

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**

Luciana Mattos de Farias

**PROSPECÇÃO QUANTO À VIABILIDADE DE UMA SOCIEDADE DE
CRÉDITO AO MICROEMPREENDEDOR (SCM) A PARTIR DE UM
ESTUDO DE CASO NA INSTITUIÇÃO COMUNITÁRIA DE CRÉDITO
PORTOSOL**

**Porto Alegre
2009**

Luciana Mattos de Farias

**PROSPECÇÃO QUANTO À VIABILIDADE DE UMA SOCIEDADE DE
CRÉDITO AO MICROEMPREENDEDOR (SCM) A PARTIR DE UM
ESTUDO DE CASO NA INSTITUIÇÃO COMUNITÁRIA DE CRÉDITO
PORTOSOL**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Roberto Lamb

Porto Alegre

2009

Luciana Mattos de Farias

**PROSPECÇÃO QUANTO À VIABILIDADE DE UMA SOCIEDADE DE
CRÉDITO AO MICROEMPREENDEDOR (SCM) A PARTIR DE UM
ESTUDO DE CASO NA INSTITUIÇÃO COMUNITÁRIA DE CRÉDITO
PORTOSOL**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Conceito final:

Aprovado em 30 de junho de 2009.

BANCA EXAMINADORA

Mauro Mastella

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Orientador Prof. Roberto Lamb

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Dedico este trabalho aos meus pais, que sempre me incentivaram a ir atrás dos meus sonhos e enfrentar com coragem a realidade. A eles toda a minha gratidão e o orgulho de meu sucesso.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Instituição Comunitária de Crédito Portosol, por ter propiciado a realização deste estudo, principalmente, ao Wagner Guterres, responsável por fazer com que eu pudesse compreender a realidade da organização e esclarecer dúvidas, sempre com compreensão.

Agradeço ao meu orientador, professor Roberto Lamb, pela sua atenção e estímulo, reforçando a importância do tema escolhido para este trabalho.

Agradeço aos meus pais e à minha irmã, pelo carinho e paciência, nestes meses em que estive tantas vezes ausente, preocupada com o meu desempenho para cumprir mais esta etapa.

Às minhas colegas e amigas Cássia da Silva Silveira e Laura Sangalli Kussler, agradeço pelo companheirismo e pelos momentos tão especiais que compartilhamos nestes últimos cinco anos.

Agradeço a Deus, enfim, por mais essa vitória.

RESUMO

A economia moderna propõe desafios cotidianos à sociedade, como o combate a pobreza e a busca por uma melhor distribuição de renda. Neste trabalho foi desenvolvido um estudo sobre as oportunidades oferecidas pelo Microcrédito, abordando seu conceito, suas experiências e suas perspectivas.

Para ilustração e melhor entendimento de como funciona uma Instituição de Microcrédito, a Portosol – Instituição de Crédito Solidário foi escolhida como exemplo para que se compreendesse qual a sua visão de mercado; qual o perfil e o comportamento dos seus clientes; como funcionam suas operações de concessão e recuperação de crédito; qual seu portfólio de produtos e serviços oferecidos, dentre outros aspectos. Esta experiência gaúcha foi a base utilizada para o processo analítico deste estudo, que se deu através de um comparativo entre o modo de se fazer Microcrédito de uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) e o de uma Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM) .

Este comparativo colaborou para se perceber o grau de desenvolvimento das Instituições que atuam com a oferta de Microcrédito, tanto na esfera de iniciativas não-governamentais, sem fins lucrativos, como no setor privado, que visa ao lucro. A partir dos elementos abordados ao longo do comparativo, foi possível projetar, inclusive, algumas condições nas quais uma SCM poderia iniciar suas operações no Rio Grande do Sul.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Organograma da Portosol	28
Figura 2 - Esquema da Criação de uma SCM	39

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Distribuição das Instituições Habilitadas no RS por Tipo de Instituição	22
Tabela 2 - Composição do Capital da Portosol (em R\$)	26
Tabela 3 - Modelos institucionais de IMFs brasileiras	35
Tabela 4 - Distribuição dos clientes atendidos, por setor	69
Tabela 5 - Posição das operações de crédito nos últimos 3 anos	71
Tabela 6 - Tipos de Empréstimo concedidos pela Portosol	77
Tabela 7 - Valores transacionados pelas IMFs (em reais)	79
Tabela 8 - Comprometimento da Renda do Avalista/Fiador	82
Tabela 9 - Perfil dos Empréstimos	83
Tabela 10 - Fluxograma de Cobrança da Portosol	86
Tabela 11 – Investimentos Iniciais da SCM Vale dos Sinos Ltda	91
Tabela 12 – Fontes dos Recursos da SCM Vale dos Sinos Ltda	92
Tabela 13 – Despesas Mensais da SCM Vale dos Sinos Ltda	92
Tabela 14 – Projeção das Despesas Médias Mensais no “ento A”	94
Tabela 15 - Projeção das Receitas no “Momento A”	94
Tabela 16 - Projeção das Despesas Médias Mensais no “Momento B”	95
Tabela 17 - Projeção das Receitas no “Momento B”	95

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	13
3. JUSTIFICATIVA DO ESTUDO	15
4. OBJETIVOS	17
4.1. OBJETIVO GERAL	17
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
5. ORGANIZAÇÃO E AMBIENTE	19
5.1. CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	19
5.1.1. Histórico	19
5.1.2. Missão e Visão	20
5.1.3. Objetivos e Princípios	21
5.1.4. Mercado e Concorrência	22
5.1.5. Produtos e Serviços	23
5.1.6. Clientes	25
5.1.7. Dados financeiros	25
5.1.8. Estrutura Organizacional	27
5.2. CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE	28
5.2.1. Ambiente Econômico	28
5.2.2. Marco Jurídico para o Microcrédito	30
5.2.3. Ambiente Tecnológico	31
5.2.4. Ambiente Sócio-Cultural	32
6. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	33
6.1. CONCEITUAÇÃO BÁSICA DE MICROCRÉDITO	33
6.2. INSTITUIÇÕES DE MICROCRÉDITO	34
6.2.1. Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP)	36
6.2.2. Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM)	38
6.3. EXPERIÊNCIAS INTERNACIONAIS NA ÁREA DE MICROCRÉDITO	41
6.4. MICROCRÉDITO NO BRASIL	48
7. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	54
7.1. DELINEAMENTO DA PESQUISA	54
7.2. PLANO DE COLETA DE DADOS	56
7.3. PLANO DE ANÁLISE DE DADOS	57

8. APRESENTAÇÃO DO ESTUDO DE CASO	59
9. RESULTADOS DA PESQUISA	61
9.1. <i>FUNDING</i>	61
9.2. CONCORRÊNCIA	63
9.3. PRODUTOS E SERVIÇOS	65
9.4. PERFIL E COMPORTAMENTO DOS CLIENTES	66
9.5. OPERAÇÕES DE CRÉDITO	70
9.5.1. Solicitação e Aprovação do Crédito	72
9.5.2. Modalidades de Concessão de Crédito	75
9.5.3. Montantes Emprestados e suas Finalidades	76
9.5.4. Taxas, Pagamentos e Inadimplência	80
9.5.5. Garantias de Pagamento	82
9.5.6. Política de Cobrança	85
9.6. AGENTES DE CRÉDITO	87
10. PROSPECÇÃO QUANTO À VIABILIDADE DE UMA SCM	90
11. CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	99
ANEXO	104

1. INTRODUÇÃO

A estabilidade econômica nunca foi considerada uma realidade para a extrema maioria dos brasileiros. Conviver com hiperinflação, salário mínimo insuficiente à manutenção das necessidades básicas e falta de crédito são circunstâncias familiares para a maioria da população. Na luta diária contra condições tão adversas, tornou-se necessário identificar mecanismos que pudessem ser úteis para evitar o alastramento da pobreza. Neste sentido, o incentivo às Microfinanças e, principalmente, ao Microcrédito, tornou-se assunto pertinente em discussões que debatam alternativas eficazes para o desenvolvimento sócio-econômico do Brasil.

Entende-se por Microfinanças o fornecimento de serviços financeiros adequados às necessidades dos mais pobres, objetivando o alívio da pobreza (SILVA, 2002). Os serviços mais comuns oferecidos em Microfinanças são pequenas poupanças, micro-seguros e pequenos empréstimos de capital. O Microcrédito seria uma das muitas facetas das Microfinanças. Cabe às Instituições de Microcrédito, 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 (SILVA, 2002).

Segundo informações do IBGE¹, a grande parte das empresas do setor informal (94%) não usa crédito no desenvolvimento de suas atividades regularmente. Aqueles

¹ IBGE. Pesquisa Economia Informal Urbana, Ecinf. 2003

que usam, procuram, predominantemente, os bancos privados ou públicos, os próprios fornecedores e, inclusive, amigos e parentes. Esta informação mostra que apesar do Brasil possuir público de interesse e conviver atualmente com uma situação política e macroeconômica mais simpática ao desenvolvimento do Microcrédito, este ainda existe uma carência enorme em estrutura, organização, regulamentação e instituições preparadas para oferecer este tipo de serviço. De acordo com matéria divulgada pela Valor Econômico², em reportagem sobre Microcrédito na América Latina em fevereiro deste ano, o próprio International Finance Corporation (IFC), braço financeiro do Banco Mundial para o setor privado, teria declarado que a penetração das microfinanças no Brasil e Argentina seria baixa, girando em torno de 3%. Isso significa que para cada cem microempresas aptas a receber Microcréditos, apenas três são de fato atendidas. Para efeitos de comparação, os índices de penetração de Paraguai, Chile e Peru variam entre 25% e 35%. Na Bolívia, este mercado já se encontra saturado, uma vez que a penetração é superior a 160%.

É importante salientar, porém, que Microcrédito não é um instrumento direto de combate ao desemprego, mas sim de financiamento a microempreendedores e, portanto, amplia as oportunidades de trabalho e geração de renda dos segmentos mais pobres da população. Ao longo deste trabalho é necessário ter em mente que Microcrédito é um assunto complexo, repleto de fatores sociais e econômicos que o rodeiam, mas de extremo valor para o crescimento deste país, e há exemplos de sucesso por todo o mundo, ratificando essa idéia.

No Brasil, de acordo com as classificações utilizadas pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) através do Programa Nacional do Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO), atualmente, trabalham com Microcrédito: cooperativas de crédito, agências de fomento, bancos comerciais, sociedades de crédito ao microempreendedor (SCM), mas, principalmente, organizações não governamentais (ONGs), muitas delas configuradas como organizações da sociedade civil de interesse público (OSCIPs).

² VALOR ECONÔMICO. Matéria “**Microcrédito passa ao largo da crise na América Latina**”. Disponível em www.mcred.com.br/mcred/noticia.2009.02.27.asp. Acesso em 30 de abril de 2009.

Devido à predominância de entidades sem fins lucrativos que trabalham com a concessão de Microcrédito no país, torna-se necessário avaliar a possibilidade de constituir maior número de entidades com fins lucrativos, a fim de desempenhar esta atividade no mercado. Este trabalho, portanto, tem o objetivo de analisar, a partir de um estudo de caso, quais seriam as perspectivas, características e estratégias a serem adotadas por uma Sociedade de Crédito ao Microempreendedor, com fins lucrativos, para que se tornasse viável social e economicamente. Deve-se salientar que o parâmetro inicial parte da comparação com uma OSCIP, a Instituição Comunitária de Crédito Portosol, atuante no Rio Grande do Sul há mais de dez anos, que tornou-se profissionalizada e líder neste segmento no estado.

Para desenvolver esta análise, o presente trabalho encontra-se dividido em dez seções, sendo a primeira introdutória sobre o assunto. A segunda e terceira seção tratam de apresentar a definição do problema e sua justificativa, respectivamente. A quarta seção explicita o objetivo geral deste estudo e define os objetivos específicos pelos quais ele será alcançado. Em seguida, o capítulo cinco dimensiona a organização e o ambiente selecionados para a realização do estudo de caso. Na seção seis, são realizadas as conceituações por meio de citações diretas e indiretas, oriundas de pesquisa bibliográfica realizada em diversas fontes relacionadas a Microcrédito. Na seção sete é descrita a metodologia utilizada para efetuar a pesquisa e a seção oito apresenta o caso escolhido. Na seção nove, são abordados os resultados distribuídos em categorias e subcategorias, definidas através do método da Análise de Conteúdo. Finalmente, o capítulo dez é dedicado às conclusões e projeções, definindo, por fim, a viabilidade da Sociedade de Crédito ao Microempreendedor.

2. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Esse trabalho enfoca o Microcrédito, apresentando como questão central o estudo dos procedimentos e estratégias adotados pela Instituição Comunitária de Crédito Portosol com intenção de verificar os pontos comuns e os diferenciais em relação a uma Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM). Como o modelo de SCM aparentemente é pouco conhecido no estado, torna-se necessário averiguar os fatores de sucesso de uma instituição reconhecida e estabilizada como a Portosol, a fim de identificar se haveriam condições de uma SCM conseguir firmar-se como um negócio viável.

Através de uma pesquisa preliminar é possível ter acesso a elementos diversificados sobre o Microcrédito hoje, no país. Segundo relatório do BNDES³, apesar do ambiente aparentemente propício e do fato do Brasil ter sido o berço do primeiro programa moderno de Microcrédito, em 1973, as Microfinanças no Brasil têm experimentado um fraco ritmo de crescimento, com baixas taxas de penetração.

De acordo com este mesmo relatório do BNDES (2000), alguns fatores têm sido citados, tradicionalmente, como explicação para o baixo desenvolvimento da indústria

³ BNDES. *Seminário BNDES Microfinanças – Ensaio e Experiências*. 2000.

de Microfinanças no Brasil, incluindo: a instabilidade macroeconômica anterior ao controle da hiperinflação, em 1994; a forte tradição de linhas de crédito subsidiadas do governo; o ainda incipiente quadro regulamentar, apesar dos avanços recentes; um mercado de crédito ao consumidor altamente sofisticado e a falta de um nítido “efeito demonstração” em Microfinanças.

O mercado bancário brasileiro é servido por instituições genuinamente nacionais, em sua maioria, que conhecem, abrangentemente, o setor financeiro do país e suas necessidades. Então, por que as questões de Microcrédito foram tratadas com tal descaso até este momento, sabendo-se que através dele seria capaz uma maior captação de clientes? Acredita-se que somente a partir do ano 2000 o setor bancário passou a ver o público de renda mais baixa como uma oportunidade de desenvolvimento de novos negócios. Para conquistar esse novo nicho de mercado os bancos passaram a adaptar seus produtos à proposta microfinanceira.

Com um sistema bancário indiferente a este público por tanto tempo, foram as ONGs que passaram a ter iniciativas de Microcrédito no Brasil. Praticamente, o Microcrédito tem essa imagem no país: um esforço isolado de pequenos grupos para financiamento dos mais pobres. Somente em 2001, através da Resolução 2.874⁴, do Conselho Monetário Nacional, foi regulamentada a participação da iniciativa privada na indústria das Microfinanças, estabelecendo o funcionamento das Sociedades de Crédito ao Microempreendedor (SCM).

Avaliar semelhanças e diferenças, entre entidades com e sem fins lucrativas, no modo de se fazer Microcrédito, é o foco deste estudo. Cabe a este projeto, analisar o que uma SCM poderia utilizar da experiência de uma entidade sem fins lucrativos, como a Portosol, para viabilizar suas operações, contextualizada com o que já foi feito até então em Microcrédito e suas tendências.

⁴ Resolução 2.874 de 2001, que foi substituída pela Resolução 3.567 de 2008. Disponível em www3.bcb.gov.br/normativo/detalharNormativo.do?N=101142093&method=detalharNormativo. Acesso em 03 de novembro de 2008.

3. JUSTIFICATIVA DO ESTUDO

Ao avaliar o que já foi escrito e praticado sobre Microcrédito no Brasil e no mundo, ao longo do presente estudo, irá se elaborar um panorama mais recente e completo deste assunto com o objetivo de verificar as estratégias apresentadas pela Instituição Comunitária de Crédito Portosol e, conseqüentemente, avaliar se uma Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM) poderia utilizar-se de aspectos presentes na estratégia desta organização. Os conhecimentos a serem expostos, portanto, serão os necessários para caracterização do assunto com um horizonte de aplicação em uma SCM.

Visto que o empreendimento de uma SCM é um interesse pessoal da parte do pesquisador, os resultados da pesquisa servirão para orientá-lo na análise da viabilidade da instituição. No entanto, todos os resultados obtidos não deixarão de ser importantes a todos aqueles que possuam interesse ou curiosidade sobre o tema, tanto em termos de conhecimento acadêmico como de mercado.

Um fator relevante para esta pesquisa é justamente a oportunidade de um novo negócio vir a ser implantado futuramente, possivelmente aplicando aspectos observados na experiência da Portosol, embora em um formato institucional diferente (SCM), gerando com isso mais beneficiários, possibilidade de novos empregos e de

uma instituição nova num mercado incipiente. Existe a pretensão de alterar a imagem que por tanto tempo permaneceu atrelada às iniciativas de Microcrédito, a qual já foi referida na seção anterior - um esforço isolado de pequenos grupos para financiamento dos mais pobres - geralmente, ligado a esse conceito de “pequenos grupos” uma idéia de trabalho voluntário, sem fins lucrativos ou não profissionalizado.

Os exemplos citados na seção 6.3 deste trabalho mostram a capacidade de se desempenhar Microcrédito com fins lucrativos, com um grau de profissionalização de serviços digno de bancos privados eficazes. No que se refere a uma instituição comunitária que não visa ao lucro, como é o caso estudado nesta pesquisa, é possível notar que inovação, criatividade, acompanhamento das necessidades e da satisfação dos clientes devem ser pontos considerados para se atingir sucesso e desenvolvimento também nas Microfinanças.

Analisar a viabilidade de uma SCM comparativamente às ações de uma OSCIP é acreditar em um futuro mais capacitado e eficiente para este mercado, alcançando mais clientes e ajudando a desenvolver mais microemprendimentos.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GERAL

O propósito deste estudo consiste em avaliar a viabilidade da instalação de um modelo de Sociedade de Crédito ao Microempreendedor para atuar no mercado local, a partir das experiências percebidas em uma entidade já estabelecida e sem fins lucrativos, como a Portosol.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos que irão operacionalizar este objetivo geral são:

- a) verificar as conjunturas em que se deram experiências de sucesso em Microcrédito no Brasil e no mundo;
- b) identificar as alternativas de se fazer Microcrédito através do estudo de caso realizado na Instituição Comunitária de Crédito Portosol;

- c) comparar e relacionar os elementos encontrados no estudo de caso da Portosol aos fatores característicos, observados em legislação e entidades já existentes, das Sociedades de Crédito ao Microempreendedor (SCM), modelo ainda não atuante no Estado do Rio Grande do Sul;
- d) averiguar a viabilidade de sucesso da instalação de um modelo de SCM para atuar no mercado local das Microfinanças, com base nos itens abordados no comparativo.

5. ORGANIZAÇÃO E AMBIENTE

5.1. CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

A Prefeitura de Porto Alegre, em parceria com a sociedade civil, criou, no ano de 1995, a Instituição Comunitária de Crédito Portosol, considerada pelo Banco Mundial uma das dez iniciativas nacionais mais bem-sucedidas no combate à pobreza, de acordo com o que é citado em ESTIAGARA (2008). Essa organização tem como peculiaridades a definição do valor do crédito e a data das parcelas de acordo com a sazonalidade e características do negócio, além de eleger a pontualidade como critério para renovação de empréstimos com maiores prazos e valores (AGUIAR *et al*, 2005).

5.1.1. Histórico

De acordo com informações provenientes do *site* da Portosol⁵, foi com base nas Leis Municipais nº 7.233/93 e nº 7.250/93, apoio da Prefeitura Municipal de Porto

⁵ Disponível em www.portosol.com . Acesso em 14 de Abril de 2009.

Alegre, em parceria com o PRORENDA Microempresas/RS e a Sociedade Alemã de Cooperação Técnica – GTZ, que se tomaram uma série de iniciativas de estudos e debates que possibilitaram uma melhor compreensão do modelo de organização de Microcrédito a ser criada. Em termos políticos, era consenso entre estas entidades o fato de que o controle da nova instituição não deveria ficar a cargo da municipalidade, buscando-se garantir à iniciativa um caráter público não-estatal.

Após a constituição da Portosol (Porto Alegre Solidária), outras instituições foram sendo agregadas a esse conjunto de parceiros, algumas das quais com aporte de recursos financeiros para concessão de crédito. Fizeram aportes para constituição do patrimônio inicial da Portosol, a Prefeitura Municipal de Porto Alegre, o Governo do Estado do Rio Grande do Sul e a GTZ. A Inter-American Foundation, agência norte-americana de cooperação internacional, também apoiou a criação. O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES e o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul - SEBRAE/RS efetuaram empréstimos em condições vantajosas de amortização. A Caixa Econômica Federal cedeu espaço físico à Portosol em uma de suas agências, no centro da cidade de Porto Alegre, com entrada totalmente independente para o início das suas atividades.

Assim, nasceu em 17 de janeiro de 1996, na cidade de Porto Alegre, a ICC Portosol, a primeira instituição de Microcrédito no Brasil constituída com recursos de órgãos governamentais, passando o Microcrédito a ser considerado como política pública de desenvolvimento.

5.1.2. Missão e Visão

A missão da Portosol, conforme apresentado em seu *site*⁶, é definida como "Facilitar o crescimento e a consolidação de empresas de pequeno porte, através da concessão de crédito, com procedimentos simples e custos acessíveis, bem como

⁶ Disponível em www.portosol.com. Acesso em 14 de Abril de 2009.

desenvolver tecnologias e transferi-las para entidades afins, mediante um serviço de alta qualidade e ação em grande escala.”

Enquanto que, sua visão é "Ser a melhor na sua área de atuação pela agilidade, flexibilidade e profissionalismo, estabelecendo parcerias e servindo de modelo para organizações similares, captando recursos para desenvolver uma ação crescente e qualificada."

5.1.3. Objetivos e Princípios

A Portosol tem como objetivos facilitar a criação, crescimento e consolidação de empreendimentos de pequeno porte, formais ou informais, associados ou não e dirigidos por pessoas de baixa renda, a fim de fomentar o desenvolvimento sócio-equilibrado de Porto Alegre e de outros municípios do Estado do Rio Grande do Sul, bem como criar tecnologias e transferi-las para entidades afins, desde que os objetivos dessas Organizações sejam compatíveis com os da Portosol⁷.

São princípios da Portosol:

- a) Serviço ágil, atencioso e qualificado;
- b) Postura de respeito e valorização do cliente e da atividade econômica;
- c) Desenvolvimento de parcerias;
- d) Funcionários qualificados, motivados, participativos, com visão empreendedora e identificados com o cliente;
- e) Administração participativa, empreendedora, inovadora, transparente e autônoma;
- f) Ações e soluções técnicas comprometidas com a Missão da Instituição Portosol.

⁷ Disponível em www.portosol.com . Acesso em 14 de Abril de 2009.

5.1.4. Mercado e Concorrência

De acordo com informações do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado – PNMPO⁸, a região Sul possui o maior número de instituições voltadas para o desenvolvimento do Microcrédito em todo o Brasil. Atualmente, são 39 OSCIPs, 2 SCMs, 85 cooperativas de crédito e 2 agências de fomento em toda a região. No Rio Grande do Sul, o mercado de instituições microfinanceiras encontra-se da seguinte maneira:

Tabela 1 - Distribuição das Instituições Habilitadas no RS por Tipo de Instituição

Tipo de Instituição	Quantidade
Agência de Fomento	01
Cooperativa de Crédito	44
OSCIP	10
SCM	0
Total	55

Fonte: Adaptada do *site* do PNMPO⁹

As cooperativas de crédito possuem não só mais unidades, como maior tradição no Estado. Diretamente relacionadas às comunidades rurais, as cooperativas de crédito gaúchas lideram o sistema financeiro em várias pequenas cidades do interior, gerando trabalho, renda e promoção social.

Ainda de acordo com o *site* do PNMPO, a única agência de fomento atuante no Estado é a Caixa RS. Na capital, região metropolitana e em cidades mais populosas são as OSCIPs que representam as instituições microfinanceiras no Estado. A Portosol,

⁸ Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado – PNMPO. Disponível em www.mte.gov.br/pnmpo. Acesso em 23 de Abril de 2009.

⁹ Disponível em www.mte.gov.br/pnmpo. Acesso em 23 de Abril de 2009.

inclusive, possui qualificação de OSCIP. Não há registro de nenhuma Sociedade de Crédito ao Microempreendedor em atividade no Rio Grande do Sul.

A concorrência no setor de Microcrédito é bastante diversificada. Desde as formas mais tradicionais de se conseguir crédito, através do sistema bancário, até mesmo os vínculos mais informais dos clientes, como familiares e amigos, são utilizados para tomar algum empréstimo. Segundo informações internas da Portosol¹⁰, seus principais concorrentes são:

- Caixa RS;
- Credisol;
- Bancos públicos e privados (crédito, cartão e desconto de cheques);
- Financeiras;
- Lojas de varejo e hipermercados;
- Agiotas;
- Parentes e amigos do público-alvo.

5.1.5. Produtos e Serviços

Trabalhando com Microcrédito para fomentar o desenvolvimento de atividades produtivas, a Portosol possui linhas de crédito diferenciadas, segundo a destinação dos recursos, perfil sócio-econômico e necessidade da clientela. Os créditos são concedidos para capital de giro ou capital fixo.

De acordo com informações internas da Portosol, na linha “capital de giro”, os recursos devem ser destinados à aquisição de mercadorias, matérias-primas, insumos, cursos de aperfeiçoamento, marketing e publicidade, pagamento de compromissos do empreendimento, pagamento de IPVA e IPTU, pagamento do 13º salário e desconto de

¹⁰ Quando forem usadas expressões como “informação interna da Portosol” ou “material interno da Portosol” está se referindo ao conjunto de dados fornecidos pela Portosol, que agrega itens constantes em seu regimento interno e em outras de suas normas. São dados provenientes da própria Portosol, enviados de forma escrita ao autor deste estudo.

recebíveis. No caso de solicitação de capital de giro destinado a outras necessidades, o pedido deverá ser avaliado pelo Comitê de Crédito e autorizado pela Diretoria Executiva.

Quanto ao capital fixo, o empréstimo é destinado à aquisição, com comprovação de procedência, de ferramentas, máquinas, equipamentos e veículos utilitários, novos ou usados. Também poderá ser utilizado na recuperação e/ou conserto de máquinas, veículos utilitários e equipamentos, efetuados por empresa tecnicamente idônea e que dê garantia de funcionamento. É imprescindível a apresentação prévia dos respectivos orçamentos para a aprovação do crédito. Melhorias ou ampliação de instalações, desde que destinados ao negócio, também se encaixam nesta linha de empréstimos.

Ainda há a possibilidade de obter um empréstimo com parte do capital voltada a despesas fixas e outra parte para giro, o chamado capital misto, sendo necessária a sua aprovação em comitê de crédito.

Além das linhas de empréstimos, a Portosol também oferece um serviço bastante conveniente aos pequenos empreendedores, o redesconto bancário. Já que a oferta de pagamento a prazo com cheque pode aumentar muito as vendas dos microempresários, essa alternativa incorpora ainda mais vantagens quando há a possibilidade de trocar os cheques por dinheiro na hora.

Com o dinheiro em espécie, fica mais fácil negociar descontos com fornecedores, existe uma maior segurança, porque a Portosol é quem guarda os cheques e controla a data de apresentação do cheque para depósito. As condições para o redesconto são atraentes por contarem com taxas inferiores ao do sistema bancário, além da possibilidade de poder fazer uso desse serviço mesmo utilizando alguma linha de crédito para “capital de giro”, fixo ou misto da Portosol¹¹.

¹¹ Disponível em www.portosol.com . Acesso em 14 de Abril de 2009.

5.1.6. Clientes

São considerados clientes em potencial as pessoas físicas ou jurídicas, bem como grupos associativos que satisfaçam as seguintes condições:

- Brasileiros ou estrangeiros com residência permanente na área de atendimento da Portosol;
- Maiores de 18 anos de idade ou menores que sejam avalizados pelos pais, emancipados legalmente ou que comprovem casamento;
- Autônomos, proprietários ou iniciantes de uma micro/pequena unidade econômica, formalizada ou não, localizada na zona urbana ou rural, cujo empreendimento possua:
 - a) Viabilidade econômico-financeira;
 - b) Tenha capacidade de gerar emprego/ocupação e renda;
 - c) Desenvolva atividade que não prejudique o meio-ambiente e nem se caracterize como delituosa;
 - d) Tenha dificuldade de acesso às formas convencionais de crédito, face à falta de garantias reais, ou pela inadaptação das condições dos mesmos;
 - e) Tenha preferencialmente até 20 trabalhadores permanentes;
 - f) Tenha preferencialmente um ativo máximo de R\$ 120 mil reais.
 - g) Empreendedores que apresentam todas as informações solicitadas e cuja veracidade seja constatada pelo agente de crédito.

5.1.7. Dados financeiros

De acordo com as informações concedidas pela Portosol, dados de dezembro de 2008 relatam que, durante mais de dez anos de atuação, a Portosol emprestou mais de R\$ 120 milhões, concedendo cerca 108 mil créditos.

Os recursos da Portosol para crédito são provenientes de: capital inicial da Instituição, doações, capital de terceiros obtidos através de empréstimos e recursos próprios oriundos das operações da Instituição. Os “financiamentos obtidos” que constam na Tabela 2 foram repasses feitos pelo BNDES e CEF, com prazos de 36 meses, corrigidos pela TJLP¹². Neste momento, a Portosol possui cerca de R\$ 600 mil de recursos do BNDES a serem pagos no curto prazo.

Tabela 2 - Composição do Capital da Portosol (em R\$)

Resumo de Aportes por Sócios	
Prefeitura Municipal de Porto Alegre	900.000,00
Governo do Estado do Rio Grande do Sul	350.000,00
Aporte de Instituições de Desenvolvimento	
Sociedade Alemã de Cooperação Técnica – GTZ	306.400,00
Inter-American Foundation – IAF	223.700,00
Financiamentos Obtidos	
BNDES	7.881.534,74
CEF	1.000.000,00

Fonte: Informações internas concedidas pela Portosol, baseadas nas Demonstrações Contábeis de 2008.

Segundo estas informações internas da organização, os recursos desta instituição são depositados em banco comercial, preferencialmente em bancos públicos. As aplicações financeiras dos recursos não aplicados em carteira de crédito serão efetuadas pela Diretoria Executiva, junto a bancos que oferecerem as melhores condições de mercado.

Para a escolha dos parceiros financeiros é levado em consideração, dentre outros, os seguintes critérios:

- a) Solvência e credibilidade do banco;
- b) Capilaridade e atendimento;
- c) Taxas e tarifas cobradas pelos serviços;

¹² A Taxa de Juros de Longo Praz (TJLP) foi instituída pela Medida Provisória nº 684, de 31.10.94 e alterações posteriores converteram-na na Lei nº 10.183 de 12.02.2001, sendo definida como o custo básico dos financiamentos concedidos pelo BNDES. A TJLP tem período de vigência de um trimestre-calendário e é fixada pelo Conselho Monetário Nacional. No trimestre Abril/2009 a Junho/2009, a TJLP era de 6,25% a.a. Informação disponível em www.bndes.gov.br/produtos/download/tjlp.pdf. Acesso em 10 de junho de 2009.

- d) Rentabilidade dos recursos aplicados;
- e) Para a operacionalização dos recursos é obrigatória, no mínimo, a assinatura de dois dos membros legalmente autorizados pelo Presidente do Conselho de Administração.

5.1.8. Estrutura Organizacional

A Instituição Comunitária de Crédito Portosol segmenta sua administração em quatro órgãos: Assembléia Geral dos Sócios, Conselho Fiscal, Conselho de Administração e Diretoria Executiva. A composição destes órgãos é a seguinte:

Assembléia Geral dos Sócios (composta pelos seus fundadores): Prefeitura Municipal de Porto Alegre, Governo do Estado do Rio Grande do Sul, Federação das Associações Empresariais do Rio Grande do Sul – FEDERASUL e Associação dos Jovens Empresários de Porto Alegre.

Conselho Fiscal: composto por três pessoas eleitas pela Assembléia Geral dos Sócios.

Conselho de Administração: dois representantes da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, um representante do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, um representante da Associação dos Jovens Empresários de Porto Alegre – AJE/POA, e quatro representantes da Sociedade Civil com experiência e notório saber técnico nos assuntos próprios da Portosol, não vinculados a quaisquer das pessoas jurídicas com assento originário no Conselho de Administração. Os próprios membros do Conselho indicam e chancelam os participantes considerados de notório saber técnico. Hoje, por exemplo, grande parte deste grupo é formada por professores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Diretoria Executiva: um Diretor.

O organograma da instituição está formatado da seguinte maneira:

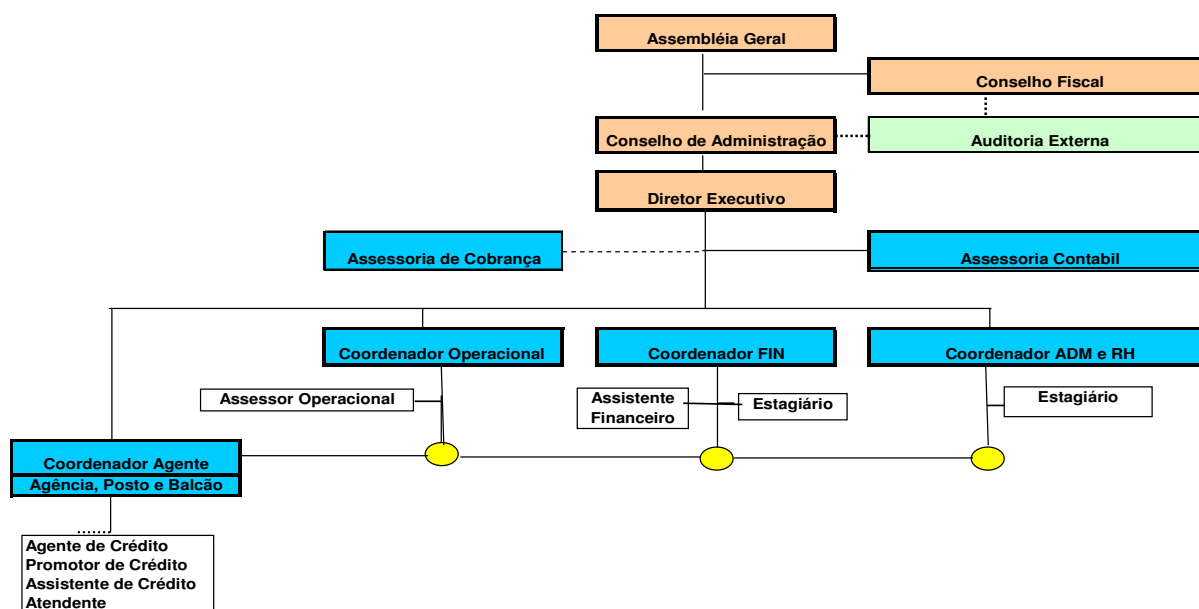


Figura 1 - Organograma da Portosol
Fonte: documentação cedida pela instituição

A entidade possui três pontos de atendimentos com estrutura própria, sendo a sua matriz em Porto Alegre e duas filiais, uma em Novo Hamburgo e outra em Cachoeirinha. Além disso, conta com aproximadamente 30 correspondentes e sete veículos que agilizam o trabalho de campo.

5.2. CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE

5.2.1. Ambiente Econômico

O ambiente econômico consiste em fatores que afetam o poder de compra e os hábitos de gasto do consumidor, segundo definições de Kotler (1997). No caso do Microcrédito, para a definição de seu ambiente econômico, cabe concentrar-se no panorama atual de seu público-alvo e suas implicações.

Atualmente, a atividade econômica doméstica se expande de forma acelerada. De acordo com o IBGE¹³, o PIB do Brasil do segundo trimestre de 2008 cresceu 1,6% em relação ao trimestre imediatamente anterior e 6% no período acumulado em 12 meses. O propulsor do crescimento foi novamente a demanda doméstica (a soma entre consumo, investimentos e gastos do governo), que se expandiu em 8% frente o mesmo trimestre do ano anterior.

Esta demanda doméstica tem sido atendida, em grande parte, por empresas nacionais, ou melhor, pequenas e micro empreendimentos nacionais, que são o principal foco do Microcrédito Produtivo Orientado (MPO), conforme definido na Lei 11.110, de 25 de abril de 2005¹⁴. De acordo com informações do Guia “Aposte na sua Empresa”¹⁵, o número de micro e pequenas empresas que se mantêm em atividade passou de 50,6% para 78% e os empregos com carteira assinada foram de 64% para 85%.

Quando mais de 90% das empresas de um país são micro ou pequenas e mostram um cenário com condições de aperfeiçoamento e crescimento, permite-se concluir que este é um segmento que é importantíssimo para a economia do país e merecedor de uma política de crédito melhor elaborada, que propicie alternativas para sustentar este pleno desenvolvimento no qual se encontra. Dessa maneira, uma política de Microcrédito de acordo com essa realidade deve ser ampliada e melhor relacionada às necessidades desses clientes, apoiando essas empresas, eliminando as altas taxas de mortalidade que o setor de micro e pequenas empresas apresenta em sua história e fazendo com o que o panorama acima apresentado seja cada vez melhor.

¹³ Indicadores IBGE. Disponível em http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1226&id_pagina=1. Acesso em 14 de março de 2009.

¹⁴ A Lei 11.110, de 25 de abril de 2005, define em seu primeiro parágrafo que são beneficiárias do PNMPO as pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte, a serem definidas em regulamento, especificamente para fins do PNMPO. Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11110.htm. Acesso em 21 de março de 2009.

¹⁵ SEBRAE RS. Guia Aposte na sua Empresa. 2007

5.2.2. Marco Jurídico para o Microcrédito

O ambiente político, no qual se estabelece uma empresa, é constituído de leis, agências governamentais e grupos de pressão que influenciam e limitam várias organizações e indivíduos em uma dada sociedade (KOTLER, 1997).

Segundo ROSALES (2000), o marco jurídico das instituições de Microcrédito no Brasil é recente e basicamente está composto pelas seguintes normas, detalhadas de acordo com a sua antigüidade:

- a) Lei nº 9.790 de 23 de março de 1999¹⁶: Dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, institui e disciplina o Termo de Parceria, e dá outras providências.
- b) Medida Provisória nº 2.172-32, de 23 de agosto de 2001¹⁷: Através desta medida ficam modificadas as normas vinculadas à usura, excluindo do seu alcance as Sociedades Civas de Interesse Público (OSCIPs) e as Sociedades de Crédito para o Microempresário (SCM).
- c) Lei nº 11.110, de 25 de abril de 2005¹⁸: Institui o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado – PNMPO, que será abordado em detalhes na seção 6.3 deste trabalho.
- d) Resolução 3.567 do Conselho Monetário Nacional de 28 de maio de 2008¹⁹: Estabelece novos procedimentos para funcionamento das Sociedades de

¹⁶ Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil/LEIS/L9790.htm. Acesso em 21 de março de 2009.

¹⁷ Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil/mpv/2172-32.htm. Acesso em 21 de março de 2009.

¹⁸ Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11110.htm. Acesso em 21 de março de 2009.

¹⁹ Disponível em [www3.bcb.gov.br/normativo/detalharNormativo.do?N=108050743&method=detalhar Normativo](http://www3.bcb.gov.br/normativo/detalharNormativo.do?N=108050743&method=detalhar%20Normativo). Acesso em 03 de abril de 2009.

Crédito ao Microempreendedor, dispendo as normas sobre a natureza, constituição, capital mínimo e sua integralização, seu marco operacional, limites individuais de crédito, proibições, postos de atendimento e supervisão das Sociedades de Crédito para o Microempresário, assim como os direitos do Banco Central em relação às mesmas. Revoga a Resolução nº 2.874, de 26 de julho de 2001, e substituídas por esta resolução a base regulamentar ou as citações constantes das Circulares nºs 2.964, de 3 de fevereiro de 2000, 3.182, de 6 de março de 2003, 3.218, de 8 de janeiro de 2004, e 3.310, de 11 de janeiro de 2006, e da Carta-Circular nº 2.898, de 29 de fevereiro de 2000.

5.2.3. Ambiente Tecnológico

Uma das características do pequeno empreendimento é a escassez de capital de giro para investimento. Formado a partir de uma pequena economia, da venda de um bem ou da retirada do Fundo de Garantia, esses pequenos negócios não têm recursos próprios para crescer e estão excluídos do crédito institucional. Há uma grande demanda por crédito nesse setor e o principal aspecto a ser contemplado é o acesso oportuno e ágil ao crédito e secundariamente o preço do dinheiro (DANTAS, 2005).

Tecnologia, neste segmento, deve refletir, portanto, no aumento da eficiência e produtividade e na diminuição dos custos operacionais do provedor do crédito, no sentido de que ele não precise repassar ao tomador despesas provenientes de sua ineficiência operacionais. Novas tecnologias são sinônimo de novos mercados e oportunidades. Para responder com sucesso a estas novas oportunidades é necessário inovar e oferecer ao cliente uma série de novas condições que, conjuntamente, resultarão em produtos mais alinhados com a situação econômica, social, cultural e gerencial dessa clientela.

5.2.4. Ambiente Sócio-Cultural

O ambiente cultural é constituído de instituições e outras forças que afetam os valores básicos, as percepções, as preferências e os comportamentos da sociedade. Algumas características culturais podem afetar as decisões do público-alvo como persistência de valores culturais, a visão das pessoas sobre si mesmas e sobre os outros ou a visão das pessoas sobre as organizações e a sociedade. (KOTLER, 1997)

Por exemplo, o fator cultural nordestino de ter maior facilidade de promover iniciativas em grupo foi fundamental para o sucesso dos grupos solidários nas OSICPs desta região. Já no Sul e no Sudeste brasileiros, este modelo encontra maiores dificuldades, pois talvez nestas populações as relações que envolvem confiança e segurança sejam consideradas mais frágeis.

6. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

6.1. CONCEITUAÇÃO BÁSICA DE MICROCRÉDITO

Para situar o âmbito deste trabalho, é necessário se fazer uma diferenciação fundamental entre as definições de Microfinanças e de Microcrédito. A definição de Microfinanças é compreendida como a prestação de serviços financeiros adequados e sustentáveis para a população de baixa renda, excluída do sistema financeiro tradicional, com utilização de produtos, processos e gestão diferenciada, conforme SOARES e SOBRINHO (2007). Nessa linha, entidades ou IMFs (Instituições Microfinanceiras) são entendidas como aquelas especializadas em prestar esses serviços, constituídas na forma de ONGs (Organização Não Governamental), OSCIPs (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), Cooperativas de crédito, SCMs (Sociedade de Crédito ao Microempreendedor), bancos comerciais, públicos e privados e fundos institucionais.

Já a definição de Microcrédito caracteriza-se, no contexto das Microfinanças, pela prestação de serviços exclusivamente a pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de pequeno porte, diferenciando-se dos demais tipos de atividade microfinanceira essencialmente pela metodologia utilizada. De acordo com SILVA (1998), o tema Microcrédito cinge-se às operações de empréstimo de pequenos valores

para os atuais padrões das instituições financeiras, direcionados à criação e expansão de pequenos empreendimentos junto às comunidades de baixa renda. Em uma outra definição, seriam elegíveis ao Microcrédito as pequenas unidades produtivas informais sem acesso ao setor bancário formal por não apresentarem garantias como contraprestação aos inadimplementos dos contratos de empréstimos (BARONE *et al*, 2002).

Dentro desta definição de Microcrédito, surgem ramificações como a do Microcrédito Produtivo, conceituado por direcionar empréstimos de pequeno valor para atividades produtivas, e o do Microcrédito Produtivo Orientado (MPO), também para atividades produtivas, no entanto baseado no relacionamento personalizado entre a instituição de Microcrédito e o empreendedor, por meio de agentes de créditos (SILVA e GÓIS, 2007).

Em resumo, as instituições de Microcrédito vêm suprir a demanda por crédito de pequeno valor, operando com taxas reduzidas, com novas formas de garantias, com sistema de operação simples, com poucos custos, atendendo desta forma, a população que não possui acesso ao sistema financeiro tradicional.

6.2. INSTITUIÇÕES DE MICROCRÉDITO

As Instituições de Microcrédito podem ser classificadas em três grandes grupos, de acordo com sua forma jurídica: instituições da sociedade civil, instituições da iniciativa privada e instituições do setor público (BARONE *et al*, 2002).

As instituições classificadas como da sociedade civil são pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos e não fazem parte do Sistema Financeiro Nacional. Geralmente, são constituídas na forma de ONGs, e algumas delas assumem qualificação de OSCIPs. A iniciativa privada configurou suas instituições muito

recentemente no Brasil. As Sociedades de Crédito ao Microempreendedor são as figuras jurídicas com fins lucrativos mais atuais neste segmento, sujeitando-se a fiscalização e supervisão do Banco Central. Quanto ao setor público, são desempenhados esforços tanto na parte de subvenções de capital através de órgãos especializados, como no estreitamento de parcerias com as organizações da sociedade civil e da iniciativa privada (BARONE *et al*, 2002).

De acordo com a Assessoria de Imprensa do Ministério do Trabalho e do Emprego²⁰, em notícia divulgada em março de 2009, houve expansão do número de instituições habilitadas ao Programa Nacional de Microcrédito. Divididas em OSCIPs, Cooperativas, SCMs e Agências de Fomentos, a quantidade saltou de 52, em 2005, para 278 em 2008, mais que o quádruplo. Na tabela abaixo, consta a distribuição destas organizações de acordo com seus os modelos institucionais:

Tabela 3 - Modelos institucionais de IMFs brasileiras

Modelo Institucional	Quantidade
Agência de Fomento	06
Cooperativa de Crédito	125
OSCIP	129
SCM	18
Total	278

Fonte: Adaptado do *site* o PNMPO²¹

Como este trabalho tem a intenção de comparar a concessão de Microcrédito a partir de um modelo de OSCIP com a concessão disponibilizada por uma SCM, será focado nas duas próximas subseções o detalhamento destes dois tipos de

²⁰ Matéria “Programa de Microcrédito do MTE pode minimizar desemprego durante a crise” divulgada no *site* do MTE. Disponível em www.mte.gov.br/sgnnoticiaAudio.asp?IdConteudoNoticia=5161&PalavraChave=pnmpto,%20microcredito. Acesso em 05 de abril de 2009.

²¹ PNMPO (Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado). Disponível em www.mte.gov.br/pnmpto.

instituições, a fim de elaborar-se um panorama de seus fundamentos, contribuindo para análise posterior.

6.2.1. Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP)

De acordo com Barone *et al* (2002), a história do Microcrédito no Brasil se confunde com as iniciativas da sociedade civil, cuja institucionalização assume forma de organizações não governamentais.

Uma característica comum a essas instituições é que são constituídas sob a forma de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, de modo que o resultado operacional de sua atividade fim é inteiramente revertido para a instituição, não havendo distribuição de lucro, mas, sim, capitalização, fundamental para a sustentabilidade econômico-financeira da entidade (BARONE *et al*, 2002).

Para que sejam registradas como organizações sem fins lucrativos, as OSCIPs devem cumprir uma série de exigências, sendo a mais importante delas a exigência de responder a necessidades coletivas, levando-as a obter um certificado de utilidade pública nas diversas instâncias governamentais, pois devem oferecer algum tipo de serviço que contribua para melhorar a vida em sociedade (CARNEIRO, 2007).

As ONGs, inclusive as que oferecem Microcrédito, passaram a ter, desde 1999, a opção de obterem a qualificação de Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP.) Para receber esta classificação deve haver por parte da OSCIP objetivo social que possua finalidades como a promoção da assistência social, o desenvolvimento econômico, o combate à pobreza, ou ainda, incentivos à cultura, educação e preservação ambiental. Sua constituição jurídica pode ser na forma de associação ou fundação de direito privado, sem fins lucrativos. (CARNEIRO, 2007)

A Lei 9.790, de 23 de março de 1999²², que dispõe sobre a qualificação das OSCIPs, salienta que esta tem liberdade para atuar na experimentação, não lucrativa, de novos modelos sócio-produtivos e de sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito. Devem ainda as OSCIPs contar com regimentos internos cujas normas disponham sobre a observância dos princípios como os da legalidade e da moralidade, explicitem de que forma será realizada a remuneração dos dirigentes e prestadores de serviço, e ainda, coloquem as práticas administrativas adotadas.

Ainda conforme a Lei 9.790, a qualificação das OSCIPs deve ser requerida no Ministério da Justiça. Após diferir o pedido, a OSCIP passa a contar com um termo de parceria com o Poder Público, a fim de fomentar e executar as atividades de interesse público. É vedada a participação das OSCIPs, no entanto, em campanhas partidárias ou eleitorais.

Segundo informações do Guia para Criação de Instituições de Microcrédito,²³ uma das principais vantagens de se optar pelo modelo OSCIPs são os incentivos na esfera tributária. Devido às atividades executadas, elas pagam PIS (1% sobre folhas de pagamento), IOF e INSS, dentre outros tributos estaduais e municipais, porém estão livres do IR, da CSLL e COFINS (o ISS dependerá da legislação municipal).

Uma OSCIP não precisa de capital mínimo para sua constituição, não possui limites de endividamento ou tem estabelecido valores máximos de empréstimos por cliente. Além do mais, suas operações não são consideradas usurárias (ou seja, não se submete à Lei da Usura que impede cobrança de juros superior a 12% ao ano). Apesar disso, o fato de uma OSCIP não possuir fins lucrativos ou gozar de maiores liberdades tributárias e normativas financeiras não impede que ela aufera lucros, aliás isso é fundamental para que ela mantenha-se sustentável, pois reaplicará seu capital excedente no próprio negócio.

²² Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil/LEIS/L9790.htm. Acesso em 21 de março de 2009.

²³ FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL. **Guia para Criação das Instituições de Microcrédito**. CD-ROM. 2008.

Estes tipos de entidade poderão recorrer a linhas de crédito para obtenção de empréstimos como os disponibilizados pelo BNDES e FAT, além de doações. De acordo com o Guia para Criação de Instituições de Microcrédito²⁴, organizado pela Fundação Itaú Social, as doações efetuadas a qualquer OSCIP são dedutíveis do Imposto de Renda de Pessoas Jurídicas da empresa doadora. Estas doações podem ser feitas até o limite de 2% do lucro operacional desta pessoa jurídica, antes de computada a sua dedução.

6.2.2. Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM)

Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM) é uma instituição financeira que concede financiamentos a pessoas físicas e microempresas para a viabilização de empreendimentos de natureza profissional, comercial ou industrial, de pequeno porte, equiparando-se às instituições financeiras para os efeitos da legislação em vigor (Resolução CMN nº 3.567 de 2008²⁵). Com as alterações previstas na Resolução CMN nº 3.567, as SCMs também passaram a atender pequenas empresas, com receita bruta anual de até R\$ 2,4 milhões. É vedada a participação societária, direta ou indireta, do setor público no capital de uma SCM.

De acordo com esta Resolução, uma SCM pode ser constituída na forma de sociedade por quotas de responsabilidade limitada ou sob forma de sociedade anônima de capital fechado. Ela está sujeita à autorização para constituição e funcionamento e à fiscalização do Banco Central do Brasil. Uma vez instituída na forma de SCM, não pode se denominar um banco. Os passos para a criação de uma SCM são, resumidamente:

²⁴ FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL. **Guia para Criação das Instituições de Microcrédito**. CD-ROM. 2008.

²⁵ Disponível em www3.bcb.gov.br/normativo/detalharNormativo.do?N=108050743&method=detalharNormativo. Acesso em 03 de abril de 2009.

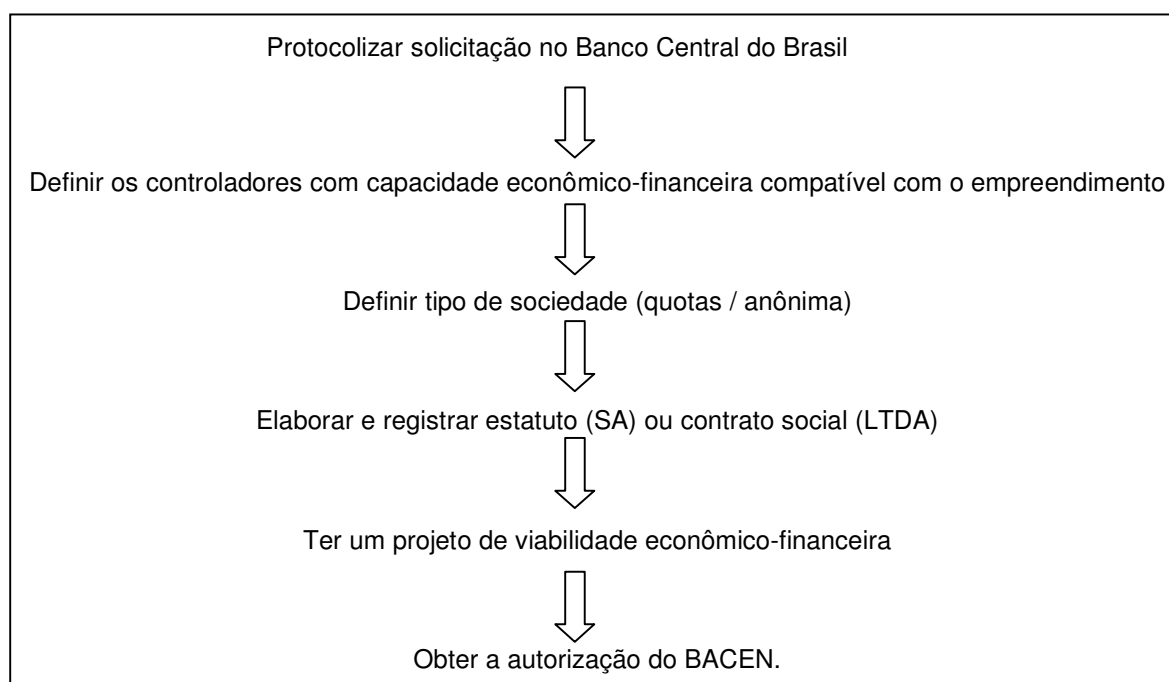


Figura 2 - Esquema da Criação de uma SCM

Fonte: Baseado na Resolução CMN nº3.567/08

Quanto ao controle societário, deve estar definido em pessoa física, não se admitindo que ele recaia em fundação, fundo de investimento ou em entidade de previdência privada. As SCMs podem, mediante prévia autorização do Banco Central do Brasil, ter seu controle societário exercido por Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), desde que estas organizações desenvolvam atividades de crédito compatíveis com o objeto social da SCM e não confirmem ao setor público nenhum poder de gestão ou de veto na condução de suas atividades. (Res. 3.567/08, art. 2º)

De acordo com a Resolução 3.567/08²⁶, art. 4º em seu primeiro inciso, o capital realizado e o patrimônio líquido mínimos de uma SCM devem ser de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais). Seu endividamento, considerando as obrigações do passivo

²⁶ Resolução CMN nº 3.567. Disponível www3.bcb.gov.br/normativo/detalharNormativo.do?N=108050743&method=detalharNormativo. Acesso em 03 de abril de 2009.

circulante, as obrigações por cessão de créditos e as garantias prestadas, e descontando as aplicações em títulos públicos federais, não poderá ultrapassar dez vezes o respectivo patrimônio líquido. A exposição por cliente, considerando operações de crédito, obrigação por cessão de créditos e prestação de garantias, será limitada a 5% (cinco por cento) de seu patrimônio líquido.

As principais operações permitidas a uma Sociedade de Crédito ao Microempendedor são, segundo o Manual Sisorf do Banco Central²⁷:

- a) Concessão de créditos e financiamentos às microempresas ou empresas de pequeno porte, bem como a pessoas físicas no desempenho das atividades relativas ao seu objeto social;
- b) Aplicação de disponibilidades no mercado financeiro;
- c) Participação em outras instituições (exceto do ramo financeiro) e permissão para transformação em outro tipo de instituição;
- d) Obtenção de repasses e empréstimos originários de instituições financeiras nacionais e estrangeiras; entidades nacionais e estrangeiras voltadas para ações de fomento e desenvolvimento, incluídas as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público e fundos oficiais;
- e) Instalação de postos de atendimento para sua clientela (não agências, nem filiais) dentro da sua área geográfica de atuação, fixos ou móveis, permanentes ou temporários, com a obrigação de incorporar diariamente os respectivos movimentos operacionais na contabilidade da sede e avisar oportunamente ao Banco Central sobre a criação ou fechamento dos referidos postos.

Por outro lado, as operações vedadas às SCMs, de acordo com Resolução CMN nº 3.567/08, são:

²⁷ Manual Sisorf do Banco Central que esclarece o modo de funcionamento, permissões e proibições à uma SCM. Disponível em www4.bcb.gov.br/NXT/gateway.dll?f=templates&fn=default.htm&vid=nmsManualSisorf:idxManualSisorf. Acesso em 22 de Abril de 2009.

- a) Captar recursos junto ao público;
- b) Conceder empréstimo para consumo;
- c) Contratar de depósitos interbancários;
- d) Efetuar empréstimos a tomadores com restrições cadastrais;
- e) Possuir participação societária em instituições financeiras e em outras instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.
- f) Acessar Juizado de Pequenas Causas para cobrar dívidas de tomadores.

Tributariamente, este modelo organizacional não dispõe de incentivos fiscais como as OSCIPs, contribuindo com PIS, COFINS, IOF, INSS como empregador, IR, CLSS e ISS, dependendo do Estado, dentre outros tributos, conforme o Guia para Criação de Instituições de Microcrédito²⁸.

6.3. EXPERIÊNCIAS INTERNACIONAIS NA ÁREA DE MICROCRÉDITO

Ao redor do mundo, principalmente, em regiões menos favorecidas nas questões sócio-econômicas, a idéia de ceder crédito a pessoas pobres e que buscam uma alternativa independente para gerar alguma renda tem longa data. De acordo com o Guia para Criação da Instituição de Microcrédito²⁹, foi em 1846, após um rigoroso inverno de safras enfraquecidas, que um pastor no sul da Alemanha cedeu farinha de trigo como crédito para incentivar a produção de pães aos agricultores endividados, caracterizando, assim, a primeira experiência em Microcrédito. O pequeno projeto rendeu bons resultados, transformou-se em uma associação e evoluiu para uma cooperativa de crédito.

²⁸ FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL. **Guia para Criação das Instituições de Microcrédito**. CD-ROM. 2008.

²⁹ Seção “História do Microcrédito no Mundo”, presente no Guia para Criação de Instituições de Microcrédito, elaborado pela Fundação Itaú Social e distribuído na mídia de CD-ROM.

Desde então, diversas experiências surgiram em todos os continentes. No início do século XX, nascia em Quebec, Canadá, a *Caïsse Populaire*, uma instituição financeira que fugia aos protocolos tradicionais. De acordo com o *site* da *Caïsse*³⁰, o jornalista Alphonse Desjardin passou a encorajar, por volta do ano de 1900, a classe trabalhadora a poupar e planejar seu orçamento, além de conceder créditos mínimos para a reabilitação econômica daqueles que se encontravam endividados. Através desses atos, ele objetivava a emancipação financeira dos franceses que haviam emigrado para o Canadá.

Ainda de acordo com o *site* da *Caïsse*, ao longo dos anos, esta instituição criou e adquiriu muitas subsidiárias para seus serviços financeiros, sempre trabalhando pela ótica de que o usuário é muito mais do que cliente, na verdade eles nem usam essa denominação, mas sim um sócio, um parceiro, que será beneficiado com os lucros obtidos pela *Caïsse* de forma cooperativa. Não só existe esta relação membro-entidade, como parte dos valores faturados pela *Caïsse Populaire* são revertidos em ações na comunidade em que se encontra. A instituição trouxe no decorrer de sua história a tradição de incentivar a poupança e a garantia dos depósitos de seus associados. Com mais de 40.000 empregados, a *Caïsse* é atualmente o maior empregador privado em Quebec. Hoje, as muitas *Caïsses* espalhadas pelo Canadá são independentes, com produtos comercializados de modo personalizado, atendendo pessoas físicas e jurídicas. Além disso, atuam tanto no âmbito rural quanto no urbano.

Nos Estados Unidos, em 1953, Walter Krump, presidente de uma metalúrgica de Chicago, criou os “Fundos de Ajuda” nos departamentos das fábricas, onde cada operário participante depositava mensalmente US\$1,00, destinado a atender aos associados necessitados. Posteriormente, os Fundos de Ajuda foram consolidados e transformados no que foi denominado Liga de Crédito. Após esta iniciativa, outras se

³⁰ www.caisse.biz/english_site/prod_serv.html. Acessado em 04 de Abril de 2009. Sobre a *Caïsse Populaire*.

sucederam, existindo, atualmente, a Federação das Ligas de Crédito, operadas nacionalmente e em outros países.³¹

Quanto a América Latina, a história do Microcrédito apresenta fortes raízes nos países andinos. A experiência boliviana ilustra perfeitamente essa realidade. Segundo Fernando Prado, da Corporacion Andina de Fomento, em depoimento no Seminário BNDES Microfinanças – Ensaios e Experiências (2000), o setor microfinanceiro boliviano deve ser analisado sob a ótica de um país pobre, com grande extensão geográfica e reduzida densidade populacional (BNDES, 2000).

De acordo com os relatos encontrados neste documento publicado pelo BNDES (2000), a Bolívia vivenciou, a partir do final dos anos 60, um longo período de ditaduras militares caracterizado pela contínua troca do alto comando do governo. Esta conjuntura contribuiu para a formação de uma Sociedade Civil contestadora, que encontrou nas ONGs um reduto para responder ao governo arbitrário, a melhor expressão do que se conseguiu formar neste período.

A principal característica que permitiu o êxito do setor de Microfinanças na Bolívia foi a alteração da mentalidade das instituições microfinanceiras, visando maior eficiência, redução de custos, ampliação da clientela e massificação dos serviços, deixando ao Estado o papel de simples facilitador, que compreende a necessidade de instituições microfinanceiras regulamentadas e supervisionadas e contribui com regras claras e subsídios transparentes. (BNDES, 2000)

Apesar de toda esta evidência que a Bolívia recebe quando o assunto é Microcrédito, a experiência internacional de maior reconhecimento até os dias de hoje vem de Bangladesh. O Banco Grameen, fundado pelo professor universitário Muhammad Yunus, foi um audacioso projeto que quebrou com paradigmas até então tidos como irreversíveis.

³¹ Seção “História do Microcrédito no Mundo”, presente no Guia para Criação de Instituições de Microcrédito: elaborado pela Fundação Itaú Social e distribuído na mídia de CD-ROM.

Observando que os pequenos empreendedores das aldeias próximas à universidade onde lecionava, em Bangladesh, eram reféns dos agiotas, pagando juros extorsivos e, mesmo assim, pagando corretamente, o professor Yunus, com seu próprio dinheiro e a ajuda de seus alunos, iniciou um trabalho de concessão de empréstimos a uma parcela daquela população pobre, concedendo US\$27,00 por grupo de pessoas. (YUNUS, 2006)

Segundo YUNUS (2006), os pobres são bons pagadores e é possível emprestar-lhes dinheiros em base comercial e ter lucros com esta atividade. Ao provar que os pobres são merecedores de crédito, no sentido de confiança e recursos financeiros, e que pagam seus pequenos empréstimos destinados a atividades produtivas, o professor Yunus conseguiu financiamentos e doações junto aos bancos privados e internacionais para criar o Banco Grameen. Esta instituição consolida o modelo atual de Microcrédito, definido como financiamentos aos micros produtores via grupos solidários que prestam garantia mútua, dispensando a garantia tradicional dos bancos.

Sobre a exigência de garantia nos empréstimos (fator tido como o maior limitador de acesso ao crédito pelos mais pobres), Muhammad Yunus (2006, pg. 102) é enfático :

Os mais pobres entre os pobres trabalham doze horas por dia. Precisam vender seus produtos e ter um lucro para poder comer. Eles não têm por que não reembolsá-los, sobretudo se quiserem outro empréstimo que lhes permitirá sustentar-se mais um dia! É a melhor garantia que vocês podem ter: a vida deles.

Durante sua obra, o autor utiliza-se da experiência do Banco Grameen para desmistificar algumas hipóteses como a de que as pessoas pobres não sabem trabalhar em equipe, ou a de que eles tenham uma visão acanhada da vida e não se interessam em encontrar uma alternativa que possa ajudá-los a melhorar suas condições.

Outra contribuição importante, a qual é dedicado um capítulo do livro “O Banqueiro dos Pobres”, é sobre o curioso fato de que a maior parte da procura por Microcrédito é do público feminino, mesmo em países em que a condição social da mulher ainda é inferiorizada, como no caso de Bangladesh. De acordo com Yunus (2006, pgs. 106 e 107)

Quanto mais eu avançava em meu projeto, mais tinha a certeza de que, quando o crédito era concedido às mulheres, produzia mais rapidamente mudanças do que quando ia para os homens. Falando em termos relativos, a fome e a pobreza são mais uma questão das mulheres que dos homens. As mulheres são mais intensamente tocadas que os homens pela fome e a pobreza. (...) O dinheiro, quando utilizado por uma mulher numa família, beneficia mais o conjunto dos membros do que quando é utilizado por um homem.

A tecnologia utilizada pelo Banco Grameen consiste nos grupos solidários, em que os moradores de uma mesma aldeia se organizam em pequenos grupos a fim de se auto avaliarem, tendo um deles como representante. Isso se deve para que os membros se sintam, individualmente, mais seguros. Para o Banco, ele se torna mais confiável, visto que em grupo o comportamento do indivíduo se torna mais regular, já que assim, ele recebe o estímulo coletivo. Além disso, do ponto de vista do Banco, as equipes realizam um controle inicial das tarefas, diminuindo o trabalho dos empregados do Grameen. O método se concentra em favorecer o primeiro empréstimo a dois membros do grupo. Se eles pagam regularmente, dentro de algumas semanas (já que os pagamentos são realizados semanalmente outros dois membros podem obter empréstimos. O responsável pelo grupo é o último dos cinco a retirar seu crédito. (YUNUS, 2006)

O pagamento semanal é uma tática que objetiva reduzir a inadimplência. Se o tomador não consegue pagar as primeiras prestações, percebe-se isso em curtíssimo prazo e aumentam-se as chances de recuperar os valores, pois não deixa que o financiado descontrole sua situação econômica por muito tempo ou que ele simplesmente desapareça. (YUNUS, 2006)

O Microcrédito diversificou-se dentro do Banco Grameen, abrindo linhas de crédito à habitação, produtos de poupança, seguros de saúde e crédito para a aquisição de equipamentos de energia solar e telecomunicações. Ao entusiasmar Bangladesh e o mundo de que é possível motivar uma empresa através da consciência social, substituindo a ganância por dinheiro por ambições de valor social, o professor Yunus revelou-se digno de receber o Prêmio Nobel da Paz, em 2006, por suas contribuições nessa sua trajetória contra a pobreza das nações. (YUNUS, 2006)

Registros de ações de Microcrédito como as relatadas acima estão surgindo nos mais diversos lugares. Em 1997, como parte de uma estratégia global aconteceu o Microcredit Summit, em Washington D.C., um encontro global reunindo chefes de Estado, representantes das áreas financeira e filantrópica, assim como demais personalidades da área social, de Microcrédito e de finanças a fim estabelecer metas que visavam ao desenvolvimento das Microfinanças.

De acordo com o *site* do projeto³², a campanha de nove anos (Microcredit Summit Campaign), lançada neste primeiro encontro, tinha como objetivo alcançar 100 milhões de famílias, as mais pobres do mundo e especialmente aquelas sustentadas por mulheres, com crédito para desenvolvimento de atividades produtivas e outros serviços financeiros dos quais elas pudessem fazer uso. Segundo a Microcredit Summit, em Novembro de 2006 este objetivo já estava bastante próximo de ser conquistado em sua plenitude e, desta maneira, a Campanha Microcredit Summit foi relançada com duas novas metas para 2015:

- Assegurar que 175 milhões de famílias, as mais pobres do mundo e, principalmente, as mulheres destas famílias, estão recebendo Microcrédito e outros serviços financeiros;
- Trabalhar para que 100 milhões de famílias ultrapassem a renda de US\$ 1 por dia.

³² Informações disponíveis em www.microcreditsummit.org. Acesso em 06 de Abril de 2009.

A Campanha Microcredit Summit, é um projeto do Fundo Educacional *Results*, organização norte-americana de combate à fome e à pobreza. A Campanha une financiadores de Microcrédito, advogados, instituições educacionais, agências de doadores, instituições financeiras internacionais, ONGs e outros envolvidos com Microfinanças para disseminar as melhores práticas no assunto, estimular a troca de conhecimento e trabalhar em prol do atingimento de metas significativas e mensuráveis, como estas traçadas para o ano de 2015, segundo informações do *site* citado.

Como exemplo europeu pode-se citar as ações observadas em Portugal³³, onde a ótica do Microcrédito é desenvolvida para além do cenário das microempresas. As iniciativas do Microcrédito lusitano pretendem atingir aos desempregados, aposentados, estudantes e imigrantes legalizados para que estes possam aplicar essas pequenas quantias em empreendimentos pessoais, fortalecendo uma independência econômica que se liberte das relações de trabalho tradicionais (patrão-empregado) que hoje já são insuficientes para garantir a empregabilidade.

Mesmo se tratando de um país com níveis de educação e escolaridade superiores ao Brasil, surpreende o fato de apenas 11% dos tomadores de Microcrédito serem formados, ratificando a idéia de que formação preliminar não irá garantir o sucesso da aplicação dos créditos obtidos. A população utilitária do Microcrédito é jovem, varia entre 26 e 35 anos, em sua maioria. O Plano de Negócio apresentado pelo tomador garantirá a aprovação ou recusa do financiamento.

³³ Informações disponíveis em www.sandrasoares.net/videos.html. Acesso em 20 de maio de 2009.

6.4. MICROCRÉDITO NO BRASIL

Perante uma conjuntura repleta de transformações nas relações de trabalho tidas como tradicionais (padrão patrão/empregado em sistemas hierarquizados de grandes empresas), o apoio a modelos alternativos de geração de ocupações, como o trabalho autônomo e os pequenos empreendimentos familiares ou associativos, tornou-se relevante para elevar níveis de emprego e renda. Sendo assim, atitudes que facilitem um acesso ao crédito podem contribuir para desenvolver pequenos empreendimentos.

Apesar do contexto brasileiro ser preliminarmente favorável à prática do Microcrédito, por qual razão ele não avança? Segundo SOARES e SOBRINHO (2007), banqueiros de países que convivem com grande número de pessoas pobres e sistemas financeiros desenvolvidos e sofisticados – como é o caso de Brasil, Argentina, México e Índia - conseguem bons lucros com baixos custos de transação. Para trabalhar com Microfinanças, os grandes bancos teriam que investir em preparação de equipes e produtos, com chances de sucesso indefinidas, lidando com custos operacionais mais elevados para desempenhar transações de Microcrédito do que os de seus procedimentos usuais. Isso explica, em partes, por que é tão lento o desenvolvimento microfinanceiro nesses países.

No entanto, SOARES e SOBRINHO (2007) afirma que já influenciados pelos esforços dos organismos internacionais, pelas políticas públicas específicas e pelo aumento da divulgação, observa-se, nos últimos cinco anos um crescente interesse do setor financeiro tradicional (bancos, financeiras, companhias de seguros) da maioria dos países pelo mercado de Microfinanças. Algumas dessas instituições vêem as Microfinanças como um mercado com grande potencial. Outras têm em sua alta direção pessoas preocupadas com questões de responsabilidade social e ambiental. De qualquer maneira, constata-se que empresas financeiras tradicionais estão em busca

de aprendizado com entidades especializadas e com alguns bancos pioneiros para reduzir os altos custos de transação do Microcrédito.

Até agora, porém, o tema parece não ser considerado com tanta relevância. Conforme citam SOARES e SOBRINHO (2007), as seguintes opiniões que justificariam a pouca importância dada ao Microcrédito em países de economias fortes, como é o caso do Brasil: as entidades internacionais de apoio ao Microcrédito direcionam prioritariamente seus recursos para países onde o PIB *per capita* é bem menor; não há percepção, por parte dos investidores, dos empreendedores sociais e da população, de que o Microcrédito é um bom negócio.

De acordo com GOLDMARK *et al* (2000), no Brasil, assim como em outros países da América Latina, as organizações não governamentais (ONG's) foram as primeiras a introduzir metodologias atuais de Microfinanças. Desde que o Projeto Uno foi iniciado em Recife, em 1973, aproximadamente cinquenta ONGs de Microfinanças foram criadas em todo o país, atendendo a um número estimado de 76 mil microempresários. Uma onda de dez a quinze instituições abriram as portas em meados da década de 1980, mas a maioria das ONGs de Microfinanças do Brasil iniciaram suas operações somente após a estabilização macroeconômica de 1994.

A Lei 11.110, de 25 de abril de 2005³⁴, veio consolidar mais um conceito importante, o de **Microcrédito Produtivo Orientado (MPO)**, definido como o ***crédito concedido para o atendimento das necessidades financeiras de pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte, que utiliza metodologia baseada no relacionamento direto com os empreendedores no local onde é executada a atividade econômica***, devendo ser considerado, ainda que:

- a) o atendimento ao tomador final dos recursos deve ser feito por **pessoas treinadas para efetuar o levantamento socioeconômico e prestar**

³⁴ Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11110.htm. Acesso em 01 de junho de 2009.

orientação educativa sobre o planejamento do negócio, para definição das necessidades de crédito e de gestão voltadas para o desenvolvimento do empreendimento;

- b) o **contato com o tomador final dos recursos deve ser mantido durante o período do contrato**, para acompanhamento e orientação, com vistas ao melhor aproveitamento e aplicação, bem como ao crescimento e à sustentabilidade da atividade econômica;
- c) o **valor e as condições do crédito devem ser definidos após avaliação da atividade e da capacidade de endividamento do tomador** final dos recursos, em estreita interlocução com este e em consonância com o previsto na Lei 11.110.

É impossível falar de Microcrédito no Brasil sem falar no Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO)³⁵. O PNMPO também se tornou um dos benefícios trazidos pela Lei 11.110, de 25 de abril de 2005, e tem os seguintes objetivos gerais:

- a) incentivar a geração de trabalho e renda entre os microempreendedores populares;
- b) disponibilizar recursos para o Microcrédito Produtivo Orientado;
- c) oferecer apoio técnico às instituições de Microcrédito Produtivo Orientado, com vistas ao fortalecimento institucional destas para a prestação de serviços aos empreendedores populares.

No âmbito do PNMPO, são considerados micro-empreendedores populares as pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte, com renda bruta anual de até R\$ 120 mil. Já o Microcrédito Produtivo Orientado é o crédito concedido para o atendimento das necessidades financeiras desse público,

³⁵ Disponível em www.mte.gov.br/pnmpto. Acessos em 25 de outubro de 2008 e 23 de abril de 2009.

mediante utilização de metodologia baseada no relacionamento direto com os empreendedores no local onde é executada a atividade econômica.

Também se deve considerar a participação efetiva do Banco Central do Brasil (BCB), desde a promoção de eventos na área de Microfinanças até a elaboração de marcos regulatórios que atingem, principalmente, o cooperativismo de crédito e o Microcrédito. O BCB tem articulado ações baseadas nas experiências de outros países latinos que já têm implantados sistemas de Microcrédito bem sucedidos. Desde 2002, ocorrem seminários de iniciativa do Banco Central que pretendem esclarecer o cenário das Microfinanças no Brasil, contribuindo para a divulgação do que tem sido realizado por todo o país em termos de Microcrédito.³⁶

Necessariamente, deve-se salientar a atuação do BNDES no sistema de difusão e incentivo ao Microcrédito no Brasil. Com atuação desde 1996 neste segmento, são devidos ao BNDES os grandes esforços em repasse de recursos, a organização de eventos, a articulação intragovernamental e o apoio ao crédito aos microempreendedores. Segundo informações da Agência SEBRAE de Notícias³⁷, de 2005 até 2007, os recursos repassados pelo BNDES para operações de Microcrédito somaram R\$ 107 milhões, dos quais R\$ 65 milhões foram efetivamente repassados (os recursos são liberados em parcelas, que abrangem o período de dois anos). Deste total, pouco mais da metade, 50,3%, foi destinada à Região Sul, e 20% para a Região Sudeste. São as regiões que apresentam cooperativas e OSCIPs mais estruturadas. Outra informação relevante: R\$ 75,6 milhões foram destinados aos operadores de primeiro piso, que atendem diretamente ao público, e outros R\$ 31,6 milhões para instituições de segundo piso, como cooperativas centrais que repassam os recursos obtidos para as suas filiadadas.

Em entrevista concedida ao Ibase - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas³⁸, a chefe de departamento de Economia Solidária do BNDES, Ana

³⁶ Informações disponíveis em www.bcb.gov.br. Acesso em 17 de Abril de 2009.

³⁷ Informações disponíveis em www.agenciasebrae.com.br/noticia. Acesso em 03 de Junho de 2009.

³⁸ Informações disponíveis em www.ibase.br/dvdm/conteudos/microcredito.htm. Acesso em 03 de junho de 2009.

Cristina Rodrigues, relata que a maior dificuldade para a concretização dos desembolsos é a capacidade dos agentes repassadores em aplicar o mínimo de 80% do recurso repassado, conforme regra do PNMPO, em carteira de Microcrédito de qualidade, ou seja, comprovar que o recurso não está em aplicações financeiras, mas nas mãos dos microempreendedores.

Em declaração ao *International Business Times*³⁹, o presidente do BNDES, Luciano Coutinho, comenta que a ampliação da concessão do Microcrédito é um desafio, já que o banco não tem rede própria. Em função disso, o BNDES recorre a parcerias com outras instituições, como bancos, agência de fomento e ONGs. Enquanto os agentes repassam ao microempreendedores a prazos médios de 6,5 meses sem carência, o BNDES repassa para esses agentes a prazos de até oito anos, incluindo até dois anos de carência.

Segundo SOARES e SOBRINHO (2007), com o objetivo de criar um ambiente favorável para expansão do MPO no Brasil, foi celebrado em 2006 um convênio entre o BNDES e o Ministério do Trabalho e do Emprego para execução do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) do PNMPO, cujas ações prioritárias são:

- a) desenvolvimento e implantação de plano de contas padronizado para OSCIPs;
- b) sistematização de propostas para aprimoramento do marco legal do MPO;
- c) diagnóstico organizacional e setorial das Instituições de Microcrédito;
- d) capacitação de dirigentes de OSCIPs creditícias em governança institucional;
- e) capacitação de dirigentes de Instituições de Microcrédito em gestão estratégica e operacional;
- f) capacitação de empregados de Instituições de Microcrédito em metodologia MPO;

³⁹ Informações disponíveis em br.ibtimes.com/articles/20080402/bndes.htm. Acesso em 03 de junho de 2009.

- g) capacitação de agentes de crédito em análise creditícia de MPO;
- h) difusão de experiências de sucesso e de metodologias consolidadas de MPO.

7. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção é dedicada para os esclarecimentos referentes aos procedimentos metodológicos utilizados para realização desta pesquisa. Para Vergara (2004), método é um caminho, uma forma, uma lógica de pensamento.

Não há um modelo único para projetar uma pesquisa, depende da natureza do problema, do tipo de pesquisa e até da própria visão de mundo do pesquisador, dentre outros fatores. Segundo Roesch (1996), espera-se que o método escolhido seja coerente com a maneira como o problema apontado pelo projeto foi formulado, os seus objetivos e limitações, quanto a tempo, custo e disponibilidade dos dados.

7.1. DELINEAMENTO DA PESQUISA

Como o propósito deste trabalho é averiguar as condições que fazem da Portosol uma Instituição Comunitária de Crédito bem sucedida para, a partir deste ponto, identificar viabilidade de negócio em um modelo institucional diferente (SCM) optou-se por desenvolver um estudo de caso como método.

Para Mattar (*apud* SEBBEN, 2006), estudo de casos selecionados é uma forma de aprofundar o conhecimento de problemas não suficientemente definidos, constituindo-se num método muito produtivo para estimular a compreensão e sugerir hipóteses e questões para a pesquisa. Um projeto de pesquisa que envolva o método do estudo de caso envolve fases distintas (YIN, 2001 *apud* CÉSAR, 2005).

- a) a escolha do referencial teórico sobre o qual se pretende trabalhar;
- b) a seleção dos casos e o desenvolvimento de protocolos para a coleta de dados;
- c) a condução do estudo de caso, com a coleta e análise de dados, culminando com o relatório do caso;
- d) a análise dos dados obtidos à luz da teoria selecionada, interpretando os resultados.

Definiu-se este como um método eficiente, pois de acordo com as fases acima, assume-se a necessidade de uma pesquisa bibliográfica anterior a imersão no ambiente a ser estudado, respaldando o pesquisador com os conceitos recentes sobre o tema e favorecendo a ele um maior senso crítico e maior capacidade de análise.

A parte exploratória teve a contribuição da Instituição Comunitária de Crédito Portosol, como objeto de estudo. Na fase do comparativo com a SCM, foram abordados os pontos fortes que sustentam o desempenho da Portosol, bem como estes fatores poderiam ser considerados na constituição de uma SCM. Todavia, o diagnóstico compreende não só estes aspectos de sucesso do negócio, como também cita o que poderia ser aprimorado e as divergências na hora de implantar um ou outro destes modelos.

7.2. PLANO DE COLETA DE DADOS

No que se refere à pesquisa bibliográfica, o método de coleta de dados utilizado foi levantados em fontes secundárias, com o objetivo de aprofundar o tema Microcrédito e também prover o pesquisador de um maior conhecimento do setor e da realidade do tema no Brasil e no mundo. Neste caso, a pesquisa bibliográfica estendeu-se por livros, revistas, trabalhos de graduação e pós-graduação em cursos superiores, redes e mídias eletrônicas, leis e resoluções de órgãos públicos oficiais.

A técnica utilizada para a construção do caso, após a pesquisa na literatura, foi a entrevista em profundidade. Conforme as definições de Roesch (1996), a entrevista em profundidade é técnica fundamental da pesquisa qualitativa e apropriada para um estágio exploratório do projeto.

Este tipo de entrevista é, geralmente, mais demorado e exige uma preparação prévia das partes. Seu objetivo primário é entender o significado que o entrevistado atribui a questões e situações em determinados contextos. O grau de estruturação de uma entrevista em uma pesquisa qualitativa depende do propósito do entrevistador. (ROESCH, 1996).

As entrevistas realizadas com funcionário da Portosol, que se disponibilizou a responder as questões pertinentes a esta pesquisa, foram do tipo semi-estruturadas. Segundo esta variação da técnica entrevista em profundidade, são utilizadas questões abertas, que permitem ao entrevistador entender e captar a perspectiva dos participantes da pesquisa (ROESCH, 1996). Foi utilizado roteiro elaborado com tópicos a serem abordados, o que imprimiu um nível de organização, mas simultaneamente, deixou o entrevistado livre para decorrer sobre pontos que não continham no roteiro, porém, muitas vezes, igualmente significativos para a pesquisa. Este roteiro completo pode ser encontrado nos anexos deste trabalho.

Uma entrevista como esta é importante, porque além de extrair informações, permite que o entrevistador perceba os sinais não verbais emitidos pelo entrevistado, a maneira que ele enfatiza algum assunto, gesticula, dentre outras manifestações. Uma das dificuldades apresentadas é o fato de quando se opta por perguntas abertas, pode-se não conseguir que o entrevistado de fato responda às questões formuladas.

Ao escolher a abordagem de estudo de caso, também se acompanharam, através de publicações na área, os exemplos de sucesso de instituições de microcrédito ao redor do mundo. Coletando alguns pontos percebidos no relato destas experiências e efetivando as entrevistas, com amparo na pesquisa bibliográfica, buscou-se responder, principalmente, os seguintes questionamentos:

- a) Quais os aspectos que explicam o sucesso da organização?
- b) Quem são os concorrentes, os produtos e serviços oferecidos?
- c) Quais são as características do público-alvo, dos clientes?
- d) Como a instituição analisa, concede, acompanha e cobra suas operações de crédito e como lida com a inadimplência?
- e) Afinal, há perspectiva de mercado para instituições privadas e com fins lucrativos atuarem com Microcrédito no Estado?

Enfim, responder de uma forma geral aos objetivos propostos neste trabalho.

7.3. PLANO DE ANÁLISE DE DADOS

Segundo Roesch (1996), na pesquisa de caráter qualitativo, o pesquisador, ao encerrar sua coleta de dados, depara com uma quantidade imensa de notas de pesquisa ou de depoimentos, que se materializam na forma de textos, os quais terá de organizar para depois analisar. Como as perguntas são abertas, no tipo de entrevista adotado por este pesquisador, não há uma maneira de codificar os resultados tão

elementar quanto seria em uma pesquisa quantitativa. Sendo assim, as informações serão tratadas através de uma Análise de Conteúdo. De acordo com Freitas e Janissek (2000), a Análise de conteúdo pode ser uma boa técnica para ser usada em todos os tipos de pesquisa que possam ser documentadas em textos escritos, gravações de voz ou imagem (rádio, televisão, etc) ou em outras atividades que possam ser decompostas como uma entrevista, por exemplo.

A Análise de Conteúdo, segundo Freitas e Janissek (2000), é uma técnica de pesquisa para tornar reaplicáveis e validar inferências de dados de um contexto que envolve procedimentos especializados para processamentos de dados de forma científica. Esta técnica permite observar motivos de satisfação, insatisfação ou opiniões subentendidas, natureza de problemas, etc, estudando as várias formas de comunicação (FREITAS e JANISSEK, 2000). É um método de observação indireto, já que é a expressão verbal ou escrita do respondente que será observada. O valor da Análise de Conteúdo depende da qualidade da elaboração conceitual feita a priori pelo pesquisador, e da exatidão com a qual ele irá traduzi-la em variáveis, esboço de pesquisa ou categorias (FREITAS e JANISSEK, 2000)

Este estudo enquadra-se como uma Análise Conteúdo indireta, pois, por vezes, além do que se tem como resultado claro e manifesto, pode obter por inferência informações que o entrevistado deixou subentendido. Neste estudo de caso, a Análise de Conteúdo serviu para a criação de categorias. Com a distribuição em categorias, fica mais acessível ao pesquisador elaborar algum outro tipo de artifício que possa facilitar o entendimento por parte dos leitores. Ficam entendidos como exemplos destes artifícios: tabelas, figuras e quadros comparativos.

Para constatação dos resultados, portanto, caberá ao pesquisador detalhar as respostas, interpretá-las e procurar explicá-las, utilizando os conceitos aprendidos na literatura e os elementos presentes em outras experiências relatadas ao longo desta pesquisa. Deste modo será possível compreender a realidade da Portosol para, em seguida, realizar o comparativo com o modelo SCM.

8. APRESENTAÇÃO DO ESTUDO DE CASO

A Instituição Comunitária de Crédito Portosol é resultado de uma iniciativa conjunta da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, do Governo do Estado do Rio Grande do Sul e Federasul. Surgiu com o objetivo de financiar empreendimentos de pequeno porte, a fim de fomentar o desenvolvimento socioeconômico equilibrado do município de Porto Alegre.

Costureiras, artesãos, “empresas de fundo de quintal”, vendedores ambulantes, mini-mercados e muitos outros microempreendimentos fazem uso dos serviços desta OSCIP, desde 1995. Ela financia, principalmente, compra de matéria-prima, mercadorias, máquinas e equipamentos, veículos utilitários, reformas e construções nas instalações de trabalho.

A Portosol foi escolhida como objeto de estudo para este trabalho, por causa de diferenciais muito importantes: a prestação de seu serviço de forma ágil e qualificada, agindo com profissionalismo e pouca burocracia, através de funcionários motivados e participativos, que se identificam com o cliente. Aliás, os agentes de créditos, responsáveis pelo contato direto com o cliente, são considerados a verdadeira âncora do negócio, pelo fato de não só emprestarem capital, mas certificarem-se de que os recursos estão sendo aplicados na atividade produtiva desenvolvida pelo tomador.

Além disso, há uma constante preocupação da Portosol em relação aos empreendimentos em que assessora. A capacidade de gerar emprego e renda é pré-requisito fundamental no momento em que se concede o empréstimo. É imprescindível que a atividade desenvolvida pelo microempreendedor não prejudique o meio-ambiente, mesmo que atue na informalidade.

A entidade possui três pontos de atendimentos com estrutura própria, sendo a sua matriz em Porto Alegre e duas filiais em Novo Hamburgo e Cachoeirinha. Além disso, conta com aproximadamente 30 correspondentes e sete veículos que agilizam o trabalho de campo, minimizando os gastos de acessibilidade por parte do microempreendedor.

Oferece formas de garantias variadas, mas enfrenta hoje desafios no desenvolvimento do modelo conhecido como *grupo solidário*, sistema que reúne em pequenos grupos (3 a 5 pessoas), nos quais cada um serve de avalista ao empreendimento do outro, como se houvesse uma dívida em comum, embora cada um tenha realizado uma pequena operação de crédito independente para financiar o seu negócio. A principal justificativa deste empecilho está na própria cultura do ambiente em que a Portosol atua. Simplesmente, não faz parte dos costumes das cidades maiores esta modalidade de aval, seja por as pessoas não se conhecerem tão bem ou pelo fraco espírito de solidariedade que esta população possui.

Os elementos característicos desta OSCIP serão abordados na seção posterior, que apresenta as informações extraídas da entrevista em profundidade aplicada a um funcionário da instituição.

9. RESULTADOS DA PESQUISA

Nesta seção serão conhecidos os resultados deste trabalho. Eles serão configurados da seguinte maneira: primeiramente, expor as informações obtidas a partir de uma entrevista semi-estruturada com um funcionário da Portosol, relacionando com aspectos encontrados na pesquisa bibliográfica, quando conveniente para esclarecimentos e, em seguida, comparar o tema a partir da perspectiva de uma Sociedade de Crédito ao Microempreendedor.

9.1. FUNDING

No Brasil, o Microcrédito ainda recebe em maior escala financiamento de órgãos estatais, como é o caso do BNDES. Em 2008, foram mais de R\$ 9 milhões desembolsados em recursos para micro, pequenas e médias empresas. Há, entretanto, algumas desvantagens na dependência dos recursos do setor público, inclusive os lentos processos de aprovação e as condições estritas que definem o uso adequado dos recursos (NICTER et al, 2002).

Funding para Instituições de Microfinanças (IMFs), segundo Nichter et al (2002), ainda é de controle estrito no Brasil. As IMFs não podem aceitar depósitos, por

exemplo, uma fonte de recursos de numerosas vantagens, como os baixos custos financeiros, ampla disponibilidade e relativa estabilidade. De acordo com este mesmo autor, os investidores estrangeiros também podem ser desestimulados de investir na indústria brasileira das microfinanças, uma vez que deparam restrições monetárias e prolongados processos de registro.

Internacionalmente, o destaque é para a International Finance Corporation (IFC), investidor número um em termos de alcance das microfinanças, trabalhando com mais de 100 instituições em mais de 60 países. De acordo com o seu Relatório Anual 2008⁴⁰, a IFC declara a seguinte citação, esclarecendo seu foco de trabalho:

“A IFC pretende ajudar as pessoas na base da pirâmide econômica. Nós reconhecemos que elas constituem um mercado importante, geralmente inexplorado, e que um setor privado sólido e sustentável pode desempenhar um papel crítico na melhoria de suas vidas. Nossos investimentos e assessoria também ajudam a enfrentar os problemas sócio-ambientais que impõem um ônus particularmente pesado aos pobres.”

Atualmente, a Prefeitura Municipal e o Governo do Estado não fazem aportes de capital na Portosol. Os recursos existentes são subvencionados por outras instituições, como os financiamentos do BNDES, por exemplo. Outras fontes para captação seriam os órgãos nacionais e internacionais interessados em fornecer recursos a instituições microfinanceiras. Segundo a Portosol, na entrevista concedida, fora os R\$ 600 mil a serem pagos ao BNDES no curto prazo, a instituição conta com R\$ 2 milhões, incluídos recursos próprio, repasses e outros financiamentos disponíveis para efetuar suas operações.

Os recursos das SCMs, no entanto, no início de suas atividades são de origens particulares de seus sócios-fundadores ou quotistas, conforme o modelo institucional em que opera, além de financiamentos que podem ser obtidos através de programas como o PNMPO. A autorização para funcionamento de Sociedade de Crédito ao

⁴⁰ Relatório IFC Anual 2008. Criação de Oportunidades. Disponível em siteresources.worldbank.org/.../3817166.../Relatorioanual2008.pdf. Acesso em 04 de maio de 2009.

Microempreendedor está condicionada à comprovação, por todos os integrantes do grupo de controle, da origem e da respectiva movimentação financeira dos recursos utilizados no empreendimento⁴¹.

A exigência de comprovação da origem dos recursos está relacionada com atividades de prevenção da utilização do Sistema Financeiro para ocultação de bens, direitos e valores ("lavagem de dinheiro"). Tratando-se de pessoa física, a comprovação da origem dos recursos deve guardar inteira conformidade com as informações constantes na "Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física" do informante.

Quando os recursos tiverem origem em operações realizadas no exterior, o Banco Central do Brasil examinará a legalidade das operações relacionadas com o ingresso dos recursos no Brasil. Em caso de doações efetuadas no exterior, estas devem observar a legislação própria do país onde a operação foi realizada.

9.2. CONCORRÊNCIA

Quando o assunto é Microcrédito, o aspecto concorrência pode variar em uma escala praticamente sem limites. Qualquer instituição, na verdade, qualquer sujeito que se disponibilize a emprestar capital, negociar prazos ou prestar qualquer serviço que envolva dinheiro acaba sendo uma opção para esse público que é, em sua maioria, constituído por pessoas que tiveram pouco acesso durante suas vidas ao sistema financeiro.

Questionada sobre o que a Portosol considera concorrência, foi ressaltado que não existe nesta região nenhum concorrente com perfil institucional semelhante ao da

⁴¹ Estas informações foram obtidas a partir do Manual Sisorf do Banco Central que esclarece o modo de funcionamento, permissões e proibições à uma SCM. Disponível em www4.bcb.gov.br/NXT/gateway.dll?f=templates&fn=default.htm&vid =nmsManualSisorf:idxManualSisorf. Acesso em 22 de Abril de 2009.

Portosol, como uma outra Instituição de Crédito Comunitário. Existem os concorrentes do mercado tradicional financeiro, bancos públicos e bancos privados, financeiras de crédito pessoal, concessionárias de cartão de crédito. Além disso, existem os concorrentes “informais”, muito influentes ao público-alvo, como os agiotas, as negociações de prazos com fornecedores e empréstimos de parentes ou amigos. Foi salientado, no entanto que os bancos comerciais são os concorrentes “formais” mais fortes.

A maior vantagem competitiva nestes termos situa-se, portanto, no fato da Portosol não possuir concorrência de outra instituição especializada em Microcrédito. Assim, o trabalho mais personalizado dos agentes de crédito, por exemplo, acaba sendo uma atitude que um banco comercial não tem como oferecer, tornando-se um diferencial para a Portosol.

Uma das oportunidades da Sociedade de Crédito ao Microempreendedor seria a conquista de clientes pertencentes a nicho diferenciado no mercado, não projetando suas ações para o mesmo público-alvo da Portosol. Uma estratégia a ser adotada, por exemplo, poderia ser a segmentação para pequenas empresas ou profissionais liberais que trabalham com um serviço específico de bem estar social. Um exemplo dessa diferenciação é a SCM SocialCred⁴², fundada em 2001 e localizada no Rio de Janeiro, atende microempresas, empresas de pequeno porte, profissionais liberais e autônomos, principalmente dos setores da saúde, educação, moda e outros setores que contribuam para a conservação do Meio Ambiente.

Esta instituição foca o financiamento de empreendimentos preferencialmente com relevante impacto social ou ambiental. Um de seus produtos é o CDE - Crédito Diretor ao Empreendedor, que visa ao financiamento de equipamentos novos, adquiridos de parceiros selecionados, exclusivo para profissionais liberais do setor de saúde. Seja uma pequena iniciativa em Terapia Ocupacional ou investimento em uma clínica veterinária, a SocialCred disponibiliza aos interessados Microcrédito produtivo

⁴² Informações disponíveis em: www.socialcred.com.br. Acesso em 05/05/09.

orientado com o trabalho especializado de um Gerente de Relacionamento que visita o local de funcionamento do empreendimento e faz um levantamento econômico-financeiro, que é apresentado ao Comitê de Crédito da Instituição.

9.3. PRODUTOS E SERVIÇOS

Os produtos e serviços microfinanceiros oferecidos pela Portosol possuem características específicas, sobretudo no que se refere ao movimento de pequenas somas de dinheiro que se destinam, predominantemente às pessoas de baixa renda, em boa parte excluídas do Sistema Financeiro tradicional. Também desenvolve a atividade de orientar os empreendedores atendidos com o intuito de garantir a sustentabilidade do empreendimento e evitar aumento de inadimplência.

Dessa forma, o crédito deverá possuir um baixo custo de transação para o cliente e um custo operacional o mais reduzido possível, além de possuir condições diferenciadas (mais flexíveis e adequadas) das adotadas pelo Sistema Financeiro tradicional, de forma a atingir a clientela sem acesso a esse sistema. Além dos empréstimos para capital de giro, fixo ou misto, conforme esclarecido na subseção 5.1.5, existe a oferta de outros produtos financeiros por parte da Portosol, como o financiamento especial para veículos; o redesconto bancário (“troca de cheques”); o financiamento especial para equipamentos e máquinas para a atividade produtiva realizada, novas ou usadas. Além disso, possuem em seu portfólio produtos diferenciados como os adiantamentos para pagamentos com descontos de IPTU, IPVA e pagamento antecipado do 13º salário.

A formação de poupança não é uma pretensão da Portosol, porque justamente trabalha com concessão de crédito e não possui estrutura institucional que proporcionasse a formação de poupança para os clientes.

A Resolução CMN nº 3.567 permite, em seu artigo 5º, que as SCMs concedam financiamentos e prestação de garantias às microempresas ou empresas de pequeno porte, bem como a pessoas físicas. Estes financiamentos têm em vista a expansão destes negócios, a modernização de suas operações, a melhoria de seu espaço físico e ampliação de sua área de atuação, dentro do mercado. Desta maneira, as operações também são divididas em capital de giro ou capital fixo, como na Portosol. Também oferecem desconto de recebíveis, uma operação de crédito para antecipar o fluxo de caixa por meio do desconto de cheques e duplicatas.

Cada uma delas, porém, pode se dedicar a moldar produtos e serviços de acordo com as necessidades apresentadas pelos seus clientes, obedecendo, certamente, as determinações do Banco Central. A ACREDITA, SCM localizada em Minas Gerais, oferece crédito também a profissionais liberais, por exemplo. Como é sabido que após a aposentadoria muitos cidadãos ainda praticam alguma atividade produtiva com fins lucrativos, a ACREDITA desenvolveu o Crédito Consignado Produtivo. Esta é uma modalidade de empréstimo que oferece comodidade aos aposentados ou pensionistas do INSS com taxas competitivas, limite de crédito compatível com a sua renda e destinado a suprir as necessidades da execução das atividades⁴³.

9.4. PERFIL E COMPORTAMENTO DOS CLIENTES

De um modo geral, os indivíduos que recorrem ao Microcrédito como alternativa de financiamento buscam um baixo custo de transação. Por exemplo, o tomador dá preferência a instituições mais próximas de seu negócio ou residência e também baixa burocracia (apresentação de documentos / assinaturas). Para facilitar o sucesso da efetivação da operação, ou seja, para que o cliente não desista em meio a negociação, o prazo entre solicitação e entrega do crédito não deve ser prolongado.

⁴³ Informações disponíveis em: www.acredita.com.br. Acesso em 05 de maio de 2009.

A captação do cliente pela Portosol é feita, principalmente, em trabalho de campo, pelo agente de crédito nos locais onde operam as micro-unidades econômicas. A divulgação das condições de financiamento e metodologia de trabalho da Instituição pode ser realizada nas seguintes abordagens:

- a) Grupal - utilizando-se das organizações e iniciativas comunitárias onde serão realizadas reuniões com grupos de pessoas convidadas;
- b) Personalizada - a ser realizada pelo agente de crédito através de visitas aos clientes potenciais e também na sede da Instituição;
- c) Rede - solicitando às pessoas que estão sendo contatadas que transferiram as informações a outros empreendedores de suas relações. Esta modalidade visa a atingir rapidamente os trabalhadores “de fundo de quintal” e que são difíceis de identificar de outra forma.

Quando questionado sobre o perfil desses clientes, o entrevistado revelou que são pessoas com pequenos empreendimentos, trabalham muitas vezes em suas próprias residências e não possuem uma separação nada nítida entre vida profissional e vida pessoal/familiar. Devido a este hábito, não conseguem separar os gastos/proventos pessoais e da família dos gastos/lucros obtidos com a atividade produtiva desempenhada por eles.

Visando a conquista de um público mais carente, existe uma iniciativa, dentro do PNMPO, que procurará incentivar pessoas que recebam o Bolsa Família (benefício mensal concedido a famílias pobres pelo governo federal) e têm interesse de empreender, a ter acesso mais amplo a instituições de Microcrédito. A Portosol pretende desenvolver iniciativas com esse público futuramente, ampliando, assim o número de pessoas mais pobres na composição de sua carteira comercial.

Dentro do sistema utilizado pela Portosol, há duas classificações para clientes: ativos e inativos. Para ser considerado ativo o cliente deve possuir empréstimos em

andamento ou finalizados até os dois últimos anos. Os financiados podem assumir mais de um crédito simultaneamente, dependerá da análise do comitê. É considerado o histórico de pagamentos e inadimplência do cliente, garantias apresentadas e conformidade com a atividade desempenhada na momento em que é solicitado um novo empréstimo.

Ao ser questionado sobre o fato da predominância feminina na clientela do Microcrédito, o funcionário alegou de que existe uma tendência de que os empréstimos concedidos para as mulheres são mais “garantidos”, de que elas são mais comprometidas com os pagamentos. Inclusive, pretende-se elaborar uma iniciativa para atrair mais mulheres para as carteiras de clientes da Portosol. Atualmente, o público é bastante dividido, dos 12.660 microempreendedores cadastrados 49% são homens e 51% são mulheres.⁴⁴

Com essa declaração por parte do entrevistado, pode-se confirmar que as constatações de Yunus (2006) se reafirmam em um cenário bem diferente do de Bangladesh. Independente das condições sociais e culturais, portanto, ainda se prova uma maioria feminina na procura por Microcrédito e, da mesma maneira, nota-se que a evolução financeira da mulher repercute diretamente na qualidade de vida da família na qual ela se encontra.

A instituição, apesar de possuir cadastros de seus clientes em ambiente informatizado, ainda não investiu em conhecer com maior abrangência de dados quem são, exatamente, seus clientes. Não possui dados suficientes, por exemplo, para concluir se os clientes são bancarizados ou não.

Quanto ao setor de atuação, a maioria dos clientes é comerciante ou prestam serviços, de acordo com a tabela 4:

⁴⁴ Informação interna proveniente da própria Portosol (ver nota 10, pg 23).

Tabela 4 - Distribuição dos clientes atendidos, por setor

SETOR	%
Indústria	16,00
Comércio	44,00
Serviços	40,00
Total	100,00

Fonte: Sistema de Informação Portosol – Carteira em 31/12/08⁴⁵

Questionado sobre a divulgação realizada nas comunidades sobre a metodologia da Portosol, foi colocado que existe um trabalho de promoção da ICC, mas não existe, atualmente, apelo orientado aos grupos pré-estabelecidos, como associações de moradores ou grupos religiosos.

Como foi visto nos exemplos citados nas duas últimas subseções anteriores a esta, houve uma tendência das SCMs em buscar uma certa especialização, iniciativas de conquistar um determinado nicho de mercado. No caso da ACREDITA, uma das estratégias é atrair o público dos aposentados e pensionistas com interesse em empreender em um pequeno negócio, o qual pode-se julgar um excelente mercado, de acordo com o sucesso que são os empréstimos bancários e de financeiras direcionados a este público, com desconto da dívida direto em folha de pagamento, garantindo uma baixa inadimplência e uma maior comodidade ao tomador.

Já a carioca SOCIALCRED empreendeu no sentido de aproximar os profissionais da saúde ao formar convênios com parceiros que pudessem facilitar a aquisição de equipamentos interessantes a este público para o desenvolvimento de suas atividades. Neste sentido, seria uma alternativa à SCM, que viesse a se instalar na mesma área em que atua a Portosol, a busca por uma nicho carente de crédito. Assim, além de agentes de crédito presentes, estes poderiam desenvolver conhecimentos

⁴⁵ Dados disponíveis no material concedido pela Portosol para este estudo (ver nota 10, pg. 23).

específicos na área escolhida, a fim de, juntamente ao crédito, oferecer uma opinião mais profissionalizada sobre o assunto.

Além de microempreendimentos, poderia também fazer uma ação direcionada aos profissionais autônomos, talvez até mesmo incentivando recém-formados, que obtiveram seus estudos através de bolsas ou algum outro tipo de subvenção, a montarem seus próprios negócios. Assim, esta SCM poderia introduzir seus serviços através de uma ótica mais profissionalizada, ciente do mercado em que atua, atingindo categorias profissionais pré-determinadas.

9.5. OPERAÇÕES DE CRÉDITO

A política do fundo rotativo de crédito da Portosol é regida por um regulamento de crédito aprovado pelo Conselho de Administração da Instituição. Este regulamento considera os seguintes aspectos⁴⁶:

- a) A política de auto-suficiência da instituição;
- b) As necessidades da clientela-alvo;
- c) Ausência de subsídios de paternalismo ou de assistencialismo;
- d) Encargos financeiros que reflitam o custo real do dinheiro;
- e) Exigência de seriedade e credibilidade nas informações, por parte do cliente e de seus colaboradores;
- f) Cobrança eficiente, com vistas a evitar a inadimplência;
- g) Valorização e respeito ao cliente e à sua atividade econômica;
- h) Confiança recíproca entre a Instituição e o cliente;

⁴⁶ Informações provenientes da própria Portosol (ver nota 10, pg. 23).

- i) Flexibilidade quanto ao estabelecimento dos cronogramas de reembolso, garantias e outras condições, conforme a peculiaridade de cada empreendimento financiado;
- j) Dispositivos legais do país.

Portosol salienta que sua concessão de crédito atende preferencialmente a uma política de conquista de ganhos progressivos no que diz respeito a montantes e prazos, considerando-se exclusivamente as necessidades específicas de cada negócio, bem como a análise do financiamento que será com base nos 5 Cs do crédito: caráter, capital, condições do negócio, capacidade de pagamento e “Collateral” (garantias). Na tabela 6 constam os números alcançados pela Portosol nos últimos três anos. Apesar de ter havido uma queda no número de transações e no total emprestado, é notável uma diminuição nos níveis de inadimplência do negócio:

Tabela 5 - Posição das operações de crédito nos últimos 3 anos

	2006	2007	2008
Valor total emprestado R\$	2.708.671	2.224.485	2.229.119
Quantidade de créditos concedidos	1.942	1.489	1.477
Nº de Contratos Ativos	1332	1040	1058
Carteira Ativa R\$	2.429.777	2.012.004	2.049.184
% Carteira Inadimplente > 30d	6,25	5,36	3,88

Fonte: Sistema de Informação Portosol

De acordo com os esclarecimentos obtidos com a Portosol, a redução do montante de crédito, observada na tabela 6, deve-se ao crescimento da renda nas classes mais baixas, o que proporcionou a estas pessoas maior acesso ao sistema financeiro. Como boa parte dos clientes da Portosol enquadram-se nessas classes, houve uma queda no número de créditos concedidos e, conseqüentemente, nos valores liberados. Já a inadimplência caiu devido ao aumento de efetivo e ao esforço do setor de cobrança em ser mais incisivo nas negociações com os inadimplentes.

9.5.1. Solicitação e Aprovação do Crédito

Na Portosol, ao demonstrar interesse pelo crédito, o cliente fornece os dados cadastrais e solicita o financiamento. Depois de aprovado o cadastro o agente realiza a visita ao local do empreendimento para efetuar levantamento de dados do empreendimento e informações pessoais do cliente que permitam uma avaliação da idoneidade, do caráter e da capacidade empreendedora do cliente. A partir dessas informações o agente de crédito efetuará o estudo de viabilidade, identificando as necessidades de capacitação e apoio técnico e emitirá um parecer técnico. Os agentes de crédito apresentam ao Comitê de Crédito as solicitações, com todas as informações socioeconômicas coletadas junto aos clientes e registradas em formulários, em conjunto com o seu parecer técnico.

A documentação solicitada para efetivação das operações é bastante reduzida, visando a desburocratização do sistema e assim, conseqüentemente, a adesão do clientes:

- a) Para quem trabalha por conta própria (microempreendimentos não registrados): é necessário apresentar somente a Identidade e o CPF dos sócios e cônjuges e um comprovante de residência atualizado dos sócios;
- b) Para empresas registradas: são necessários o Contrato Social, bem como as suas alterações, quando cabíveis; o Cartão CNPJ; o Cartão de Inscrição Estadual; o Cartão de Inscrição Municipal; Identidade dos sócios e dos cônjuges; comprovante de residência atualizados dos sócios.
- c) Para fiadores: Identidade e CPF dos fiadores e dos cônjuges, além de comprovantes de renda e residência atualizados.

No que diz respeito às aprovações dos créditos, o Comitê de Crédito é a instância máxima de decisão sobre o outorgamento do crédito dentro da Portosol e é constituído por pessoas profissionalmente qualificadas, com ampla visão do contexto sócio-econômico. O agente de crédito apresenta seu parecer técnico e a respectiva documentação do cliente e fica a disposição para informações complementares. Os membros do Comitê fazem uma análise profunda das solicitações de crédito apresentadas pelos agentes. Cada membro emitirá seu parecer e depois buscará uma posição consensual. Não sendo possível o consenso, será solicitada a presença de outro membro para apreciação da solicitação de crédito, sendo a aprovação ou a rejeição da proposta definida por maioria.

Uma vez aprovado o crédito, serão providenciados a confecção do contrato e os demais documentos vinculados à operação. Feito isso, serão explicadas ao cliente as condições contratadas e serão colhidas as assinaturas necessárias para a liberação. É responsabilidade do agente de crédito a explicação dos motivos aos solicitantes para os quais o crédito tenha sido negado.

Após a liberação dos recursos, periodicamente o agente de crédito visitará o cliente com o objetivo de verificar a aplicação dos recursos e colher informações sobre o andamento do negócio e de suas iniciativas para sanar as dificuldades já diagnosticadas. Esse procedimento visa a fortalecer o conhecimento e as relações da Portosol com o cliente, bem como a prevenir problemas de inadimplência. Caberá ao agente de crédito ainda, ao detectar algum problema no negócio, orientar o cliente ou indicar onde buscar apoio.

Deve-se levar em consideração que o crédito é dado considerando-se fundamentalmente a *pessoa do tomador*, sua história de vida, seu caráter, seu comprometimento, sua capacidade empreendedora, bem como as garantias oferecidas. Devido a estes motivos tão subjetivos, as atividades dos agentes de créditos são fundamentais para o sucesso das transações.

Para ilustrar como ocorre a solicitação e aprovação de um crédito em uma Sociedade de Crédito ao Microempreendedor, será utilizado o exemplo da HSCM, uma SCM mineira, autorizada e fiscalizada pelo Banco Central do Brasil, com sede em Ibiá - MG e postos de atendimento em Bambuí-MG e Brasília-DF. Quanto à documentação⁴⁷, as solicitações devem obedecer as seguintes exigências:

Para microempresas e empresas de Pequeno Porte:

- a) Contrato Social e Alterações Contratuais ou Declaração de Firma Individual;
- b) Última declaração do Imposto de Renda da Firma;
- c) Fotocópia da Carteira de Identidade e do CPF dos sócios e procuradores;
- d) Fotocópia de um comprovante de residência dos sócios e procuradores;
- e) Ficha Cadastral.

Para profissionais liberais:

- a) Fotocópia da Carteira do Conselho da Classe;
- b) Fotocópia de um comprovante de residência;
- c) Fotocópia de Alvará de Licença para Estabelecimento;
- d) Ficha Cadastral.

Além de apresentar estas documentações, é necessário ser maior de idade, ter um negócio que funcione no mínimo entre 8 a 12 meses e seja a principal atividade do cliente. Exercer atividade que não tenha caráter delituoso e que não agrida o meio ambiente também é imprescindível. Endereço fixo, residir na cidade, pelo menos, de um a dois anos e possuir o cadastro limpo no SERASA, SPC, bancos e Banco Central são pré-requisitos somados a essas exigências.

⁴⁷ Informações retiradas e disponíveis em: www.hscm.com.br. Acesso em 15 de maio de 2009.

Poderão ser exigidos documentos complementares para análise de crédito. Estabelecido o contato com a HSCM, um agente de crédito visita o local de funcionamento do empreendimento e faz um levantamento econômico-financeiro, que é apresentado ao Comitê de Crédito da Instituição. O processo de aprovação do limite de crédito dura, em média, 3 dias úteis contados da data da visita, podendo o crédito ser liberado em até um dia útil. A entrega do formulário cadastral e documentos facilitam na rapidez e na aprovação do crédito.

Uma vez obedecidos estes critérios e aprovado o crédito, o agente de crédito providencia a documentação e as assinaturas necessárias no contrato e providenciará a liberação do cheque ou depósito em conta. No caso de não aprovação ou solicitação de diligências para complementar o pedido de financiamento, o Agente de Crédito chamará o cliente para prestar as devidas explicações.

9.5.2. Modalidades de Concessão de Crédito

Conforme apresentado na entrevista e no material fornecido pela Portosol, os créditos são concedidos nas modalidades *individual*, *solidário* e *associativo*. A opção do cliente ficará condicionada ao atendimento das respectivas especificidades, podendo existir mais de uma operação por cliente, desde que respeitados os critérios definidos em normas internas.

- a) Crédito Individual: O crédito concedido a uma única pessoa física ou jurídica.
- b) Crédito Solidário: O crédito é concedido a um *grupo solidário*, organização voluntária de três a cinco empreendedores com atividades econômicas independentes. A cada participante do grupo caberá uma parte do crédito, cujos valores podem ser diferenciados, mas permanecendo a mesma ordem de grandeza. O crédito global será de responsabilidade solidária de todos os membros do grupo. A

análise, mesmo nesta modalidade, será individual, visando a avaliar as condições de cada cliente em particular, assim como a manter a homogeneidade do crédito aos participantes do grupo. Em casos especiais, a Diretoria Executiva poderá autorizar a formação de grupos com mais de cinco componentes.

- c) Crédito Associativo: O crédito concedido à cooperativa de produção, comércio e serviços ou a um grupo de pessoas organizadas de forma associativa em uma unidade de produção comunitária, somente devendo ocorrer após estudo detalhado da situação e a partir de uma experiência piloto.

Um mesmo tomador poderá ter mais de um produto microfinanceiro simultaneamente, respeitados os limites operacionais vigentes para cada modalidade e o limite máximo de concentração de risco por cliente. Casos excepcionais, de concessão de crédito, poderão ser avaliados e autorizados pela Diretoria Executiva.

As Sociedades de Crédito ao Microempreendedor diferem suas modalidades de crédito, geralmente, entre pessoas jurídicas e pessoas físicas. Exemplos de pessoas jurídicas são as empresas de pequeno porte (EPP), isto é, aquelas que apresentam receita bruta anual até R\$ 2,4 milhões e as microempresas (ME), ou seja, aquelas com receita bruta anual até R\$ 240 mil. Como pessoas físicas, atende aos microempreendedores e donos de pequenos negócios formais ou informais, muitas delas direcionam serviços ao público dos autônomos (taxistas, caminhoneiros, cabeleireiros) e profissionais liberais (advogados, engenheiros, dentistas).

9.5.3. Montantes Emprestados e suas Finalidades

De acordo com o que foi apresentado na subseção 5.1.5. Produtos e Serviços, a Portosol possui linhas de crédito diferenciadas, segundo a destinação dos recursos e por perfil sócio-econômico e necessidade da clientela. Os créditos são concedidos para

capital de giro ou capital fixo, podendo também ser misto, voltado a despesas fixas e outra parte para giro. De acordo com a Tabela 7, grande parte dos recursos são empregados nas despesas cotidianas dos microempreendimentos:

Tabela 6 - Tipos de Empréstimo concedidos pela Portosol

TIPO DE EMPRÉSTIMO	%
Capital de Giro	92%
Capital Fixo	6,3%
Capital Misto	1,7%

Fonte: Sistema de Informação Portosol – Carteira em 31/12/08

A Portosol pode financiar até 100% do investimento solicitado. Os valores não poderão ultrapassar o montante máximo estabelecido nas normas internas. O limite de endividamento total (somatório das dívidas já existentes com o crédito em aprovação) por cliente poderá ser de até 70% do seu capital ativo. A Diretoria Executiva, por proposição do Comitê de Crédito, pode avaliar as exceções e quando aprová-las deverá justificar a decisão.

Questionado sobre o valor médio emprestado, o entrevistado relatou que, em média, cada empréstimo envolve uma importância de R\$ 900,00. O montante mínimo é de R\$ 150,00 para todas as finalidades e o máximo de R\$ 18.000,00, conforme segue abaixo:

- a) Capital de giro: Até R\$ 9.000,00;
- b) Capital fixo: Até R\$ 18.000,00 para aquisição de veículos e R\$ 15.000,00 para os demais investimentos;
- c) Capital Misto: Até R\$ 12.000,00;
- d) Desconto de Recebíveis: Até R\$ 15.000,00 de limite total.

O montante final definido para cada cliente e/ou operação de crédito será determinado pelo Comitê de Crédito. Visando diluir o risco da Instituição, cada cliente individualmente, poderá concentrar recursos financeiros de no máximo 1,0 (um por cento) do patrimônio líquido da Portosol. No caso do crédito grupal, o valor global do crédito não pode exceder a 0,5% (meio por cento) do patrimônio líquido da Portosol.

Em resposta à questão “Geralmente, qual a finalidade do empréstimo, no que é empregado o dinheiro pelo tomador?”, o entrevistado relatou que os empréstimos são tomados, principalmente, giro do negócio (compra de suprimentos e matéria-prima) ou investimento fixo (reformas ou melhorias nas instalações).

Em média, as SCMs trabalham com valores maiores por cada transação. Para ilustração, são tomados os exemplos da HSCM, instituição já apresentada no comparativo da subseção 9.5.1. Solicitação e Aprovação do Crédito, da Finacred, SCM atuante apenas na cidade de São Paulo (SP) e da Pólocred, SCM autorizada, regulamentada e fiscalizada pelo Banco Central, com missão de favorecer o desenvolvimento social catarinense, através do crédito aos micro e pequenos empreendedores, localizada em Florianópolis.

De acordo com dados eletrônicos disponíveis no *site* da HSCM⁴⁸ o valor mínimo que a mesma financia ou empresta gira na média de R\$ 400,00 e o máximo é de R\$ 30.000,00, dependendo da análise pela instituição para cada empreendedor. A concessão do crédito está condicionada à análise do perfil e da situação cadastral do interessado.

Já a Finacred, que busca financiar empreendimentos economicamente viáveis e que tenham relevante impacto social, trabalha com valores menores. De acordo com informações disponibilizadas no *site* o valor mínimo é de R\$ 1.000,00 e o valor máximo

⁴⁸ Informações retiradas e disponíveis em: www.hscm.com.br/. Acesso em 15/05/09.

é de R\$ 10.000,00. A concessão do crédito também está condicionada à análise do perfil e da situação cadastral do interessado.⁴⁹

A Pólocred considera-se uma empresa parceira do cliente, oferecendo recursos e sugestões que promovem crescimento, ampliação e consolidação do seu negócio. Para a PóloCred, efetuar um empréstimo também envolve um debate sobre os rumos do negócio do cliente, com profissionais experientes na busca de alternativas e na visão do universo empresarial. Para capital de giro, o valor mínimo é de R\$ 1.500,00 e o valor máximo de R\$ 8.500,00. Quanto ao capital fixo, o valor mínimo é de R\$ 800,00 e o valor máximo é de R\$ 8.500,00, no qual dimensionamento do valor dos investimentos fixos é feito através da apresentação prévia dos orçamentos. Além dos empréstimos, ela também oferece desconto de cheques e duplicatas para clientes ativos e ex-clientes.⁵⁰

Através da tabela 7, é possível comparar os valores mínimos e máximos transacionados pela Portosol e pelas SCMs apresentadas como exemplos:

Tabela 7 - Valores transacionados pelas IMFs (em reais)

Instituição	Valor Mínimo	Valor Máximo
Portosol	150,00	18.000,00
HSCM	400,00	30.000,00
Finacred	1.000,00	10.000,00
Pólocred	800,00	10.000,00

Fonte: Adaptado das informações dos *sites* das Empresas e material da Portosol

⁴⁹ Informações retiradas e disponíveis em: www.finacred.com.br/ Acesso em 15/05/09.

⁵⁰ Informações retiradas e disponíveis em: www.polocred.com.br/. Acesso em 15/05/09

9.5.4. Taxas, Pagamentos e Inadimplência

De acordo com o *site* da Portosol, a taxa de juros para os empréstimos e financiamentos parte de 2% am. O cálculo da taxa é bastante semelhante ao do crédito tradicional. O próprio sistema da Portosol define a taxa de juros a ser aplicada mediante os dados informados que consideram histórico do cliente, destino dos recursos, montante, forma de garantia, etc.

O reembolso do crédito atenderá às características específicas de cada negócio, e será acordado para sua integralização considerando a política de conquistas progressivas. Quanto aos prazos, o mínimo é de quatro meses e o prazo máximo é de até 24 meses para as linhas de crédito. O desconto de recebíveis, pela sua peculiaridade, não tem exigência de prazo mínimo, devendo ser respeitado o tempo necessário de operacionalização interna.

Além disso, o tempo de reembolso dependerá do valor a ser emprestado, do destino do empréstimo e do relacionamento com a Portosol. Para os clientes novos, que não possuem histórico, são disponibilizados prazos menores e taxas maiores. Os clientes que já possuem um relacionamento com a organização, têm maior liberdade para negociação de um prazo maior. A carência será tratada como exceção e somente será viabilizada nos casos de investimentos que exijam tempo de maturação, podendo ser de até três meses.

De uma maneira geral, são seguidas as referências abaixo:

- a) Capital de giro: até 12 meses;
- b) Capital fixo: até 15 meses;
- e) Financiamento de veículos: até 24 meses, preferencialmente com reforços anuais;
- d) Capital misto: até 12 meses;

e) Desconto de recebíveis e Duplicatas: Até 04 meses;

O sistema de pagamentos, geralmente, é mensal, mas a Portosol leva em consideração a sazonalidade do negócio. Por exemplo, se o empreendimento vende mais no período de férias escolares, pode-se combinar maior quantidade de parcelas para esta época.

O nível de inadimplência é considerado baixo perante o mercado tradicional, cerca de 3,8% (no crédito pessoal, segundo *site* da Folha Online⁵¹, ficou em 5,7% em janeiro de 2009). Este baixo número de mal pagadores, segundo o próprio entrevistado, deve-se, principalmente, à pessoalidade em que se dão as transações. O acompanhamento de perto do andamento do negócio, realizado pelos agentes de crédito é fundamental no controle da recuperação dos empréstimos concedidos. Os grupos solidários também são, comprovadamente, facilitadores para pagamentos em dia, devido ao maior comprometimento com a dívida.

Dentro de uma SCM a taxa de juros também esta sujeita às condições do mercado, à análise do perfil e da situação cadastral do interessado, podendo ser aplicadas restrições. A taxa de juros nominal da HSCM, por exemplo, está atualmente entre 3,5 e 4% podendo variar para cima ou para baixo de acordo com cada operação e com as condições do mercado. As operações estão sujeitas ainda à cobrança de IOF e tarifas.

O prazo para os financiamentos constante da HSCM, por exemplo está limitado a 12 meses. O financiamento será pago em parcelas mensais, iguais e consecutivas, sendo liquidadas através de cheques pré-datados. O pagamento da primeira parcela poderá ocorrer em até 45 dias. O empréstimo pode ser quitado antecipadamente com redução proporcional dos juros.⁵²

⁵¹ Informações disponíveis em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u509628.shtml>. Acesso em 02 de Abril de 2009.

⁵² Informações retiradas e disponíveis em: www.hscm.com.br/. Acesso em 15/05/09.

Para a SCM paulista RPW, as taxas e tarifas se tornaram parâmetros completamente personalizados para cada cliente. A RPW desenvolveu e patenteou um sistema exclusivo, privilegiando os bons pagadores e clientes fidelizados. Quanto mais o cliente usa o crédito da RPW, mais as taxas e tarifas são reduzidas. Isto acontece instantaneamente no momento da proposta, no qual o operador alimenta com os dados da transação o sistema e ele, automaticamente, converte em números o relacionamento daquele cliente com a instituição⁵³.

9.5.5. Garantias de Pagamento

Segundo os critérios da Portosol, o tipo de garantia será adequado à finalidade e à modalidade do crédito, podendo, caso seja necessário, existir uma combinação de garantias. Por exemplo, em caso de Grupo Solidário, cada um deve desenvolver uma atividade independente. Cada participante do Grupo Solidário, além de tomador de crédito, constituir-se-á, juntamente com os demais membros do grupo, em co-responsável pelo pagamento do valor total da operação firmada. Grupo solidário, portanto, é auto-seletivo: busca bons pagadores sabendo que a ausência de pagamentos de um membro resultará em prejuízo do coletivo.

Nos empréstimos individuais, para capital de giro, fixo ou misto, o tomador poderá apresentar um avalista/fiador que comprometa até 30% da sua renda comprovada de acordo com a tabela abaixo:

Tabela 8 - Comprometimento da Renda do Avalista/Fiador

Renda	Comprometimento na Parcela
Até R\$ 1.000,00	20%
De R\$ 1.001,00 até R\$ 2.000,00	25%
Acima de R\$ 2.001,00	30%

Fonte: Material disponibilizado pela ICC Portosol

⁵³ Informações retiradas e disponíveis em: www.rpwcapital.com.br/ Acessado em 16/05/09.

As garantias aceitas pela Portosol são as seguintes:

- a) avalista que tenha renda comprovada;
- b) garantia real (bens como máquina, carro, etc);
- c) cheque pré-datado do cliente ou de terceiro com conta corrente de no mínimo 1 ano;
- d) grupo solidário: em que 3 a 5 pessoas assinam um mesmo contrato garantindo um o crédito do outro) .

As formas mais utilizadas são a indicação de um avalista e a alienação do bem financiado no nome da Portosol (garantias reais), de acordo com as informações do entrevistado.

Tabela 9 - Perfil dos Empréstimos

GARANTIAS	
Reais	48,2%
Aval	17,4%
Solidária	2,1%
Mista	27,3%

Fonte: Sistema de Informação Portosol – Carteira em 31/12/08

Questionado sobre, além de apresentar um dos meios de garantia exigidos, quais seriam os demais critérios para a aprovação dos financiamentos, o entrevistado esclareceu que todos os pedidos de empréstimo de novos clientes passam por um Comitê de Crédito, no qual são analisados o histórico do cliente, a garantia oferecida, o motivo do crédito e outros aspectos relacionados a concessão do valor. Para os clientes que estão no segundo ou terceiro empréstimo, há cartas pré-aprovadas com valores disponíveis para novos empréstimos.

Como se pode concluir, a partir da Tabela 9, na maior parte das transações da Portosol são utilizadas garantias tradicionais (bem físico do tomador) para avaliar os

créditos, prática semelhante ao do mercado financeiro tradicional. São aceitos como garantias reais: máquinas e equipamentos (novos e usados), veículos e imóveis. Nos créditos destinados à aquisição de máquinas e equipamentos os bens financiados serão alienados fiduciariamente à Portosol, até a quitação integral da dívida.

Estas garantias reais serão do ativo fixo da atividade econômica cujo valor deve representar no mínimo 150% do montante do crédito e, secundariamente, bens familiares de uso doméstico penhoráveis. A avaliação e a identificação de propriedade do(s) bem(s) dado(s) em garantia será realizada pelo pessoal técnico da Portosol. Os bens deixados em garantia deverão ser alienados fiduciariamente à Portosol. A partir da segunda renovação do crédito, o valor do bem poderá representar no mínimo 120% do montante do crédito, desde que o cliente possua um bom histórico e tenha aprovação da Diretoria Executiva.

As Sociedades de Crédito ao Microempreendedor trabalham também com diversos tipos de garantia para as operações transacionadas. As garantias das operações com a HSCM⁵⁴, por exemplo, são constituídas por:

- a) Aval: É uma garantia dada por uma pessoa física ou jurídica, indicando que esta também se responsabiliza pelo pagamento da dívida no caso de o tomador do crédito não honrar seu compromisso. Para ter capacidade de aval, a pessoa física ou jurídica deverá mostrar capacidade de honrar o compromisso do terceiro através de patrimônio, inexistência de restrições cadastrais etc.
- b) Fundo de aval: O fundo de aval é um instrumento financeiro criado por prefeituras, estados, federações de comércio e indústria e pelo Sebrae para prestar no todo ou em parte garantia as operações de crédito do tomador,

⁵⁴ Informações retiradas e disponíveis em: www.hscm.com.br/. Acesso em 15/05/09.

micro e pequena empresa, que não tem condições de obter o aval no mercado ou oferecer outras formas de garantia. Habitualmente, o beneficiário do aval paga uma taxa que varia de 1% a 3% sobre o valor garantido.

- c) **Aval Solidário:** Neste tipo de aval, pessoas da comunidade passam por diversas reuniões onde são aplicadas dinâmicas para que elas compreendam o que é aval solidário, se conheçam e adquiram confiança mútua, até atingir o estágio onde mutuamente avalizam a operação de crédito. Neste tipo de aval, se uma pessoa do grupo não cumpre seu compromissos todos as outras são solidariamente responsáveis. É o equivalente ao Grupo Solidário aplicado na Portosol.
- d) **Alienação Fiduciária:** Neste tipo de operação, o tomador do crédito transfere a propriedade de um bem móvel à Instituição Financeira, em garantia de pagamento da dívida, sendo que o devedor continuará utilizando o bem, mesmo estando alienado. A propriedade do bem é devolvida ao seu titular depois que a dívida for paga.

9.5.6. Política de Cobrança

Para a Portosol, é prioridade manter a sanidade da carteira de crédito. A política de cobrança, em harmonia com o Código do Consumidor, é operacionalizada pela Diretoria Executiva através de norma interna e está pautada nos seguintes aspectos:

- a) Em uma ação ágil na recuperação do crédito;
- b) Acompanhamento permanente da carteira até a plena recuperação do crédito;
- c) Ação inicial de recuperação do crédito pelo Agente titular da carteira;
- d) Inscrição do devedor nos órgãos de proteção ao crédito;

e) Utilização dos serviços terceirizados de cobrança extrajudicial e judicial.

Nos casos de força maior que acarretem em atraso no pagamento das prestações, o cliente estará obrigado a justificar-se à Portosol, de forma pessoal ou escrita, quanto às razões do atraso. A Portosol decidirá as medidas a serem tomadas em cada caso, conforme a sua norma interna de cobrança. Segue abaixo o procedimento de cobrança da Instituição⁵⁵:

Tabela 10 - Fluxograma de Cobrança da Portosol

	DIAS EM ATRASO	AÇÃO	RESPONSÁVEL
1º	Diariamente	Emitir e analisar relatório de cobrança	Gerente/coordenador e agente
2º	Antes do vencimento	Contatar por telefone todo cliente que tiver atrasos freqüentes superiores há 15 dias	Agente
3º	Até 02 Dias	Contato por Telefone	Agente
4º	Até 05 Dias (1º operação de crédito e nos casos contato pelo telefone)	Visita "In Loco"	Agente
5º	Até 06 Dias sem previsão de pagamento	Contatar de 02 em 02 Dias	Agente
6º	Entre 10 e 14 Dias	Entrega protocolada in loco de uma carta de cobrança.	Agente
7º	A partir do 10º Dia (havendo promessa não cumprida)	Visitar no dia seguinte	Agente
8º	Com 15 Dias	Carta para o Avalista	Gerente/coordenador e Agente
9º	Com 18 Dias	Contatar com o Avalista pelo telefone	Agente
10º	Entre 25 e 29 Dias	Visita acompanhado do gerente responsável	Gerente/coordenador e Agente
11º	Entre 25 e 29 dias	Enviar nova carta, agora para o avalista	Gerente/coordenador e Agente
12º	Com 32 Dias sem Negociação com cheque pré	Inclusão SPC	Gerente/coordenador e Agente
13º	Entre 35 e 40 Dias	Encaminhar para Cobrança (gerencia Operacional / Analista de Cobrança)	Gerente/coordenador

Fonte: Norma Interna da Portosol, conforme material concedido para este estudo

Entrando em inadimplência, além das taxas expressas no contrato, serão cobrados juros de mora e multa sobre o valor vencido, conforme dispositivos legais

⁵⁵ Informação interna proveniente da própria Portosol (ver nota 10, pg 23).

vigentes. Após trinta dias de atraso de uma prestação, o crédito será considerado vencido e poderá ser cobrado na sua totalidade, em parcela única, a critério da Diretoria Executiva. Os custos de cobrança são, preferencialmente, de responsabilidade do cliente. A Portosol utiliza os serviços de proteção ao crédito, cobrança externa e cobrança judicial para maior agilidade na recuperação do crédito em mora.

Os procedimentos de cobrança de uma SCM se assemelham a qualquer outra Instituição de Crédito, isto é, são feitas as Consultas aos Bancos de Dados Públicos não tarifados (Receita Federal, Receita Estadual, Detran, Poder Judiciário etc.) e os Tarifados (SPC, SERASA, entre outros). Quanto à cobrança de clientes em atraso, cabe a cada Instituição o seu procedimento, adotando cobrança própria ou externa, e se necessário a Cobrança Judicial, de acordo com esclarecimentos cedidos por uma SCM.

9.6. AGENTES DE CRÉDITO

Os profissionais engajados em promover a disseminação do Microcrédito dentro das comunidades merecem uma atenção à parte dentro deste estudo. Segundo as palavras do entrevistado, são pessoas que possuem uma preocupação com o desenvolvimento social e econômico das regiões em que atuam. Seu perfil é muito parecido com o de um vendedor, por isso é imprescindível que possuam capacidade de comunicação, habilidades para expressar as idéias da organização e vender os produtos e serviços oferecidos pela Portosol.

Como a extrema maioria dos funcionários de organizações financeiras, eles também trabalham com metas. Essas metas incluem percentuais de captação de clientes, manutenção de determinado número de clientes em sua carteira, atingir valores a serem emprestados (meta de liberação) e meta de inadimplência. É salientado que não há dificuldade em atingir os valores a serem emprestados, mas sim

manter um relacionamento capaz de manter os clientes ativos. Hoje, são oito agentes de crédito distribuídos pelas áreas de atuação da Portosol (Porto Alegre, Região Metropolitana, Vale dos Sinos...).

Esses profissionais não possuem formação acadêmica, necessariamente. Existe treinamento para desempenhar atividades como prospecção dos clientes e conhecimento dos produtos e serviços da organização. Existe, por parte do agente de crédito, o compromisso de incentivo ao microempreendimento, não só em busca de crescimento econômico e estrutural, mas também para que os estabelecimentos informais, que são a maioria, transfiram suas atividades para a formalidade.

Cada agente é responsável por uma carteira de clientes. Há uma discriminação através de perfis de clientes e de regiões a serem atuadas. Mesmo com todo este acompanhamento, a aplicação dos recursos ainda, por muitas vezes, sofre o risco de sair do controle do agente de crédito e, em vez de produtivo, o crédito ser convertido para consumo próprio do tomador. Aliás, o ponto crítico desta questão implica a incapacidade que os clientes possuem de, muitas vezes, distinguir as contas pessoais das profissionais. Assim, a Portosol lança mão de alguns recursos para garantir o crédito à produção, fazendo pagamentos diretos aos fornecedores dos clientes ou aos vendedores de maquinário, por exemplo.

As Sociedades de Crédito ao Microempreendedor também zelam por um relacionamento próximo e interativo com os seus clientes. Existe, da mesma forma que as OSCIPs procedem, um acompanhamento, no qual o profissional visita os empreendimentos, visualiza o ambiente e o método de trabalho de seu potencial cliente.

Além de prestar um serviço diferenciado das demais instituições concessionárias de crédito, por transformar um relacionamento que, tradicionalmente, é entremeado de formalidades em uma relação de parceria, este tipo de acompanhamento remete mais segurança às partes e reduz drasticamente os níveis de inadimplência. Dentro do

modelo SCM, os agentes de créditos podem receber uma outra denominação, como “gerentes de relacionamento”, mas desempenham praticamente a mesma função. Quando existentes, são o elo entre o público-alvo e o comitê de crédito da instituição, responsável pela definição da aprovação ou recusa das operações.

No caso de uma SCM optar pela “especialização” em algum setor produtivo, como já foi destacado nas subseções anteriores como uma alternativa de vantagem competitiva, é de total importância que o profissional que se dedica a captar os clientes esteja em consonância com a área de referência. Por exemplo, se o nicho escolhido for o da moda, é necessário que o agente ou gerente saiba como funciona a cadeia produtiva, desde a costureira até o consumidor final, esteja ciente da sazonalidade que interfere neste ciclo econômica, conheça valores das matérias-primas trabalhadas, o perfil da mão-de-obra empregada, dentre outros aspectos relevantes para tornar a aproximação eficiente, alinhando satisfatoriamente as necessidades do cliente aos produtos e serviços oferecidos pela SCM.

10. PROSPECÇÃO QUANTO À VIABILIDADE DE UMA SCM

A partir dos resultados encontrados no comparativo da seção 9, é possível esboçar algumas perspectivas que decidam a viabilidade de uma SCM. Através de um cenário ilustrativo, elaborou-se a projeção de custos administrativos e a força de vendas necessários para a instalação de uma SCM na região do Vale dos Sinos, focada na oferta de Microcrédito Produtivo Orientado para microempreendedores calçadistas, baseando-se na premissa da escolha de público-alvo carente de crédito para aplicação em pequenas unidades produtivas especializadas.

A região de atuação envolveria, principalmente, os municípios de Novo Hamburgo, Estância Velha, São Leopoldo e Portão. As atividades começariam no final do segundo semestre, pois devido ao período de final de ano e Natal, tradicionalmente, as empresas investem mais por causa da expectativa pelo melhor período de vendas do ano. Assim, além de oferecer capital de giro para compra de matéria-prima também estaria disponível linha para investimentos fixos.

De acordo com as experiências e relatos obtidos neste estudo, projetou-se que em 70% das operações devem prevalecer os empréstimos para capital de giro enquanto que os outros 30% ficariam por conta das transações com valores mais altos, destinadas aos investimentos fixos das microempresas. Também baseados nas perspectivas apresentadas neste trabalho, os valores médios das transações

envolveriam cerca de R\$ 1600,00, para os empréstimos de capital de giro, e em torno de R\$ 6000,00 os financiamentos para capital fixo.

Os agentes de crédito focariam seus trabalhos em ateliês e oficinas que fabricam componentes para couro, calçados e artefatos fornecidos às indústrias calçadistas da região. Seriam realizadas visitas às microempresas, e para ampliar o raio de atuação haveria divulgação através de associações de moradores, sindicatos e pequenas reuniões em grupos nos bairros, pois muitas oficinas são instaladas nas próprias residências. Os agentes manteriam as visitas aos empreendimentos, periodicamente, para acompanhar os resultados e promover novos negócios. A princípio, seriam contratados os serviços de apenas um agente de crédito, pois este contaria com o apoio de um estagiário em suas rotinas. Além do mais, o proprietário também realizaria as atividades pertinentes ao agente, quando necessário, além de seus compromissos administrativos.

A estrutura inicial deve considerar os custos administrativos, de controle e as dimensões da força de vendas. Definir qual será o investimento inicial para a formação da base de capital para os empréstimos; a compra de material de escritório e dos móveis e o treinamento para a pequena equipe também são imprescindíveis. Estes e os demais custos que envolvem a concretização deste projeto estão configurados nas tabelas abaixo:

Tabela 11 – Investimentos Iniciais da SCM Vale dos Sinos Ltda

Investimentos	Valores (R\$)
Caixa Inicial para Transações	336.800
Computadores e Telefones	4.700
Móveis	5.000
Treinamento	3.500
Investimento inicial total	350.000

Fonte: Tabela elaborada pelo autor

Tabela 12 – Fontes dos Recursos da SCM Vale dos Sinos Ltda

Recursos	Valores (R\$)
Recursos Próprios	50.000
Recursos de Terceiros	300.00
Recursos Totais	350.000

Fonte: Tabela elaborada pelo autor

O financiamento inicial seria, portanto, de R\$ 300 mil obtido através do BNDES, com carência de seis meses e corrigido pela TJLP (6,25% a.a., ou o equivalente a 0,5208% a.m, segundo Manual da TJLP⁵⁶), a ser pago em 24 meses. Os recursos próprios seriam, inicialmente, R\$ 50 mil. O elementar para as instalações seriam os computadores, telefones e móveis, orçados em um total de R\$ 9,7 mil, a serem pagos em doze meses, e o treinamento de R\$ 3,5 mil a ser pago em quatro meses.

Tabela 13 – Despesas Mensais da SCM Vale dos Sinos Ltda

Despesas Mensais	Valores (R\$)
<i>Administração</i>	
Pró-labore do diretor	3.500
<i>Recursos Humanos</i>	
Salário bruto do Agente de Crédito 1	2.300
Salário bruto do Agente de Crédito 2	1.900
Bolsa-auxílio do Estagiário	600
<i>Contabilidade</i>	
Serviços pagos ao Contador	700
<i>Despesas de financiamentos</i>	
Juros de Financiamentos	829,95
Reembolso de Financiamentos	12.500
<i>Outras despesas</i>	
Aluguel	1.800
Água, luz e telefone	600
Material de escritório	400

Fonte: Tabela elaborada pelo autor

⁵⁶ Manual da TJLP. Publicado em 20 de abril de 2009. Disponível em www.bndes.gov.br/produtos/download/tjlp.pdf Acesso em 10 de junho de 2009.

Para iniciar o negócio com conhecimento do público-alvo e do funcionamento da SCM, além das possibilidades de negociações, seria aplicado um treinamento ao agente de crédito, que duraria cerca de um mês. Após os primeiros seis meses de funcionamento, o volume de transações já comportariam a contratação de um segundo agente, que deverá ser treinado pelo primeiro agente. Para os assuntos pertinentes à tributação, contribuições sociais e demais rotinas contábeis contraria-se os serviços terceirizados de um contador. Despesas de aluguel, luz, água, telefone e materiais de escritório girariam em torno de R\$ 2,8 mil mensais.

Com a pequena equipe constituída e treinada, a captação de clientes através das ações de divulgação supracitadas seria iniciada com a meta de quatorze transações para o mês inaugural. Seriam, aproximadamente, 10 operações de capital de giro e 4 para investimentos fixo. O trabalho para a ampliação da carteira de clientes deverá ter como objetivo o crescimento do número de operações em torno de 20%, em relação ao mês anterior. Por exemplo, se Novembro de 2009 forem feitas as 14 operações, em Dezembro do mesmo ano é necessário ter 17 transações ativas.

A receita desta instituição é proveniente do *spread* gerado pelas transações realizadas (juros financeiros das operações descontados os custos para obtenção deste capital, ou seja, dos financiamentos tomados) e das tarifas cobradas. Mensurou-se juros de 4% a.m para empréstimos de capital de giro, com prazos de 10 meses, e 5% a.m. para capital fixo, com prazos de 16 meses, além de tarifa de R\$ 45 para operacionalização de cada empréstimo. Não está inclusa nesta tarifa os custos com impostos, como é o caso do IOF que certamente incidirá por se tratar de uma operação de crédito.

Ao estudar a capacidade de viabilidade, tentou se chegar a um número de transações necessárias para que o empreendimento alcançasse sua sustentabilidade e, conseqüentemente fosse uma opção viável de negócio. Como haveria carência de seis meses para pagar o primeiro financiamento tomado pela SCM, há dois momentos distintos nos primeiros 18 meses de vida desta instituição: o “momento A”, é formado

pelos seis primeiros meses de atividades, sem financiamentos a pagar, apenas com despesas operacionais (quadro de funcionários, custos de manutenção e de administração do negócio), e o “momento B”, no qual, além das despesas operacionais, inclusive incrementadas devido a mais um funcionário no quadro, são agregados os custos financeiros do empréstimo obtido com o BNDES.

De acordo com o que é apresentado nas tabelas 12 e 13, no “momento A”, considerando despesa mensal média orçada em R\$ 11,5 mil, seriam necessárias 65 operações ativas para poder arcar com este custo. Na verdade, considerando uma inadimplência de 3% a.m., seria mais seguro contar com 67 transações ativas, contando com R\$ 12 mil de receita, totalizando R\$ 195,6 mil emprestados. Considerando o ritmo de crescimento da carteira de 20% em relação ao mês anterior, este número de transações ativas seria alcançado apenas no nono mês de atividade.

Tabela 14 – Projeção das Despesas Médias Mensais no “Momento A”

Despesas Médias Mensais	Valores (R\$)
Computadores e Telefones	390
Móveis	417
Treinamento	875
Pró-labore	3.500
Salário agente de crédito	2.300
Bolsa-auxílio estagiário	600
Serviços do contador	700
Aluguel	1.800
Água, luz, telefone	600
Material de escritório	400
Total da despesa média mensal	11.582

Fonte: Tabela elaborada pelo autor

Tabela 15 - Projeção das Receitas no “Momento A”

Transação	Spread (%)	Valor por Transação (R\$)	Número de Transações	Valor Total (R\$)
Capital de Giro	4	64	46,9	3.001,60
Capital Fixo	5	300	20,1	6.030,00
Tarifas		45	67,0	3.015,00
				12.046,00

Fonte: Tabela elaborada pelo autor

Já no “momento B”, a despesa mensal média aumenta devido ao pagamento da dívida com o BNDES (R\$ 13,3 mil mensais) e a contratação de um novo agente de crédito, atingindo, nos meses seguintes, uma média de R\$ 26 mil. Neste novo cenário, seriam necessárias 160 operações ativas para superar as despesas, já considerando uma inadimplência de 3% a.m. Este número de transações seria alcançado no décimo quinto mês de atividade. Mesmo assim, no fim do primeiro ano, já seria necessário a obtenção de um novo financiamento, preferencialmente com carência, para aumentar o volume de recursos disponíveis para empréstimos, pois a SCM já teria empregado todo o valor inicial em transações.

Tabela 16 - Projeção das Despesas Médias Mensais no “Momento B”

<i>Despesas Médias Mensais</i>	<i>Valores (R\$)</i>
Computadores e Telefones	390
Móveis	417
Pró-labore	3.500
Salário agente de crédito 1	2.300
Salário agente de crédito 2	1.900
Bolsa-auxílio estagiário	600
Serviços do contador	700
Aluguel	1.800
Água, luz, telefone	600
Material de escritório	400
Reembolso de financiamento	12.500
Juros de financiamento	829,95
Total da despesa média mensal	25.935,96

Fonte: Tabela elaborada pelo autor

Tabela 17 - Projeção das Receitas no “Momento B”

Transação	Spread (%)	Valor por Transação (R\$)	Número de Transações	Valor Total (R\$)
Capital de Giro	3,48	55,67	112,00	6.234,73
Capital Fixo	4,48	268,75	48,00	12.900,10
Tarifas		45,00	160,00	7.200,00
				26.334,83

Fonte: Tabela elaborada pelo autor

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As SCMs ainda enfrentam um cenário de pouca visibilidade em relação às ONGs/OSCIPs e demais programas de Microfinanças. Como se pôde concluir através do comparativo, as SCMs têm buscado atender ao segmento de pequenos negócios de forma diferenciada e mais adequada à realidade de crédito atual. O certo é que há mercado para as SCMs e o ambiente é bom, pois com a crise mundial ficou mais do que evidente que o sistema financeiro tradicional possuía conduta irresponsável em termos de concessão de crédito, mesmo lidando com clientes oferecendo avais e garantias reais, tidos como fundamentais para ser um tomador.⁵⁷

Portanto, o que para uns é sinônimo de problemas para outros pode ser uma oportunidade. A demanda por Microcrédito, originada por pequenos negócios cujas finanças estejam razoavelmente organizadas, pode se constituir em uma grande possibilidade para as SCMs se estabelecerem com carteiras de empréstimos nesse nicho de mercado. Isso, em razão da possibilidade de maior conhecimento do negócio e das possibilidades dos tomadores por parte das SCMs, uma vantagem frente ao maior desconhecimento e o nível de exigências do sistema financeiro tradicional.

⁵⁷ Disponível em uasfsebrae.blogspot.com/2009/03/as-sociedade-de-credito-ao.html. Acesso em 13 de maio de 2009.

Como este estudo iniciou com o propósito de avaliar a viabilidade da instalação de um modelo de Sociedade de Crédito ao Microempreendedor para atuar no mercado local, a partir das experiências percebidas em uma entidade já estabelecida e sem fins lucrativos, como a Portosol, pode-se concluir que os objetivos específicos foram passo a passo operacionalizados e cumpridos. Houve a verificação das conjunturas em que se deram experiências de sucesso em Microcrédito no Brasil e no mundo, abordadas nas subseções 6.3 e 6.4, em detalhes, bem como foram identificadas as alternativas de se fazer Microcrédito através dos exemplos apresentados pelo estudo de caso da Portosol, apresentado e detalhado nas seções 8 e 9 deste trabalho. Por fim, realizado o comparativo entre os dois modelos institucionais propostos e projetada a viabilidade, ao longo das seções 9 e 10, finalmente pode-se chegar aos elementos que condicionam esta viabilidade de sucesso da instalação de um modelo de SCM para atuar no mercado local das Microfinanças.

Conforme demonstrado na parte final do capítulo anterior, a SCM estudada neste trabalho, com um investimento inicial de R\$ 350 mil, mostrou-se viável com um mínimo de 67 operações na primeira fase e 160 na segunda fase. Além disso, uma SCM está condicionada aos seguintes fatores de sucesso:

- a) Em primeiro lugar, a figura do agente de crédito é imprescindível para a criação de um relacionamento de confiança dentro das comunidades. Além de atingir as metas de captação de cliente, a personalidade que o agente de crédito promove aos negócios irá contribuir para baixar a inadimplência e promover maior popularidade da SCM dentro dos bairros, fazendo com que as pessoas conheçam e passem a confiar na instituição;
- b) O incremento da carteira de clientes deve obedecer a taxa média de crescimento de 20% em relação ao mês anterior, pois caso ela não aconteça neste ritmo prolongará a obtenção de lucro da SCM para além de dois anos de funcionamento;

- c) Uma vez que a receita do negócio está diretamente relacionada ao *spread* obtido nas transações, os financiamentos tomados pela SCM sempre devem ser avaliados objetivando um baixo impacto sobre a taxa de juros que remunerará suas operações de créditos. Por exemplo, na projeção elaborada, o financiamento do BNDES corrigido pela TJLP foi uma opção favorável, pois comprometeu pouco o *spread* da operação (cerca de 0,5%), proporcionando uma maior margem de rentabilidade por negócio à instituição;
- d) Além das taxas dos financiamentos captados, o fator carência no prazo de pagamento é igualmente importante, nos anos iniciais da SCM. A própria projeção sugere que, apesar da necessidade de um novo financiamento no final do primeiro ano de atividade, esta transação só poderia ser efetivada caso houvesse um período de carência semelhante ao do primeiro empréstimo. Caso contrário, a SCM Vale dos Sinos Ltda teria seu crescimento desestruturado, pois não seria sustentável manter-se devedora de dois empréstimos simultâneos;
- e) No momento de se definir o público-alvo do negócio, seria importante estudar o mercado buscando identificar um nicho carente de crédito de alguma área produtiva especializada, como foi citado ao longo do trabalho através de exemplos ilustrativos, como a SocialCred, que foca em profissionais da saúde de bem-estar social e da Acredita, que inovou com o Crédito Consignado Produtivo para aposentados e pensionistas do INSS.

Estes seriam elementos importantes quando estudada a possibilidade de iniciar as operações de uma SCM. Não constituem, de fato, fatores suficientes para o sucesso do negócio, mas são relevantes no sentido de inaugurar o empreendimento já estabelecendo possíveis limites de perdas de capital, oportunidades de prospecção de clientes e, até mesmo, busca de perfis profissionais que possam atender satisfatoriamente às funções de um agente de crédito.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Palestra do BNDES abordará acesso a linhas de crédito.** Reportagem de 19 de maio de 2009. Disponível em www.agenciasebrae.com.br. Acesso em 03 de junho de 2009.

AGUIAR, C. C.; SALOMAO, L. R.; PEREIRA, S. B. **Microcrédito: um instrumento de combate à pobreza e à exclusão social?** In: FISCHER, Rosa Maria; NOVAES, Elidia Maria (Orgs.). **Construindo a Cidadania.** Ações e reflexões sobre empreendedorismo e gestão social. São Paulo: CEATS: FIA, 2005.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Disponível em www.bcb.gov.br/. Acesso em 17 de Abril de 2009.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Manual Sisorf. Disponível em www4.bcb.gov.br/NXT/gateway.dll?f=templates&fn=default.htm&vid=nmsManualSisorf:dvManualSisorf. Acesso em 22 de Abril de 2009.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Resolução 2.874 de 2001. Normativo revogado. Disponível em www3.bcb.gov.br/normativo/detalharNormativo.do?N=101142093&method=detalharNormativo. Acesso em 03 de novembro de 2008.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Resolução 3.567 de 2008. Disponível em www3.bcb.gov.br/normativo/detalharNormativo.do?N=108050743&method=detalharNormativo. Acesso em 03 de abril de 2009.

BANCO MUNDIAL. IFC. **Relatório IFC Anual 2008. Criação de Oportunidades.** Disponível em siteresources.worldbank.org/.../3817166.../Relatorioanual2008.pdf . Acesso em 04 de maio de 2009.

BARONE, F. M.; LIMA, P.F.; DANTAS, V.; REZENDE, V. **Introdução ao Microcrédito.** Brasília: Conselho de Comunidade. 65p. 2002.

BNDES. **Manual da TJLP**. Publicado em 20 de abril de 2009. Disponível em www.bndes.gov.br/produtos/download/tjlp.pdf. Acesso em 10 de junho de 2009.

BNDES. **Seminário BNDES Microfinanças – Ensaios e Experiências**. 2000.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TRABALHO E DO EMPREGO. **Programa de Microcrédito do MTE pode minimizar desemprego durante a crise**. Matéria divulgada em 09 de março de 2009. Disponível em www.mte.gov.br/sgcnoticiaAudio.aspIdConteudoNoticia5161PalavraChave=pnmpo,%20microcredito. Acesso em 05 de Abril de 2009.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TRABALHO E DO EMPREGO. **Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado - PNMPO**. Disponível em www.mte.gov.br/pnmpo. Acessos em 25 de outubro de 2008 e 23 de abril de 2009.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos. Medida Provisória nº 2.172-32, de 23 de agosto de 2001. Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil/mpv/2172-32.htm. Acesso em 21 de março de 2009.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei nº 11.110, de 25 de Abril de 2005. Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11110.htm. Acesso em 21 de março de 2009.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei nº 9.790, de 23 de Março de 1999. Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil/LEIS/L9790.htm. Acesso em 21 de março de 2009.

CAISSE POPULAIRE. Disponível em www.caisse.biz/english_site/prod_serv.html. Acesso em 04 de Abril de 2009.

CARNEIRO, M. **Técnicas e procedimentos para a auto-suficiência econômica de organizações não-governamentais: um estudo de caso com organizações de Microcrédito brasileiras**. Dissertação de Mestrado, apresentada à Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto/USP. Ribeirão Preto. 133f. 2007.

CESAR, A.M.R.V.C. **Método do Estudo de Caso (Caso Studies) ou Método do Caso (Teaching Casos)? Uma análise dos dois métodos no Ensino e Pesquisa em Administração**. Dezembro 2005. Disponível em www4mackenzie.br/fileadmin/Conjuntura_e_Análise, n.º 19. IPEA/MTE, 2002, pp. 9-10. Acesso em 05 de abril de 2009.

DANTAS, V. **A Tecnologia do Microcrédito Produtivo Orientado**. *Paper*. 2005. Disponível em www.planodenegocios.com.br. Acesso em 02 novembro 2008

ESTIAGARA, A. **Desenvolvimento Sustentável, Democracia Econômica e Políticas Públicas: Uma Análise a Partir do Microcrédito**. Pontifícia Universidade Católica Centro de Ciências Jurídicas de Sociais. Programa de Pós-Graduação Em Direito. Curitiba. 232f. 2008.

FOLHA ONLINE. **Inadimplência da pessoa física atinge o maior patamar desde 2002**. Matéria divulgada em 26 de Fevereiro de 2002. Informações disponíveis em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u509628.shtml>. Acesso em 02 de Abril de 2009.

FREITAS, H. M. R. H. JANISSEK, R. **Análise léxica e análise de conteúdo: técnicas complementares, seqüenciais e recorrentes para exploração de dados qualitativos**. Porto Alegre: Sphinx: Editora Sagra Luzzatto. 2000.

FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL. **Guia para Criação das Instituições de Microcrédito**. CD-ROM. 2008.

GOLDMARK, L.; VECHINA, D. ; POCKROSS, S. **A situação das Microfinanças no Brasil**. Seminário Internacional BNDES Microfinanças. 2000.

IBASE. **Banco garante que está retomando Microcrédito**. Boletim Desenvolvimento, Democracia e Direitos. 2006. Disponível em [www.ibase.br/dvdm/conteudos / microcredito.htm](http://www.ibase.br/dvdm/conteudos/microcredito.htm) . Acesso em 03 de junho de 2009.

IBGE. **Contas Nacionais Trimestrais – Indicadores de Volume e Valores Correntes**. Disponível em http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1226&id_pagina=1. Acesso em 14 de março de 2009.

IBGE. **Pesquisa Economia Informal Urbana - Ecinf**. 2003.

INTERNATIONAL BUSINESS TIMES. **BNDES quer ampliar rede de Microcrédito**. Reportagem publicada em 02 de Abril 2008. Disponível em [br.ibtimes.com/articles /20080402/ bndes.htm](http://br.ibtimes.com/articles/20080402/bndes.htm). Acesso em 03 de junho de 2009.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Introdução ao Marketing**. 4ª edição. Editora LTC. 1997.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. – Edição Compacta – 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001. 275p.

MATTOS, A. M. ; SOARES, M. F.; FRAGA, T. M. A. **Normas para apresentação de trabalhos acadêmicos da Escola de Administração**. 2007. 56 f.

MICROCREDIT SUMMIT. Disponível em www.microcreditsummit.org. Acesso em 06 de Abril de 2009.

MICROCRÉDITO EM PORTUGAL. Disponível em www.sandrasoares.net/videos.html. Acesso em 20 de maio de 2009.

NICHTER, S.; GOLDMARK, L.; FIORI, A. **Entendendo as microfinanças no contexto brasileiro**: Programa de Desenvolvimento Institucional. Rio de Janeiro. BNDES. 2002.

PORTOSOL. Documentos internos cedidos pela organização. 17 pg. 2009.

PORTOSOL. Informações disponíveis em www.portosol.com. Acesso em 14 de Abril de 2009.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de Estágio do Curso de Administração**: guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalhos de conclusão de curso. Colaboração Grace Vieira Becker, Maria Ivone de Mello. São Paulo. Atlas. 1996.

ROSALES, R. **Marco Jurídico para as Instituições de Microcredito**. Versão Preliminar para apresentação durante o Seminário Internacional BNDES Microfinanças. 2000.

SEBBEN. K. P. **O Microcrédito como uma Proposta de Desenvolvimento Sustentável**. Trabalho de conclusão de curso de Administração de Empresas com ênfase em finanças. UFRGS. Escola de Administração Porto Alegre. CD-ROM. 2006.

SEBRAE RS. **Guia Aposte na sua Empresa**. Editora Globo. 2007

SEBRAE. Matéria sobre os preceitos das Instituições Microfinanceiras. Disponível em www.uasf.sebrae.com.br/uasfareas/uasfmicrocredito/menu04. Acesso em 13 de maio de 2009.

SILVA, H. E. ; OLIVO, S. . Crédito e financiamento para criação de pequenos negócios no Brasil. In: III Seminário de pequenas e médias empresas (III Pymes Mercosur), 1998, Campinas. Resumos dos Trabalhos. Campinas : Universidade Estadual de Campinas, 1998. p. 23-23.

SILVA, M. R. **O papel do Microcrédito e das Microfinanças como instrumentos de redução da pobreza**. VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública. Lisboa. Portugal. 2002.

SILVA, R.V.M ; GÓIS, L.C. **As diferentes Metodologias de Microcrédito no Mundo e no Brasil**. 2007. Disponível em www.mte.gov.br/pnmpo/metodologias_microcredito.pdf. Acesso em 30 de março de 2009.

SOARES, M. M.; SOBRINHO, A.D.M. **Microfinanças: o papel do Banco Central do Brasil e a importância da cooperativa de crédito**. Brasília: BCB. 2007. 170 p.

SOCIEDADE DE CRÉDITO AO MICROEMPREENDEDOR ACREDITA. Informações disponíveis em www.acredita.com.br . Acesso em 05 de maio de 2009.

SOCIEDADE DE CRÉDITO AO MICROEMPREENDEDOR FINACRED. Informações disponíveis em www.finacred.com.br. Acesso em 15 de maio de 2009.

SOCIEDADE DE CRÉDITO AO MICROEMPREENDEDOR HSCM. Informações disponíveis em www.hscm.com.br. Acesso em 15 de maio de 2009.

SOCIEDADE DE CRÉDITO AO MICROEMPREENDEDOR PÓLOCRED. Informações retiradas e disponíveis em www.polocred.com.br/. Acesso em 15 de maio de 2009.

SOCIEDADE DE CRÉDITO AO MICROEMPREENDEDOR RPW CAPITAL. Informações disponíveis em www.rpwcapital.com.br. Acesso em 16 de maio de 2009.

SOCIEDADE DE CRÉDITO AO MICROEMPREENDEDOR SOCIALCRED. Informações disponíveis em www.socialcred.com.br Acesso em 05 de maio de 2009.

VALENTE, Mônica. Do Microcrédito às microfinanças. In: *Mercado de Trabalho – Conjuntura e Análise*, n.º 19. IPEA/MTE, 2002, pp. 9-10.

VALOR ECONÔMICO. Matéria “**Microcrédito passa ao largo da crise na América Latina**”. Disponível em www.mcred.com.br/mcred/noticia.2009.02.27.asp . Acesso em 30 de abril de 2009.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5. ed. São Paulo. Atlas. 2004.

YIN, R. K. **Estudo de caso – planejamento e métodos**. 2 ed. Porto Alegre. Bookman. 2001.

YUNUS, M. **O Banqueiro dos Pobres**. 1. ed. São Paulo. Ática. 2006.

ANEXO

Roteiro utilizado na entrevista à Instituição Comunitária de Crédito Portosol:

RECURSOS

- 1) Qual a origem dos recursos utilizados para a cessão dos empréstimos (doações, governo, iniciativa privada)?
- 2) Hoje a instituição continua dependente de outras organizações para obter recursos para os empréstimos?

VALORES EMPRESTADOS

- 1) De 200 a 15.000. Qual o valor médio emprestado?
- 2) Geralmente, qual a finalidade do empréstimo, no que é empregado o dinheiro pelo tomador?

TAXAS / PAGAMENTOS / INADIMPLÊNCIA

- 1) Como funciona o sistema de pagamentos? São mensais? Por meio de depósitos?
- 2) Qual o nível de inadimplência?
- 3) Quais as alternativas utilizadas para reduzir os níveis de inadimplência entre os financiados?

- 4) Em geral como são os prazos?
- 5) De acordo com o *site* da Portosol, a taxa parte de 2% am. O que define a taxa a ser aplicada, o montante concedido, a propensão à inadimplência, a forma de garantia apresentada?

GARANTIAS DE PAGAMENTO

- 1) No *site* da Portosol, contam 4 formas de obter crédito (com avalista que tenha renda comprovada; colocando algum bem como garantia – máquina, carro, etc; cheque pré-datado do cliente ou de terceiro com CC de no mínimo 1 ano; grupo solidário: em que 3 a 5 pessoas assinam um mesmo contrato garantindo um o crédito do outro) . Qual a forma mais utilizada?

APROVAÇÃO DO CRÉDITO

- 1) Além de apresentar um dos meios de garantia exigidos, quais seriam os demais critérios para a aprovação do financiamento?

ASSOCIAÇÃO

- 1) Existe alguma forma de fazer contato inicial com os clientes através de algum grupo já pré-estabelecido (associação de moradores, grupos religiosos, por exemplo)?

CLIENTES

- 1) Quem são os tomadores de crédito?
- 2) Há fidelidade de clientes? Fazem outros empréstimos? Assumem mais de um crédito simultaneamente?
- 3) Existe uma predominância de empréstimos cedidos a mulheres (muitas experiências lidas são de clientes do sexo feminino e este fato é destacado na obra de Yunus e outros)? Acreditam que quando é a mulher

que toma o empréstimo há impacto direto na melhoria da qualidade de vida daquela família?

- 4) Esses clientes são bancarizados?
- 5) São em sua maioria comerciantes, fornecem serviços, possuem pequenas indústrias?

CONCORRÊNCIA

- 1) Quem é principal concorrente da Portosol, hoje?
- 2) Consideram os grandes bancos concorrentes?
- 3) Que diferencial acreditam possuir em relação a outras instituições de microcrédito?

PRODUTOS E SERVIÇOS

- 1) Além dos empréstimos existe a oferta de produtos financeiros?
- 2) É incentivado, por exemplo, a formação de poupança aos clientes?
- 3) Outros serviços oferecidos:

AGENTES DE CRÉDITO

- 1) Quem são os agente de crédito?
- 2) Qual a formação que eles possuem? Como é seu treinamento?
- 3) A instituição além de emprestar o capital, tem o compromisso de ajudar no gerenciamento ou até mesmo na formalização do negócio do tomador? Isso é realizado através do agente?
- 4) Cada agente de crédito é responsável por uma “carteira” de clientes? Existe uma divisão por especialidade/setor em que atuará o agente?

APOIO INSTITUCIONAL

- 1) Existe apoio para a promoção do trabalho da Portosol de órgão não-governamental, prefeituras, Sebrae, etc?

INTEGRAÇÃO COM A COMUNIDADE

- 1) Realiza algum tipo de atividade voltada a promoção de maior qualidade de vida / integração com a comunidade onde está inserida? (pode ser cultural, ambiental,...)