quotas de responsabilidade limitada e dependem de autorização do Banco Central do Brasil para poderem funcionar. Devem estar voltadas exclusivamente para concessão de financiamentos a pessoas físicas (ou jurídicas classificadas como microempresas), buscando viabilizar empreendimentos de natureza profissional, comercial ou industrial de pequeno porte.

As SCMs, não podem ter participação societária do setor público em seu capital, mas podem praticar operações com recursos captados no país e no exterior, dentro das restrições da lei.

2.4 Público-Alvo e suas Características

O público-alvo do microcrédito, em geral, tem uma característica comum: a falta de acesso aos sistemas tradicionais de crédito. Segundo Parente (2002), um exemplo para ilustrar a população que se sente excluída desse sistema é representado abaixo através da comparação de três grupos da sociedade:

- 1º grupo: os que tem cartão de crédito;
- 2º grupo: os que não tem cartão de crédito mas gostariam de ter;
- 3º grupo: os que nunca ouviram falar de cartão de crédito.

O segundo grupo apesar de ter os mesmos padrões de consumo do primeiro, não conseguiu atender as exigências das empresas operadoras de cartão de crédito. Por esta razão ele se sente mais frustrado e, até mesmo, mais excluído do que o terceiro grupo (aqueles que nunca ouviram falar em cartão de crédito). Ou seja: se o cidadão nunca ouviu falar em cartão de crédito, não se sente excluído por não possuir um.

O indicador de baixa renda é utilizado como uma segunda característica do público alvo do microcrédito. Segundo SEN (1995), a renda é suficiente se, com ela, a pessoa pode criar as condições (capacidades) para ocupar uma posição dentro do modo de produção em que vive.

Um das formas de se mensurar a pobreza é a linha de pobreza que se relaciona com o conceito de pobreza relativa, devido a definição de um patamar de renda mais alto, incluindo cesta básica e aquisição de outros bens. Está ligada a parâmetros culturais. Já a pobreza extrema ou absoluta refere-se à renda abaixo da linha de indigência. Essa linha refere-se à renda necessária ou à reprodução exclusivamente calórica, para simples sobrevivência do indivíduo.

Salama e Destremau (2001) ponderam que trabalhar com as linhas de pobreza é mais vantajoso, porque sendo a renda um bom parâmetro para se indicar a pobreza, as referidas linhas destacam, de forma explícita e sem dúvidas, a falta de recursos que as famílias têm para se reproduzirem, inclusive fisicamente. Em outras palavras, as linhas de pobreza indicam a amplitude e a profundidade dessa faceta da pobreza. Essa visão ajuda a identificar melhor este público-alvo.

O público-alvo do microcrédito constitui-se naquele que sofre com a falta de estabilidade em sua atividade econômica e na renda que ela gera. Segundo GIDDENS (1996), entre 60% e 80% das pessoas no mundo trabalham no segmento informal da economia. O público-alvo do microcrédito é exatamente esse segmento. São pequenos empreendedores, proprietários de microempresas com cerca de até cinco empregados, inclusive agricultores familiares e trabalhadores autônomos, a grande maioria com baixa renda, péssimas condições de trabalho, baixo nível educacional e falta de proteção social.

O mais interessante é que, com todas essas dificuldades, este segmento microempresarial tem-se mostrado dinâmico e capaz de se reproduzir, gerar trabalho e renda para as famílias e competir em certos nichos de mercado. Mais ainda: nas crises econômicas, funciona como um colchão amortecedor, mesmo sem o amparo de políticas governamentais (PARENTE,2002).

2.5 Filosofia e Princípios da Organização Microfinanceira Versus a Política e Prática dos Bancos Convencionais

O Sistema Financeiro Brasileiro é composto por 223 bancos e 1.936 instituições financeiras autorizadas pelo Banco Central. Dividindo esse número pela população do país, tem-se 10.000 habitantes por agência, média adequada para o atendimento do mercado bancário. Porém, conforme Parente (<<http://www.iadh.org.br>>), esses dados escondem uma realidade problemática: as agências bancárias estão mais concentradas em algumas regiões.

Além disso, direcionam seus serviços para apenas alguns setores da economia e para um certo tipo de cliente. Essa prática estabelece um contraste: de um lado, um setor bancário moderno e dinâmico; de outro, uma grande parcela da população sem acesso aos serviços bancários, principalmente em pequenas cidades do interior. Esse problema se torna ainda mais sério quando se verifica que o número de agências vem diminuindo em todo o país, especialmente nas regiões Norte e Nordeste (PARENTE, 2002).

Os bancos privados têm concentrado seus empréstimos para a indústria e complexos agroindustriais, enquanto os financiamentos para habitação e agricultura têm sido responsabilidade de bancos públicos. Por outro lado, o crédito comercial e pessoal tem ficado por conta das instituições não bancárias e fornecedores (PARENTE, 2002).

A política adotada pelos bancos públicos e privados geram dificuldades para o pequeno empreendedor. Parente (2002) aponta que as principais dificuldades enfrentadas pelas pequenas empresas - mesmo aquelas formais - são a burocracia

e as exigências de garantias por parte das instituições bancárias e financeiras. Muitos microempreendedores desistem e procuram fontes alternativas como o *factoring*² e a prática do cheque pré-datado, visando sobreviver e se manter no mercado.

Os bancos convencionais consideram os pequenos negócios instáveis. Além disso, os pequenos empreendedores não conseguem oferecer as garantias exigidas pelos bancos. Para complicar ainda mais, existe um certo preconceito contra os pequenos empreendedores, que não são considerados bons empresários (PARENTE, 2002).

Assim, o segmento microempresarial é visto como de alto risco pelos bancos convencionais. Essa percepção dos bancos pode ser resumida em um significado: a falta de informações confiáveis sobre esses pequenos negócios. Unindo-se a isso a falta de garantias reais, qualquer empréstimo fica inviabilizado.

As organizações de microcrédito, por outro lado, encaram o risco de uma maneira inovadora. Segundo Parente (*op. cit.*), em primeiro lugar, substituem a falta de garantias e de registros contábeis por relações de confiança e solidariedade. As informações são coletadas no próprio local pelos agentes de crédito, que são peças-chave nessa nova tecnologia financeira. Ao se basearem na confiança pessoal e/ou grupal, no conhecimento informal sobre o cliente e nas relações pessoais entre eles e os agentes, as organizações de microcrédito passam a contar com uma valiosa garantia: o capital social, que substitui a necessidade das garantias patrimoniais que a comunidade não possui.

Por isso, quanto maior o nível de capital social e quanto mais próxima a organização microfinanceira estiver da comunidade, maior será a possibilidade de

² Sistema de vendas das contas a receber.

ela oferecer serviços adequados à realidade local. Pela mesma razão, quanto mais a comunidade se identificar com a organização, mais ela terá sucesso.

Para Parente (2002), existe ainda, uma outra razão que mantém os bancos afastados dos microempreendimentos: os custos elevados em operações de pequeno valor. Por que isso ocorre? Porque os bancos preferem movimentar grandes quantias em um pequeno número de operações, obtendo mais lucros dessa forma. Para esses bancos, na prática, operar com microcrédito dá muito trabalho, é muito arriscado e não compensa. Além do mais, toda sua estrutura foi montada para atender a clientes com maior nível educacional, reduzindo o uso de mão-de-obra. O problema é que essa estrutura é incompatível com os processos necessários para atuar em microcrédito (Parente, 2002).

Os bancos públicos também não se afastam muito dessa realidade. Parente (*op. cit.*) relata que suas estruturas são pesadas, caras e burocráticas. Seus vínculos com a política do governo exigem que eles mantenham critérios de seleção, procedimentos e controles que, mesmo quando usados para garantir a chegada do crédito ao público-alvo, acabam criando uma grande distância entre o que é possível oferecer e o que o segmento realmente necessita.

Em suma, os canais de crédito convencionais se mostraram inadequados para atender às necessidades. Nos últimos tempos, a realidade vem se modificando lentamente. Os bancos estão começando a perceber que as tecnologias de microcrédito podem demonstrar bons resultados. Diante disso, estão fazendo esforços para casar essas metodologias com suas infra-estruturas de penetração no mercado.

Comenta ainda essa autora que, atualmente, alguns bancos e financeiras começam a se movimentar em direção a clientes de mais baixa renda, mesmo que por interesses diferentes daqueles que as organizações de microcrédito perseguem.

Mesmo com esse processo iniciante de comercialização das microfinanças, as diferenças entre um banco convencional e uma organização microfinanceira são bem marcantes. Como estabelece Parente (2002, p.33), uma organização microfinanceira difere de um banco convencional no que se refere a:

- Segmento de clientes atendidos: nas organizações microfinanceiras, são microempreendedores de baixa renda. Mesmo os bancos que operam com programas para microempreendedores destinam valores insignificantes para o segmento microempresarial;
- Natureza dos produtos e política de crédito: as organizações microfinanceiras concedem crédito para capital de giro e pequenos investimentos. Os bancos convencionais, que possuem programas para micro e pequena empresa, direcionam seus produtos para o segmento industrial e agroindustrial mais moderno;
- Processo metodológico adotado para concessão do crédito: as organizações microfinanceiras buscam maior proximidade com o microempreendedor, com a presença do agente de crédito responsável por todas as etapas. Nos bancos convencionais, os gerentes costumam rolar dívidas para "limpar" o balanço contábil, pois é ele que move sua gestão. Muitas vezes, as pessoas que decidem e concedem crédito são diferentes daquelas que acompanham ou cobram, criando uma grande distância entre o banco e o cliente;
- Análise de risco: a análise das organizações microfinanceiras é baseada na vontade de pagar, pela análise do caráter, na capacidade de pagar e nas relações de confiança, pela adoção da garantia solidária grupal ou pessoal; os bancos convencionais costumam avaliar risco pela análise do setor de atividade, pela experiência bancária anterior, pela análise de

projetos e plano de negócios formais, enfim, pela existência de garantias reais;

- o Natureza da organização: as organizações microfinanceiras têm maior compromisso com o desenvolvimento local, missão social, mecanismos de controle social e com estrutura de custos mais leves. Nos bancos convencionais, as estratégias são traçadas por sua cúpula, muito distante de suas unidades operadoras. Em geral, os produtos são desenhados e transferidos, e todos os processos e critérios já são preestabelecidos.

2.6 Taxa de Juros e sustentabilidade dos serviços financeiros

A instituição privada não está disposta a financiar o segmento microempresarial, mesmo a taxas de juros de mercado. Por outro lado, as organizações não governamentais têm construído canais mais apropriados para atingir o segmento mais pobre da população. Entretanto, a maioria das ONGs não tem conseguido atingir uma escala razoável que permita atingir uma parcela mais significativa da população, a uma taxa de juros que pelo menos cubra seus custos operacionais com os serviços prestados. Isso tem gerado um ciclo de dependência de fundos públicos e/ou doações internacionais, sem os quais as ONGs não podem dar continuidade aos serviços financeiros (LEDGERWOOD, 1998 *apud* PARENTE, 2005).

Por outro lado, alguns bancos públicos e/ou com missão desenvolvimentista somente alcançaram sucesso em atingir o segmento mais baixo da pirâmide empresarial através da cobrança de taxas de juros que permitissem pelo menos

cobrir seus custos (PARENTE, 2002). Isso significa que as instituições microfinanceiras (IMFs) devem buscar sua auto-sustentabilidade como forma de poder atingir escala e garantir a continuidade dos serviços prestados aos microempresários.

O pressuposto da sustentabilidade refere-se, portanto, à garantia de continuidade dos serviços financeiros e à capacidade de ampliar seu acesso para a maioria da população. Do ponto de vista econômico, isso significa a busca da auto-suficiência financeira que, por sua vez, depende da capacidade de alavancar de forma sistemática recursos públicos e privados, locais, nacionais ou internacionais, e da capacidade de cobrir seus custos operacionais. Entretanto, as novas tecnologias microfinanceiras, paradoxalmente, implicam em custos operacionais por unidade de valor emprestado superiores aos da banca comercial. Parâmetros internacionais indicam que uma IMF eficiente tem custos operacionais em torno de 20% da carteira de empréstimos, enquanto bancos convencionais na América Latina, por exemplo, têm seus custos operacionais em torno de 4% (PARENTE, 2002).

Isso remete para a necessidade de cobrar taxas de juros compatíveis para cobrir esses custos, remunerar os capitais e cobrir os riscos, esses últimos bem menores que os dos bancos comerciais se adotadas as tecnologias microfinanceiras inovadoras. Obviamente, quanto maior a produtividade dos agentes de crédito e quanto mais eficaz for sua tecnologia para manter altos os “repagamentos”, menor poderá ser a taxa de juros. Da mesma forma, quanto maior sua capacidade de, sistematicamente, alavancar fundos, maior poderá ser sua escala e conseqüentemente sua capacidade de diluir custos. Trata-se de um duplo desafio da indústria de microfinanças: ampliar e massificar seus serviços e ser sustentável,

onde o alcance de um depende do alcance do outro (PAXTON, 1999 *apud* PARENTE, 2005).

3. A EVOLUÇÃO DO MICROCRÉDITO

3.1 Experiências Internacionais de Microcrédito

Estabelece Fontes (2003) que a primeira experiência que marca a história das microfinanças do século XIX é o surgimento em 1840 das cooperativas de crédito alemãs *Raiffeisen*. Em 1885 existiam 245 cooperativas. Em 1904, somavam 14.500 cooperativas rurais, com 1,4 milhão de membros. Cada empréstimo podia ser vetado pelo Comitê da Cooperativa, a garantia se dava com dois consignatários, o valor dos empréstimos era de 10 libras e o prazo dos empréstimos era de aproximadamente seis anos.

As cooperativas *Raiffeisen* tiveram muito sucesso. O principal fator deste sucesso foi a dimensão de territorialidade presente na formação das cooperativas. Cada cooperativa deveria operar numa pequena região para conhecer pessoalmente os tomadores de empréstimos e seus propósitos. Dessa forma asseguravam que todos os empréstimos fossem pagos. As Cooperativas *Raiffeisen* ao longo do tempo se desenvolveram e se transformaram em bancos comerciais sem diferenças dos demais bancos que já existiam.

Na Irlanda, existiram também as cooperativas de crédito, assim como as de *Raiffeisen*, e começaram a operar em 1895. Fontes (*op. cit.*) acentua ainda que não tiveram o êxito das alemãs por que a Irlanda já possuía um sistema bancário bem desenvolvido quando da criação de cooperativas.

Outra experiência foi a *Casse Rurali* italiana também moldada segundo os parâmetros das cooperativas *Raiffeisen* de crédito alemães e alcançaram grande sucesso no Norte da Itália. A primeira cooperativa italiana foi estabelecida em 1883, tendo seu crescimento encorajado pela Igreja Católica Romana depois de 1891. Em 1916 existiam 2100 *Casse Rurali*, com 115.000 membros operando na Itália, localizadas principalmente em pequenos vilarejos e cidades (FONTES, 2003).

Estas experiências constituem o início de um caminho percorrido na construção de um sistema financeiro alternativo capaz de criar instrumentos de democratização do acesso a produtos financeiros. Um novo paradigma pode ser identificado a partir da iniciativa do *Graamen Bank*, que se constitui na experiência internacional mais conhecida de crédito popular. Yunus (2000) historia que em 1974, o Professor *Muhammad Yunus*, da Universidade de *Bangladesh*, na Índia, tomou conhecimento que a maioria dos habitantes da pequena aldeia de Jobra vivia de maneira sub-humana, ou seja, ganhava pela atividade que exercia o equivalente a US\$ 1,00 por dia, passando privação de algumas necessidades básicas.

Grande parte dessa população era constituída de artesãos, marceneiros e artífices, que necessitavam comprar matérias-primas e não tinha dinheiro para adquiri-las. Constatou-se também que essas famílias tomavam empréstimos de comerciantes locais, que funcionavam como agiotas, a elevadas taxas de juros, agravando ainda mais a situação dessas famílias (GREVE, 2002).

Yunus (2000) relata que tentou minimizar essa situação de imediato, emprestando recursos próprios no limite de US\$ 30,00 por pessoa, concluindo que essa experiência estava sendo positiva, com retorno do capital emprestado. A partir de então, com o objetivo de dar maior dimensão ao projeto, procurou bancos tradicionais para que emprestassem pequenos valores a pessoas pobres.

Para a concessão dos primeiros empréstimos, os bancos exigiram garantia e Yunus se propôs a ser o fiador do primeiro empréstimo no valor de US\$ 300,00 para um grupo de 10 pessoas, com a finalidade de provar que a experiência era viável, impactando positivamente na redução da pobreza, com grande efeito multiplicador na economia local (YUNUS, *op. cit.*).

Após oito anos de árduo trabalho, Yunus conseguiu consolidar toda essa sistematização de processos de microcrédito, reunindo as etapas de captação e empréstimos, consolidando-se com a implantação do *Grameen Bank* (Banco de Aldeia), com recursos oriundos do FIDA - Fundo Internacional para o Desenvolvimento da Agricultura, no valor de US\$ 142 milhões, do Governo de *Bangladesh* e de doações privadas.

Como exemplo dessa nova tecnologia, o *Grameen* só fornece empréstimos a grupos solidários, formados por cinco pessoas, especialmente por mulheres. A experiência mostra que as mulheres são melhores pagadoras que os homens e mais responsáveis em investir sua renda com a família e não para uso pessoal. (YUNUS, *op. cit.*).

A garantia é dada pelo próprio grupo, sendo que inicialmente empresta-se para duas pessoas, quando estas duas pagarem os próximos dois recebem e, quando estes dois pagarem, o último receberá. Além disso, os empréstimos somente são concedidos com a contrapartida de uma poupança compulsória no valor de 5% do empréstimo recolhido em uma conta poupança, para cobrir eventuais problemas de pagamento do grupo.

No ano de 1997, O *Grameen Bank* atingiu um total de 2,7 milhões de clientes, dos quais 92% são mulheres (cerca de 2,2 milhões), desenvolvendo um montante de desembolso acumulado, até novembro de 2000, de US\$ 3,227 bilhões e uma taxa

de inadimplência média em torno de 3%. Os ativos financeiros desse banco, alcançaram, em 1999, cerca de 3,5 bilhões de dólares, conforme enuncia esse mesmo autor.

Sales (2000) evidencia que essa experiência espalhou-se rapidamente pelo mundo, tendo sido adotada por muitos países, dentre os quais China, Estados Unidos, Filipinas, Bolívia, Peru e Brasil. Esse sistema de microcrédito atualmente é apoiado por mais de 700 instituições financeiras, constituindo-se numa solução factível de combate a pobreza e de inclusão social.

3.2 Experiências no Brasil

No Brasil, a primeira experiência de microcrédito, ocorreu, de modo informal, em 1973, por uma ONG, denominada CEAPE - Centro de Apoio aos Pequenos Empreendedores, na cidade de Recife – PE. “*A rede CEAPE recebeu ajuda da Accion Internacional, Organização Não-Governamental (ONG) de origem norte-americana com longa tradição em microcrédito*” (PARENTE, 2002, p. 96).

Conforme dispõe essa mesma autora, várias foram as razões que levaram o Brasil a não avançar nas políticas de microcrédito e no fortalecimento de instituições do gênero, até a metade da década de 90.

[...] as altas taxas de inflação, a tradição de crédito governamental dirigido e subsidiado para programas de caráter assistencialista e a legislação estrita, que condenava como usura toda ação concorrencial com as instituições financeiras convencionais, formavam um ambiente hostil ao microcrédito [...]
(PARENTE, *op. cit.*, p. 97).

A partir de 1994, com a queda da inflação promovida pelo Plano Real, aumentou o interesse de governos estaduais e municipais em apoiar a criação de ONGs para operar o microcrédito destinado aos pequenos empreendedores.

Parente (*op. cit.*) afirma ainda que em agosto de 1995, foi criada a Instituição Comunitária de Crédito Porto Alegre Solidária (PORTOSOL), em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, por iniciativa da Prefeitura Municipal, em parceria com o Governo do Estado e outros organismos da sociedade civil local.

O modelo adotado pela PORTOSOL, baseado principalmente em experiências bem sucedidas de instituições de microcrédito da Bolívia e da Colômbia, seria depois utilizado como referência na criação de outras instituições no Brasil. De acordo com o SEBRAE (2001), outras experiências de implantação desse sistema, como o banco da Mulher, no Rio de Janeiro e o Portosol em Porto Alegre, induziram o Banco Central a regulamentar essa atividade financeira, através de Resolução nº 2.627, de 02 de agosto de 1999.

Outra experiência que vale ressaltar é a iniciativa de um Banco de Fomento Regional, o BNB - Banco do Nordeste do Brasil, que em 1997, lançou o programa Crediamigo, a carteira de microcrédito, com apoio do Banco Mundial. Em apenas dois anos, o Banco do Nordeste se tornou o segundo maior programa de microcrédito da América Latina (FONTES, 2003).

O que marca as políticas de microcrédito implantadas a partir de 1995 é o formato institucional das operadoras. Na sua maioria ONGs, criadas por iniciativas de governos municipais e estaduais, com forte participação da sociedade civil, objetivando incluir a população de baixa renda social e economicamente.

Fontes (*op. cit.*) revela ainda que somente em 1999 é que grandes mudanças começaram a ocorrer no setor de microfinanças no Brasil. Até então, não havia um

marco legal específico para a indústria do microcrédito no Brasil, ou seja, não existia legislação que regulamentasse essas atividades. Nesse ano, através da Lei nº 9.790/1999, foi estendido os ditames dessa lei à ONG, devidamente registrada no Ministério da Justiça, que se dedicasse a sistemas alternativos de crédito. Após a regulamentação, o BNDES criou linhas de crédito específicas para repasse às instituições legalizadas, sendo seguida por agências de fomento de alguns estados, como o DESENBAHIA (Agência de Fomento do Estado da Bahia), com o objetivo de desenvolver referido programa.

3.3 Experiências na Bahia

Na Bahia, o microcrédito não é uma atividade recente: CEAPE, Banco da Mulher e CEADE, já operam há mais de uma década acreditando ser o microcrédito produtivo uma solução real de combate à pobreza e inclusão social.

As principais Instituições que atuam com o microcrédito na Bahia organizadas sob a forma de Organizações não Governamentais são:

- Salvador: Banco da Mulher, CEADE, Visão Mundial, e Moradia e Cidadania;
- Feira de Santana: CEAPE;
- Vitória da Conquista: ICC – Conquista Solidária e Banmulher;
- Itabuna: ICC – Itabuna Solidária.

Estas ONGs operam com o chamado microcrédito produtivo, voltado para a atividade produtiva e não para pagamento de dívidas. Dispõem de pessoas

treinadas para avaliar as propostas e a capacidade de pagamento do solicitante. Ao contrário dos bancos, as ONGs não se limitam à hipoteca de imóvel como garantia. Mesmo quem não tem como comprovar renda pode acessar o microcrédito produtivo.

Alem das ONG's citadas acima, em 1998, o Banco do Nordeste criou o Programa CrediAmigo para o financiamento diferenciado aos pequenos empreendimentos. Atualmente o CrediAmigo é o maior programa de Microcrédito do País, tendo realizado mais de 2,48 milhões de operações com financiamentos totais de R\$ 2,07 bilhões. Atualmente o Programa mantém uma carteira de financiamentos no valor de R\$136,2 milhões e 195,3 mil clientes ativos (dados de dezembro/2005). (SEBRAE, 2006).

Segundo levantamento realizado pela gerência de Microfinanças da Desenbahia da participação de Instituições que operam com microcrédito na Bahia, o primeiro colocado é o programa CrediAmigo, com 66,5%, seguidos de CrediBahia (11,2%), CEAPE (7%), Moradia e Cidadania (4,1%), ICC Conquista Solidária (3,2%), Banco da Mulher (2,5%), Visão Mundial (2,2%), CEADE (2,1), BanMulher e ICC Itabuna Solidária (cada um com 0,6% do mercado). (http://www.desenbahia.ba.gov.br/noticias/noticias.asp?id_noticia=541)

3.3.1 CREDIBAHIA

O governo da Bahia lançou em 2002 o CrediBahia, um programa de microcrédito para atender aos microempreendedores baianos. Resultado de uma parceria entre a Secretaria do Trabalho, Assistência Social e Esporte (Setras), a Agência de Fomento do Estado da Bahia (Desenbahia) e o Sebrae, com o apoio das prefeituras, o CrediBahia trabalha com microcrédito produtivo para apoiar o desenvolvimento de pequenos negócios – do pequeno ateliê de costura ao barzinho, restaurante, armazém, revendedores das mais variadas mercadorias e pequenos prestadores de serviços (<http://www.desenbahia.ba.gov.br>).

O CREDIBAHIA nasce com o intuito de fomentar os microempreendedores do Estado, sejam eles formais ou informais, que não têm acesso ao crédito bancário, e, conseqüentemente, de contribuir para melhorar o padrão de vida da população, através de duas linhas de atuação: a primeira consiste na concessão de financiamento de maneira direta aos microempreendedores; a segunda, através de funding para as agências de microcrédito que já atuam no Estado (D.O. Decreto 8.241 de 30/04/2002) (GREVE, 2002)

Na primeira linha, o CREDIBAHIA atua com 80 postos em 77 municípios. A meta do programa de microcrédito produtivo do governo estadual para o ano de 2006 é abrir mais 50 postos. Em recursos financeiros, o CrediBahia aplicou diretamente R\$ 11,2 milhões em 10.300 contratos, segundo os números do dia 23 de fevereiro de 2006. Do total investido, R\$ 4,4 milhões haviam sido reaplicados, mediante a renovação de 3.200 contratos – alguns clientes já se encontram na

quarta ou quinta renovação. O saldo em carteira era de R\$ 4,2 milhões, referentes a 4.400 contratos em andamento.

(http://www.desenbahia.ba.gov.br/noticias/noticias.asp?id_noticia=554)

Além do financiamento direto, o programa atua ainda no financiamento indireto, repassando recursos para outras entidades, com o objetivo de expandir mais rapidamente o microcrédito. Até fevereiro de 2006, haviam sido liberados R\$ 1,04 milhão para fortalecer as carteiras do Ceade, Banco da Mulher e ICC Itabuna Solidária e novos pleitos deverão ser analisados este ano.

(http://www.desenbahia.ba.gov.br/noticias/noticias.asp?id_noticia=554)

3.3.2 BANCO DA MULHER

O Banco da Mulher, entidade civil, sem fins lucrativos, registrada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), funciona há 15 anos na Bahia e tem como missão ajudar microempresários, preferencialmente mulheres, a impulsionar seus negócios, formais ou informais. Possui carteira ativa de cerca de mil clientes e trabalha com linhas de crédito que variam dos R\$100 a R\$1 mil, no primeiro contrato, podendo alcançar os R\$5 mil, a partir do segundo contrato. "Temos como público-alvo pequenos empresários de baixa renda que tenham um pequeno negócio, um pequeno empreendimento", explica a presidente do Banco da Mulher, Angelina Garcez. (BAHIA, 2004)

O Banco da Mulher trabalha com juros que variam dos 3,5% aos 4,5%, normalmente, com prazo de pagamento da dívida de seis meses. Se o cliente optar

pela liberação de empréstimo com apresentação de avalista, o financiamento pode ser liberado com a apresentação de uma renda que varie de R\$300 a R\$400. A escolaridade do solicitante também não é impeditivo para o acesso de financiamento: mesmo pessoas analfabetas podem firmar contrato (BAHIA, 2004).

3.3.3 CEAPE

Constituído em novembro de 1994, o Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos do estado da Bahia (CEAPE), é uma entidade civil, sem fins lucrativos, dedicada ao desenvolvimento de pequenos empreendimentos. Colaboram para sua existência diversos segmentos da sociedade de Feira de Santana, através de órgãos como a CDL, SEBRAE, MOC, CREDITER, CIFS, UEFS, Sindicato dos Vendedores Ambulantes, Pequenos Negociantes, Associação Comercial e Comitê de Cidadania do Banco do Brasil, que acreditamos nas potencialidades de atividades produtivas de pequeno porte, decidiram dar a sua contribuição. (<http://www.ceapeba.org.br>)

Na Bahia, a instituição atende a clientes de 18 cidades localizadas nas proximidades de Feira de Santana, Alagoinhas, Salvador, Camaçari e Santo Antonio de Jesus -, onde esta localizado o mais novo posto de atendimento. O crédito destina-se a aquisição de mercadorias e matérias-primas ou investimentos para pequenos negócios em diferentes atividades comerciais, concedidos individualmente. (<http://www.ceapeba.org.br>)

Até 2004, o CEAPE concedeu 30.345 créditos que beneficiaram a 7.904 empreendedores e empreendedoras, liberando o montante equivalente a R\$ 27.866.092,00. Em 2003, foram concedidos um total de 5.392 empréstimos foram,

totalizando R\$ 5.801.400,00 numa média de R\$ 1.076,00 por cliente. Possui uma carteira de mais de 2.200 clientes, onde cada empreendimento gera, em média, duas ocupações ou empregos, tendo oferecido cursos a mais de 500 clientes no decorrer do ano de 2004. (<http://www.ceapeba.org.br>)

3.3.4 ICC – CONQUISTA SOLIDARIA

Desde 1997, a Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista vinha articulando algumas iniciativas na área de geração de emprego e renda, passando a assumir a implantação de um programa de concessão de crédito a micro e pequenos empreendedores. Desta maneira, a Prefeitura local estabeleceu parcerias com outras entidades, governamentais e da sociedade local, entre elas – CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas), Sindicato dos Bancários, SEBRAE, Associação Agro-industrial do Simão e Campinhos e Associação dos Microempresários, além do apoio do BNDES.

Fundado em maio de 1999, o Banco do Povo de Vitória da Conquista é constituído como Oscip – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – a instituição garante a criação e a sobrevivência de diversos empreendimentos econômicos. Isto acontece graças à criatividade de pequenos empreendedores que, através do microcrédito sem demora e sem burocracia, dinamizam a economia da região.

O número de empréstimos concedidos pelo Banco já chega aos 7.500, somando, aproximadamente, R\$ 7 milhões de reais, nos seis municípios atualmente

atendidos. São créditos que impulsionam o comércio e a prestação de serviços, gerando e mantendo centenas de empregos. É a garantia de transformação na vida de pessoas que encontram apoio e incentivo no Banco do Povo (<<http://www.conquistasolidaria.org.br>>).

O crédito é concedido a pequenos empreendedores que atuam na indústria, comércio e serviços, localizados na zona urbana de Vitória da Conquista. Os créditos destinam-se a:

- Compra de matérias-primas ou mercadorias;
- Compra de máquinas, equipamentos e ferramentas;
- Conserto de máquinas e equipamentos.

Os tipos de crédito oferecidos pela ICC Conquista Solidária são dois: o **capital de giro** e o **investimento fixo**. 99% dos empréstimos correspondem ao capital de giro e 1,0% ao investimento fixo. O índice de remuneração pelo empréstimo é de 4,89% a. m.

O cliente da Conquista Solidária deve ter uma atividade produtiva que não agrida o meio ambiente; estar à frente de um empreendimento com no mínimo seis meses de funcionamento e não constar dos cadastros do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) e do Serasa.

Das garantias oferecidas pelos tomadores de créditos do Conquista Solidária, 82,0% correspondem ao grupo solidário, 17,0% ao de aval e 1,0% ao de bens. Quanto ao gênero, 57,0% dos tomadores são representados por mulheres e 43,0% por homens.

4. METODOLOGIA

Para alcançar os objetivos deste trabalho, as principais fontes que contribuíram para a obtenção dos dados e análise dessa investigação foram a entrevista com o gestor do Banco do Povo de Itabuna, a base de dados da população a ser estudada e os relatórios gerenciais desta Instituição que envolvem evolução e gestão da carteira, situação financeira e patrimonial, resultados, características e perfil do público atendido.

Em 23 de dezembro de 2004, foi realizada a primeira entrevista com o diretor da instituição, com a finalidade de entender melhor o funcionamento da Instituição. Abaixo são apresentados alguns assuntos abordados:

- Como surgiu e como foi constituído o Banco do Povo;
- Estrutura de pessoal do Banco do Povo;
- Quantidade de famílias que já haviam sido beneficiadas com o microcrédito;
- Metodologia utilizada para concessão do empréstimo;
- Inadimplência.

Em 30 de agosto de 2005, foram colhidas mais informações e esclareceram-se dúvidas, entrevistando-se novamente o diretor daquela Instituição. Foram feitas algumas perguntas, e a intenção era avaliar também a opinião dele a respeito da melhoria das condições de vida das famílias beneficiadas com o microcrédito.

Dentre os assuntos abordados, foram esclarecidas as seguintes dúvidas, como pontos importantes para construir o objeto de pesquisa:

O Quadro 1 apresenta as questões abertas submetidas ao gestor daquela Instituição.

Quadro 1 – Questões abertas

1. Qual a inadimplência média?
2. Taxa de juros executada pelo Banco do Povo: 4,5 % ao mês; Por que uma taxa de mercado?
3. O Banco do Povo já é auto-sustentável?
4. Qual a média salarial da renda familiar ?
5. Qual o seu público alvo?
6. Como você percebe a melhoria da condição de vida das famílias beneficiadas ? Com quantas renovações de contrato você já percebe que existe uma melhoria ?

A análise da opinião do entrevistado permitiu esclarecer dúvidas e identificar a percepção dele em relação ao comportamento das famílias e o possível retorno que o microcrédito poderia trazer, visto que até o momento, aquela Instituição não tinha nenhum instrumento de avaliação de que o microcrédito, como premissa, poderia contribuir para uma melhor condição de vida dos beneficiados.

Para atender o objeto de pesquisa deste estudo, fez-se necessário também a construção de um instrumento de pesquisa (ANEXO A), em que as questões na sua maioria foram fechadas, com o objetivo de levantar dados para analisar se melhorou, piorou ou até mesmo se não houve alteração significativa na qualidade de vida das famílias beneficiadas com o microcrédito.

O questionário foi aplicado às famílias que tiveram acesso ao microcrédito com mais de 5 empréstimos, no período igual ou superior a 2 anos, perfazendo uma população de 110 famílias de um universo de 1236. O período da concessão de empréstimo dessas famílias ocorreu de Janeiro de 2002 a Dezembro de 2005. Foram escolhidas famílias que tinham obtido mais de 5 empréstimos, pois este perfil de cliente caracteriza o acesso regular ao crédito e um estágio mais avançado no

programa. Possivelmente, o resultado que se tenha dessa pesquisa venha a ser o mesmo para as famílias que venham a se beneficiar no futuro, cujas características de perfil e quantidade de empréstimos (acesso a mais de 5 empréstimos) sejam os mesmos.

Para validação do instrumento de pesquisa foi necessário realizar um teste piloto (pré-teste), com o objetivo de avaliar a aplicabilidade do conjunto de variáveis definidas. O pré-teste consiste na aplicação do esboço do questionário a um grupo amostral. A aplicação do teste piloto ocorreu na primeira semana de maio de 2006 com 11 clientes, 10% do total da população. Através do pré-teste foi possível identificar dificuldades na análise das respostas obtidas, tais como: inconsistência de alguns campos e qualidade das respostas.

A aplicação final do questionário ocorreu na segunda quinzena de maio de 2006. A ICC – Itabuna Solidária concedeu uma base de dados com algumas informações cadastrais da amostra acima, as quais foram obtidas através de aplicação de formulários (ANEXO B, C e D) do próprio Banco do Povo de Itabuna no momento em que o cliente entrou no programa de microcrédito, como: Nome do cliente, Data da liberação do crédito, Valor Total do empréstimo, Total de contratos Renovados, Sexo, Cor, Idade, Endereço, Bairro, Telefone 1, Telefone 2, Tipo de residência, Escolaridade, Atividade do negócio (comércio, produção, etc), Tipo da empresa (artigos de vestuário, cama, mesa e banho, bebidas, etc), Classificação da atividade (exclusiva ou complementar), Situação Jurídica (formal ou Informal), Tipo de ponto (ambulante, residência, etc), Anos de experiência na atividade, Número de pessoas que vivem da renda e Renda familiar.

Dessa forma, alguns campos do questionário foram preenchidos para agilizar sua aplicação, como: Nome do cliente, Endereço, Bairro, Telefone 1 e Telefone 2.

Os outros dados foram obtidos diretamente com o cliente, através da aplicação do questionário.

Em virtude de algumas dificuldades encontradas, como: cliente não localizado na residência, mudança de endereço, recusa em responder o questionário, entre outros, a aplicação do formulário foi submetida a 69 famílias, do total de 110. Ainda assim, essa amostra se torna relevante, pois o perfil das famílias da amostra reflete o perfil da população, conforme exemplo das tabelas 1, 2 e 3.

A atividade principal, ou seja, a área que o cliente atua, estão classificadas em três: comércio, produção ou serviço. A tabela 1 mostra que mais de 50% dos clientes foram entrevistados em relação a cada tipo de atividade.

Tabela 1 - Atividade Principal do cliente

Atividade Principal do cliente	F População	F Amostra	(%) Amostra
Comércio	89	52	58,4
Produção	15	12	80,0
Serviço	6	5	83,3
Resultado Geral	110	69	

A situação jurídica da empresa classifica se a empresa do cliente é formal ou informal. A tabela 2 mostra que mais de 60% da população foi entrevistada em se tratando da situação jurídica de cada empresa.

Tabela 2 - Situação Jurídica da empresa

Situação Jurídica da empresa	F População	F Amostra	(%) Amostra
Formal	13	10	76,9
Informal	97	59	60,8
Resultado Geral	110	69	

A tabela 3 apresenta o tipo de ponto que o cliente tem para gerir seu negócio. O tipo de ponto pode ser: ambulante, feirante, fixo ou residencial. Pode-se verificar na tabela 3 que 75% dos tipos de ponto tiveram seu percentual acima de 50%, exceto o feirante.

Tabela 3 - Tipo de Ponto

Tipo de Ponto	F População	F Amostra	(%) Amostra
Ambulante	27	18	66,7
Feirante	12	5	41,7
Fixo	36	27	75,0
Residência	35	19	54,3
Resultado Geral	110	69	

Para o tratamento dos dados foram utilizados os softwares SPSS for Windows para as análises estatísticas, utilizando-se da distribuição de Freqüências e o Microsoft Excel para montagem das tabelas e gráficos.

Através das análises estatísticas apresentadas, foi possível atingir os objetivos do estudo, que serão apresentadas no sexto capítulo.

5. ICC ITABUNA SOLIDÁRIA

5.1 CONSTITUIÇÃO E ESTRUTURA

Como dispõe Costa e Sampaio (2002), com a intenção de criar um organismo que possibilitasse o controle direto por parte da sociedade local, evitando ingerências políticas e outras situações que comprometesse a existência da instituição no médio e longo prazo surgiu o “Banco do Povo”. Fruto da proposta do programa de governo, na área de geração de emprego e renda apresentada, na eleição municipal de 2000, pelo então candidato Geraldo Simões (PT), esse projeto de implantação foi conduzido pela PMI - Prefeitura Municipal de Itabuna a partir de janeiro de 2001.

Depois de reuniões, plenárias, seminário, foi criada no mês de julho de 2001 a ICC – Instituição Comunitária de Crédito Itabuna Solidária, uma associação civil, pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, na forma de ONG, tendo como nome fantasia “Banco do Povo”.

Após consultas a outras experiências existentes no Brasil, em especial às de Santo André (SP) e Vitória da Conquista (BA), optou-se por constituir uma Organização Não-Governamental, com a participação do Poder Público Municipal, Executivo e Legislativo, e de demais organismos da sociedade civil organizada.

Santos (2003) descreve que em 29/07/2003 a instituição foi qualificada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), pela Secretaria Nacional de Justiça, do Ministério da Justiça, conforme Lei nº 9.790/99.

Na composição do quadro de sócios da ICC Itabuna Solidária são permitidos associar-se pessoas físicas e jurídicas. As pessoas jurídicas são representadas por procurador devidamente credenciado. Para ingresso de pessoas físicas nessa instituição são consideradas a experiência e o notório saber técnico nos assuntos próprios da instituição.

São sócias pessoas jurídicas: SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Itabuna; CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas de Itabuna; Igreja Batista Teosópolis de Itabuna; FASE - Federação de órgãos para Assistência Social e Educacional – Bahia; APEMI - Associação dos Pequenos e Microempresários de Itabuna; Câmara de Vereadores de Itabuna; Sindicato dos Bancários de Itabuna; Sindicato dos Contabilistas e Técnicos em Contabilidade do Sul de Extremo Sul da Bahia (SINDCONTASUL); Paróquia Santa Rita de Cássia – Diocese de Itabuna; SINTSEF - Sindicato dos Trabalhadores do Serviço Público Federal; ACI - Associação Comercial de Itabuna; Prefeitura Municipal de Itabuna. Os sócios pessoas físicas: Juscelino Victor Cruz; Nérope Martinelli Bugarelli; Jesuíno de Souza Oliveira (SANTOS, 2003).

Estabelece ainda esse mesmo autor que a estrutura organizacional da Instituição é composta de Assembléia Geral, Conselho de Administração, Conselho Fiscal e Diretoria Executiva, sendo esta última a única remunerada. A diretoria executiva é formada por um Diretor Executivo e um Coordenador Administrativo Financeiro. Compõem ainda o corpo funcional três Agentes Educativos de Crédito e dois estagiários.

Para composição do fundo rotativo de crédito, foi disponibilizado logo após a sua fundação ICC Itabuna Solidária, pela PMI, com prévia autorização do Poder Legislativo, a importância de R\$ 150.000,00. Ainda foram aportados por essa

Prefeitura treze parcelas mensais de R\$ 8.500,00, destinados às despesas de custeio da Instituição.

5.2 Missão, Objetivos e Princípios

A ICC Itabuna Solidária foi criada com formato institucional inspirado em outras instituições do gênero, a exemplo da ICC Conquista Solidária e da ICC Porto Alegre Solidária. Os objetivos se assemelham ao daquelas instituições, com diferença na apresentação explícita da missão e princípios no Estatuto Social da ICC Itabuna Solidária.

Como disposto pela ICCIS (2003, p. 2), a instituição tem como missão “*a melhoria da qualidade de vida dos pequenos empreendedores, através do acesso ao microcrédito orientado, como estratégia de desenvolvimento econômico e combate à pobreza*”. Analisando essa missão, observa-se o princípio social que fundamenta essa instituição, cuja tônica é combater a pobreza, através de uma assistência a uma classe mais necessitada.

Tem como objetivo “*disponibilizar o microcrédito orientado, como forma de facilitar o crescimento e consolidação de empreendimentos econômicos de pequeno porte, formais ou informais, associados ou não e geridos por pessoas de baixa renda*” (ICCIS, *op. Cit.*, p.2). A ICC Itabuna Solidária viabiliza, portanto, não só a criação mais a manutenção e o progresso de pequenos negócios, bem como a sobrevivência e o conseqüente crescimento de uma parte da população que compõe o quadro de pobreza do Estado e do país.

Na definição de missão e dos objetivos da ICC Itabuna Solidária, percebe-se também algumas características comuns às instituições de microcrédito existentes no Brasil, dentre elas, o crédito produtivo e a possibilidade de acompanhamento após a liberação do recurso, além da definição do público alvo, das políticas de concessão de crédito, focados nos pequenos empreendimentos populares geridos por pessoas de baixa renda.

Além do objetivo principal apresentado acima, a Instituição ainda tem como objetivos, segundo o ICCIS (2003, p. 2):

- a) Promover o desenvolvimento econômico e social e combate à pobreza;
- b) Promover parcerias com outras instituições visando a assessoria e capacitação técnico-gerencial junto aos micros e pequenos empreendedores usuários da política de crédito da Instituição;
- c) Prestar, de forma eventual, consultoria e assessoramento aos municípios e instituições afins.

Nos relatórios da Instituição, fica evidente que a ICC Itabuna Solidária se dispõe exclusivamente à concessão de microcrédito e acompanhamento que possibilite uma boa aplicação do crédito, não sendo tarefa sua, a capacitação técnico-gerencial das pessoas atendidas, cabendo-lhe somente a articulação junto a organismos que atuem com capacitação, possibilitando assim, estes outros serviços de forma indireta.

Outro aspecto importante é o microcrédito como instrumento contributivo do desenvolvimento econômico local. Mesmo não estando de forma clara no Estatuto, outros documentos indicam tal compreensão.

Os princípios que norteiam a ação da ICC Itabuna Solidária, conforme aponta o ICCIS (*op. Cit.*, p. 3) são:

- a) Da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, economicidade e da eficiência e não fará qualquer discriminação de raça, cor, gênero ou religião;
- b) Da ação não-assistencialista e não-paternalista, comprometida com o processo de desenvolvimento econômico-social, de cidadania, de estímulo à integração e à auto-organização das micro e pequenas unidades econômicas;
- c) Da Sustentabilidade, garantindo a continuidade e ampliação dos serviços oferecidos, implicando em cobrança de taxa operacional que considere a inflação, o custo administrativo e a provisão para devedores;
- d) Da Administração Participativa, potencializando responsabilidades individuais, desenvolvimento do espírito de equipe, de solidariedade e compromisso social;
- e) Do Caráter Comunitária, ou seja, que atue no interior das comunidades respeitando seus valores;
- f) Do Atendimento de Qualidade, considerando às necessidades e vivências do público alvo, numa postura de respeito, valorizando a pessoa e a atividade econômica que desenvolve, prestando serviços ágeis e com o mínimo de burocracia;
- g) Da Gestão profissional, com recursos humanos próprios, selecionados profissionalmente, idôneos, altamente qualificados, motivados e identificados com as políticas e filosofia da Instituição;
- h) Da Governabilidade, com autonomia institucional, sem ingerência político-partidária.

Novamente evidenciam-se valores comuns à maioria das instituições de microcrédito, como a sustentabilidade, transparência, autonomia institucional, além de ter como perspectiva atuar com práticas modernas de gestão empresarial.

5.3 Área de atuação

A ICC Itabuna Solidária está instalada no Município de Itabuna, Estado da Bahia e atua no mesmo Município. Itabuna está localizada na mesorregião Sul Baiano, microrregião Ilhéus-Itabuna. Informa o PNUD que é o quinto maior do Estado da Bahia, perfazendo uma população de 196.675 habitantes. 97,21% dos habitantes do município vivem na área urbana. Sua população ativa corresponde a 65,48% do total de habitantes (<<http://www.sei.ba.gov.br>>).

Como a legislação vigente impede que se utilizem recursos de um município em outro, o termo de convênio entre a Prefeitura Municipal e a ICC Itabuna Solidária limita a utilização dos recursos ao próprio município.

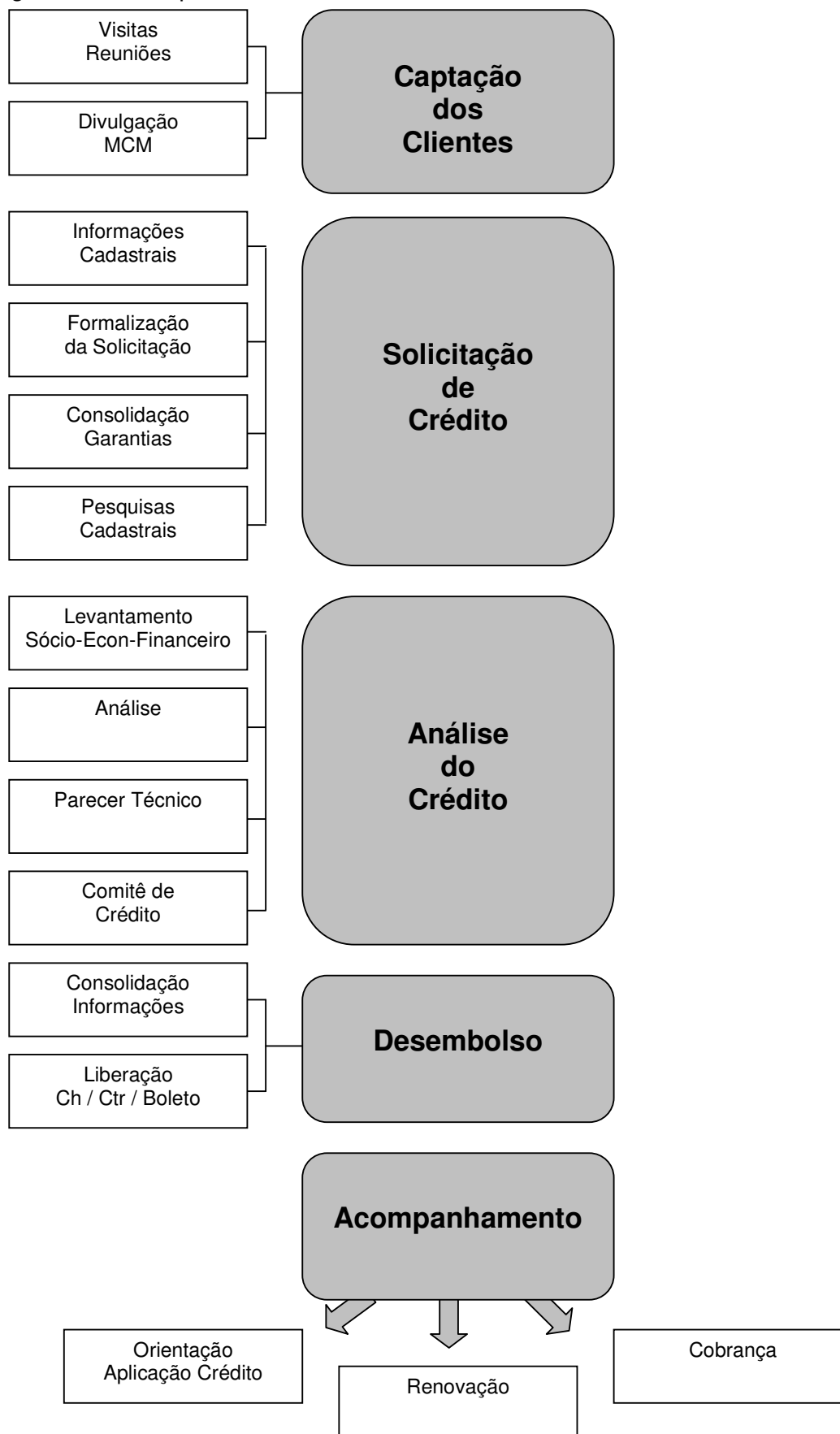
Considerando a importância da área urbana e as dificuldades em desenvolver produtos adequados à realidade rural no segmento do microcrédito, a instituição atua somente na área urbana do município.

O Estatuto Social da ICC Itabuna Solidária registra também a atuação da instituição limitada ao município de Itabuna. Caso a instituição consiga captar recursos em outras fontes, poderá a mesma atuar em outros municípios, desde que não haja nenhum impeditivo por parte do repassador dos recursos e que ocorra concomitantemente alteração no estatuto social, na parte que trata do assunto.

5.4 Metodologia Creditícia

Segundo Santos (2003), a metodologia utilizada pela ICC – Itabuna Solidária, segue os passos abaixo: A seguir serão detalhados os passos da metodologia microcreditícia demonstrados na figura 1.

Figura 1: Fluxo Operacional da ICC – Itabuna Solidária



1. Captação dos clientes

A ICC Itabuna Solidária utiliza como recurso principal de divulgação, o agente de crédito. O agente pode ainda desenvolver suas ações de três formas: grupal, personalizada e em rede. Na divulgação grupal, utiliza-se de estruturas organizacionais das próprias comunidades (igrejas, associações, etc) para apresentar e tirar dúvidas acerca dos produtos da instituição. A personalizada ocorre quando o agente de crédito visita o microempreendimento oferecendo os serviços prestados pela instituição. A divulgação em rede se utiliza da boa aceitação do crédito por parte dos clientes ativos, que resulta na promoção “boca a boca” para vizinhos e amigos. A divulgação em rede não é uma ação induzida pela equipe técnica na instituição, ocorre de forma natural, espontânea, feita pelos clientes.

Um outro aspecto que pesa contra as divulgações feitas através dos MCM's (Meio de comunicação de massa) é que normalmente não atingem os microempreendedores que atuam na “economia oculta” (fabriquetas de fundo de quintal que produzem artigos de higiene pessoal, limpeza doméstica, cosméticos etc), nem aqueles que tem atividades fora do domicilio e que normalmente chegam a trabalhar mais de 10 horas por dia, em muitos casos ambulantes (SANTOS, 2003).

2. A solicitação de Crédito

Quando o microempreendedor (cliente) demonstra interesse pelo crédito, ele precisará formalizar a solicitação de crédito dirigindo-se a sede da instituição. Para solicitar crédito junto a ICC Itabuna Solidária o cliente tem que cumprir alguns pré-requisitos. São eles:

- brasileiros ou estrangeiros com residência permanente no município de Itabuna;
- maiores de 18 anos de idade ou menores emancipados legalmente ou avalizados pelos pais;
- residente no município de Itabuna a pelo menos dois anos;
- proprietários de uma micro ou pequena unidade econômica, localizada no Município de Itabuna cujo empreendimento:
 - exista a mais de 6 (seis) meses;
 - apresente viabilidade econômico-financeira;
 - tenha capacidade de gerar emprego/ocupação e renda;
 - desenvolva atividade não prejudicial ao meio-ambiente e nem se caracterize como delituosa;
 - tenha dificuldade de acesso às formas convenientes de crédito, face à falta de garantias reais, ou pela inadaptação das condições dos mesmos;
- empreendedores que apresentam todas as informações requeridas e cuja veracidade das mesmas seja certificada pelo agente educativo de crédito (SANTOS, 2003, p. 25).

Alem dos pré-requisitos acima, para reduzir o risco, o interessado só poderá solicitar crédito se possuir um negócio há pelo menos 6 meses e residir no município há no mínimo dois anos. Uma das características que compõem a metodologia de microcrédito em diversas instituições é o ato de só conceder crédito a empreendimentos já existentes, com prazos que variam entre 6 e 12 meses de existência pelo menos. O critério é utilizado partindo do pressuposto que, o principal ativo do pequeno negócio é o capital humano. A experiência acumulada ao longo dos anos conduzindo o empreendimento são decisivos na manutenção da atividade.

Atendidos os pré-requisitos, o cliente apresenta cópias dos documentos básicos, carteira de identidade (CI), Cadastro de Pessoa Física (CPF), comprovante de residência e preenche o formulário Cadastro básico do empreendedor / empreendimento, onde serão prestadas informações para montar o cadastro básico. Cabe ao atendente, no momento do preenchimento da ficha, questionar todas as informações levantadas, buscando adequá-las, ao máximo, ao processo de crédito (SANTOS, 2003, p. 26).

Feito o cadastro básico, o cliente formaliza a proposta de crédito através do formulário Proposta de Crédito. Neste momento o cliente define o valor solicitado, a garantia, o prazo que pretende retomar o empréstimo e com que periodicidade, além de prestar explicações e justificativas quanto à aplicação do crédito (SANTOS, 2003, p. 27).

Em relação aos valores concedidos, a ICC Itabuna Solidária utiliza dois critérios para limitar o mínimo e máximo a ser liberado. O primeiro critério diz respeito ao tipo de crédito (capital de giro, investimento fixo ou misto). Se o crédito solicitado for para capital de giro, o cliente poderá solicitar o valor entre R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) e R\$ 3.000,00 (três mil reais), já para investimento fixo, o

valor varia de R\$ 300,00 (trezentos reais) a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais). O segundo critério limita o crédito máximo a 1% do patrimônio líquido da instituição, para créditos que tenham como garantia avalista individual e 2% para créditos com aval solidário. O primeiro critério tem como objetivo reduzir o risco ao pulverizar mais os créditos e fazer com que, de fato, alcance os microempreendimentos, conforme estabelece o Estatuto Social. O segundo objetiva somente diluir os riscos sobre o fundo rotativo e a carteira de empréstimos.

Como outras instituições do gênero, a ICC Itabuna Solidária utiliza-se do aval solidário, aval individual e garantias reais como formas de garantias a serem apresentadas pelo cliente. Das três formas requeridas, a mais apresentada pelos clientes é o aval solidário, conhecido também como “grupo solidário”. Tal fenômeno é explicado quando observado o local de residência da maioria dos demandadores por microcrédito. Normalmente são bairros pobres, de infra-estrutura urbana precária, compostos por famílias de pessoas desempregadas, que atuam na informalidade, desenvolvendo atividades que geram renda em quantias nem sempre regulares. Apresentar outras formas de garantias torna-se muito difícil para a maioria dos microempreendedores (SANTOS, 2003, p. 28).

3. Análise do Crédito

Segundo Santos (2003), “mesmo sendo indispensável a apresentação de garantia, é a análise das condições financeiras do empreendimento, a importância

do crédito para o empreendedor e sua disposição em devolver o empréstimo recebido darão a segurança à transação”. Para Dantas 2002 p.3 apud SANTOS, 2003:

[...] é necessário afirmar que a garantia fundamental do crédito reside no caráter das pessoas com as quais se está trabalhando, no fato de serem empreendedoras, isto é, terem uma atividade econômica de escala diminuta porém viável economicamente, e da avaliação que fazem do inestimável valor em ter acesso a uma linha de crédito permanente que responde às necessidades de crescimento de sua atividade econômica. Agregue-se a esses fatores o acompanhamento realizado pelo técnico a cada cliente.

Na maioria das vezes, o empreendimento a ser analisado é informal, restando somente a análise do caráter do cliente para a concessão do microcrédito. Normalmente os empreendimentos são carentes de informações gerenciais e operacionais, que estejam disponibilizadas de forma objetiva, sistematizada e cronológica (SANTOS, 2003).

Assim, a análise é feita por meio de informações subjetivas, colhidas através dos vários formulários utilizados durante o processo metodológico, da entrevista feita inicialmente pelo atendente e posteriormente pelo agente de crédito e pela observação do comportamento, atitudes e outros aspectos feitos por todos da instituição envolvidos na análise.

A metodologia de análise, utilizada pela ICC Itabuna Solidária, não difere muito das práticas utilizadas pelo segmento financeiro tradicional, no entanto, algumas adequações foram feitas objetivando possibilitar a coleta das informações necessárias para subsidiar o parecer do agente e a decisão do comitê de crédito,

levando em consideração todas as características dos microempreendimento já detalhadas anteriormente.

A metodologia de análise consiste na coleta de informações sócio-econômicas do microempreendedor e econômico-financeiro do microempreendimento. Através destes formulários são registradas a entrevista e as observações, que serão concatenadas no parecer técnico e apresentadas ao comitê de crédito pelo agente educativo de crédito para decisão final.

Na entrevista o agente tem a oportunidade de colher as informações necessárias à montagem do parecer de forma mais rápida. A eficácia da entrevista depende da capacidade de quem a faz, demonstrada através da sensibilidade, do olhar atento, do saber encadear assuntos, de compreender o contexto em que está inserido o negócio e os costumes locais. Toda a análise é feita objetivando minimizar os riscos inerentes a operação creditícia. Vários são os riscos a serem avaliados.

São analisados os riscos de ordem pessoal como: pouca atração pelo empreendimento que atua; baixa capacidade de realizar tarefas necessárias à existência e crescimento do empreendimento; dentre outros. Existem ainda os riscos relacionados ao produto ou serviço ofertado como: riscos de aceitação do produto ou serviço pelo usuário; alguns empreendedores querem ampliar a oferta de um determinado produto sem observar se a estrutura do negócio comporta o volume pretendido. Ocorrem também os riscos relacionados aos fornecedores.

Desta forma, o processo de análise da ICC Itabuna Solidária investiga três componentes: a pessoa do empreendedor e sua família, o empreendimento e o projeto de investimento. Ao analisar caráter, o agente de crédito considera as posturas e comportamentos evidenciados na vida pessoal, o conceito que o cliente detém na comunidade em que está inserido o empreendimento ou a residência do

mesmo, a história de vida, as experiências profissionais anteriores, fidelidade e transparência nos dados apresentados e os conceitos obtidos na pesquisa cadastral feitos quando apresentado a proposta de crédito.

É considerada também a experiência com operações de crédito em outras instituições. Se o cidadão já é cliente da instituição, solicitando renovação de crédito, considera-se também a pontualidade dos pagamentos, e no caso de atrasos, a identificação e justificativas dos motivos.

No caso de aprovação do crédito, o comitê coloca em prática algumas das políticas definidas no Regulamento de Crédito, e que também compõem a metodologia microcreditícia.

A primeira é quando aos valores são aprovados. Quando o cliente é aprovado em sua primeira solicitação de crédito o comitê tende a rebaixar o valor solicitado, diminuir o prazo e periodicidades do pagamento, com o intuito de diminuir os riscos, já que o cliente não tem histórico junto à instituição. Nestes casos são observados:

- Se o valor sugerido está dentro da realidade observada através do cruzamento de informações do empreendedor e do empreendimento;
- Se o rebaixamento não prejudicará a compra a que se destina o crédito;
- Se o prazo aprovado condiz com o fluxo de caixa do empreendimento;

Mesmo não tendo autonomia de aprovação do crédito, cabe ao agente de crédito negociar, sem definir, o prazo, a periodicidade e o valor do crédito, previamente com o cliente. Quando isso ocorre, evita-se desgastes com o cliente.

A segunda é quando é uma renovação de crédito. Utiliza-se para análise, além dos aspectos já apresentados, o histórico de pagamento e a boa aplicação do crédito por parte do cliente, para elevar o crédito em relação ao crédito anterior. Dá-

se assim, a política de progressividade, premiando os bons pagadores, as pessoas honestas.

4. Desembolso (Santos, 2003)

Aprovado o crédito na ICC Itabuna Solidária, o recurso é liberado em cheque nominal ao cliente, quando destina-se a capital de giro e misto, e ao fornecedor, quando destinado a compra de máquinas e equipamentos.

O crédito só é liberado caso todos os envolvidos compareçam no ato do desembolso. Nos créditos tendo como garantia o aval solidário, é necessária a presença de todos os componentes do grupo. No caso de aval individual, a obrigatoriedade recai sobre o cliente e o avalista.

A exigência é feita, porque novamente são prestadas algumas informações acerca dos critérios e políticas da instituição e reforçados os acordos e compromissos assumidos durante todo o processo, principalmente no que tange a relação cliente/avalista/grupo solidário.

Além de receber o cheque, o cliente e os avalistas assinam um contrato de abertura de crédito e uma nota promissória, recebendo em seguida cópias da mesma e boleto bancário.

Observa-se que no caso da ICC é liberado um cheque para cada cliente. No método difundido pelo BNDES/CREAR, a liberação é feita com cheque nominal ao líder do grupo. O líder é definido quando o grupo é consolidado.

Recebido o cheque, o líder desconta o mesmo e reparte para os demais componentes do grupo.

É feito também um só boleto bancário. Assim, caberá ao líder recolher o dinheiro dos demais componentes do grupo e efetuar o pagamento. Caso ocorra atraso de um dos componentes do grupo, a parcela fica em aberto, não sendo possível pagamento parcial.

Espera-se com esta prática um controle maior de cada componente do grupo com os demais, no que se refere ao pagamento das parcelas com pontualidade

5. Acompanhamento

Um dos aspectos mais importante da metodologia microcreditícia é a proximidade entre o agente e o cliente. Essa relação é iniciada no ato da visita e poderá ser duradoura, caso o microempreendedor venha ser confirmado como cliente através da aprovação e liberação de crédito, gerando na maioria dos casos renovações subsequentes. Para Alves (2001, p. 57),

O acompanhamento do desenvolvimento dos negócios dos clientes in loco é o principal diferencial dos programas de microcrédito em relação a estratégia do sistema financeiro tradicional. Por essa via se constrói a imagem da Instituição e cria-se aproximação com os clientes suficiente para garantir o comprometimento com os pagamentos em dia. E de se esperar que num ambiente de orçamento bastante limitado o grau de importância que o empreendedor dá ao relacionamento com a Instituição,

para conseguir um crédito futuro, pode ser uma variável de decisão importante na definição de sua prioridade de pagamento.

O acompanhamento feito também pelos agentes de crédito aos microempreendedores tem como objetivo monitorar os clientes para a correta aplicação do crédito, verificando e auxiliando na evolução da sua atividade e praticando procedimentos preventivos de cobrança.

A observação da aplicação do crédito concedido é de suma importância, pois a boa aplicação reduz muito o risco de não retorno do capital à instituição e garante ao microempreendedor o incremento da receita ou outros aspectos que justificaram tomar o crédito.

Acompanhar o desenvolvimento da atividade do cliente, através de situações e levantamento de números anteriores, considerando informações objetivas (renda, escolaridade, receita do empreendimento) e subjetivas (motivação, auto-estima, etc). É uma prática que possibilita ao agente um acúmulo de experiência que refletirá na análise de outros empreendimentos que desenvolvem atividades semelhantes.

O acompanhamento é feito também através da cobrança preventiva e corretiva. No caso da ICC Itabuna Solidária, o Regulamento de Crédito define procedimentos para cobrança, “[...] pois é prioridade da instituição manter a sanidade da carteira [...]” (ICCIS, 2001a, p. 10).

Identificado o atraso de um dia, o agente entra em contato com o cliente por telefone objetivando averiguar o motivo do atraso e saber do mesmo quando será efetuado o pagamento. Caso persista o atraso, seguem-se várias ações como:

- avisar o avalista ou avalistas solidários após cinco dias;
- visitar o empreendimento antes de completar dez dias, formalizando com carta a cobrança;

- convocar reunião com as partes, nos atrasos acima de quinze dias;
- acima de vinte e cinco dias, providenciar visitas do agente de crédito em conjunto com um diretor da instituição ou outro agente;
- acima de trinta dias proceder à inscrição dos nomes das pessoas envolvidas no serviço de proteção ao crédito;
- acima de sessenta dias ou vencido o contrato, proceder à cobrança judicial.

Vale lembrar que para atrasos curtos e de pequena quantia envolvida, a pressão do avalista sobre o cliente tem um efeito positivo, resultando normalmente na solução dos problemas.

O não pagamento de um cliente pode influenciar outros a agirem da mesma forma, causando assim o “efeito dominó”, caso a instituição não atue com rigor.

Quando o agente de crédito, através do acompanhamento normal, identifica alguns problemas no empreendimento que não foram observados no processo de análise para o crédito, ou ainda quando o cliente passa por problemas familiares, enfermidades, casamentos não programados, etc, que podem levar ao não pagamento das parcelas a vencer, é importante o agente proceder à cobrança preventiva. É a partir dela que o agente evita que a inadimplência seja confirmada.

Na cobrança preventiva, cabe ao agente de crédito nas ações de acompanhamento do cliente “ lembrá-lo das datas de vencimento, reforçando o valor do compromisso de confiança pessoal e solidariedade. Ele deve compreender a continuidade do acesso permanente ao crédito como benefício e oportunidade de negócio.” (PARENTE, 2002, p. 60).

5.5 Desempenho da ICC – Itabuna Solidária

As informações do Desempenho da ICC – Itabuna Solidária foram obtidas do Relatório Gerencial do Banco do Povo.

Mesmo com poucos recursos, a ICC – Itabuna Solidária tem resultados a exibir. Até dezembro/2005 já haviam sido aprovados 2.181 contratos (Tabela 04), com um montante emprestado de R\$ 1,785 milhão (Tabela 05). Este valor, elevado em relação aos aportes, se explica pelo giro do processo de financiamento – à medida que os mutuários vão saldando os débitos do empréstimo, novos contratos são assinados, o que leva à multiplicação dos beneficiários. (SANTOS, 2006).

O crédito é concedido a pequenos empreendedores que atuam na indústria, comércio e serviços, localizados na zona urbana de Itabuna. Trabalha com linhas de crédito que variam de R\$ 150,00 a R\$ 3.000,00. Percebe-se que dentre os valores emprestados, 80% dos contratos assinados são com valores abaixo de R\$ 1.000,00 (Tabela 06). Os tipos de crédito oferecidos pela ICC - Itabuna Solidária são três: o capital de giro, com prazo de devolução do contrato em 6 meses; investimento fixo, com prazo de devolução do contrato em 12 meses; e misto – capital de giro e investimento, com prazo de devolução do contrato em 9 meses. 96% dos empréstimos são destinados a capital de giro, 2% a investimento fixo e 2% a crédito misto (Figura 03). O índice de remuneração pelo empréstimo é de 4,5% a. m.

5.5.1 Evolução e gestão da carteira de crédito (Santos, 2006)

A tabela 04 tem como objetivo demonstrar a quantidade de contratos assinados no período de 2002 a 2005. Entre 2002 e 2005 foram assinados 2181 contratos, envolvendo novos clientes e renovação de contrato. Verifica-se ainda que, o percentual de renovação dos contratos vem aumentando anualmente.

Tabela 04 – Créditos concedidos / 2002 - 2005

Ano	Novo	Renovação	Contratação	% Renovação
2002	311	147	458	32%
2003	239	265	504	53%
2004	220	402	622	65%
2005	175	422	597	71%
Total	945	1236	2181	57%

Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

Verifica-se que houve um crescimento de empréstimo de 4,4%, do ano de 2005 em relação ao ano de 2004, totalizando R\$ 574,950,00 em 2005, conforme tabela 05.

A variação da carteira ativa no ano de 2005 em relação a 2004 foi de 21,7%, o que possibilitou uma carteira média de R\$ 184.525,00 no ano de 2005 e no ano anterior de R\$ 151.646,00. Este aumento proporcionou a ampliação da receita operacional.

Tabela 05 – Créditos concedidos / Carteira Ativa

Mês/Ano	Empréstimo	% variação Empréstimo	Perdas Efetivas	Carteira Ativa	% variação Carteira Ativa
2002	285.153,00		4.353,00	68.652,00	
2003	374.496,00	31,3	11.483,00	109.169,00	59,0%
2004	550.797,00	47,1	5.743,00	151.646,00	38,9%
2005	574.950,00	4,4	8.564,00	184.525,00	21,7%
Total	1.785.396,00	27,6	30.143,00	513.992,00	39,87%

Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

Em relação à distribuição dos créditos concedidos por faixa de valor, pode-se visualizar na tabela 06 que 32% dos contratos assinados estão entre a faixa de R\$ 251,01 a 500,00.

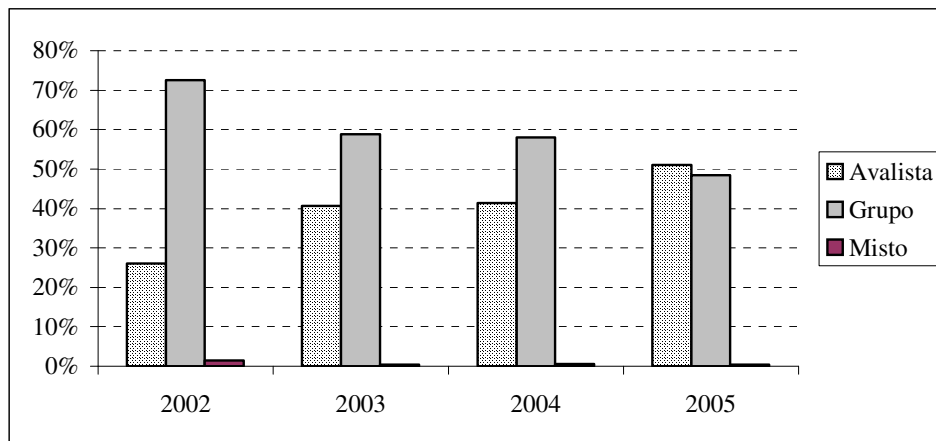
**Tabela 06 – Distribuição dos créditos concedidos por faixa de valor
(2002 - 2005)**

Valor	Contratos	%	% Acum	Empréstimo	%	% Acum
150,00 - 250,00	132	6%	6%	26.344,00	1%	1%
251,01 - 500,00	698	32%	38%	301.215,00	17%	18%
501,01 - 750,00	355	16%	54%	228.674,00	13%	31%
751,01 - 1.000,00	562	26%	80%	507.816,00	28%	60%
1.001,01 - 1.250,00	110	5%	85%	130.700,00	7%	67%
1.251,01 - 1.500,00	148	7%	92%	211.048,00	12%	79%
1.501,01 - 1.750,00	36	2%	94%	60.799,00	3%	82%
1.751,01 - 2.000,00	73	3%	97%	141.600,00	8%	90%
2.001,01 - 2.250,00	4	0%	97%	8.700,00	0%	91%
2.251,01 - 2.500,00	37	2%	99%	91.700,00	5%	96%
2.501,01 - 2.750,00	3	0%	99%	7.800,00	0%	96%
2.751,01 - 3.000,00	23	1%	100%	69.000,00	4%	100%
Total	2181	100%		1.785.396,00	100%	

Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

Quanto às garantias oferecidas nas concessões de crédito, a Figura 02 mostra redução gradual dos grupos solidários e crescimento do avalista individual como opção dos clientes (Santos, 2006).

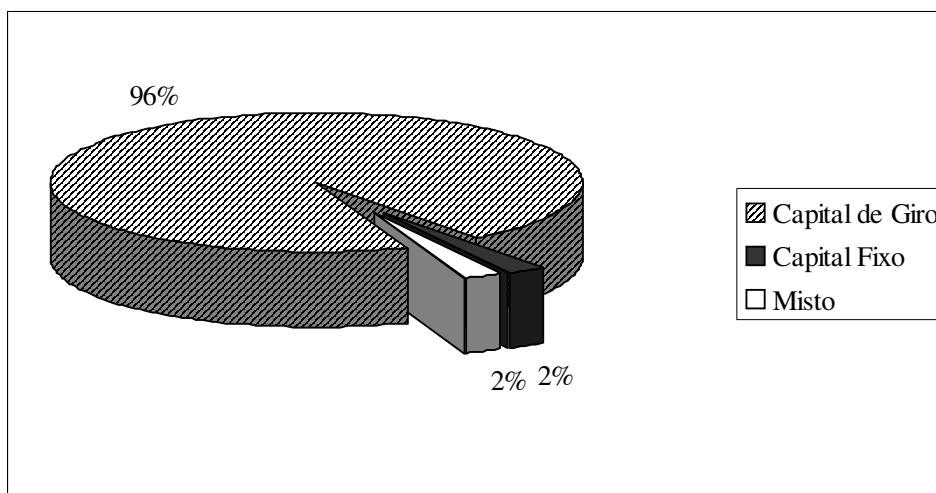
Figura 02 – Garantias oferecidas sob volume de empréstimos concedidos



Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

As aplicações da quase totalidade dos recursos emprestados destinaram-se a suprir a necessidade de capital de giro dos empreendimentos, conforme é apresentado na figura 03. Mesmo em anos anteriores, este percentual não foi inferior a 94% dos recursos emprestados (Santos, 2006).

Figura 03 – Finalidade da aplicação dos recursos sob volume de empréstimos concedidos

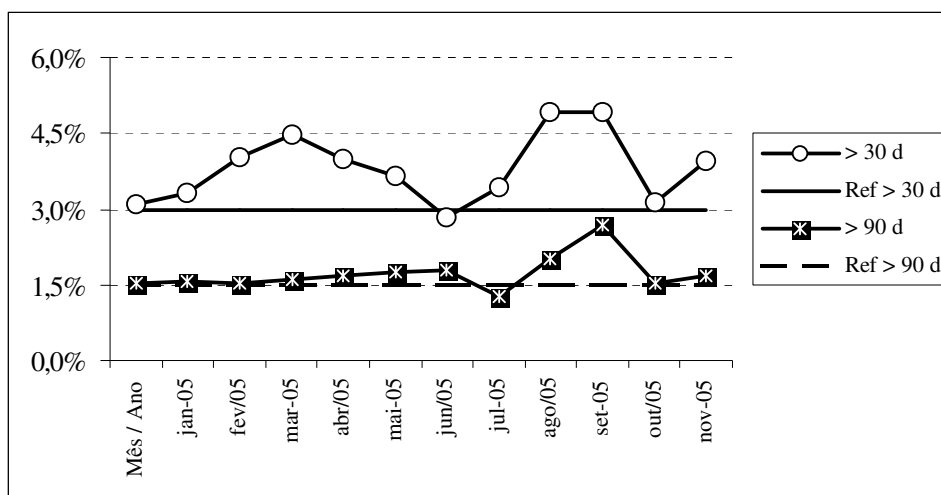


Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

A instituição tem atuado no sentido de garantir uma carteira de crédito saudável e, em função disso, foi adotada a prática de provisionar 0,5% da carteira ativa mensalmente em “Provisão de Créditos de Liquidação Duvidosa”. Todo o crédito que tem uma inadimplência superior a 180 dias é reconhecido como perda efetiva, sendo feito a contabilização e posterior redução do valor total da carteira ativa. Em geral, a perda efetiva sempre fica abaixo de 0,5%. (Santos, 2006).

A Figura 04 mostra que o percentual de inadimplência de empréstimos da carteira em 2005, alcançou entre 3,0% e 5,0%, quando as prestações estavam vencidas no intervalo entre 30 a 90 dias. Esse percentual variou entre 1,5% e 3,0%, quando as prestações estavam vencidas acima de 90 dias.

Figura 04 – Índice de Inadimplência



Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

Informações colhidas junto aos tomadores de microcrédito, deixam transparecer que o motivo da elevação da inadimplência do Banco do Povo se deve em parte ao aumento da inadimplência dos clientes dos microempreendedores. No comércio de roupas, por exemplo, foram vários os clientes que tinham muito dinheiro a receber, representados por cheque sem fundo, promissórias não pagas, etc. A

taxa de inadimplência começou a se reduzir nos últimos meses do ano, o que é comum, pois várias pessoas buscam retirar o nome do SPC devido as festas natalinas (Santos, 2006).

5.5.2 Situação Financeira e Patrimonial

De acordo com a tabela 07, comparando-se o ano de 2005 com o de 2003, as receitas operacionais aumentaram em 80%, mas a rubrica convênios/doações declinou em igual percentual no período considerado. Analisando-se a disponibilidade total de recursos que tiveram ingresso no Banco do Povo, houve decréscimo em torno de 22%, quando se compara o ano de 2005 com o de 2003.

No ano de 2005, do total de ingressos, as receitas operacionais representaram 84% e convênios/doações apenas 16%. A análise do custo total mostra que houve decréscimo de apenas 5%, quando se compara o ano de 2005 com o de 2003.

No ano de 2005, o custo de pessoal representou cerca de 65% do custo total. O Banco do Povo teve superávit expressivo no ano de 2003, no valor de R\$ 32.114,00, mas teve perda em 2004, no valor de R\$ 19.809,00, tendo pequeno lucro em 2005, de apenas R\$ 972,00 e esse resultado só foi positivo, em função de doações e receitas não operacionais.

Tabela 07 – Demonstração do Resultado do Exercício / 2003 – 2005 da ICC – Itabuna Solidária

DESCRIÇÃO	2003	%/V	2004	%/V	2005	%/V
I - RECEITAS OPERACIONAIS	56.967	36%	79.648	67%	102.727	84%
ÍNDICE	100		140		180	
II - CONVÊNIOS/DOAÇÕES	100.000	64%	40.000	33%	20.000	16%
ÍNDICE	100		-60		-80	
SUB-TOTAL A = (I + II)	156.967	100%	119.648	100%	122.727	100%
ÍNDICE	100		76		78	
III - CUSTO DE PESSOAL	-85.401	64%	-95.754	64%	-82.188	65%
IV - OUTRAS DESPESAS OPERACIONAIS	-48.427	36%	-54.110	36%	-44.462	35%
SUB-TOTAL B = (III + IV)	-133.828	100%	-149.864	100%	-126.650	100%
ÍNDICE	100		112		95	
V - RESULTADO OPERACIONAL (A – B)	23.140		-30.216		-3.924	
VI - RECEITAS NÃO OPERACIONAIS	11.193		10.847		5.933	
VII - DESPESAS NÃO OPERACIONAIS	-2.219		-80		-1.037	
VIII - RESULTADO NÃO OPERACIONAL (VI - VII)	8.974		10.767		4.896	
IX - DEFICIT/SUPERAVIT DO EXERCÍCIO (V + VIII)	32.114		-19.809		972	

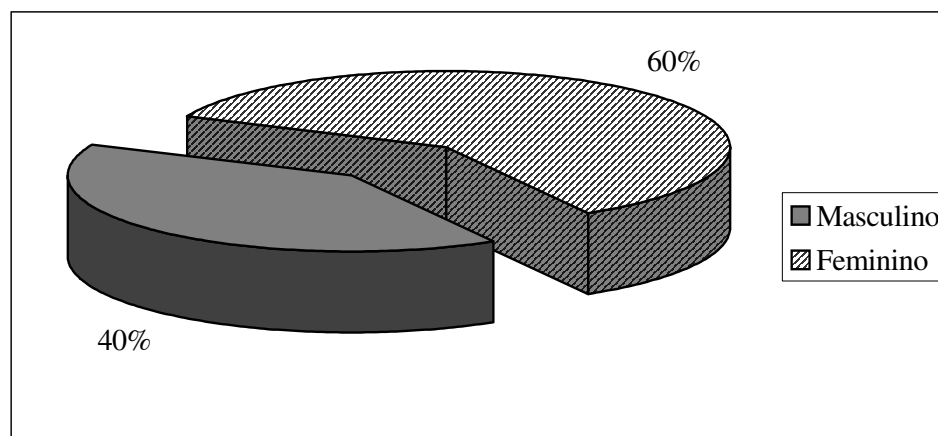
Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

5.5.3 Perfil dos clientes e seus empreendimentos

Desde o início de suas atividades, a carteira de crédito do banco do Povo tem, na sua maioria, mulheres. A média do valor dos contratos do público feminino é superior ao público masculino (Santos, 2006).

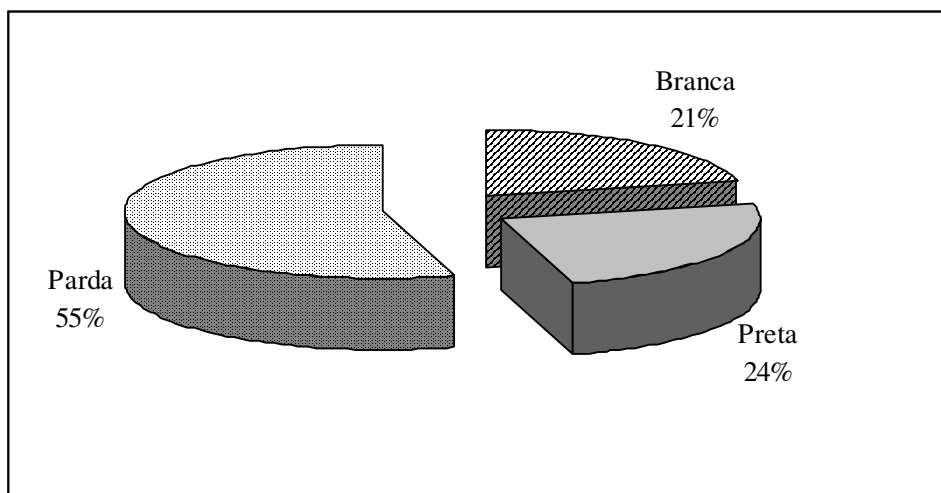
Outra característica do público atendido pelo banco é a maioria de pessoas de cor parda e preta, conforme demonstrado na Figura 06.

Figura 05 – Gênero



Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

Figura 06 – Cor



Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

Pode-se observar, na tabela 8, que os clientes têm baixo nível de escolaridade. Segundo Santos (2006), o baixo nível de escolaridade reflete inclusive nos tipos de empreendimentos escolhidos como fonte de renda. De acordo com a tabela 09, o maior percentual de empreendedores se situa na faixa de 41 a 50 anos.

Tabela 08 – Escolaridade

Escolaridade	Clientes	%	% Acum
Analfabeto	34	4%	4%
Alfabetizado	116	12%	16%
Primário	174	18%	34%
1º Grau	248	26%	60%
Médio incompleto	118	12%	72%
Médio	236	25%	97%
Superior Incompleto	15	2%	99%
Superior	12	1%	100%
Total	953	100%	

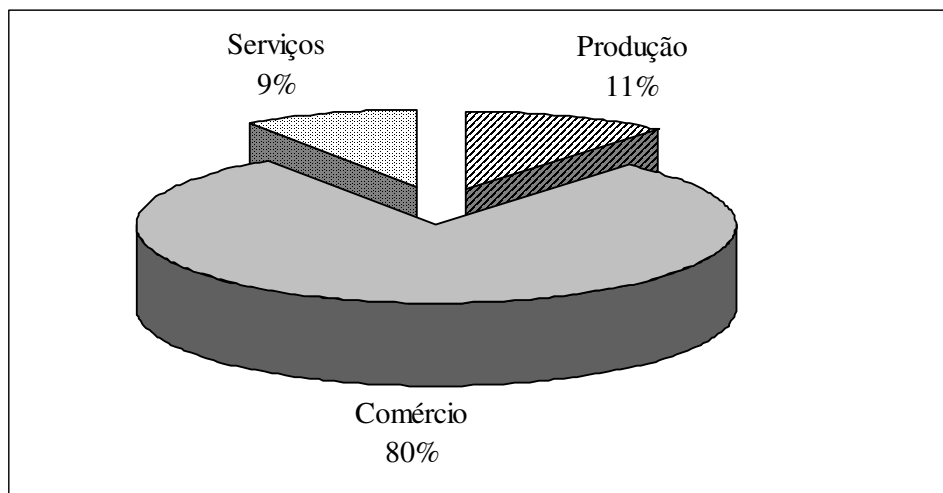
Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

Tabela 09 – Idade

Idade	Clientes	%	% Acum
20 - 30	141	14,80%	14,80%
31 - 40	234	24,55%	39,35%
41 - 50	306	32,11%	71,46%
51 - 60	177	18,57%	90,03%
61 - 70	74	7,76%	97,80%
Acima de 70	21	2,20%	100,00%
Total	953	100,00%	

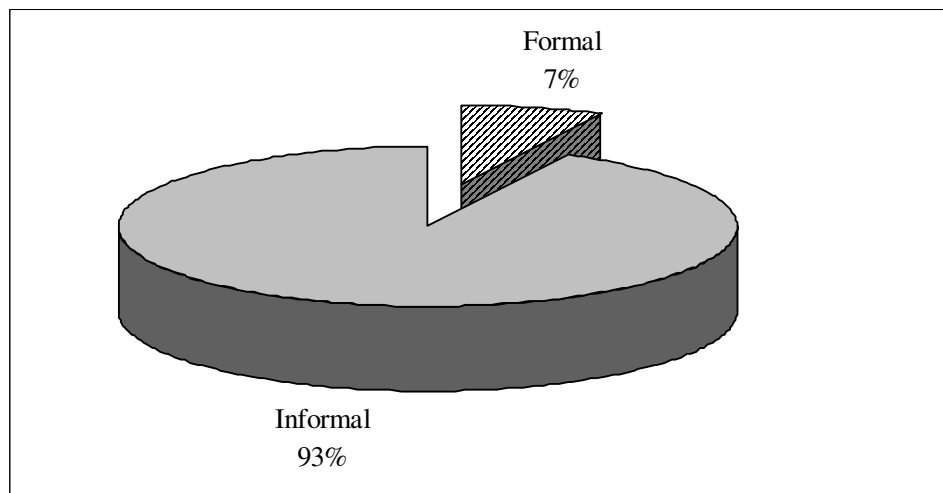
Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

Com relação à atividade econômica escolhida pelos microempreendedores, destaca-se o setor de comércio, com 80% e a situação jurídica da grande maioria das empresas é informal, de acordo com as Figuras 07 e 08, respectivamente.

Figura 07 – Atividade Econômica dos Empreendimentos

Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

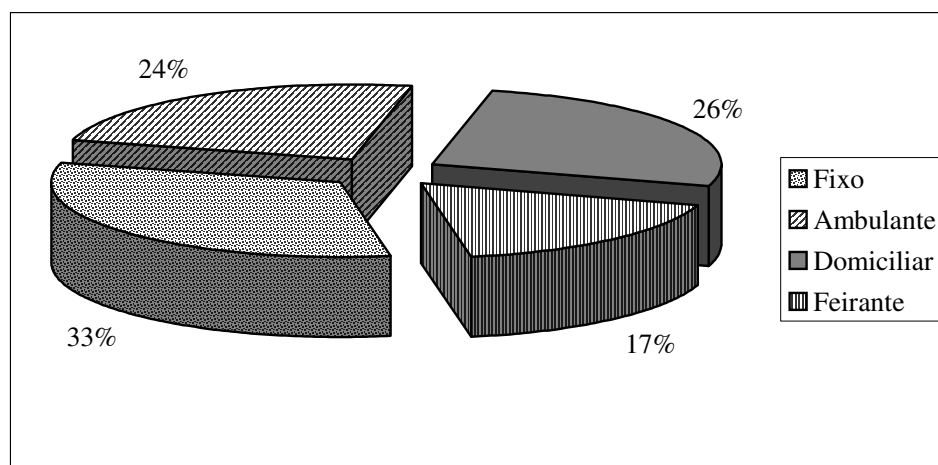
Figura 08 – Situação Jurídica



Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

O tipo do ponto do empreendimento que mais se destaca como alternativa de escolha do microempreendedor é o fixo, com 33% em relação aos demais.

Figura 09 – Ponto do Empreendimento



Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

Conforme tabela 10, destacam-se os seguintes tipos de empreendimentos: artigos de vestuário, cama, mesa e banho (22,14 %), bebidas (11,33%), seguidos por mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios industrializados com 7,14%, Hortifruti, raízes e tubérculos com 5,98 %, seguido de outros com percentual menor de participação.

Tabela 10 – Tipos de Empreendimentos

Descrição	Clientes	%	Contratos	%	Empréstimos	%
Acarajé	14	1,47%	31	1,42%	22.150	1,24%
Água mineral	2	0,21%	4	0,18%	4.000	0,22%
Arquitetura e engenharia e de assessoramento técnico especializado	1	0,10%	1	0,05%	500	0,03%
Artigos de "souvenirs", bijuterias e artesanatos	37	3,88%	78	3,57%	57.950	3,24%
Artigos de armarinho	8	0,84%	24	1,10%	27.800	1,55%
Artigos de cerâmica	1	0,10%	4	0,18%	4.700	0,26%
Artigos de escritório e de papelaria	2	0,21%	13	0,59%	24.100	1,35%
Artigos de perfumaria, cosméticos e de higiene pessoal	45	4,72%	91	4,16%	69.650	3,89%
Artigos de relojoaria e joalheria	12	1,26%	31	1,42%	39.400	2,20%
Artigos de serralheria	6	0,63%	7	0,32%	2.464	0,14%
Artigos de vestuário, cama, mesa e banho	211	22,14%	556	25,45%	582.370	32,62%
Artigos para animais, ração e animais vivos para criação doméstica	2	0,21%	3	0,14%	2.100	0,12%
Artigos religiosos	1	0,10%	2	0,09%	2.200	0,12%
Atividades de limpeza em prédios e domicílios	1	0,10%	1	0,05%	400	0,02%
Aves e outros pequenos animais e subprodutos	7	0,73%	18	0,82%	11.300	0,63%
Balas, bombons e semelhantes	44	4,62%	112	5,13%	70.950	3,97%
Bebidas	108	11,33%	256	11,72%	174.500	9,76%

Bicicletas e triciclos; suas peças e acessórios	1	0,10%	1	0,05%	800	0,04%
Brinquedos e artigos recreativos	7	0,73%	19	0,87%	10.044	0,56%
Calçados, artigos de couro e de viagem	16	1,68%	23	1,05%	20.600	1,15%
Carnes e produtos de carne	26	2,73%	49	2,24%	35.050	1,96%
Chaveiros	5	0,52%	8	0,37%	5.420	0,30%
Côco da Bahia	3	0,31%	5	0,23%	3.200	0,18%
Comida preparada	12	1,26%	27	1,24%	19.250	1,08%
Decoração de interiores	4	0,42%	5	0,23%	2.900	0,16%
Derivados do cacau e elaboração de chocolates e subprodutos	1	0,10%	3	0,14%	4.100	0,23%
Doces e sobremesas	15	1,57%	20	0,92%	9.950	0,56%
Educação pré-escolar, fundamental, média e supletiva	2	0,21%	6	0,27%	6.000	0,34%
Enfermagem	1	0,10%	1	0,05%	500	0,03%
Especiarias, molhos, temperos e condimentos	5	0,52%	11	0,50%	5.550	0,31%
Estofados de veículos	1	0,10%	3	0,14%	1.500	0,08%
Estofados domésticos	4	0,42%	7	0,32%	3.300	0,18%
Exploração de fliperamas e jogos eletrônicos	2	0,21%	3	0,14%	2.000	0,11%
Farinhas, amidos e féculas	11	1,15%	31	1,42%	24.850	1,39%
Fotocópias e encadernações	1	0,10%	7	0,32%	11.300	0,63%
Gás de Cozinha	2	0,21%	3	0,14%	2.700	0,15%
Hortifruti, raízes e tubérculos	57	5,98%	122	5,58%	86.750	4,85%
Instalação e reparos de redes elétricas e similares	1	0,10%	1	0,05%	470	0,03%
Instrumentos musicais, peças e acessórios	2	0,21%	2	0,09%	1.600	0,09%
Lanches e salgados	53	5,56%	96	4,39%	58.729	3,28%
Leite e produtos do leite	11	1,15%	44	2,01%	31.500	1,76%
Livros, jornais e outras publicações	3	0,31%	12	0,55%	13.150	0,74%

Manutenção de aparelhos telefônicos	1	0,10%	1	0,05%	300	0,02%
Manutenção e reparação de automóveis	3	0,31%	5	0,23%	4.200	0,23%
Massas alimentícias	2	0,21%	5	0,23%	3.700	0,21%
Material de construção, ferragens, ferramentas manuais e produtos metalúrgicos	5	0,52%	11	0,50%	6.100	0,34%
Mel, derivados e sub-produtos	1	0,10%	2	0,09%	800	0,04%
Mensagens telefônicas	2	0,21%	2	0,09%	1.300	0,07%
Mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios industrializado	68	7,14%	167	7,64%	130.010	7,27%
Móveis de madeira para consumidor final	6	0,63%	19	0,87%	23.600	1,32%
Nutrição	2	0,21%	4	0,18%	2.900	0,16%
Organização de eventos - exclusive culturais e desportivos	1	0,10%	1	0,05%	1.000	0,06%
Pães e biscoitos	9	0,94%	22	1,01%	12.150	0,68%
Peças e acessórios aparelhos e equip. eletro eletrônico	5	0,52%	9	0,41%	7.100	0,40%
Peças e acessórios novos para veículos automotores	2	0,21%	2	0,09%	1.400	0,08%
Pescados e frutos do mar	6	0,63%	17	0,78%	15.900	0,89%
Plantas e flores naturais e artificiais e frutos ornamentais	1	0,10%	1	0,05%	700	0,04%
Polpas de frutas	5	0,52%	8	0,37%	4.300	0,24%
Produção de filmes cinematográficos e fitas de vídeo	1	0,10%	1	0,05%	850	0,05%
Produtos agrícolas in natura	4	0,42%	5	0,23%	1.780	0,10%
Produtos de higiene, limpeza e conservação domiciliar	7	0,73%	19	0,87%	11.000	0,62%
Produtos para Embalagem	1	0,10%	3	0,14%	3.300	0,18%
Publicidade	2	0,21%	2	0,09%	2.949	0,16%
Reparação de calçados	2	0,21%	7	0,32%	4.100	0,23%

Reparação de outros objetos pessoais e domésticos	3	0,31%	5	0,23%	1.750	0,10%
Reparo de artigos de fibra	1	0,10%	1	0,05%	500	0,03%
Reparo de bicicletas e triciclos não-motorizados	5	0,52%	12	0,55%	9.500	0,53%
Reparo de pneus e câmaras de ar	1	0,10%	1	0,05%	350	0,02%
Reparo e manutenção de equip. e aparelhos eletro eletrônicos	1	0,10%	2	0,09%	2.300	0,13%
Resíduos de papel e papelão recicláveis	1	0,10%	2	0,09%	1.800	0,10%
Resíduos e sucatas metálicos	7	0,73%	13	0,59%	8.250	0,46%
Roupas profissionais	2	0,21%	4	0,18%	2.000	0,11%
Transporte de pessoas em automóvel	2	0,21%	2	0,09%	1.000	0,06%
Tratamentos de beleza	37	3,88%	71	3,25%	48.810	2,73%
Utensílios domésticos	6	0,63%	13	0,59%	9.050	0,51%
Vidros, espelhos, vitrais e molduras	3	0,31%	5	0,23%	2.900	0,16%
Total	953	100,00%	2185	100,00%	1.785.396	100,00%

Fonte: Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005

6. CONDIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS DAS FAMÍLIAS BENEFICIADAS COM MICROCRÉDITO

Neste capítulo será apresentado o resultado da entrevista realizada com o diretor do Banco do Povo de Itabuna, em 30 de agosto de 2005, e a análise e resultados da aplicação do instrumento de pesquisa realizada com os clientes do Banco do Povo de Itabuna na segunda quinzena de maio de 2006. No quadro 2 são apresentadas as respostas de acordo com a seqüência de perguntas realizadas ao gestor daquela Instituição:

Quadro 2 – Resposta às questões abertas

1. Qual a inadimplência média do Banco do Povo de Itabuna?
De acordo com o entrevistado a inadimplência média varia de 3,8% (maior que 30 dias) a 1,9% (maior que 90 dias), ou seja, a inadimplência tende a reduzir com a cobrança.
2. Taxa de juros executada pelo Banco do Povo: 4,5 % ao mês; Por que uma taxa de mercado?
A justificativa é que o mercado de crédito opera com taxas que variam entre 2,9% e 5% para pequenas empresas. Os clientes do Banco do Povo de Itabuna são informais, e na prática, para terem acesso ao crédito pessoal, eles teriam que contratar taxas médias que estão entre 5,5% e 15%. Taxas mais baixas somente para aposentados e/ou funcionários públicos. Além do mais, o Banco do Povo de Itabuna precisa se tornar auto-sustentável, o que seria inviável com taxas menores a que se pratica atualmente.

3. O Banco do Povo já é auto-sustentável?
<p>Até o ano passado não era auto-sustentável. O Banco do Povo recebeu em 2005, uma doação de R\$ 20.000,00 que contribuiu para fechar o balanço sem saldo negativo. Para o ano de 2006 se tem a meta de obter um resultado que resulte na sustentabilidade, embora até o momento ainda dependam de subsídios para finalizar o ano com superávit.</p>
4. Qual a média salarial da renda familiar ?
<p>Ele teve dificuldade de informar a média salarial, mas acredita que pelos últimos levantamentos que realizou com os clientes, seria uma renda per capita entre R\$ 150,00 e R\$ 300,00.</p>
5. Qual o seu publico alvo?
<p>O público alvo do Banco do Povo é: Pequenos empreendedores formais e informais.</p>
6. Como você percebe a melhoria da condição de vida das famílias beneficiadas ? Com quantas renovações de contrato você já percebe que existe uma melhoria ?
<p>O diretor executivo acredita que cada cidadão conduz diferente o seu negócio e a vida financeira da sua família. Inegavelmente o acesso ao crédito amplia as possibilidades de sucesso e de melhoria das condições de vida da família que depende de um determinado empreendimento. Algumas melhorias são tangíveis: a reforma da casa; a ampliação do empreendimento; a compra de equipamento doméstico, etc. Outros avanços são percebidos na auto-estima do cidadão, o que também é muito importante o dia a dia dele. Tudo isso só é possível ser percebido</p>

com acompanhamento, visita freqüente dos agentes e com muita conversa com cada empreendedor.

Quanto a quantidade de renovações, o diretor informou que também pode variar a depender da atividade e do empreendedor. Ele acredita que quatro empréstimos ou aproximadamente dois anos já se percebe uma melhoria de condição de vida.

A apresentação e análise dos dados do questionário aplicado aos clientes do banco do Povo de Itabuna contemplam a tabulação de 69 questionários, pesquisados junto aos clientes que foram beneficiados com o microcrédito. O objetivo deste questionário é analisar a evolução das condições sócio-econômicas das famílias beneficiadas com microcrédito e verificar se o programa de microcrédito teve influência positiva nas condições de vida destas famílias.

6.1 Análise da moradia

Para caracterizar a moradia do cliente, foram utilizadas as variáveis parede e piso da casa.

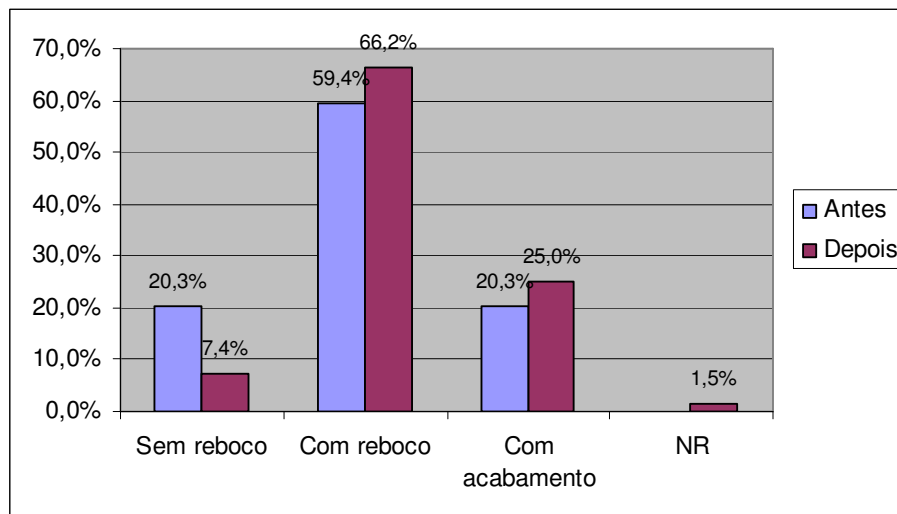
A tabela 11 mostra a comparação do tipo de parede que a casa do cliente apresentava antes e depois da concessão do microcrédito.

Tabela 11 - Parede da casa

Em relação a parede da casa	F Antes	F Depois
Sem reboco	14	5
Com reboco	41	45
Com acabamento	14	17
NR		2
Resultado Geral	69	69

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

Verifica-se que houve melhora do revestimento das paredes, pois ocorreu incremento percentual (gráfico 01) nas paredes com reboco e com acabamento, após a concessão do microcrédito.

Gráfico 01 - Parede da casa

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

A tabela 12 mostra a comparação do tipo de piso existente nas casas dos clientes, antes e depois da concessão do microcrédito.

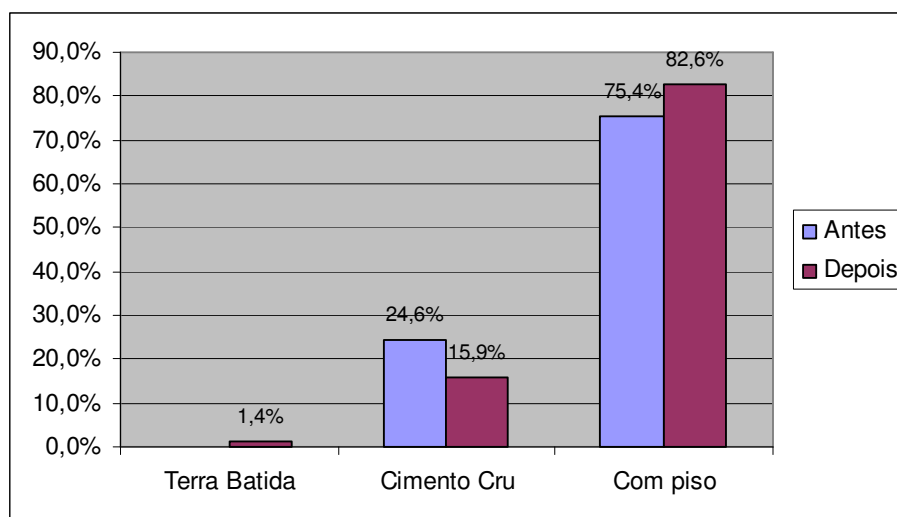
Tabela 12 - Piso da casa

Em relação ao piso da casa	F Antes	F Depois
Terra batida		1
Cimento cru	17	11
Com piso	52	57
Resultado Geral	69	69

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

O gráfico 2, confirma que houve redução nas casas de cimento cru e aumento naquelas que passaram a possuir piso.

Gráfico 02 - Piso da casa



Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

A tabela 13 mostra que através do acesso ao microcrédito, 8,7% dos clientes foram beneficiados com água encanada em suas residências.

Tabela 13 - O acesso ao microcrédito permitiu você ter água encanada na sua residência ?

O acesso ao microcrédito permitiu você ter água encanada na sua residência ?	F	(%)	(%) Acumulado
Sim	6	8,7	8,7
Não	1	1,4	10,1
Já tinha acesso	62	89,9	100
Resultado Geral	69	100	

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

A tabela 14 mostra que através do acesso ao microcrédito, 5,8% dos clientes passaram a ter energia elétrica em suas residências.

Tabela 14 - O acesso ao microcrédito permitiu você ter energia elétrica na sua residência ?

O acesso ao microcrédito permitiu você ter energia elétrica na sua residência ?	F	(%)	(%) Acumulado
Sim	4	5,8	5,8
Já tinha acesso	65	94,2	100
Resultado Geral	69	100	

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

6.2 Análise dos bens duráveis

A tabela 15 mostra a comparação da presença de bens duráveis na casa do cliente, antes e depois da concessão do microcrédito.

Tabela 15 – Presença de bens duráveis

Em relação a presença de bens duráveis	F Antes	F Depois
Telefone	44	45
Rádio	50	54
DVD	18	44
Máquina de lavar (tanquinho)	28	33
Fogão	67	68
Som	51	57
Microondas	6	12
TV a Cores	64	67
Parabólica	21	23
Geladeira	67	68
Freezer	18	24
Computador	4	8

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

Os bens duráveis estão apresentados por ordem de valor. Com base no gráfico 3, verifica-se que houve pequeno incremento percentual naqueles bens com menor preço, o que se justifica, uma vez que praticamente já são possuídos pela população de baixa renda.

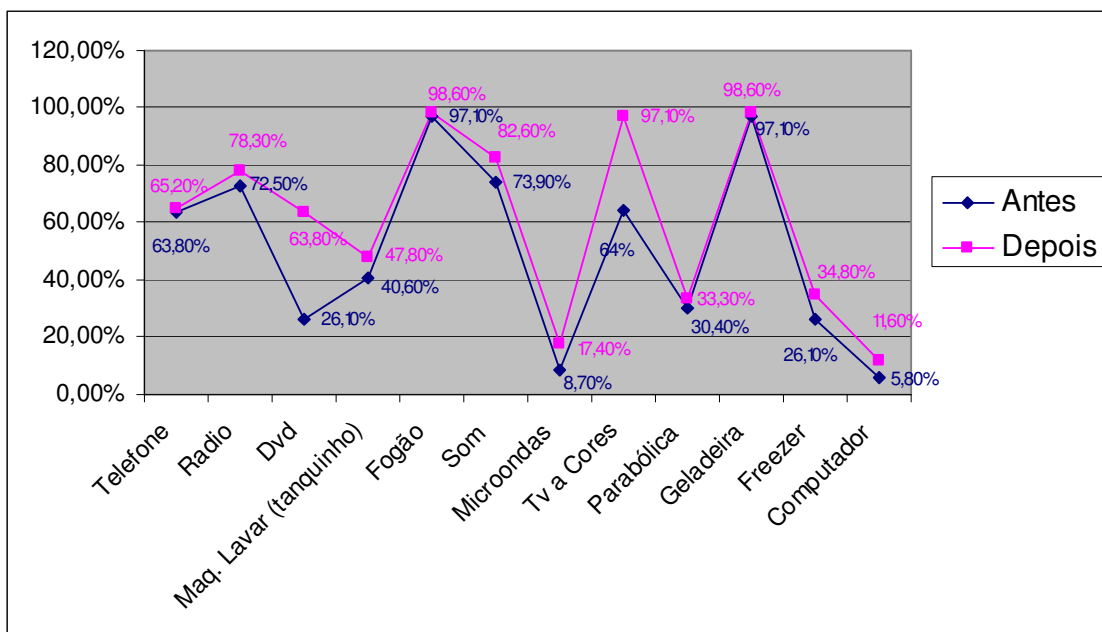
Com referencia ao DVD, cujo aumento percentual foi bastante expressivo, 37,70%, infere-se que este fato ocorreu em função da queda drástica de preço desse bem, além das facilidades de crédito que vem sendo ofertadas para a aquisição de todos os bens duráveis.

A TV a cores foi um dos bens mais caros, onde se detectou o maior percentual, tendo passado de 64% antes da concessão para 97% depois da concessão. Com certeza esse bem durável teve crescimento significativo em função da dilatação de prazos concedidos pelos revendedores.

Outro item importante a ser considerado é a presença do computador nos beneficiários do microcrédito, tendo ocorrido aumento em torno de 5.8%.

Geladeira e fogão foram bens encontrados em quase a totalidade das casas, independente da concessão do microcrédito ao cliente.

Gráfico 03 - Presença de bens duráveis



Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

6.3 Análise do tipo de transporte do cliente utilizado para o trabalho

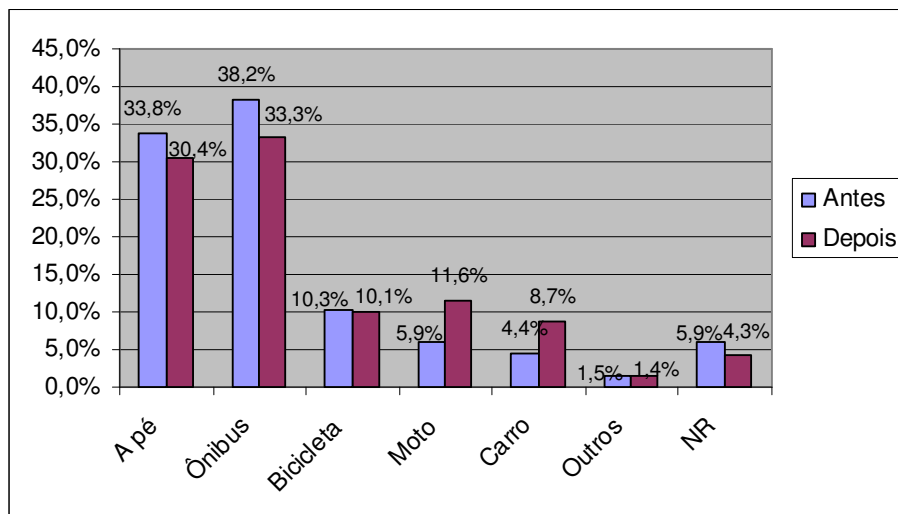
Na tabela 16 é feita uma comparação entre o tipo de transporte utilizado pelo cliente para o trabalho, antes e depois da concessão do microcrédito.

Tabela 16 - Transporte do cliente utilizado para o trabalho

Transporte utilizado para o trabalho (cliente)	F Antes	F Depois
A pé	23	21
Ônibus	26	23
Bicicleta	7	7
Moto	4	8
Carro	3	6
Outros	1	1
NR	5	3
Resultado Geral	69	69

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

Após a concessão do microcrédito, verifica-se que houve aumento de percentual nas variáveis moto e carro (gráfico 04). Os clientes melhoraram seu meio de locomoção não somente para o trabalho e também para sua família.

Gráfico 04 - Transporte do cliente utilizado para o trabalho

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

6.4 Análise da condição de vida dos clientes beneficiados em relação a: lazer, educação, vestuário e saúde

A tabela 17 apresenta a freqüência dos clientes em termos de diversão, após o microcrédito.

Entre as freqüências relacionadas abaixo, verifica-se que 40,6% dos clientes entrevistados passaram a ter um nível maior de diversão, ou seja, pode-se dizer que o microcrédito possibilitou a melhoria do lazer dessas famílias.

Tabela 17 - Após o microcrédito, sua vida em termos de diversão

Após o microcrédito, sua vida em termos de diversão	F	(%)	(%) Acumulado
Diminuiu	2	2,9	2,9
Igual	39	56,5	59,4
Aumentou	28	40,6	100
Resultado Geral	69	100	

De acordo com a tabela 18, a variável acesso a escola particular identifica que houve uma melhoria pouco significativa entre os clientes beneficiados. Apenas 7,4% das famílias entrevistadas passaram a ter acesso a escola particular.

Tabela 18 - Após o microcrédito, seus filhos passaram a estudar em escola

Após o microcrédito, seus filhos passaram a estudar em escola	F	(%)	(%) Acumulado
Não Respondeu	23	33,8	33,8
Pior	1	1,5	35,3
Igual	39	57,4	92,6
Melhor	5	7,4	100
Resultado Geral	69	100	

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

Na avaliação dos clientes entrevistados, a tabela 19 mostra que 48,5% acreditam ter melhorado suas vestimentas. O acesso a um vestuário melhor, possibilita que a pessoa eleve sua auto-estima.

Tabela 19 - Após o microcrédito, você passou a se vestir:

Após microcrédito, você passou a se vestir:	F	(%)	(%) Acumulado
Igual	35	51,5	51,5
Melhor	33	48,5	100
Resultado Geral	69	100	

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

A tabela 20 apresenta a frequência do acesso a diversos serviços que as famílias beneficiadas passaram a ter após o microcrédito.

Tabela 20 - Serviços que o cliente ou sua família passaram a ter acesso após o microcrédito

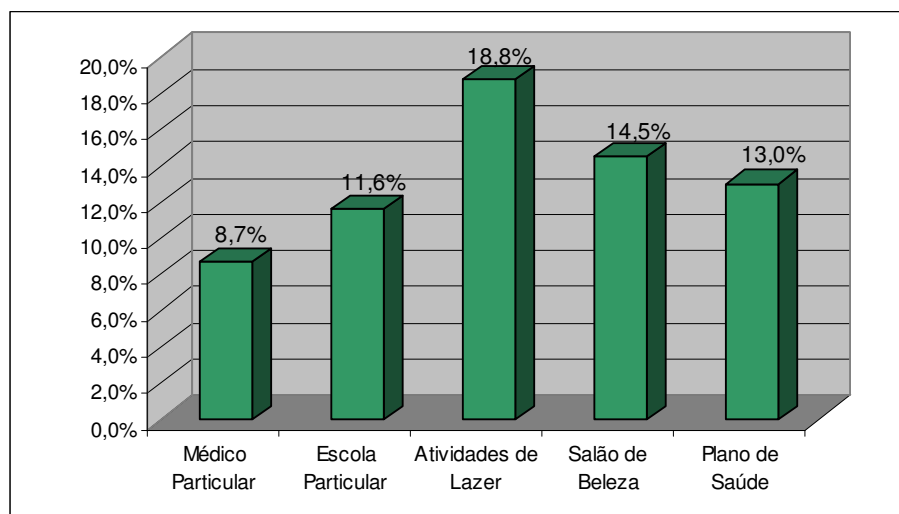
Após o microcrédito, você ou sua família passou a ter acesso a:	F	(%)
Médico Particular	6	8,7
Escola Particular	8	11,6
Mais atividades de lazer	13	18,8
Salão de beleza	10	14,5
Plano de Saúde	9	13,0

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

O gráfico 05 mostra a avaliação dos respondentes em que 18,8% consideram que passaram a ter mais atividades de lazer após o microcrédito, enquanto 11,6% tiveram acesso a escola particular e 14,5% passaram a ter acesso a salão de beleza. A variável salão de beleza mostra que as pessoas, melhorando um pouco a sua renda, buscam elevar o seu ego através da melhor aparência, procurando ter mais acesso aquele tipo de serviço. Observa-se nos dados da pesquisa que as optaram, de forma seqüenciada, em primeiro lugar pelo lazer, seguido de salão de beleza, plano de saúde, escola particular e médico particular.

Segundo resultado apresentado pela pesquisa, 56,5% (39 clientes) das famílias ainda continuam sem ter acesso aos itens do gráfico 05.

Gráfico 05 - Serviços que o cliente ou sua família passaram a ter acesso após o microcrédito



Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

Através da tabela 21, pode-se verificar a percepção dos clientes entrevistados em relação a contribuição do microcrédito na melhoria de suas condições de vida.

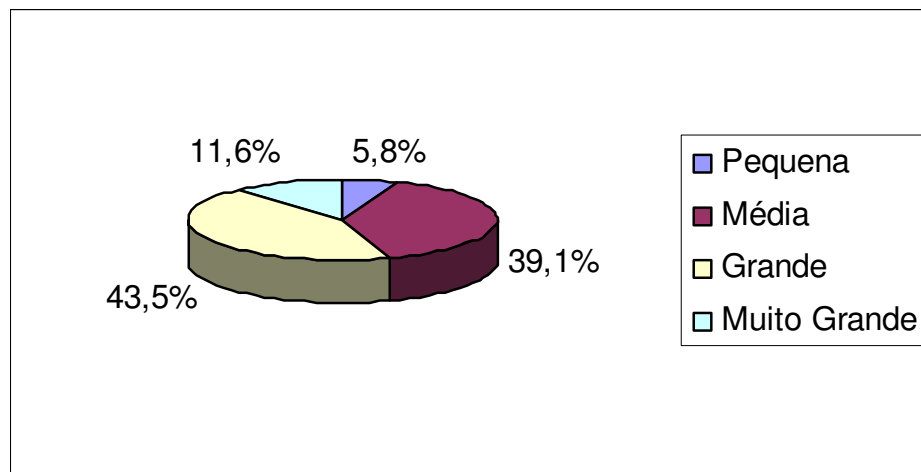
Tabela 21 - A contribuição do microcrédito na melhoria da sua condição de vida

A contribuição do microcrédito na melhoria da sua condição de vida foi:	F	(%)	(%) Acumulado
Pequena	4	5,8	5,8
Média	27	39,1	44,9
Grande	30	43,5	88,4
Muito Grande	8	11,6	100
Resultado Geral	69	100	

Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

No gráfico 06, identifica-se predominância da contribuição “grande” (43,5%) e “muito grande” (11,6%) perfazendo um total de 55,1%, ou seja, mais da metade dos entrevistados afirmaram que o acesso ao microcrédito contribuiu para uma condição de vida melhor.

Gráfico 06 - A contribuição do microcrédito na melhoria da sua condição de vida



Fonte: Pesquisa de campo realizada em maio/2006

A melhoria da condição de vida significa morar em habitações mais satisfatórias, ter acesso ao lazer, a saúde, ao transporte, à alimentação, a escola, poder eventualmente ir a um salão de beleza, consumir alguns dos bens duráveis necessários ao atual estágio da vida moderna, enfim poder, através do aumento do nível de renda, usufruir dos avanços que a sociedade e tecnologia oferecem nos dias de hoje.

Dentre as justificativas dessa grande contribuição, verifica-se que mais da metade do público entrevistado, 50,7% afirma que a facilidade do acesso ao crédito com juros baixos possibilitou aumentar o capital de giro da empresa, comprando-se mais mercadorias, inclusive à vista, expandindo mais o comércio e aumentando seu lucro. De acordo com a pesquisa, têm-se mais oportunidades de usufruir e melhorar a condição de vida de todos aqueles beneficiados com o programa de microcrédito do Banco do Povo de Itabuna.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O interesse pelo estudo sobre microcrédito se iniciou após leitura do livro “O Banqueiro dos Pobres”, cujo autor é *Muhammad Yunus*, que relata a história do *Grameen Bank* e convida os leitores a se juntar aos que acreditam na possibilidade de criar um mundo sem pobreza. O livro retrata a realidade de outro País, cuja população é de maioria pobre, podendo-se fazer um parâmetro com o dia-a-dia do povo brasileiro. O autor aborda a exclusão social, remetendo o leitor para a questão da responsabilidade com o desenvolvimento coletivo. Foi a partir dessa leitura que se iniciou a procura por instituições que trabalhassem com microcrédito na Bahia.

As discussões sobre pobreza constituem um campo difícil e controverso, visto que existe uma multiplicidade de entendimentos e concepções. Esse complexo campo abrange vários modos de mensurar a pobreza, que deve ser adequado a realidades distintas, devido à multiplicidade de dimensões a que está submetida. É evidente a preocupação que envolve a compreensão desse fenômeno e a forma de lidar com parcela da população que tem seu cotidiano marcado por diversas carências e privações.

O microcrédito surgiu como uma alternativa no combate à pobreza em que a população de baixa renda passa a ter acesso a um pequeno crédito, através de metodologia diferenciada. O tema microcrédito na maioria das vezes é muito discutido em relação à viabilidade financeira da Instituição ou do cliente, mas pouco se escreve sobre a contribuição e importância em relação ao lado social, envolvendo mudança de hábitos, acesso à educação, saúde, transporte, lazer e bem-estar.

O presente trabalho mostrou através da pesquisa aplicada a uma amostra do Banco do Povo de Itabuna, que o microcrédito tem contribuído como ajuda

financeira e principalmente como instrumento de melhoria de qualidade de vida das famílias beneficiadas. É importante ressaltar que durante o período em que as famílias foram contempladas com microcrédito, pode ter havido interferências externas - como empréstimos a bancos, doações de familiares, dentre outros, que podem ter contribuído, em alguns casos, com a melhoria das condições de vida destas famílias. As Instituições que trabalham com microcrédito vêm realizando um importante papel junto à população de baixa renda, visto que o governo tem dificuldade de estabelecer políticas que promovam o desenvolvimento econômico e social, principalmente com ramificações que atendam as pequenas cidades.

A pesquisa focalizou quatro itens importantes nas análises: moradia; bens duráveis; tipo de transporte utilizado pelo cliente e a condição de vida em relação a lazer, educação, vestuário e saúde.

Em relação à moradia, verificou-se que 45% das famílias melhoraram o revestimento da parede passando de sem reboco para com reboco e 17% passou a ter paredes com acabamento, após a concessão do microcrédito. Observou-se também que houve uma redução nas casas com cimento cru e aumento naquelas que passaram a possuir piso. 5,8% dos clientes passaram a ter energia elétrica em suas residências e 8,7% foram beneficiadas com água encanada após o acesso ao microcrédito.

Quanto aos bens duráveis, houve um aumento bastante expressivo em relação a dois itens: aquisição de DVD, em torno de 37,70% e em relação à TV a cores (um dos bens mais caros), tendo passado de 64% antes da concessão para 97% depois da concessão. Outro item a ser considerado foi a presença do computador nas casas dos beneficiários do microcrédito, tendo ocorrido um aumento em torno de 5,8%.

No tipo de transporte utilizado pelo cliente para ir ao trabalho, pôde ser verificado um pequeno aumento do número de carros e motos adquiridos pelas famílias beneficiadas pelo microcrédito. O percentual de carro passou de 4,4% para 8,7% e moto, de 5,9 para 11,6%.

É significativa a análise da condição de vida dos clientes beneficiados nos itens : lazer, educação, vestuário e saúde. Foi verificado que 40,6% dos clientes acreditaram que passaram a ter um nível maior de diversão. Houve uma melhoria pouco significativa entre os filhos dos clientes que passaram a ter acesso à escola particular, apenas 7,4% das famílias entrevistadas mudaram de escola. É importante ressaltar que 48,5% dos clientes acreditam ter melhorado suas vestimentas. Dentre os serviços que o cliente ou sua família passaram a ter acesso após o microcrédito, a pesquisa mostra que 18,8% das famílias consideram que passaram a ter mais atividades de lazer, enquanto 14,5% passaram a freqüentar mais o salão de beleza e 13% passaram a ter acesso a plano de saúde.

Através desta pesquisa, foi possível verificar a relevância do microcrédito, principalmente pelas facilidades que ele oferece ao cliente, em comparação à burocracia dos bancos convencionais. Muitos clientes afirmaram a importância do microcrédito como relevante na sobrevivência do seu negócio. Do total da amostra, considerada significativa, 55,1% dos clientes entrevistados, consideram “grande” e “muito grande” a contribuição do microcrédito em suas vidas. Constatou-se também que muitos clientes melhoraram o nível de lazer das suas famílias, bem como adquiriram mais bens duráveis para a sua residência, após a concessão do microcrédito.

Muitos clientes afirmaram a importância do microcrédito como relevante na sobrevivência do seu negócio. Do total da amostra, considerada significativa, 55,1% dos clientes entrevistados, consideram “grande” e “muito grande” a contribuição do microcrédito em suas vidas. Constatou-se que muitos clientes melhoraram o nível de lazer das suas famílias, adquiriram mais bens duráveis para a sua residência, aumentaram a auto estima e obtiveram um alto grau de satisfação em relação a contribuição do microcrédito em suas vidas.

Em relação à situação jurídica da empresa dos clientes entrevistados, 85,5% são informais, o que ratifica o público alvo do Banco do Povo de Itabuna. Já em relação ao tipo de atividade exercida pelos clientes, a que mais se destaca é a de comércio, com 75,4%.

O microcrédito é muito mais que um pequeno crédito para uma pessoa que não tem acesso ao crédito convencional, é uma forma de sobrevivência e oportunidade de inclusão social.

Este trabalho de pesquisa procurou contribuir para a sociedade, comprovando que a concessão do microcrédito efetivamente permite que as pessoas beneficiadas melhorem seu nível de renda e conseqüentemente sua melhor condição de vida.

O dirigente do Banco do Povo de Itabuna entende que o ato de conceder crédito já é uma oportunidade para as pessoas criarem condições de sobrevivência e conseqüentemente melhorarem suas condições de moradia, educação, transporte, etc. Atualmente, esta Instituição não tem nenhum instrumento de pesquisa que mesure a melhoria da qualidade de vida das pessoas após a concessão do microcrédito. No entanto, existe uma percepção por parte gestão da Instituição, através de visitas dos agentes de crédito durante o programa de microcrédito, de que muitas famílias tiveram melhorias nas suas casas, na aquisição de bens

duráveis, dentre outros, o que ratifica os resultados constatados na pesquisa de campo, conforme capítulo 6. Isso significa que, possivelmente, se houver uma maior preocupação com a concessão e acompanhamento da aplicação dos recursos concedidos pelo Banco do povo de Itabuna aos seus clientes, certamente essas famílias poderão obter melhores resultados sócio-econômicos.

É importante e desejável que novos estudos de pesquisa sejam realizados em outras Instituições de microcrédito, com o objetivo de mensurar se a concessão desses recursos, emprestados a clientes residentes em outras comunidades, também poderão gerar efeito positivo na melhoria da qualidade de vida das famílias beneficiadas.

REFERÊNCIAS

ALVES, S. D. da S.; SOARES, M. M. **Democratização do crédito no Brasil: principais desafios: atuação do Banco Central.** Disponível em <http://www.bcb.gov.br/htms/public/microcrédito/democrat.pdf> Acesso em 10 set. 2005.

BAHIA, Jornal Correio da. **Sebrae busca estimular microcrédito. O papel do microcrédito no desenvolvimento econômico e social.** Salvador – Bahia, 2004. Disponível em < <http://www.fbmicrofinancas.com.br/noticias.htm>> Acesso em 05 mar. 2006.

BARONE E LIMA E DANTAS, Francisco; LIMA, Paulo; DANTAS, Valdi; REZENDE, Valéria. **Introdução ao Microcrédito.** Conselho da Comunidade Solidária, Brasília, 2002.

COSTA, Omar S.; SAMPAIO, Artur C. C. **Banco do povo de itabuna: histórico, resultados e características do público atendido.** Itabuna – BA, 2002.

FACCHINI, Cristina. **Sustentabilidade financeira e custos de transação em uma organização de microcrédito no Brasil.** Piracicaba: 2005. 131 p. Dissertação (Mestrado em Ciências). Escola Superior Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo.

FONTES, Ângela M. M. **A expansão das microfinanças no brasil.** Rio de Janeiro: Ibmam/Fundação Ford, 2003.

GIDDENS, Anthony. **Para além da esquerda e da direita.** São Paulo: Editora da Unesp, 1996.

GREVE, Caio. **Credibahia: o programa de microcrédito do estado da Bahia.** Salvador – BA, 2002. Disponível em: < <http://www.unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/iciepaunpan005469.pdf> > Acesso em 18 out. 2003.

ICCIS. **Estatuto social.** Itabuna: Mimeo, 2003.

IPEA – Instituição de Pesquisa Econômica Aplicada. **Radar social 2005.** Brasília: Diretoria de Estudos Sociais, 2005.

PARENTE, Silvana. **Canais de crédito e desenvolvimento local**. Disponível em <http://www.iadh.org.br> Acesso em 29 out. 2005.

_____. **Microfinanças**: saiba o que é um banco do povo. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2002. Coleção Prazer em Conhecer.

ROCHA, Sonia. **Opções Metodológicas para a estimação de linhas de indigência e pobreza no Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA, abril/2000.

SALAMA, Pierre; DESTREMAU, Blandine. **O tamanho da pobreza**: economia política da distribuição de renda. Petrópolis: Editora Garamond, 2001.

SALES, Coriolano. **Políticas de combate à pobreza e miséria**. 2. ed. Brasília: 2000, (Câmara dos Deputados).

SANTOS, Omar Costa. **Tecnologia Microcreditícia: o processo metodológico da Instituição Comunitária de Crédito de Itabuna**. Ilhéus: 2003. 57p. Monografia. (Ciências Econômicas), Universidade Estadual de Santa Cruz.

_____. **Relatório Gerencial da ICC – Itabuna Solidária – Exercício 2005**. Itabuna: 2006. 32p.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br>> Acesso em 16 out. 2005.

_____. **Breve histórico do Microcrédito no Brasil**. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br>> Acesso em 06 mar. 2006.

_____. **Fundamentos básicos de microcrédito**. 2001.

SEN, A. K. **Inequality Reexamined**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1995.

YUNUS, Muhammad. **O banqueiro dos pobres**. São Paulo: Ática, 2000.

BACEN - Banco Central do Brasil. Disponível em <<http://www.bcb.gov.br>> Acesso em 25 jul. 2005.

CEAPE - Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos do Estado da Bahia <<http://www.ceapeba.org.br>> Acesso em 10 abr. 2006

DESENBÁHIA. Disponível em (<[http:// www.desenbahia.ba.gov.br/noticias/noticias.asp?id_noticia=541](http://www.desenbahia.ba.gov.br/noticias/noticias.asp?id_noticia=541)>). Acesso em 08 mar. 2006.

IBGE – Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil 2000. Disponível em <<http://www.ibge.org.br>> Acesso em 25 abr. 2006.

ICC – CONQUISTA SOLIDÁRIA. Disponível em (<<http://www.conquistasolidaria.org.br>>). Acesso em 08 mar. 2006.

O ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em <<http://www.estadao.com.br>> Acesso em 08 set. 2005.

SEI - Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia. **Dinâmica demográfica regional**. Disponível em <<http://www.sei.ba.gov.br>> Acesso em 16 out. 2005.

ANEXO A – Instrumento de Pesquisa

ANEXO B – Proposta de Crédito

ANEXO C – Cadastro Básico

ANEXO D – Cadastro Complementar