

A experiência da CARE Brasil com Desenvolvimento Local e Sustentabilidade



Programa de microfinanças e
educação financeira empreendedora

Resultados e impactos
janeiro/2011



CONSELHO DELIBERATIVO

PRESIDENTE

Rosa Maria Tavares Andrade

MEMBROS

Adolfo Menezes Melito | Cliff Villar | Francisco Marcos Dias | Herbert Steinberg | Jaime Eduardo Bunge | José Vicente | Peter Buijs | Rachel de Oliveira | Vania Velloso

EQUIPE EXECUTIVA

DIRETOR EXECUTIVO

Markus Brose

ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

Waldir Mafra | Angélica Costa | Edmilson Araújo | Gilberto Freitas | Maria de Lourdes dos Santos

MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS E COMUNICAÇÃO

Renata Pereira | Juliana Barrena Silva | Marina Spirandelli

GESTÃO DE PROGRAMAS

José Cláudio Barros | James Allen

BANCOS COMUNITÁRIOS, MICROFINANÇAS E EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Patricia Machado | Marcelo Robinson Almeida da Silva | Ana Maria Ribeiro | João Martins de Oliveira Neto | Francisco Teixeira Barreto Junior | Ana Cristina Marinho | Victor Hugo Almeida | Ubiraci Aparecido da Silva | Messias Pereira de Moraes | Tiago Biusse Ghion | Fábio Alencar de Almeida Franco | Madson Ailan Silva | Antônio Chaves de Araújo | Jurema Nascimento Brito | Joviene Carvalho Leão | Érica dos Santos Damasceno | Marco Aurélio Rodrigues | Jamile Pereira Cunha

REDAÇÃO

Markus Brose

REVISÃO DE TEXTO E DIAGRAMAÇÃO

Paulo Pereira de Araujo

IMAGENS

Arquivo CARE Brasil e Diego Rinaldi

A CARE Brasil é uma associação sem fins lucrativos, qualificada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), fundada em 2001. Tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento local nos territórios onde atua, como agente catalisador de processos que visam capacitar, envolver e contribuir para a autonomia de pessoas em situação de vulnerabilidade. Privilegiamos a ação com mulheres e jovens, pela capacidade que estes grupos têm de romper de modo sustentável com o ciclo intergeracional de pobreza.

O conteúdo desta publicação é de exclusiva responsabilidade de seus autores, não devendo ser tomado como expressão dos pontos de vista de seus apoiadores financeiros.

A CARE Brasil registra anualmente as suas emissões de gases de efeito estufa, e além da redução, realiza a compensação através da compra de créditos de carbono com impacto social.



Apenas 60% dos brasileiros acima de 18 anos integram o Sistema Financeiro Nacional e possuem uma conta-corrente. As mulheres constituem a maior parte dos 40% da população excluídos do sistema bancário. Apesar de um estudo recente apontar uma melhora na situação, entre 2005 e 2010, existe ainda um expressivo contingente de pessoas, com baixa renda, excluído do sistema financeiro, especialmente nas faixas abaixo de cinco salários mínimos mensais, justamente as que compõem a maior parcela da população brasileira. Já a população jovem tem acesso cada vez mais cedo ao sistema, ao passo que os maiores de 45 anos tiveram um avanço menor.



Fonte: adaptado de Ipea, SIPS 2010

Dos excluídos do sistema bancário, o percentual de pessoas que desejam abrir uma conta bancária é maior entre as seguintes faixas da população: mulheres jovens com menos de 24 anos, com ensino fundamental completo, com renda de até dois salários mínimos mensais e residentes nas regiões Norte e Nordeste.

Durante a última década houve uma significativa transformação no Sistema Financeiro Nacional. Ocorreu um processo contínuo de concentração, com redução tanto do número de bancos públicos como de bancos comerciais. Entre 1996 e 2010 a participação dos 10 maiores bancos do país no total de ativos passou de 60% para mais de 80%. Em 1996, o Brasil possuía 230 instituições bancárias, mas, até 2007, esse número caiu para 156, enquanto que os EUA detinham 7.282 bancos no mesmo ano.

O alto grau de concentração no mercado nacional tem levado os bancos a procurar mercados no exterior. Na América Latina, o índice de bancarização da população não chega a 30%, enquanto que a telefonia celular ultrapassa os 90%, o que, num futuro próximo, abre espaço para a bancarização por meio do celular. O Banco do Brasil e o Bradesco, em parceria com um banco de Portugal, anunciam o ingresso no mercado africano, onde menos de 15% da população têm acesso aos bancos. A CEF – Caixa Econômica Federal está replicando na Venezuela o modelo nacional de correspondentes bancários e microcrédito.

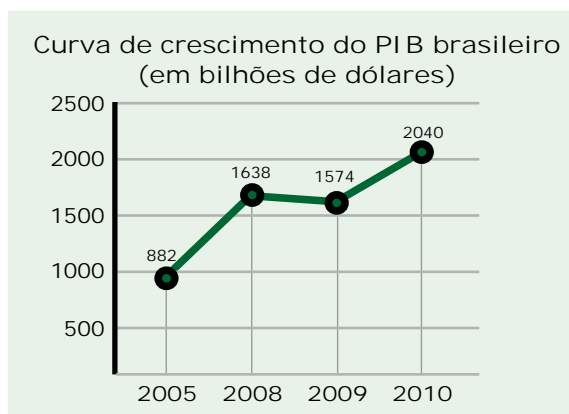
A crescente automação das operações, ocorrida durante o processo de concentração bancária no Brasil, causou uma significativa redução tanto do número de agências como da quantidade de funcionários. A partir de 1990 a relação se estabilizou e passamos a contar com uma agência para cada 10 mil habitantes. Em 2007, o Brasil tinha menos agências por habitantes que em 1980. Nos estados e municípios a relação das agências bancárias com a população é ainda mais diferenciada. Os estados com maior contingente de agências bancárias são: São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, além do Distrito Federal.

Por outro lado, na última década, os órgãos reguladores reduziram o grau de formalismo do sistema financeiro, permitindo que novas formas de prestação de serviços e novas tecnologias bancárias fossem testadas. Ocorreu, por exemplo, uma expansão do número de correspondentes bancários, conhecidos no exterior como *branchless banking*, promovendo a bancarização, facilitando transações comerciais e o pagamento de contas. A atual malha nacional de 160.000 pontos de atendimento por correspondentes bancários supera, em larga medida, as 20.000 agências e tem 80% de suas transações compostas por recebimento de contas e pagamento de benefícios sociais.

Maranhão, Piauí, Alagoas, Pará e Ceará são os estados com menor presença de agências bancárias no conjunto da população. Já dentro dos estados, percebe-se a concentração de agências bancárias nas capitais. As 27 capitais estaduais responderam, em 2006, por 34% do total de agências existentes em todos os 5.565 municípios brasileiros, embora as capitais somassem apenas 24% da população nacional.

Em 2009, no encontro de cúpula do G20, os presidentes ali reunidos comprometeram-se a aumentar o nível de inclusão financeira no mundo. Foi então criado o FIEG – *Financial Inclusion Expert Group*. Neste grupo, juntamente com a Austrália, o Brasil é coordenador do Subgrupo ATISG - Acesso Através da Inovação. Em 2010, o Banco Central introduziu o tema da inclusão financeira em seu planejamento estratégico e instituiu uma área específica no DENOR - Departamento de Normas do Sistema Financeiro. No âmbito desse projeto foi realizado, em 2009, o I Fórum Banco Central sobre Inclusão Financeira e, em 2010, publicado o primeiro Relatório Nacional de Inclusão Financeira.

Concomitantemente, a expansão da economia e a distribuição de benefícios pelas políticas públicas que chegam, por exemplo, a 12,6 milhões de famílias pelo programa Bolsa Família, vêm incluindo um número crescente de famílias na economia formal. As estimativas indicam que a economia informal no Brasil que, em 2003, movimentava perto de 21% do PIB, caiu para aproximadamente 18% em 2009, movimentando algo em torno de R\$ 578 bilhões no ano. Estima-se, porém, que cerca de 50 milhões de brasileiros proprietários de telefone celular, ainda não têm acesso a conta bancária.



Fonte: Revista Exame de 27/01/10

O crescimento da economia está ampliando o poder de compra da população, ao mesmo tempo em que expande a demanda por bens e serviços financeiros. Os empréstimos concedidos a pessoas físicas somaram R\$ 692,6 bilhões, em junho de 2010, um crescimento acelerado de 19% em relação ao mesmo período no ano anterior. Em face de uma das mais altas taxas de juros do mundo, foi criado um cenário de risco para famílias que não conseguem resistir à tentação das facilidades em tomar crédito pessoal, ou de microempreendedores que querem expandir seus negócios, utilizando-se de algum tipo de financiamento. Assistimos a níveis crescentes de endividamento da população, em especial a de baixa renda, o que compromete seu rendimento futuro.

Taxa real anual de juros, em dezembro de 2010 (%)

Brasil	4,8
África do Sul	2,0
Austrália	1,9
Hungria	1,2
China	1,1
México	0,5

Fonte: adaptado do jornal Folha de São Paulo, de 09/12/10

Para empréstimos a pessoas físicas, o diferencial do juro cobrado por determinado banco no Brasil, comparado a um cliente do mesmo banco no exterior, chega a ser 10 vezes mais elevado para o cliente brasileiro. Para empréstimos a pessoas jurídicas, a diferença de custo é menor; mesmo assim, chega a aumentar mais de quatro vezes para o cliente brasileiro.

Taxa média anual de juros reais (em %)

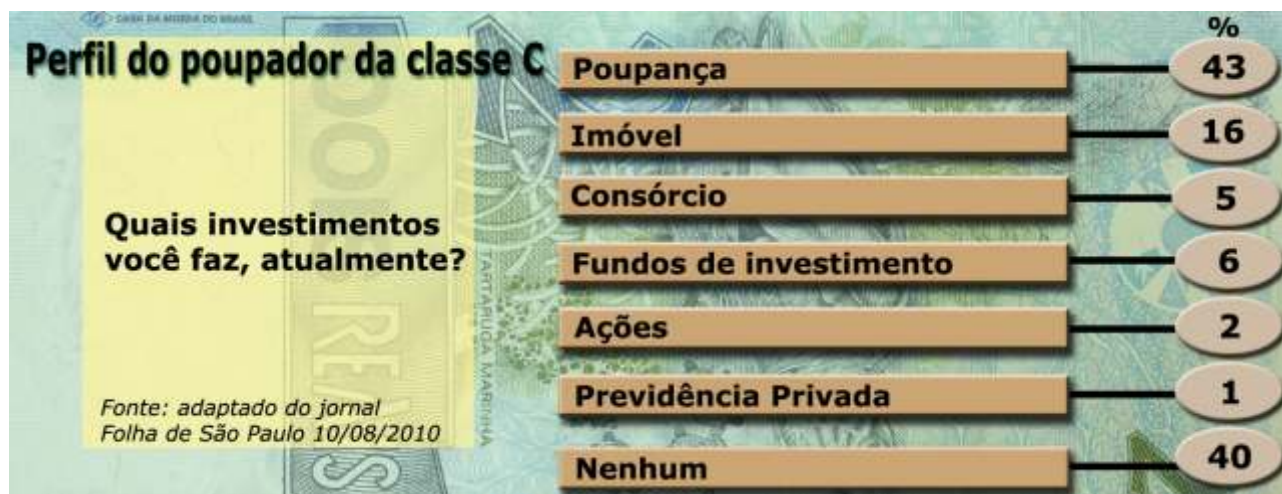
	Estados Unidos		Europa		Brasil	
	Crédito pessoal	Capital de giro	Crédito pessoal	Capital de giro	Crédito pessoal	Capital de giro
2003	9,21	1,60	3,53	3,04	63,36	23,03
2008	14,75	4,47	6,86	6,74	50,67	29,70

Fonte: adaptado de IPEA (2009)

Uma das características mais marcantes da vida financeira da população de baixa renda são as compras a prazo, com parcelamento. Há cerca de 20 anos, apenas o comércio possibilitava o acesso do crédito ao público de baixa renda, por meio do cheque pré-datado ou os carnês de loja, que deram origem ao CDC – Crédito Direto ao Consumidor. Os carnês e o cheque pré-datado, precursores dos cartões magnéticos, constituem uma tecnologia financeira brasileira ainda pouco conhecida em outros países, vantajosa pelas seguintes características:

1. fácil acessibilidade – poucos documentos são exigidos e é possível até comprar em nome de parentes ou amigos;
2. rapidez e previsibilidade – o crédito ao consumidor é concedido no ato da compra, em estabelecimentos de caráter popular, onde não há impedimentos de acesso a pessoas de baixa renda, ou mesmo ser pré-aprovado no caso do uso do cartão de grandes redes de varejo;
3. ampla disponibilidade – estão disponíveis para compra a prazo tanto bens duráveis, como eletrodomésticos e móveis, além de alimentos e bens de uso cotidiano;
4. adaptabilidade – pode-se escolher entre diversas modalidades de prazo e valor de parcelas, vantagem preferida pelo comprador mesmo que o custo final do produto seja mais alto;
5. transparência – ao contrário das muitas taxas e custos embutidos nos produtos mais sofisticados do sistema financeiro, as condições de pagamento são amplamente divulgadas e conhecidas, permitindo o planejamento pelo tomador do financiamento;
6. atendimento adequado – por serem pessoas contratadas na comunidade, os vendedores e atendentes dos estabelecimentos de cunho popular conhecem a linguagem e as necessidades dos clientes da compra parcelada.

Porém, uma das grandes ausências na oferta de serviços financeiros para a população de baixa renda continua sendo a limitada oportunidade de poupança. Segundo pesquisa recente, o número de famílias interessadas em poupar para a previdência passou de 29% em 2008 para 44% em 2009. No entanto, apenas 4% das famílias brasileiras têm um plano de aposentadoria complementar.



Devido à dificuldade de acesso ao sistema bancário nos territórios mais pobres, como bairros periféricos em regiões metropolitanas ou áreas rurais remotas, as famílias investem suas eventuais economias em itens de fácil revenda, como bens de consumo e automóveis, ou utilizam o cofrinho, consórcios, aquisição de um imóvel financiado, ou, ainda comum no meio rural, a aquisição de animais.

Um dos principais mecanismos de reprodução de pobreza no meio rural é a ausência de crédito adequado para o capital de giro do agricultor familiar, o que o obriga a recorrer ao mecanismo de crédito informal da venda antecipada da produção, conhecida como venda na folha, beneficiando o intermediário ou comerciante local que adianta os bens de consumo e de produção antes do início do plantio.

Indicador de acesso bancário
(média de pessoas por agência, em 2005)

Brasil	10.148
Austrália	3.498
Estados Unidos	3.372
Suíça	2.751
Áustria	1.936
Espanha	1.089

Fonte: modificado de IPEA (2009)

Enquanto no Brasil, na região Sudeste, uma agência bancária cobre, em média, 94km², na região Norte uma agência atende, também em média, 5.470km². Em 2006, por conta da concentração geográfica do crédito bancário, as regiões Sul e Sudeste responderam por 84% do crédito no país. Como parte significativa da população em situação de vulnerabilidade continua excluída do acesso ao setor financeiro formal, a vida financeira nas comunidades de baixa renda inclui uma ampla gama de tecnologias sociais construídas localmente, como ações entre amigos, fundos rotativos comunitários, caixinhas, empréstimos familiares etc., em um mercado informal sem enquadramento legal e com pouca assessoria técnica.

Formas solidárias de crédito e investimento

Fez compra a fiado	Classe C 27% Classe D 45%
Emprestou o cartão de crédito	Classe C 22% Classe D 25%
Vendeu o auxílio-refeição	Classe C 19% Classe D 27%
Fez vaquinha para compra em conjunto	Classe C 16% Classe D 23%
Participou de um bolão	Classe C 32% Classe D 53%

Fonte: pesquisa Data Popular, publicado no jornal Folha de São Paulo, em 24/05/10

Esses mecanismos informais de financiamento utilizados localmente fazem parte de uma longa tradição de tecnologias sociais que auxiliam no combate à pobreza e promovem a inclusão financeira não só no Brasil. Das muitas experiências históricas de inclusão financeira surgidas em outros países podemos citar:

Caixa de penhor comunitária – a primeira experiência foi criada pelo Bispo de Londres, em 1361. Porém, sem a cobrança de juros, o capital foi consumido e a caixa fechada. Um novo modelo foi testado no norte da Itália, a partir de 1462, pela Ordem dos Franciscanos, sob o nome de *Monte di Pietá*. O objetivo era combater a usura, pois banqueiros restringiam seus créditos a poucos clientes e cobravam juros de até 200%. Os microempréstimos do *Monte* eram facilitados a agricultores, artesãos e pequenos comerciantes em situação vulnerável, com módica cobrança de juros mediante garantia por objetos pessoais. A criação do fundo era feita por meio de captação de esmolas, doações e celebrações comunitárias. A cobrança de juros gerou críticas na Igreja, mas o

Concílio de Letrán, em 1515, deu permissão para o modelo de recuperação de custos através dos juros. Atualmente, a *Banca Monte dei Paschi di Sienna*, fundada em 1472, é considerada a mais antiga casa bancária do mundo. Essa tecnologia teve ampla difusão, sendo que, até hoje, está em pleno funcionamento o *Nacional Monte de Piedad*, estabelecido na capital do México, em 1775.

Caixas de poupança popular – por influência das ideias de frugalidade do filósofo e jurista inglês Jeremy Bentham, houve uma reação protestante contra o caráter caritativo das *Monte* católicas, gerando a criação de clubes de poupança. As mais antigas, sob o nome de *Sparkasse*, foram criadas na Alemanha, em 1765, na cidade de Brunswick e, em 1778, em Hamburgo, estando em funcionamento até hoje. Outro formato foi criado em 1810 por um pastor na Escócia, a *Savings and Friendly Society*, com larga difusão nos EUA, onde eram criados mediante doações e filantropia com o propósito de incentivar a poupança e o investimento pelos operários.

Cooperativismo de crédito – as primeiras organizações solidárias de poupança e empréstimo foram criadas a partir de 1850 na Alemanha, como instrumento de combate à pobreza, principalmente no meio rural. O objetivo era liberar o agricultor familiar de obter crédito junto aos intermediários ou comerciantes locais. Após testes de diferentes modelos elas acabaram se expandindo por toda a Europa no formato de cooperativas, sob o nome *Raiffeisen*. Inicialmente focadas no crédito rural, passaram com o tempo também a incorporar caixas de poupança e bancos populares. Em 1913, a rede de cooperativas no modelo *Raiffeisen* tinha mais de dois milhões de associados na Europa, sendo mais de 80% em comunidades com menos de 3.000 moradores. A rede das primeiras doze cooperativas de crédito no Brasil foi formada, a partir de 1902, pela ação direta de pastores e padres imigrantes, atuando junto a agricultores familiares na Serra Gaúcha.

Nesse contexto, deve ser ressaltado que ainda persiste no Brasil o desafio de ampliar a oferta de serviços financeiros coletivos, baratos, impessoais e adequados às populações mais vulneráveis, seja na periferia urbana, seja em vilas rurais de difícil acesso, promovendo assim o desenvolvimento local.

Serviço bancário lidera os gastos das famílias no país

Os produtos financeiros ocuparam o topo da lista de consumo dos brasileiros em 2010, revelou pesquisa anual 'O Observador'. Que o gasto mensal com financiamento imobiliário fique na primeira posição é até razoável, já que a casa própria costuma ser também um dos bens de consumo mais caros. Chama atenção, porém, que logo depois do item 'prestação da moradia', que respondeu por uma despesa média mensal de R\$ 367, aparece 'pagamento de crédito bancário', com R\$ 330. O comprometimento da renda com pagamento de crédito bancário chega a superar os gastos com educação, inclusive nas classes A e B. Nas classes C, D e E o pagamento do crédito bancário pesa no orçamento ainda mais do que a prestação do imóvel.

Jornal Valor 23/03/11

O desenvolvimento local

Atuando tanto por meio de projetos próprios, como participando de iniciativas comunitárias e de organizações parceiras, a CARE Brasil busca catalisar processos de mudança social, política e econômica que beneficiem famílias em situação de vulnerabilidade. Essas ações visam contribuir com processos de desenvolvimento local, nas suas cinco dimensões:



As cinco dimensões do desenvolvimento local, resumidas de forma didática na tabela acima, compreendem todas as iniciativas conduzidas pelos atores locais que permitem uma melhoria da qualidade de vida no território em longo prazo. Essas cinco dimensões não são estanques entre si, pois apresentam fortes vínculos e interrelações.

Os projetos dos quais a CARE Brasil participa têm o objetivo de fortalecer e ampliar as mudanças necessárias na esfera local, para que as cinco dimensões possam estar presentes, propiciando uma vida digna às famílias. Em cada um de seus programas a CARE Brasil adapta suas atividades de acordo com as características locais, mas busca manter sua atuação dentro desse marco referencial. A presente publicação visa resumir o trabalho que vem sendo desenvolvido nos últimos anos referente à dimensão de fortalecimento dos fluxos econômicos locais.

Definições

O conceito de microfinanças engloba os produtos e serviços adequados e adaptados, que são oferecidos para indivíduos, famílias e pequenos negócios em situação de vulnerabilidade. Microfinanças possibilitam democratizar o acesso a serviços essenciais como abertura de conta, financiamento pessoal, transferências entre contas e *microseguros*. Segundo a definição do Banco Central, as microfinanças são:

Processos de efetivo acesso e uso pela população de serviços financeiros adequados às suas necessidades, contribuindo com sua qualidade de vida.

O Sistema Financeiro Nacional excluiu por muito tempo as famílias com baixa renda do acesso a serviços financeiros básicos, necessários para administrar seus pequenos negócios, poupar para criar capital, lidar com imprevistos e reduzir riscos futuros. A democratização do acesso às

microfinanças constitui a resposta a esse desafio. No entanto, em um cenário de elevadas taxas de juros, o crédito a uma pessoa em situação de vulnerabilidade pode ser comparado a um medicamento. Deve ser aplicado com cuidado, seguindo as regras do fornecedor e boas práticas do ramo, pois crédito com altas taxas de juros é um remédio amargo que deve ser receitado com cuidado.

A forma mais rápida e fácil de acesso ao crédito para pessoas com baixa renda ainda é o mercado informal, o que inclui empréstimo familiar ou entre amigos. Para quem possui poucos bens, é difícil vender ativos para obter capital. Além disso, uma forma rápida de endividamento é a ida ao agiota ou à financeira, sujeitando-se a altas taxas de juros, o que pode levar a família à descapitalização.

Microcrédito

A experiência internacional já demonstrou que bancos em geral são inacessíveis a pessoas de baixa renda. Também as linhas de financiamento públicas são menos acessíveis e menos sustentáveis quanto mais alta a taxa de subsídio, pois, mais cedo ou mais tarde, começa a haver intermediação política nos financiamentos. Por sua vez, fundos comunitários ou fundos rotativos de organizações não-governamentais e igrejas raramente duram muito tempo.

Assim, foi criada uma forma específica de crédito para a população de baixa renda, denominada de microcrédito. Trata-se de uma tecnologia financeira específica, que deve ser sustentável e estar acessível ao tomador a qualquer hora, sem burocracia ou intermediação, seja técnica ou política. O microcrédito tem as seguintes características:

- 1) como não há subsídio, a administração do crédito deve ser profissionalizada por meio de uma organização não-governamental ou empresa não-bancária especializada;
- 2) o foco do financiamento está em atividades produtivas e formação de ativos para gerar renda na família;
- 3) o tomador não vai à agência, o agente de crédito visita o empreendedor em intervalos regulares e, com o crescente conhecimento sobre o negócio, avalia a capacidade de pagamento;
- 4) acesso fácil e desburocratizado, o crédito é concedido em menos de 48 horas;
- 5) o valor é escalonado, o primeiro financiamento tem valor médio de R\$ 300, não há prazo de carência e as parcelas podem ser semanais ou mensais. Uma vez quitado, o segundo empréstimo tem valor médio de R\$ 500, o terceiro de R\$ 700 e assim por diante;
- 6) a organização contrata agentes de crédito, que atendem, cada um, até 300 nano e microempreendedores;
- 7) a garantia é solidária e, no caso de inadimplência, não há como cobrar por vias judiciais; por isso, o acompanhamento pelo agente de crédito tem de ser constante;
- 8) a taxa de juro tem de ser real e positiva, ou seja, cobrir tanto os custos de concessão do crédito como a manutenção da organização como um todo, o que significa juros da ordem de 4% a 5% ao mês;
- 9) ao menor atraso no pagamento da parcela, o agente de crédito intensifica sua ação junto ao tomador para a regularização, pois um fundo de microcrédito tem de manter sua taxa de inadimplência abaixo de 3%;
- 10) a sustentabilidade da organização depende da oferta de serviços complementares, em especial a captação de poupança, para possibilitar o reinvestimento na economia local;
- 11) a sustentabilidade da organização também depende da escala; assim, a carteira de financiamentos deve começar com, no mínimo, 10.000 clientes ativos que acessem de três a cinco financiamentos/ano, e a carteira deve crescer entre 10% a 20% ao ano.

Em 2010, no âmbito do PNMPO – Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado, foram concedidos 919.787 créditos no Brasil, totalizando R\$ 1,3 bilhões. O valor médio do microcrédito individual foi de R\$ 1.400 e 92% foi utilizado como capital de giro para o empreendimento. Ao contrário do modelo praticado no exterior, aqui o microcrédito tem seus juros tabelados e há uma competição entre diversos provedores na tentativa de oferecer a menor taxa de juros, colocando em risco a saúde financeira dos fundos de microcrédito.

Equivalência de juros mensais e anuais em empréstimos

Forma do empréstimo	Juros ao mês	Juros ao ano
Empréstimo consignado ou microcrédito de consumo	2%	27%
Empréstimo pessoal ou microcrédito produtivo orientado	5,8%	97,3%
Cheque especial	9%	181%
Cartão de crédito	12,5%	310%

Fonte: adaptado da revista Você SA – Agosto/2010

Juros altos assombram clientes do microcrédito

O capital privado começou a entrar na arena das microfinanças há cerca de uma década, mas, os investidores só reconheceram plenamente o seu potencial em 2007, quando a empresa mexicana Compartamos, que havia começado como uma pequena entidade não lucrativa, obteve US\$ 458 milhões com uma oferta pública de ações. A Compartamos cobra uma média de quase 82% ao ano em juros e taxas. Na Nicarágua, o presidente Ortega, ultrajado com taxas em torno de 35%, anunciou em 2008 que patrocinaria uma instituição de microcrédito que cobraria juros de apenas 8% a 10%. Houve episódios isolados de incêndios em agências de microcrédito, antes que surgisse uma campanha nacional do não pagaremos. Depois que os tribunais pararam de executar pequenos inadimplentes, fazendo as instituições financeiras internacionais hesitarem em trabalhar com a Nicarágua, a campanha evaporou. Como no México, a Nigéria chama a atenção pelos juros altos. A empresa Lapo adota a polêmica prática da 'poupança forçada', na qual a empresa retém uma parte do empréstimo a título de poupança, sem autorização legal para tanto.

Folha de São Paulo 26/04/10

Não é raro nano e microempreendedores iniciarem um processo de endividamento no cheque especial, ou utilizando os limites do cartão de crédito, por falta de capital de giro ou escala em suas operações, entrando desta forma em uma ciranda financeira de difícil saída. A composição das taxas de juros praticadas por uma instituição de microcrédito tem de ser real e positiva, mas elas ficam abaixo dos patamares praticados pelo sistema bancário formal.

Microcrédito é saída tímida para o Bolsa Família

Apesar do crescimento do número de beneficiários do Bolsa Família com conta no Crediamigo, modalidade de microcrédito do Banco do Nordeste (BNB), que cresceu em 28% entre 2009 e 2010, representando um terço dos clientes ativos do programa, eles representam pouco mais de 2% dos beneficiários do Bolsa Família no Nordeste com idade para tomar crédito. Os dados mostram que parte da estratégia delineada ontem pela nova ministra, Tereza Campello – que defendeu a criação de 'portas de saída' para que os beneficiários do Bolsa Família deixem de receber o benefício – já está em andamento, mas é bastante tímida. 'O Crediamigo está inserido nesse contexto de libertação do Bolsa Família', diz Marcelo Teixeira, superintendente em exercício da área de microfinanças do BNB. Segundo Teixeira, o 'início do fim' do Bolsa Família virá naturalmente, tão logo as famílias pobres desenvolvam, por meio do microcrédito, uma fonte de renda estável, oriunda de um empreendimento próprio. Para Lena Lavinas, uma das principais pesquisadoras de pobreza no Brasil, é 'ilusório' pensar que 'todos os pobres são potenciais empreendedores', e a política social de criar portas de saída do Bolsa Família não deve estar condicionada a isso. Para Lena, 'em qualquer classe de renda, a maior parte das pessoas é funcionário, apenas uma minoria é empreendedora. Além disso, a expansão do crédito aos pobres precisa vir acompanhada de programas de instrução e qualificação.'

Jornal O Valor 04/01/11



1. Microfinanças +

A CARE Brasil, desde 2006, vem testando e avaliando diversas tecnologias sociais com o objetivo de facilitar o acesso às microfinanças. Este trabalho está baseado nos onze princípios de boas práticas internacionais das microfinanças¹:

1. Famílias e negócios em situação vulnerável não necessitam apenas de empréstimos, mas de uma variedade de serviços financeiros;
2. As microfinanças são um instrumento poderoso na luta contra a pobreza;
3. As microfinanças significam a construção de sistemas financeiros que sirvam aos pobres;
4. As microfinanças podem e devem ser autossuficientes para atingir um grande número de pessoas pobres;
5. As microfinanças dependem de instituições financeiras locais, de caráter permanente;
6. O microcrédito não é a resposta para tudo. Tampouco é o melhor instrumento para todos em todas as circunstâncias;
7. O estabelecimento de teto para as taxas de juros afetam negativamente os pobres, tornando o acesso ao crédito mais difícil para eles;
8. O papel do governo é o de permitir a transação de serviços financeiros, e não o de fornecê-los diretamente;
9. Os fundos públicos devem complementar o capital privado e não competir com ele;
10. O maior gargalo no setor das microfinanças é a ausência de sistemas de gestão e executivos fortes;
11. As microfinanças funcionam melhor quando têm seu desempenho medido e divulgado.

De acordo com esses princípios, o microcrédito representa uma tecnologia financeira importante, mas não para todos e nem para qualquer situação. Cabe ressaltar que, atualmente, as microfinanças vêm ganhando um renovado destaque, pois integram o conjunto de tecnologias sociais relevantes para reduzir a vulnerabilidade em territórios rurais, contribuindo para ampliar a capacidade de adaptação das comunidades frente aos impactos das mudanças climáticas.

Diferenças entre o empréstimo pessoal e o microcrédito

	Crédito pessoal	Microcrédito
Origem do empréstimo	Com base no salário ou rendimento autônomo	Com base na avaliação do negócio e seu entorno
Destinação	Antecipação de renda para consumo	Investimento para criar ativos produtivos e renda
Gestão	Em escritório do banco	Em campo, pelas visitas do agente de crédito ao negócio
Perfil do tomador	Assalariado ou empreendedor formalizado	Nano e microempreendedor, principalmente informal
Administração	Padronizada	Personalizada
Garantias	Patrimônio e histórico de crédito	Grupo solidário ou equipamento
Prazo	De médio a longo prazo	Curto prazo

Fonte: adaptado de FELABAN (2005)

No Brasil, a destinação obrigatória de 2% dos depósitos à vista nos bancos para o microcrédito, instituída em 2003 pelo Conselho Monetário Nacional, com o propósito de incentivar a crescente transferência de recursos para os grupos vulneráveis da população, não chegou a estimular muitos bancos. Em 2010 houve uma sobra de R\$ 1,3 bilhão parados no Banco Central, sem qualquer remuneração, justamente por que muitos bancos preferem não operar microcrédito.

¹ Os princípios-chave das microfinanças foram estabelecidos em 2004, com base no aprendizado internacional neste setor pelo CGAP – Consultive Group to Assist the Poor (www.cgap.org).

Pequenas dívidas assustam indianos

O próspero setor privado da concessão de microcrédito na Índia está na iminência de um colapso, porque quase todos os devedores em um dos maiores estados indianos pararam de pagar seus empréstimos, estimulados por políticos que acusam as empresas do setor de obterem lucros exagerados sobre os pobres. A crise pode ter repercussões mundiais. Os bancos indianos, que disponibilizaram cerca de 80% do dinheiro que as empresas emprestaram aos pobres, têm quase US\$ 4 bilhões vinculados a esse setor. Inicialmente feitos por ONGs, os pequenos empréstimos aos pobres, conhecidos como microcrédito, pareciam no passado um promissor caminho para tirar milhões da pobreza. Mas, o uso das microfinanças na busca por lucros levou algumas empresas a cobrarem juros exorbitantes e não levarem suficientemente em conta a capacidade de pagamento da sua clientela. Reagindo à indignação popular – e aos crescentes relatos de suicídios entre os inadimplentes – os legisladores do estado de Andhra Pradesh aprovaram uma rígida lei que restringe a forma como as empresas podem conceder e cobrar empréstimos.

Folha de São Paulo, 29/11/10

Para a CARE Brasil, uma questão fundamental no debate sobre as microfinanças diz respeito aos critérios e condicionantes para a sustentabilidade das instituições provedoras desses serviços. As organizações especializadas em microcrédito buscam dois objetivos conflitantes entre si: prover os melhores serviços para desenvolver as microatividades econômicas dos segmentos mais vulneráveis da sociedade, e gerar ingressos suficientes para cobrir seus custos de operação. Muitas vezes existe conflito interno na organização entre a oferta ampliada de serviços e a sustentabilidade econômica.

Conflito interno de objetivos na organização provedora

Demanda de serviços na comunidade	Demandas da sustentabilidade
Flexibilidade	Padronização dos procedimentos
Juros baixos	Juros reais positivos
Diversos serviços adicionais ao crédito	Redução dos custos obtendo escala
Foco e assessoria individualizada	Maximização dos atendimentos
Busca dos mais vulneráveis	Aumento do valor médio do empréstimo

Em 2005, foi estimado que, das cerca de 10.000 instituições de microcrédito no mundo, apenas 300 são sustentáveis e comercialmente viáveis. Mesmo frente às limitações e, às falhas das organizações de microcrédito, os estudos acadêmicos e artigos veiculados na imprensa são, porém, muito positivos e otimistas. Tendem a analisar algumas poucas experiências internacionais de grande porte, valorizando seus êxitos e divulgando seus bons resultados, sem analisar as organizações menores e menos famosas que lutam para sobreviver.

Mais de 80% das 1,6 bilhões de transações realizadas anualmente pelos 160.000 correspondentes bancários nacionais são pagamentos de boletos e de benefícios, subutilizando com isso uma infraestrutura que poderia estar canalizando créditos ou captando poupança. Desde 2004, foram abertas 10 milhões de contas bancárias simplificadas, originadas nos correspondentes bancários espalhados pelo país; ao final de 2009 apenas 5,7 milhões delas continuavam ativas. Apesar das limitações, nossos correspondentes bancários são vistos no exterior como uma referência em inovação. Conhecidos como *branchless banking*, têm sua relevância destacada por levar o atendimento bancário a territórios não atendidos pelas agências bancárias tradicionais.

Outro exemplo dos limites para as microfinanças no Brasil, contrariando as expectativas do mercado internacional, reside nas dificuldades da venda de microsseguros. Em 2009, foi iniciado um projeto-piloto nos morros Dona Marta, Babilônia e Chapéu Mangueira, no Rio de Janeiro, liderado pela OIT - Organização Internacional do Trabalho, com recursos da Fundação Bill Gates e integrado por 16 seguradoras. Foram recrutados jovens moradores dos morros como agentes de microsseguro para visitar potenciais clientes e encaminhar os pedidos de compra; na primeira

fase, porém, foram vendidos apenas cerca de 40 microsseguros, o que reforça a conclusão de que uma tecnologia financeira de sucesso no exterior não tem, necessariamente, o mesmo impacto nacional.

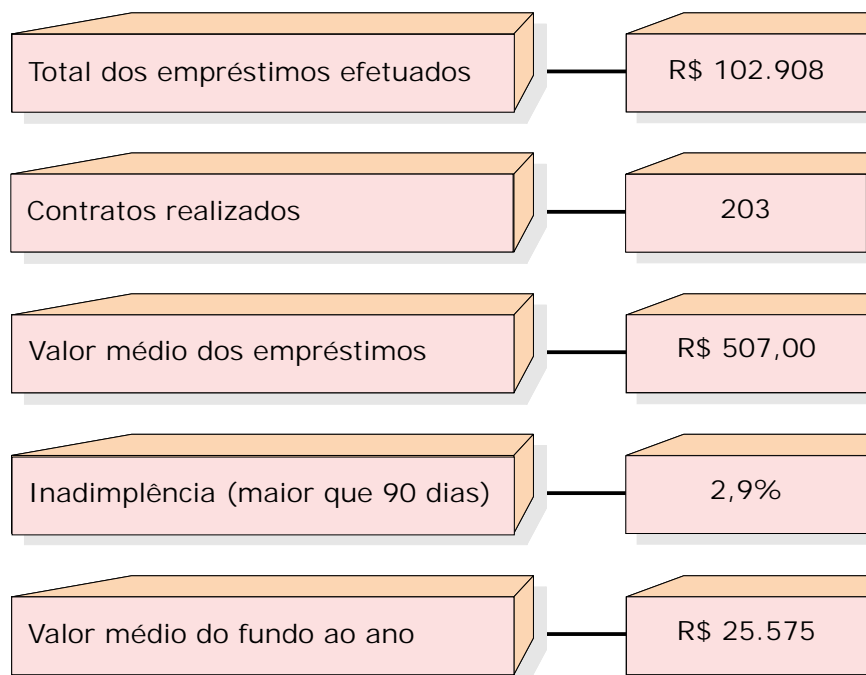
O contexto da economia e da cultura brasileira, em especial a maior taxa de juros do planeta, demanda adaptações das microfinanças, especialmente quanto ao microcrédito, o qual não experimenta aqui a mesma difusão que recebeu na Ásia.

Microfinanças - Fase 1

De 2006 a 2007, a CARE Brasil testou três tecnologias financeiras para analisar o maior acesso às microfinanças em comunidades de baixa renda:

1) Microcrédito através de organização especializada – com recursos oriundos da Cargill Foundation, foi realizada, em 2006, uma doação no valor de R\$ 20.000 ao Banco do Povo de Itabuna, na Costa do Cacau, na Bahia. Esse recurso foi utilizado pelos agentes de crédito para expandir a oferta de microcrédito a nanoempreendedoras afro-descendentes na cidade de Itabuna, em bairros classificados pela prefeitura como “de pobreza” ou “de extrema pobreza”.

Desempenho do fundo de microcrédito Itabuna (2006-2009)



Um total de 64,5% dos clientes do fundo eram mulheres com média de idade de 44 anos, das quais 85% estavam no comércio. Neste grupo, 98% dos negócios encontravam-se na informalidade e perto de 55% eram ambulantes. A renda média familiar era de R\$ 686 e 36% das mulheres tinham apenas ensino fundamental. Esse projeto mostrou-se com impacto positivo, mas a um custo não replicável na CARE Brasil.

2) Articulação com microcrédito do banco comercial – foi realizada uma parceria com o programa de microcrédito de um banco. Seus agentes de crédito passaram a utilizar o escritório e a rede de contatos do Programa São Paulo, da CARE Brasil, como base operacional para levar a oferta de microcrédito para 210 nano e microempreendedoras, atendidas pelo programa por meio de cursos e assessoria técnica.

Desempenho do projeto em São Paulo (fevereiro a agosto de 2007)

	Distritos de Perus e Parada de Taipas, em São Paulo	Município de Francisco Morato	Município de Cajamar	Total
1. Empreendedoras visitadas	25	17	19	61
2. Solicitações de crédito	18	7	15	40
3. Restrições de cadastro impedem crédito	4		2	6
4. Não têm garantia ou avalista	3			3
5. Crédito foi liberado	3	1		4

Entre as 210 empreendedoras participantes, foram registradas 61 demandas por microcrédito. Foram realizadas 61 visitas individuais de apresentação do microcrédito que resultaram em 40 demandas concretas, tendo sido liberados quatro microcréditos a curto prazo. Esse projeto demonstrou que existe uma demanda imediata mais forte por assessoria gerencial e assistência técnica nos pequenos empreendimentos, que por crédito.

3) Expansão da rede de bancos comunitários – mediante acesso a recursos da União Europeia, em parceria com o Instituto Palmas, do Ceará, foram instalados três bancos comunitários no Programa Piauí, da CARE Brasil. Levando, assim, serviços solidários de microfinanças aos municípios de Cajueiro da Praia, Parnaíba e São João do Arraial.

A definição do Banco Comunitário especifica que:

Bancos comunitários são serviços financeiros solidários, em rede, de natureza associativa e comunitária, voltados para a geração de trabalho e renda na perspectiva de reorganização das economias locais, tendo por base os princípios da economia solidária. Seu objetivo é promover o desenvolvimento de territórios de baixa renda, através do fomento à criação de redes locais de produção e consumo, baseado no apoio às iniciativas de economia solidária em seus diversos âmbitos, como: empreendimentos socioprodutivos, de prestação de serviços, de apoio à comercialização (bodegas, mercearias, mercadinhos, lojas e feiras solidárias), organizações de consumidores e produtores.

O banco comunitário constitui, juridicamente, um correspondente bancário sem fins lucrativos. Além de um terminal eletrônico, oferece diversos serviços complementares à comunidade, como cursos, consultorias, fomento a clubes de trocas e uso de moeda social. O banco comunitário representa a versão nacional do conceito de *branchless banking*, ou seja, a bancarização da população vulnerável sem agências bancárias. O acesso ao sistema financeiro é feito através de um ponto de atendimento eletrônico, conectado à sede do banco pela internet por telefone ou por satélite. O cliente utiliza o sistema com cartão magnético e um funcionário opera o caixa.

Banco comunitário

O Conjunto Palmeira foi constituído na periferia de Fortaleza, nos anos 1970, como loteamento popular para o reassentamento de 1.500 famílias removidas de diversas comunidades de baixa renda do centro e da faixa litorânea. A falta de serviços básicos gerou a reação organizada pelos moradores, apoiada por setores progressistas da Igreja Católica, fortalecendo a ASMOCONP - Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira. A partir das demandas comunitárias o bairro conquistou diversos projetos municipais e estaduais de urbanização nos anos 1980. Além disso, valendo-se de projetos de cooperação internacional, a associação passou também a atuar ativamente em iniciativas de emprego e renda, como criação de um balcão de empregos, capacitação profissional, serviços de extensão empresarial para pequenos negócios, etc. Mediante diversas doações obtidas nos anos 1990, a associação constituiu um fundo de microcrédito, o qual foi integrado a outras tecnologias sociais, como a moeda social e o microfinanciamento pessoal, através de cartão de crédito local. Com a expansão do sistema de correspondente bancário no país, em 2005 foi firmado acordo com o Banco Popular do Banco do Brasil, o que possibilitou agregar um posto de atendimento bancário na associação, formando assim a tecnologia social do banco comunitário, sob o nome de Banco Palmas. Esse aprendizado possibilitou a formação de uma organização especializada em microfinanças no Ceará, o Instituto Palmas, que coordena a rede nacional de bancos comunitários.

É importante ressaltar que os riscos e a preocupação com a segurança limitam a disseminação tanto de postos de atendimento bancário fixos, como dos bancos comunitários em bairros de baixa renda; ou ainda sua adaptação através de postos móveis em vans ou barcos. Em 2010, ocorreu no ABC Paulista o teste de instalação de três postos de atendimento de correspondente bancário com fins lucrativos, com infraestrutura completa de segurança. Os caixas ficam atrás de vidro blindado e o serviço de busca e entrega do numerário é feito por automóvel blindado. Porém, os altos custos de instalação, que variam de R\$ 50 mil a R\$ 100 mil por posto de atendimento, limitam essas unidades a territórios urbanos de alta densidade populacional e alta renda, onde existe o potencial de intenso trânsito de clientes.

Para cada operação que efetua, o correspondente bancário recebe uma remuneração do banco conveniado. Porém, em territórios de baixa renda, com baixo volume de transações, a remuneração pelas transações não atinge volume suficiente para cobrir as despesas administrativas do ponto. A forma, juridicamente, mais adequada e economicamente sustentável de prover microfinanças em um território de baixa renda seria a criação de uma cooperativa de crédito. Tal instituição permite a união dos interesses da população e a mobilização do capital local através da poupança para investimento na economia local. O cooperativismo de crédito, porém, exige uma elevada capacidade de gestão e confiança mútua, conhecido sob o nome de capital social, que poucos territórios no país possuem. A relevância da tecnologia social do banco comunitário reside no fato de permitir que sejam levados os serviços de microfinanças a territórios de baixo capital social, onde não existe potencial para constituir a curto ou médio prazo uma cooperativa de crédito.

O processo de instalação dos bancos comunitários no Piauí foi iniciado pela CARE Brasil mediante mobilização e sensibilização da comunidade local, bem como articulação com associações comunitárias, o comércio local e as prefeituras. Foram criadas moedas sociais com o objetivo de estimular os pequenos negócios. Além disso, foi oferecido curso de capacitação em gestão aos empreendedores.

Moeda social

Representa uma forma de equivalência de troca e meio de pagamento de circulação restrita. Do ponto de vista técnico, faz parte das paramoedas, tais como vale alimentação, pontuação comercial do tipo milhagem e similares. A moeda social é criada e administrada por seus próprios usuários, tendo sua circulação baseada na confiança mútua entre os participantes de adesão voluntária.

Impresso em papel moeda e com um nome fantasia escolhido pelos usuários, a moeda social estimula a economia local, dinamiza o comércio e ajuda a manter os postos de trabalho locais. Aumenta ainda a liquidez de forma localizada e, por estar vinculada à moeda nacional para lastreá-la na troca de um por um, está entrelaçada com a institucionalidade do Sistema Financeiro Nacional.

Moedas sociais vêm sendo utilizadas na Europa em tempos de crise aguda desde o século 19, permitindo a liquidez necessária para o funcionamento da economia local, mesmo que a moeda nacional esteja inflacionada e haja escassez de crédito.

Entre os fatores limitantes para a difusão em larga escala de moedas sociais em territórios de baixa renda, devemos mencionar o alto custo de manutenção. O mantenedor da moeda social precisa imprimir continuamente e repor cédulas em papel de alta qualidade, pelo desgaste que elas sofrem no manuseio pelo cliente e o risco de falsificação que pode contaminar a credibilidade dessa tecnologia financeira. A produção, impressão e renovação das cédulas demandam um investimento continuado que não pode ser embutido nos custos fixos do banco comunitário e demandam um doador externo. Em 2009, a CARE Brasil recebeu orçamento para a elaboração de cédulas de boa qualidade na proporção de 70% do seu valor de face. Ou seja, cada cédula custava R\$ 0,70. Para a circulação de R\$ 30.000 em moeda social em um município, o custo seria de R\$ 20.000 na primeira impressão.

REVISTA ÉPOCA DESTACA ATUAÇÃO DO COCAL E DEMAIS MOEDAS SOCIAIS NO PAÍS



Cocal – moeda social de São João do Arraial

O Cocal – moeda social que circula no município de São João do Arraial (PI) – foi citado numa reportagem da revista de circulação nacional Época. Com o título “Todas estas notas circulam no Brasil”, a reportagem destaca a atuação das moedas sociais nos municípios e comunidades com, no máximo, 50 mil habitantes.

Com cotação igual ao do Real, as moedas sociais vêm sendo uma alternativa bem sucedida de movimentação da economia do local onde circulam. Ao todo existem 40 bancos comunitários em todo o Brasil e que já concedem outras vantagens como empréstimos com taxas de juros muito menores que os bancos convencionais.

A reportagem aponta ainda outra grande vantagem desses

bancos: a gestão, que também é comunitária e evita a inadimplência dos pagamentos dos empréstimos. “Mesmo assim, segundo as instituições, a taxa de inadimplência em bancos comunitários, que também fazem empréstimo em Real, não passa de 2%. No mercado financeiro convencional, ela é quatro vezes maior, de 8,1%” – afirma a reportagem.

Há exemplo de outros municípios, O Banco comunitário dos Cocais, em São João do Arraial, é gerido por um conselho. O COCAIS – Conselho de Organização Comunitária e Apoio à Inclusão Social – é composto por representantes de diversas organizações do município como Sindicato dos Trabalhadores Rurais, Associações, Comerciantes, Grupos de Produção Solidária, Vereadores, Igrejas, Mulheres Quebradeiras de Coco Babaçu e Prefeitura Municipal.

Implantado em dezembro de 2007 em parceria com o Instituto Palmas, CARE Brasil, Banco Popular do Brasil e Prefeitura de São João do Arraial, o Banco dos Cocais atua como agente de microcrédito aos grupos de produção e economia solidária além de correspondente bancário para a administração municipal (folha de pagamento, serviços prestados, recolhimento de taxas, etc.), prestando serviço à sociedade em geral, visando o desenvolvimento local, gerando renda para os mais pobres e fortalecendo a economia dentro da própria região.

Mas a revista também destaca o medo de que essas moedas sociais, através da falta de controle e de falsificações, desestabilizem o sistema monetário do país. No entanto, vale lembrar que essas cédulas são feitas com papel moeda tendo inclusive um selo de segurança, tem um limite máximo de valor circulante, não pode valer mais que o Real e ainda, o fato da aceitação da moeda ser limitada ao município também torna a falsificação inviável.

Através da lei municipal 112/2007, parte do pagamento dos funcionários públicos municipais e prestadores de serviço de São João do Arraial pode ser feito em Cocal, não ultrapassando o percentual de até 25% do valor.

De acordo com a Minuta Termo de Convênio, promover a moeda social em São João do Arraial e demais municípios sensibiliza os funcionários para as metodologias da Economia Solidária enquanto instrumento necessário para o desenvolvimento local, além de facilitar linhas de crédito, com taxas de juros especiais e em condições de pagamento facilitadas.

Após pouco mais de um ano de implantação, o Cocal vem se consolidando já sendo aceito em todos os estabelecimentos comerciais do município e motivo de orgulho aos sajoanenses.

Microfinanças - Fase 2

Com base nas lições aprendidas e nos resultados obtidos na fase anterior, entre 2008 e 2009, a CARE Brasil priorizou a expansão da rede de bancos comunitários graças à doação recebida da empresa Anglo American. Foi celebrado contrato com o Banco Popular do Banco do Brasil, possibilitando à CARE Brasil atuar como gestor de uma rede de correspondentes bancários. Além dos três bancos comunitários da fase-piloto em atuação no Piauí, foram estabelecidas quatro outras agências:

Bancos comunitários instalados pela CARE Brasil 2008/2009

Denominação	Localidade	Município
Banco Regional de Souzalândia	Souzalândia	Barro Alto/Goiás
Banco Comunitário de Placa	Placa	Santa Rita do Novo Destino/Goiás
Banco Comunitário Jangada	Serra Grande	Uruçuca/Bahia
Banco Comunitário Franco da Rocha	Parque Vitória	Franco da Rocha/São Paulo

Cada uma dessas agências foi estabelecida após um processo de mobilização e sensibilização da comunidade local sobre microfinanças, bem como articulação com atores locais para compartilhar os custos e as responsabilidades para a manutenção do banco comunitário.

Microfinanças - Fase 3

A partir de meados de 2009, o programa de microfinanças foi consolidado com base no aprendizado das fases anteriores. Mediante uma parceria com a Câmara Municipal de Santo André, na região metropolitana de São Paulo, foi estabelecido um banco comunitário no bairro de Jardim Cipreste. Além disso, foi contratada uma empresa de consultoria para a elaboração de um plano de negócio para o modelo do banco comunitário. Com esta base, a CARE Brasil estabeleceu critérios de viabilidade social e sustentabilidade econômica para os bancos. Passou também a tomar as decisões gerenciais acerca das suas ações em microfinanças, baseadas em critérios financeiros e administrativos mais objetivos.

Situação dos bancos comunitários iniciados pela CARE Brasil (Dezembro de 2010)

Banco comunitário	Encaminhamento	Motivos
Parnaíba/PI	Fechamento da unidade	Baixo movimento. Apoio restrito pela comunidade. Sem parcerias para reduzir custos.
São João do Arraial/PI	Autonomia	Forte apoio pela comunidade. Diversas parcerias compartilham custos. Capacidade de autogestão.
Francisco Morato/SP	Fechamento da unidade	Assaltos repetidos. Falta de alternativa para realocação no mesmo bairro.
Jardim Cipreste/SP	Fechamento da unidade	Baixo movimento. Apoio restrito por parte da comunidade.

Apresentamos, a seguir, uma síntese das experiências realizadas com bancos comunitários em diferentes territórios.

Banco Comunitário Caju da Praia

I inauguração: junho de 2008.

Moeda social: Caju.

Ponto: casa alugada e reformada pela CARE Brasil, na rua principal do município de Cajueiro da Praia, litoral norte do Piauí, na divisa com o Ceará, próximo ao centro comercial da cidade.

Entorno: comunidade de pescadores com acesso ao mangue, na divisa entre Piauí e Ceará, a qual tornou-se polo turístico. Crescente fluxo de turistas do estado e do exterior que movimentam o comércio. O município, com 7.163 habitantes, não possui agência bancária ou posto de atendimento, os moradores e empreendedores tinham que deslocar-se 65 km até o município de Parnaíba para acessar serviços financeiros. O transporte público para Parnaíba funciona apenas duas vezes ao dia.

Parceiros: Instituto Banco Palmas, comerciantes locais.

Funcionários: dois jovens da comunidade, contratados pela CARE Brasil.

Financiador: Fundação Kellogg, União Europeia e empresa Anglo American.



Sede do banco comunitário

Volume de operações do banco Caju da Praia (01/11/2009 a 30/11/2010)

Abertura de contas	14
Empréstimos pessoais	65
Benefícios pagos	635
Recebimento de contas	4.024
Demais transações	3.241
Total de transações	7.982
Média de pessoas atendidas/mês	409
Média de valores movimentados/mês	R\$ 84.106

Banco Comunitário Semear

I inauguração: junho de 2008.

Moeda social: Semente.

Encerramento: dezembro de 2008, por motivo de baixo movimento e restrito envolvimento por parte da comunidade.

Ponto: escritório anexo à associação de moradores, sala com guichê para os fundos do prédio da associação, no bairro São Vicente de Paula.

Entorno: bairro residencial na periferia do município de Parnaíba, litoral do Piauí. Moradores são em geral autônomos e funcionários públicos.

Parceiros: Instituto Banco Palmas, Associação dos Moradores do Bairro.

Funcionários: dois jovens da comunidade, contratados pela CARE Brasil.

Financiador: União Europeia e Fundação Kellogg.



I inauguração

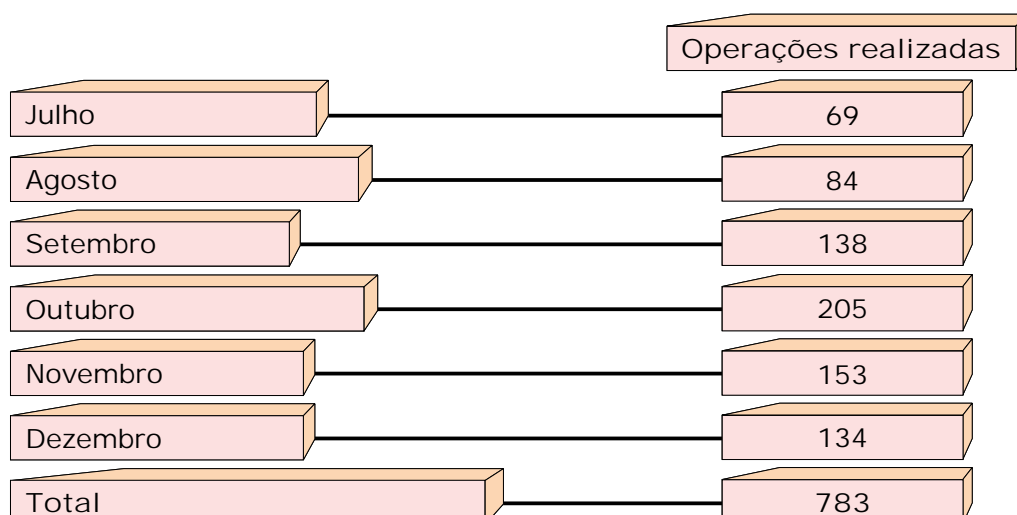


Mobilização popular em favor do banco



Cédulas do Semear

Volume de operações do Banco Semear (01/07/08 a 31/12/08)



Banco Comunitário dos Cocais

Inauguração: dezembro de 2007.

Moeda social: Cocal.

Localização: núcleo urbano do município de São João do Arraial, região dos Cocais, norte do Piauí, divisa com Maranhão.

Ponto: loja de uma porta mantida pela prefeitura. Alto fluxo de pedestres pela proximidade dos prédios públicos, como posto de saúde e centro de assistência social.

Entorno: município rural de 7.323 habitantes, na sua maioria agricultores familiares de subsistência e autônomos. Município não tem agência bancária ou posto de atendimento. Moradores necessitam deslocar-se até o município vizinho de Esperantina para acesso aos serviços financeiros.

Parceiros: Instituto Palmas, Prefeitura Municipal de São João do Arraial, comerciantes locais, Escola Família Agrícola.

Funcionários: três jovens contratados pela prefeitura.

Financiador: União Europeia, Fundação Kellogg e Prefeitura.

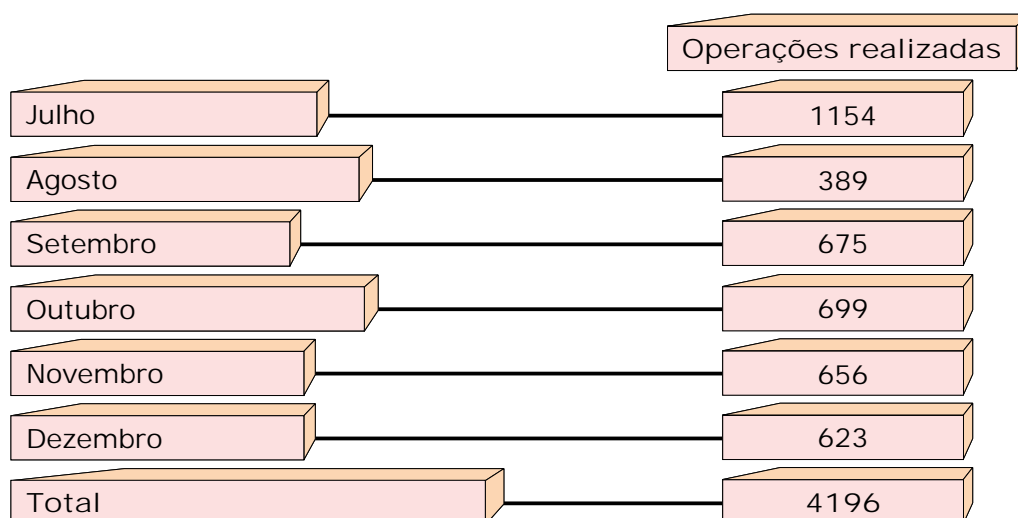


Sede do banco comunitário



Cédulas de Cocais

Volume de operações do Banco dos Cocais (01/07/08 a 31/12/08)



Banco Regional de Souzalândia

Inauguração: novembro de 2009.

Localização: distrito de Souzalândia, no município de Barro Alto, região centro de Goiás. À beira da rodovia que liga as cidades de Barro Alto e Goianésia.

Ponto: foi alugada e reformada uma loja de duas portas, no centro comercial do distrito, com alto fluxo de veículos e pedestres.

Entorno: núcleo urbano com 1.200 habitantes, em meio à área rural do município, em via de acesso a obras de infraestrutura. Moradores são funcionários da prefeitura, autônomos e empreendedores locais.

Parceiro: Prefeitura de Barro Alto.

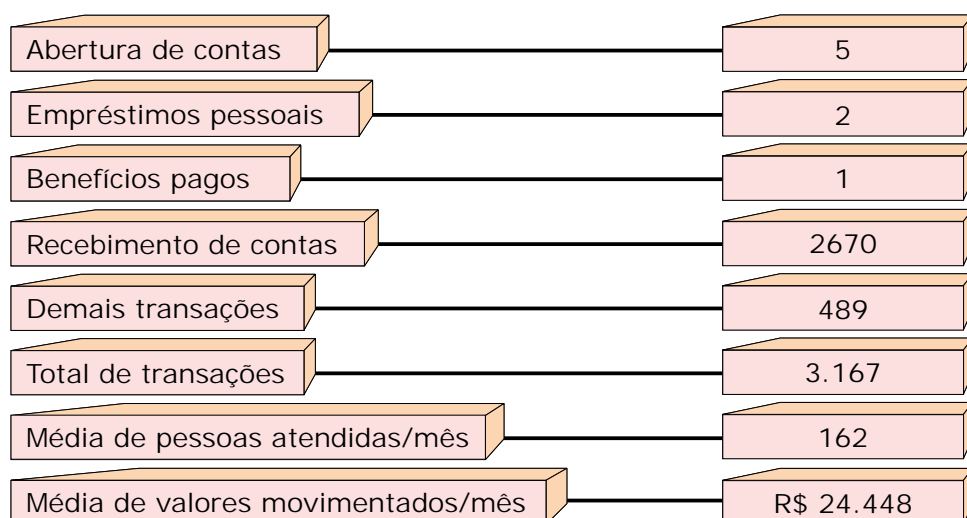
Funcionários: uma jovem da comunidade, contratada pela CARE Brasil.

Financiador: empresa Anglo American.



Sede do banco comunitário

Volume de operações do Banco Comunitário de Souzalândia (01/11/2009 a 30/11/2010)



Banco Comunitário Placa

Inauguração: novembro de 2009.

Encerramento: dezembro de 2010.

Localização: povoado de Placa, com 180 famílias, no município de Santa Rita do Novo Destino. À beira da rodovia entre as cidades de Barro Alto e Uruaçu, no centro de Goiás.

Ponto: foi alugada e reformada uma loja de uma porta, anexo a um restaurante à beira da estrada. Fluxo de moradores que vêm da área rural e passam pelo povoado para acessar a estrada.

Entorno: área rural com alta densidade de assentamentos de reforma agrária e agricultores familiares produtores de leite, mel, verduras e culturas de subsistência.

Parceiro: Prefeitura de Santa Rita do Novo Destino.

Funcionários: um jovem morador, contratado pela prefeitura.

Financiador: empresa Anglo American.



Sede do banco comunitário

Volume de operações do Banco Comunitário Placa (01/11/2009 a 30/11/2010)

Abertura de contas	1
Empréstimos pessoais	0
Benefícios pagos	10
Recebimento de contas	647
Demais transações	50
Total de transações	707
Média de pessoas atendidas/mês	36
Média de valores movimentados/mês	R\$ 5.761

Banco Social Jangada

Inauguração: novembro de 2009.

Localização: distrito de Serra Grande, com 2.400 moradores, no município de Uruçuca, no sul da Bahia, Costa do Cacau.

Ponto: prédio público desativado, cedido pela prefeitura e que foi reformado e adaptado, em frente à praça central do núcleo urbano, parte do centro comercial.

Entorno: litoral sul da Bahia com forte fluxo de turistas do Sudeste; o polo regional é o município de Itacaré, vizinhança da APA Serra Grande e estrada-parque. Moradores são agricultores familiares e comerciantes.

Parceiros: Prefeitura Municipal de Uruçuca, Instituto Floresta Viva.

Funcionários: uma jovem indicada pelos parceiros e contratada pela prefeitura.

Financiador: Cargill Foundation.



Sede do banco comunitário

Volume de operações do Banco Jangada (01/11/2009 a 30/11/2010)

Abertura de contas	14
Empréstimos pessoais	0
Benefícios pagos	191
Recebimento de contas	12.554
Demais transações	1.689
Total de transações	14.448
Média de pessoas atendidas/mês	740
Média de valores movimentados/mês	R\$ 106.314

Banco Comunitário Franco da Rocha

Inauguração: novembro de 2009.

Encerramento: fevereiro de 2010, em decorrência de dois assaltos seguidos.

Localização: Parque Vitória, bairro periférico do município de Franco da Rocha, região metropolitana de São Paulo.

Ponto: foi alugada e reformada loja de uma porta em travessa da avenida central do bairro, fluxo de pedestres pela proximidade ao centro comercial, posto de saúde e escola.

Entorno: bairro residencial de cidade dormitório com 12.000 habitantes, moradores são funcionários de empresas localizadas na região ou no centro de São Paulo. Ampla gama de comércio para abastecer o bairro.

Parceiros: lideranças comunitárias e comerciantes locais.

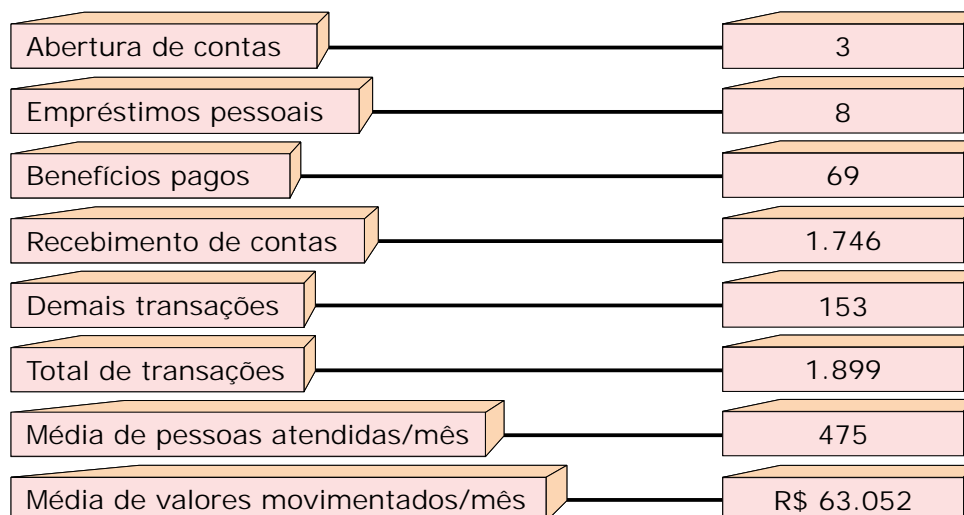
Funcionários: dois jovens da comunidade, indicados pelos parceiros.

Financiador: empresa Anglo American.



Sede do banco comunitário

Volume de operações do Banco Comunitário Franco da Rocha (01/11/2009 a 28/02/2010)



Banco Comunitário Jardim Cipreste

Inauguração: fevereiro de 2010.

Encerramento: novembro de 2010, devido ao baixo volume de atendimento.

Localização: bairro Jardim Cipreste, com cerca de 8.000 habitantes, no município de Santo André, na divisa com o município de São Bernardo do Campo, no ABC Paulista.

Ponto: foi alugada e reformada uma loja de uma porta no Caminho dos Vianas, rua principal do bairro de maior movimentação, ao lado de uma lan house, em frente ao ponto final do ônibus urbano.

Entorno: antiga ocupação espontânea de morros em processo de urbanização, moradores são trabalhadores autônomos e funcionários de baixa renda. Habitações em autoconstrução.

Parceiros: Câmara Municipal de Santo André, Clube de Mães do Jardim Irene II.

Funcionários: uma jovem, indicada pelo Clube de Mães, contratada pela CARE Brasil.

Financiador: empresa Anglo American.



Sede do banco comunitário

Volume de operações do Banco Comunitário Jardim Cipreste (01/11/2009 a 30/11/2010)

Abertura de contas	8
Empréstimos pessoais	1
Benefícios pagos	54
Recebimento de contas	2129
Demais transações	420
Total de transações	2642
Média de pessoas atendidas/mês	142
Média de valores movimentados/mês	R\$ 22.094

Para centrais, quem atua em correspondente é considerado bancário

O Banco Central está reformulando o marco regulatório do setor e pretende reunir numa única resolução as normas que tratam do assunto, contemplando serviços bancários, promotoras de vendas, bem como inibindo a atuação dos 'pastinhas', agentes independentes que já foram alvo de investigação na oferta do consignado. Vai exigir que os empregados envolvidos na atividade de correspondente bancário tenham vínculo com o estabelecimento, sejam certificados e que a atuação seja restrita a localidades onde estão fisicamente instalados. A Confederação Nacional dos Trabalhadores do Ramo Financeiro (Contraf) defende que a distribuição de serviços financeiros seja feita só por funcionários treinados e debaixo da estrutura de atendimento tradicional. O secretário geral da Contraf calcula que se os empregados dos correspondentes fossem reconhecidos como bancários, seriam incorporados à classe cerca de 500 mil trabalhadores, praticamente dobrando o tamanho atual. Isso reforçaria uma categoria que já é uma das mais fortes em termos sindicais – carga horária de seis horas, adicional de segurança, e salário médio maior que os comerciários.

Jornal Valor 21/01/11

Resultados

A expansão das redes de correspondentes bancários com fins lucrativos pelo país ampliou a bancarização da população, mas está longe de propiciar serviços financeiros de alta qualidade ou de ampliar o acesso ao crédito com taxas de juros adequadas ao desenvolvimento local. Os custos e riscos inerentes ao sistema financeiro nacional têm levado à concentração dos correspondentes bancários nos locais de fácil acesso e alta concentração de população, deixando a descoberto larga parte dos territórios. Tal como a cobertura dos sinais de telefones celulares.

A experiência da CARE Brasil com bancos comunitários possibilita inferir que a expansão dos serviços de microfinanças a populações vulneráveis, seja em periferias metropolitanas ou áreas rurais de difícil acesso, representa um custo e um nível de risco que a baixa escala do serviço dificilmente permite cobrir. O fornecimento de serviços e produtos financeiros adequados à população de baixa renda, para além do microcrédito, necessita de um nível de subsídio que vai de 20% até 80% dos custos do ponto de atendimento, que precisa ser coberto pelo prestador do serviço através da captação de doações de empresas via sua política de responsabilidade social, ou então, ser objeto de política pública para sua sustentabilidade.

As recentes mudanças que vêm ocorrendo no cenário dos correspondentes bancários colocam em dúvida a viabilidade da continuidade do modelo do correspondente bancário sem fins lucrativos.

Banco do Brasil terá novo modelo de agência para atrair baixa renda

Para atrair novos clientes e avançar, sobretudo nas classes de menor renda, o Banco do Brasil vai gastar R\$ 1 bilhão com a abertura de 600 novas agências e postos de atendimento em todo o país neste ano. Segundo o presidente do BB, Aldemir Bendine, o investimento inclui um novo conceito de atendimento: as 'agências complementares'. A ideia é colocar funcionários dentro ou perto do estabelecimento conveniado, para realizar operações que não são feitas nos correspondentes bancários, como concessão de crédito.

Folha de São Paulo, 21/01/11

Prêmio pela Região Nordeste é de São João do Arraial

Extraído de: Sebrae SP - 20 de Maio de 2010

Prefeito Francisco das Chagas Limma obteve a vitória com programa de ações que envolvem banco comunitário, fundo de apoio à economia solidária, incentivo à cultura e escola de formação de empreendedores rurais

Brasília - Um banco comunitário com moeda de circulação local, um fundo de apoio à economia solidária, ações de incentivo à cultura e uma a escola de formação de empreendedores rurais. Estas são as principais iniciativas da prefeitura de São João do Arraial, no Piauí, que garantiram ao prefeito Francisco das Chagas Limma o Prêmio Prefeito Empreendedor pela Região Nordeste.

O trabalho, segundo o prefeito, é focado no desenvolvimento sustentável do município por meio dos micros e pequenos empreendimentos. As ações partem da valorização dos produtos e comunidades locais, capacitação para a produção e comercialização e facilitação do acesso ao crédito e aos serviços financeiros.

A iniciativa faz frente a problemas detectados no início da administração, como fragilidade econômica com baixa produção e pouca circulação local de dinheiro, baixa estima da comunidade e reduzida capacidade de investimento, além de limitações estruturais do município.

Esses foram os principais problemas detectados, com apontamento paralelo de soluções, por meio de debates com a equipe municipal e representantes da comunidade, da igreja e do setor produtivo. Uma das medidas resultantes foi a criação do Ponto de Cultura Coco Babaçu, instituição do Fundo Municipal de Apoio à Economia Solidária (Fumaes), a criação do Banco Cocais e a implantação, em seguida, da Escola Família Agrícola (Efa Cocais). Para isso a prefeitura também atua em parceria com órgãos e instituições como o Sebrae, organismos de cooperação internacional e de empresas privadas.

Criado em 2007, o Banco Cocais é um banco comunitário gerido por um conselho local integrado por representantes do poder público e pelo Centro de Organização e Apoio à Inclusão Social (Cocais). O banco tem moeda própria, o Cocal (C\$), e funciona como agente de micro-crédito solidário para a comunidade, correspondente bancário e para pagamento de benefícios e servidores municipais. Os recursos são do Fundo Municipal de Apoio à Economia Solidária.

De acordo com o prefeito, a iniciativa já apresenta resultados como o aumento da circulação de dinheiro no município que passou de R\$ 806,9 mil em 2008 para mais de R\$ 3,5 milhões em 2009. Ele também destaca valorização dos produtos locais, elevação da renda das famílias participantes dos grupos de produção, aumento do número de empreendimentos produtivos e comerciais, aumento da ocupação da mão-de-obra de jovens e mulheres locais e elevação da auto-estima da população.

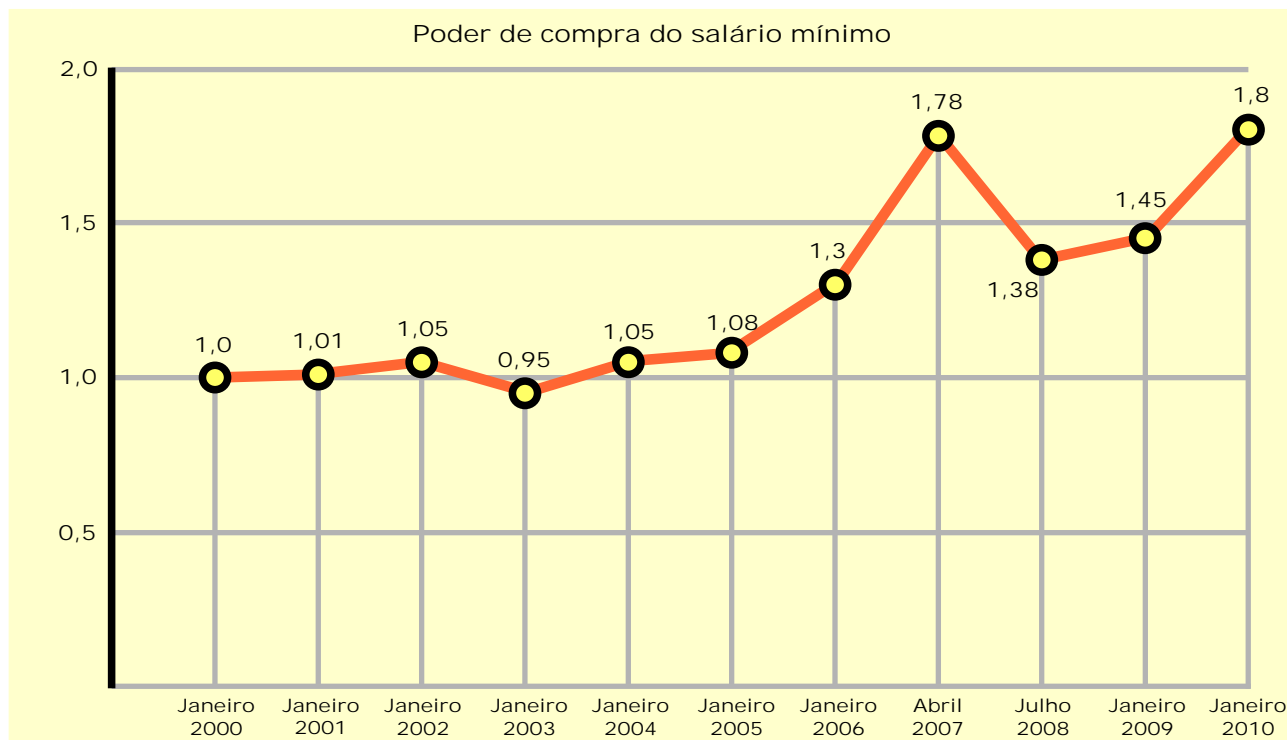
Para mim foi muito bom esse banco porque foi nele que consegui fazer o meu primeiro empréstimo. Tudo sem a burocracia que outros bancos colocam pra gente. É o melhor é que é perto de casa, não é preciso ir pra outra cidade fazer isso, testemunha o agricultor Raimundo Nonato da Silva. Já a Escola Família Agrícola dos Cocais (Efa Cocais) foi construída por meio de parceria entre os governos federal, estadual e municipal - que doou o terreno. A instituição oferece cursos profissionalizantes nas áreas de agropecuária e agroindústria para 13 municípios da região dos Cocais.

Conforme o prefeito, em funcionamento desde julho de 2008, a escola já resultou, por exemplo, na formação técnica de 86 alunos, e na implantação, em parceria com a União Européia, de unidades de produção de galinha, viveiros de plantas, criação de suínos e hortas, além do acompanhamento de 700 famílias de agricultores nos municípios envolvidos e da implantação de 40 empreendimentos produtivos familiares. Isso além do apoio a iniciativas de valorização das manifestações culturais das comunidades.

Qualquer processo de desenvolvimento precisa, inicialmente, mexer com a auto-estima das pessoas. Isso envolve o enfrentamento do desafio de valorizar as potencialidades locais e as habilidades das pessoas, explica o prefeito Francisco das Chagas Limma. O desenvolvimento possibilita um ciclo que envolve circulação de dinheiro, mais produtos oferecidos, geração de emprego, aumento da renda e a certeza de que estamos contribuindo decisivamente para a superação da pobreza.

<http://www.jusbrasil.com.br/noticias/2197233/premio-pela-regiao-nordeste-e-de-sao-joao-do-arraial>

Entre 2002 e 2008, mais de 30 milhões de consumidores ingressaram no mercado brasileiro, aptos a utilizar serviços financeiros. Cerca de 26 milhões de pessoas migraram das classes D e E para a classe C, enquanto cerca de 5,3 milhões de pessoas migraram da classe C para a classe B. A queda de preço da cesta básica e a contínua alta do salário mínimo garantiram, em 2010, o maior poder de compra em 14 anos. Nesse cenário, uma das principais formas de bancarização da população tem sido a conversão dos carnês de lojas e grandes varejistas em cartões de crédito e débito, com crédito pré-aprovado.

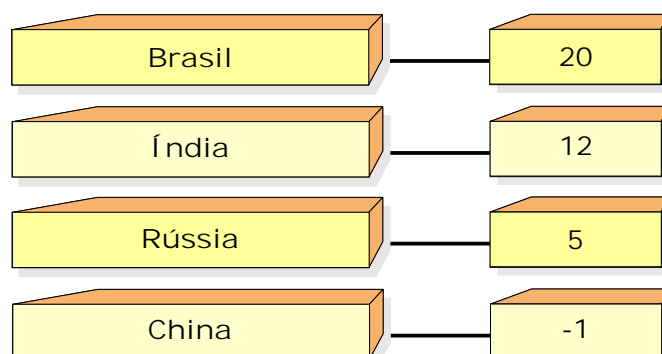


Fonte: adaptado do jornal Valor 07/04/10.

Estudo realizado em 2010 demonstra que, ao longo de cinco anos, uma conta-corrente de um cliente da classe D ou E proporciona uma rentabilidade anual de apenas R\$ 21 ao banco, enquanto que a conta-corrente de um cliente de alta renda permite uma rentabilidade anual de R\$ 1.500. O mesmo cliente de baixa renda, porém, com um cartão de crédito, rende R\$ 63 por ano, incentivando os bancos a buscarem o acesso dos clientes de baixa renda ao cartão de crédito em grande escala.

Entre os países que compõem o bloco dos Brics (Brasil, Rússia, Índia e China), o Brasil é o segundo maior mercado em cartões emitidos e em volume movimentado, perdendo apenas para a China; ocupando o primeiro lugar em lucratividade. Em 2009, nosso país detinha 567 milhões de cartões de crédito, débito e cartões de lojistas, com movimentação financeira de US\$ 128,5 bilhões. O consumidor brasileiro gastou, em média, US\$ 937 por cartão, enquanto o consumidor chinês teve uma despesa média de US\$ 1.538.

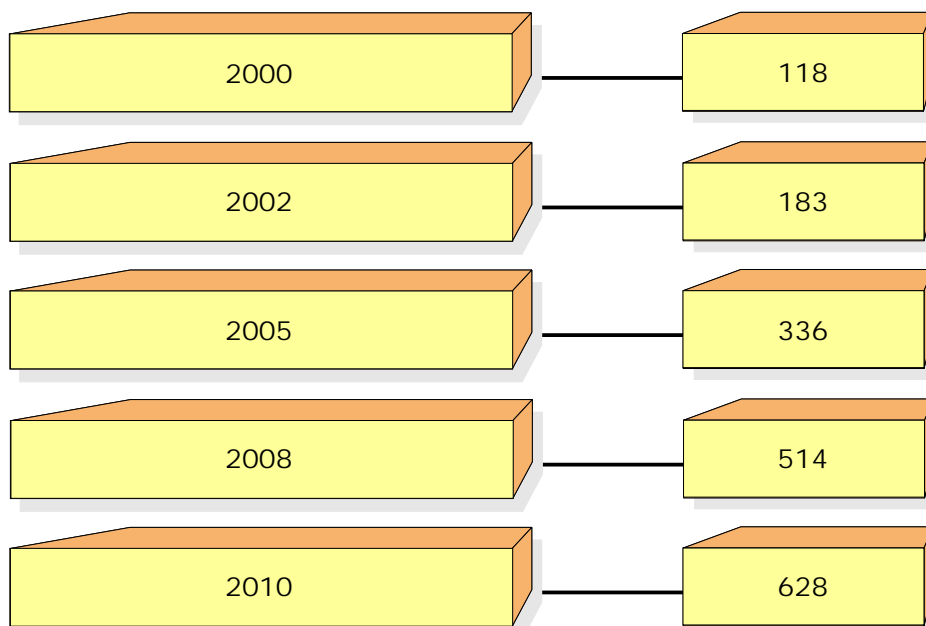
Lucro por cartão de crédito em 2009 (US\$)



Fonte: pesquisa Lafferty Cards, publicada no jornal Valor, em 24/11/10

Os números excepcionais do desempenho dos cartões no Brasil explicam por que o mercado nacional entrou no radar dos investidores estrangeiros. Porém, no âmbito de uma maior bancarização da população de baixa renda, a limitada informação sobre o sistema financeiro formal, seus custos e riscos, representam um problema previsível. A Prova Brasil e o Saeb - Sistema de Avaliação da Educação Básica, de 2009, evidenciam que um quinto dos alunos que terminam o ensino médio no país não tem, em matemática, nem o aproveitamento que se espera de alunos da 4^a. série do ensino fundamental. Na comparação com 2005, o resultado de 2009 de alunos com nível adequado de alfabetização matemática caiu de 13% para 11%.

Evolução no mercado de cartões no Brasil (quantidade em milhões)



Fonte: adaptado do jornal Valor, de 21/10/10

Especialmente em um país com altas taxas de juros como o Brasil, a expansão agressiva do crédito pode ferir os direitos do consumidor ou mesmo levar pequenos negócios à insolvência. Os Tribunais de Justiça do Rio Grande do Sul e do Paraná criaram programas para que estudantes de direito atuem como mediadores, orientando consumidores a renegociar e quitar suas dívidas. Corre-se o risco de que, com a maior bancarização, ao invés do aumento de consumo e de investimento, as pessoas físicas acabem endividadadas, quitando parcelamentos.

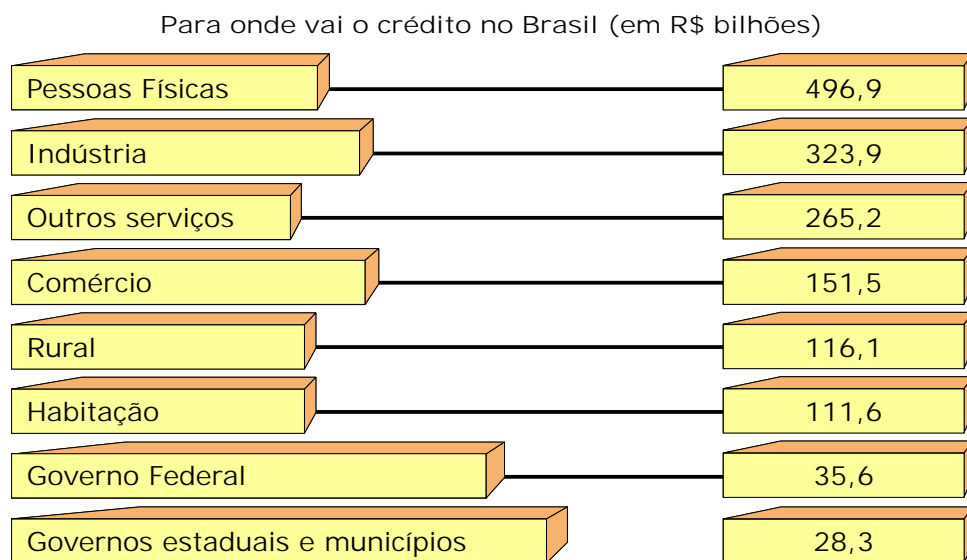
Os principais problemas dos cartões de crédito

Abuso na instituição de tarifas	Há empresas que cobram anuidade e também manutenção (bitarifação)
Ausência de informação na concessão do crédito	Consumidores recebem cartões de lojas sem saber que são cartões de crédito e que incluem tarifas
Alteração unilateral do contrato	Há tarifas sem indicação do fator gerador de cobrança
Envio de cartão sem solicitação prévia	Consumidores continuam recebendo cartões e cobrança sem ter requisitado
Não cumprimento do contrato	Consumidores não conseguem utilizar milhas

Fonte: jornal Valor, de 19/04/10

Pesquisa realizada em 2010 junto a famílias da classe C evidencia que eventos corriqueiros podem desequilibrar o orçamento familiar. Entre os grandes imprevistos que podem levar ao endividamento com altos juros para clientes de baixa renda foram citados a gravidez inesperada, a morte de um familiar, uma doença ou a separação do casal. Entre os riscos menores que geram despesas extras foram citados o estrago do veículo, um assalto ou um convite inesperado para um casamento. A educação financeira representa a ferramenta para ajudar as famílias a gerir melhor seus recursos e reduzir o impacto de um imprevisto.

A educação financeira constitui um dos pilares dos serviços complementares ao banco comunitário. Além da oportunidade de abrir uma conta bancária ou receber um benefício social através do cartão magnético, os usuários necessitam de capacitação, informação e acesso a dados que permitam utilizar de forma estratégica os serviços financeiros e qualificar a gestão de seus empreendimentos.



Fonte: dados do Banco Central, publicados na Folha de São Paulo de 28/07/10

Em 2007, o Governo Federal formou um grupo de trabalho com representantes do Banco Central, da Comissão de Valores Mobiliários, da Secretaria de Previdência Complementar e da Superintendência de Seguros Privados para desenvolver uma proposta para a Estratégia Nacional de Educação Financeira. O objetivo central era proteger os consumidores de produtos financeiros por meio de informação, formação e orientação. Mas, a prática tem demonstrado que há diferentes interpretações. Alguns provedores de serviços interpretam educação financeira como ação de marketing e direcionamento da escolha do consumidor, outros entendem alfabetização financeira. Podemos diferenciar as iniciativas de educação financeira entre:

1. Informação promocional, que visa ampliar as vendas e os lucros, por exemplo, mediante a capacitação de futuros investidores da bolsa de valores;
2. Orientação do consumidor, que visa ampliar a capacidade gerencial dos clientes de uma instituição específica, por exemplo, capacitação dos beneficiários do programa Bolsa Família, pela Caixa Econômica Federal;
3. Educação financeira no sentido amplo, que visa empoderar e promover a capacidade dos participantes na gestão dos seus recursos, seja para uso pessoal, seja como empreendedor.

A concepção de que nano e microempreendedores necessitam de capacitação e assistência, além do acesso ao crédito ainda é nova e enfrenta restrições tanto pela ausência de conteúdos pedagógicos que sejam adequados ao público do mercado informal, como pela escassez de doadores dispostos a investir alto volume de recursos na capacitação massiva da população.

A educação financeira tem como objetivo central reduzir o desequilíbrio de informação existente entre a pessoa em situação de vulnerabilidade e analfabetismo funcional, frente ao sistema bancário formal. A informação efetiva sobre boas práticas de gestão dos recursos financeiros, poupança, aplicação e investimento, bem como saber interpretar a crescente oferta de serviços financeiros, representa um fomento significativo ao empoderamento dos grupos mais vulneráveis da sociedade.

A classe que sonha com 'C'

No Nordeste, os 18 milhões de habitantes que pertencem à classe C usam muito mais cartão de crédito do que em qualquer outra região. Lá, 67% dos consumidores da classe C fazem compras com cartão. É mais até do que nos estados do Sudeste, onde esse percentual é 64% e no Sul, com 54%, segundo levantamento do Data Popular. “Essa situação está diretamente ligada à inclusão bancária”, diz o presidente da Associação Brasileira de Cartões de Crédito e Serviços, Paulo Caffarelli. “Muita gente no Sul tem conta-corrente, mas pode não ter cartão. E no Nordeste há muito mais gente com cartão e sem conta-corrente.”

O Estado de São Paulo, 17/01/11

Educação Financeira - Fase 1

Entre 2005 e 2007, a CARE Brasil testou diferentes tecnologias sociais para a educação financeira:

1) Ampliação da capacidade de autogestão com jovens - em 2005, foi realizada parceria com a ANTEAG – Associação Nacional dos Trabalhadores e Empresas de Autogestão e Participação Acionária, para mobilização e sensibilização de jovens na área do Programa São Paulo. Um total de 200 rapazes e moças oriundos dos distritos de Perus e Anhanguera participou no turno inverso do ensino médio, de módulos organizados pela ANTEAG com palestras sobre o funcionamento do mercado, o papel das empresas e a forma de autogestão de empreendimentos solidários. A pressão das famílias por resultados rápidos e concretos no grau de empregabilidade dos jovens gerou uma redução contínua do número de participantes conforme o programa ia avançando, levando à conclusão prematura desse projeto-piloto.

2) Teste do Método CEFE no meio rural – no Programa Amazonas, foram realizadas oficinas com agricultores familiares e moradores de comunidades ribeirinhas para maior acesso a cadeias produtivas de produtos não-madeireiros e na elaboração de planos de negócios simplificados para produtos extrativistas.

No município de Urucurituba, estado do Amazonas, em 2006, foi realizada uma primeira oficina de sensibilização das famílias dos produtores para as necessidades de melhoria da capacidade de gestão da associação comunitária e do acesso dos produtos locais ao mercado regional. Durante uma semana, foi realizada uma oficina com uso das ferramentas do Método CEFE para mais de 30 pessoas, homens e mulheres, das comunidades ribeirinhas. Foi despertada, junto aos participantes, a necessidade de melhorias em custo de produção, formação de preço de venda, melhoria da qualidade e escala do produto final, além da introdução de boas práticas de manipulação de alimentos.

O êxito da primeira oficina estimulou a realização da segunda, direcionada a 14 jovens, utilizando-se jogos empresariais para analisar a viabilidade econômica dos produtos oriundos de suas propriedades: banana, jerimum, açaí, macaxeira, taperebá, com foco especial no cacau e seus subprodutos (achocolatado, geleia e chocolate amargo em barra). Durante duas semanas, foram alternadas sessões em plenária com aplicação das ferramentas do método. Houve saídas, com barcos, percorrendo os igarapés para entrevistas com produtores e comerciantes da região, nos municípios de São Sebastião do Uatumã, Silves, Itacoatiara, Rio Preto da Eva e Urucurituba.

Com o resultado na análise de mercado, os jovens agricultores perceberam que diversos produtos do comércio local não eram competitivos frente a produtos de outros mercados como, por exemplo, geleias industrializadas vindas de São Paulo. O principal empecilho para a colocação no mercado dos produtos artesanais, além da baixa remuneração por unidade aos produtores, é o alto custo da logística de distribuição devido às longas distâncias. Um dos principais impactos foi a maior escala e qualidade de apresentação dos produtos locais na comercialização durante as festas e feiras sazonais, permitindo à associação de produtores organizar a presença coletiva das famílias e seus produtos para a venda nessas ocasiões especiais.

Método CEFE

O método CEFE (*Competency-based Economies through Formation of Enterprise*), traduzido como Competência Econômica-Formação Empreendedora, originalmente, nos anos 1980, era um método de capacitação para apoiar a criação de negócios em periferias urbanas no Nepal, em projeto da GTZ – Agência Alemã de Cooperação.

A base conceitual tem sua origem nos estudos do Prof. McClellan, da Universidade de Harvard, que relacionou o sucesso de uma sociedade em reduzir a pobreza e melhorar a qualidade de vida com a presença de um ideal empreendedor entre os cidadãos. Segundo o pesquisador, existe uma relação dinâmica entre a vontade do indivíduo de empreender (ter sucesso, calcular e assumir riscos, planejar, etc.) e o comportamento econômico predominante em um território.

A metodologia CEFE foi desenvolvida mesclando-se essa teoria com uma visão sobre a formação de adultos que prioriza a aprendizagem não pela palestra, mas pela ação. A ideia é que o sucesso de um pequeno negócio depende não do crédito, mas principalmente da postura e do comportamento do empreendedor, assim como de sua competência gerencial. E capacidade de gestão se aprende não apenas pela leitura, mas especialmente pela vivência. Há essencialmente seis etapas em um programa de capacitação:

1. A primeira etapa é o conhecimento, no qual os participantes são estimulados a examinar quem são, reconhecer seus valores e avaliar suas motivações, aptidões e recursos pessoais;
2. A segunda etapa é a aceitação, ou reconhecimento, das virtudes e defeitos de cada um;
3. Em terceiro lugar vem a fixação de objetivos, na qual se dá ênfase ao desenvolvimento de propósitos e objetivos de vida a curto e longo prazos;
4. A quarta etapa supõe o estabelecimento de estratégias, ou plano de ação, orientados a gerar o crescimento e a consolidação do negócio;
5. Em quinto lugar está a experiência direta, por meio de jogos empresariais realizados em grupo, nos quais são simuladas situações da vida real que contribuem para o aprendizado em grupo e a fixação do conhecimento gerado;
6. A sexta e última etapa consiste em transformar e facilitar mudanças, onde as novas aptidões adquiridas são reunidas em um novo comportamento pelo empreendedor, combinando objetivos pessoais e econômicos.

O processo de crescimento pessoal e da capacidade gerencial, possibilitado pelo método CEFE, depende do uso de duas ferramentas complementares entre si:

1. oficina de capacitação - conduzida por um facilitador e que possibilita a aplicação das dinâmicas de grupo e jogos empresariais que englobam as cinco primeiras etapas;
2. Ciclo de Aprendizagem Vivencial – CAV – utilizado nas oficinas de capacitação para a sensibilização e a capacitação dos empreendedores.

Essa sistemática de aprender fazendo, caracteriza-se por trabalhar com simulações do cotidiano, dramatizações e exercícios em grupo, com pouco texto e muita comunicação verbal, o que permite aos participantes vivenciar processos e tomadas de decisão que, normalmente, eles enfrentariam sozinhos.

A dinâmica de grupo permite receber opiniões e suporte do grupo e do facilitador no que diz respeito às decisões. O participante pode experimentar por meio dos jogos empresariais a simulação da vida real, podendo cometer erros de julgamento e, desta forma, conhecer melhor a sua capacidade gerencial.

Concluída a formação, a sexta e última etapa depende de um acompanhamento em processo, visando orientar as mudanças no comportamento gerencial do empreendedor, e no seu negócio. Esse acompanhamento deve ser feito por um extensionista empresarial ou um agente de microcrédito, que mantém um diálogo ativo e contínuo com o empreendedor.



Jogo empresarial em grupo

3) Teste do Método CEFE em periferias urbanas – no Programa São Paulo, que envolveu os distritos de Jaraguá, Perus, e municípios de Francisco Morato, Franco da Rocha e Cajamar, foi realizada capacitação e extensão empresarial em um projeto-piloto de seis meses, financiado pelo IFC do Banco Mundial, para 210 nanoempreendedores, dos quais 73% eram mulheres:

1. dos 210 empreendedores mobilizados inicialmente e que se inscreveram, 187 concluíram o curso, ministrado em módulos duas vezes por semana, à noite, ou aos finais de semana;
2. cerca de 15% dos participantes tinham a intenção de montar um negócio, os demais já atuavam com negócio próprio, como lan house, cabeleireiro, loja de foto, padaria, bar, camelô e pequeno comércio, sendo 82% no mercado informal;
3. apenas 9% dos participantes informaram que mantêm livro-caixa ou outra forma de registro contábil;
4. cerca de 20% dos empreendedores têm um familiar ou auxiliar para ajudar no negócio, os demais atuam sozinhos;
5. ao final do curso, 99 empreendedores tinham seu negócio funcionando, entre esses, 63 demandaram as ações do extensionista empresarial.



Sessão individual de assessoria/Jaraguá

Sessão coletiva de assessoria/ Francisco Morato



Um desafio para a extensão empresarial em periferias urbanas reside nos custos da logística para visitas individuais. Quanto mais afastados entre si os empreendimentos assessorados, maior o custo de deslocamento do extensionista e os riscos de que, ao chegar ao local, não tenha ninguém disponível naquele momento para participar da conversa, gerando retrabalho. As principais razões pelas quais em 17% dos casos o extensionista não conseguiu realizar a conversa ao chegar para a visita, foram:

- 1) fechamento do negócio por razões econômicas – o empreendedor conseguiu um emprego; está doente ou alguém na família ficou doente; auxiliar conseguiu um emprego formal e saiu do negócio;
- 2) fechamento do negócio causado por igreja - a religião não permite negócios nos finais de semana; a mulher não pode trabalhar; a religião condena o ramo de negócio;
- 3) mudança de endereço do estabelecimento – ameaças feitas pelos traficantes locais; cobrança de propinas e extorsão por agentes da prefeitura; dívidas acumuladas; risco do envolvimento dos filhos com traficantes.

Estudo de Caso 1:

Francisco Alves de Souza, 49 anos, casado. Por três anos manteve caixas de abelhas num pequeno terreno, no município de Francisco Morato. Ele se interessou em participar dos cursos para melhorar a gestão do *Apiário Feliz*, apesar de enfatizar que o curso não ensina tudo, pois muito ele teve de aprender na prática.



Cerca de dois anos antes do curso, Francisco iniciou a produção de produtos cosméticos baseados no mel: creme hidratante e sabonete artesanal. Francisco comenta que o curso com Método CEFE o ajudou bastante, pois possibilitou uma visão mais abrangente das demandas para aperfeiçoar seu negócio. Como prioridades, Francisco cita o cálculo do custo de produção e a manutenção do registro atualizado das vendas. Ele explica que, além de manter os controles contábeis, também é responsável pelo manejo das caixas de abelhas, processa a cera e o mel, bem como todas as operações de compra de insumos e vendas, contando apenas há pouco tempo com o apoio da esposa - "pois ela agora vê cada vez mais resultados".

Francisco gosta de conversar sobre o curso em gestão empreendedora e enfatiza a consultoria pós-curso como fundamental para a adoção de novas rotinas. "Este foi o primeiro curso que fiz sobre gestão, mas continuo tendo dificuldades na prática. Faço um grande esforço para manter o livro-caixa, assim como iniciei os cuidados com as abelhas, e o curso veio ajudar a estruturar os preços e as vendas."

Além da necessidade de melhorar os controles do fluxo de caixa, dos preços e do estoque, Francisco menciona a necessidade de ampliar a escala de produção. Para tanto será necessário ampliar o número de caixas de abelhas e o plantio de flores, como também a contratação de um auxiliar. Como preparação, ele já iniciou a reforma de dois aposentos em sua casa, nos quais pretende ampliar a capacidade de produção.

Na fase final do projeto foi realizada entrevista com os participantes, buscando avaliar o desempenho e a qualidade dos cursos. Cerca de 10 semanas após a conclusão dos cursos, os participantes informaram que:

1. 36% passaram a utilizar livro-caixa, com base no que foi aprendido durante o curso;
2. 37% adotaram outras sugestões ou ideias de melhoria captadas durante o curso, seja mudando os preços de venda, reorganizando o espaço interno ou revisando a estratégia de estoque;
3. 27% não adotaram nenhuma melhoria decorrente do curso, seja pela dificuldade de implementar o aprendido, ou por falta de tempo e recursos. Essa resposta foi dada, em especial, por empreendedoras que têm dupla jornada, como donas de casa.

Estudo de caso 2:

Luiz do Nascimento possui longa experiência como comerciante, tendo atuado com confecções, sapatos, acessórios e brinquedos. Ele tinha um ponto consolidado, possuía carro próprio e sua família tinha uma vida tranquila. Sua loja, no centro da cidade de Cajamar, era bem abastecida e com clientela formada. Luiz tentou ingressar na política e acabou gastando muito mais que o previsto para concorrer ao cargo de vereador. Ele não teve votos suficientes para se eleger e fez dívidas significativas que pesaram no orçamento familiar.

Após ter participado da capacitação em gestão, Luiz pediu assessoria ao extensionista empresarial. A prioridade do trabalho conjunto foi revisar as finanças do comércio que Luiz tem hoje, identificar falhas e buscar formas de reduzir os custos.

O primeiro passo rumo a uma maior estabilidade do negócio foi rever a distribuição do espaço na loja para melhor acomodação dos produtos, como também a demissão de um dos ajudantes.

Luiz estava pagando pela loja mais de R\$ 1.000 de aluguel mensal, com um ponto muito amplo que dava a impressão de abandono, o que desmotivava os passantes a entrar, reduzindo a autoestima do empreendedor. O volume excessivo de mercadorias significava capital de giro empatado no estoque.

Seguindo as sugestões do extensionista empresarial, Luiz mudou seu negócio para uma loja menor, reduzindo o custo do aluguel e aproveitando a oportunidade para readequar a distribuição das mercadorias. Ele iniciou um processo gradual e continuado de contatos e visitas aos clientes de fiado, que estavam devendo mais de R\$ 40.000. Lentamente os clientes estão começando a pagar as parcelas, permitindo a Luiz cobrir seus custos e diversificar o estoque.

Luiz ganhou nova confiança em seu negócio e se sente otimista em controlar melhor seus custos e a venda parcelada. Ele qualifica o curso como um passo inicial no processo de recuperação do seu empreendimento.



4) Clube de trocas – no Programa São Paulo foi realizada uma capacitação para lideranças comunitárias dos distritos de Perus e Anhanguera, relacionada ao funcionamento dos clubes de trocas, em parceria com um técnico da KNH – Kindernothilfe Brasil, de Porto Alegre. Assim, foi iniciada a incubação de um clube de trocas na região. A partir de 2006 foi articulada a participação da equipe da CARE Brasil no Fórum de Economia Solidária da cidade de São Paulo, bem como no Fórum de Economia Solidária do Estado de São Paulo. A partir dos contatos feitos, foram realizadas visitas de intercâmbio para conhecer outras experiências de clubes de trocas na região metropolitana.

Clube de trocas

Os clubes de trocas são iniciativas de economia solidária, onde pessoas físicas e grupos produtivos de um mesmo bairro se reúnem para trocar produtos, serviços e saberes entre si. Para essa atividade de trocas é utilizada uma moeda social criada e administrada pelo grupo, não ocorrendo a utilização da moeda oficial. Mesmo sendo uma tecnologia social com longa história, os Clubes de Trocas, em meados dos anos 1990, ressurgiram com muita força na Argentina, durante a crise econômica como forma de manutenção das famílias em situação de vulnerabilidade e com acesso limitado à moeda corrente.

A transferência da experiência do Clube de Trocas como política pública para promover o comércio justo e a circulação de mercadorias em bairros de baixa renda teve início no final dos anos 1990, com o Programa Prorenda, do Governo do Rio do Grande do Sul, em conjunto com a GTZ - Agência Alemã de Cooperação, nas cidades de Porto Alegre, Canoas, São Leopoldo e Pelotas.

O Clube de Trocas representa um espaço semanal de compra e venda, a comercialização e o consumo ocorrem de acordo com as regras previamente definidas pelos participantes do clube. Essa iniciativa funciona como um mecanismo de capitalização das famílias mediante a permuta de bens e serviços.

A CARE Brasil apoiou o Movimento do Clube de Trocas da Cidade de São Paulo, fornecendo o lastro dos clubes em alimentação, nos bairros Cachoeirinha e Ipiranga. Foi realizado ainda intercâmbio com o Clube de Trocas em Campinas. No distrito de Anhanguera foi apoiado o teste da moeda social Primavera, na feira anual realizada pelo Centro Pastoral Santa Fé. Os mais de 350 jovens levaram livros, CDs e outros objetos para trocar na feira, com o lastro do Primavera. Em 2006, a CARE Brasil possibilitou a participação de diversos jovens, produtores e consumidores dos distritos de Perus e Anhanguera em um estande na I Mostra Nacional de Economia Solidária, que foi realizada no Pavilhão da Bienal no parque Ibirapuera.



Mostra Nacional de Economia Solidária

No município de Francisco Morato, na divisa norte de São Paulo, foi introduzida a moeda social PRO, a qual é utilizada no bazar Recicla, realizado toda quarta-feira à tarde nas instalações da organização Pró-Morato, reunindo, mensalmente, dezenas de pessoas que utilizam a moeda social PRO no brechó do bazar.



5) Metodologia do Junior Achievement – em 2005 foi realizada uma visita à primeira Junior Achievement do Brasil, em Porto Alegre. Em seguida foi articulada uma parceria com a ONG Junior Achievement, regional de São Paulo, para introdução e teste da metodologia de sensibilização de jovens para o empreendedorismo em escolas de periferia urbana. Foram realizadas visitas de apresentação dessa proposta a diversas escolas nos distritos de Perus e Anhanguera. A direção das seguintes escolas demonstrou interesse de participação no projeto: Escola Estadual Professor Sebastião de Oliveira Gusmão – 3 turmas e Escola Estadual Parque Anhanguera – 1 turma.

Com doação feita pelo banco JPMorgan, foi organizada a realização de quatro turmas do programa 'Empresa em Ação' do Junior Achievement, desenvolvido em sala de aula através de 10 encontros de 45 minutos cada, abordando os seguintes tópicos:

1. identificação de produtos e serviços de empresas presentes no cotidiano dos alunos;
2. interação entre alunos como produtores e consumidores para entendimento da competição de mercado;
3. identificação dos recursos necessários para operação de uma empresa e para o desenvolvimento de um plano de negócios;
4. aprender a função de marketing e desenvolver uma campanha publicitária;
5. discutir problemas éticos e econômicos que as empresas enfrentam;
6. identificação dos produtos e serviços providos pelo setor público.

Esses encontros são facilitados por voluntários oriundos de grandes empresas. A empresa Jandaia, do setor de papelaria e vizinha ao território, demonstrou interesse em participar do projeto, tendo sido capacitados 30 de seus funcionários na metodologia do Junior Achievement. Foi realizado um sorteio e 11 voluntários foram selecionados para participar dos encontros com os jovens.

Exercício coletivo Junior Achievement



Dos 120 jovens inicialmente inscritos, um total de 99 rapazes e moças das três escolas passaram pelo processo de sensibilização e mobilização, com resultados positivos. Entretanto, A CARE Brasil experimentou a limitação do raio de ação do Junior Achievement que se restringe às escolas dos grandes centros urbanos, pela dificuldade em mobilizar e selecionar voluntários qualificados para atuar em áreas rurais remotas.

Educação Financeira - Fase 2

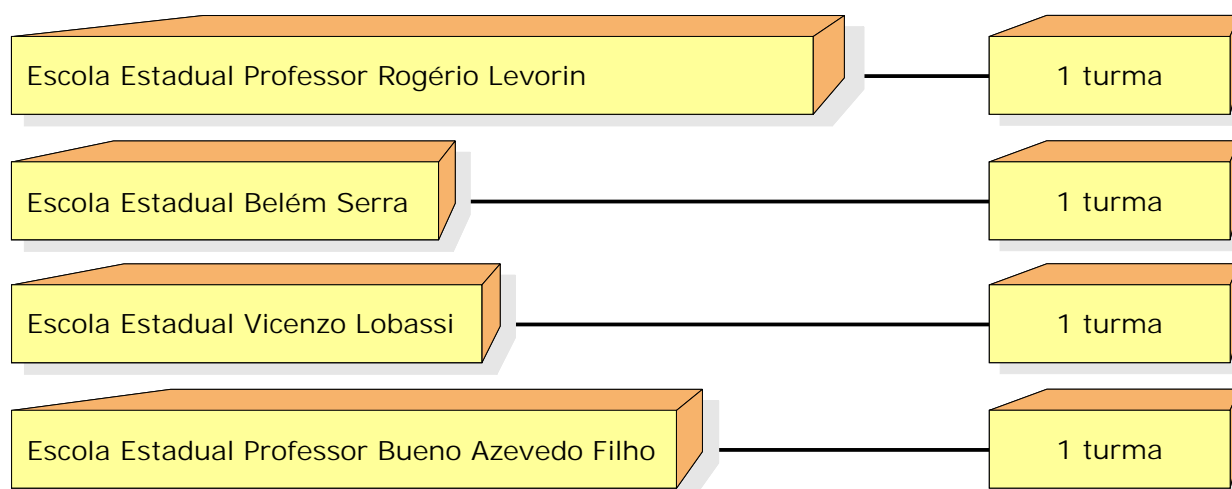
Com base na experiência adquirida na fase anterior, entre 2008 e 2009 foi dada prioridade para a utilização do Método CEFE junto aos empreendedores, tendo em vista os resultados positivos que foram obtidos quanto à ampliação da capacidade de gestão. Diversos técnicos da CARE Brasil passaram a ser capacitados no uso dos instrumentos do Método CEFE e do CAV – Ciclo de Aprendizagem Vivencial. Adicionalmente, foram identificadas consultorias especializadas nessa área para ampliar a capacidade de ação.

Mediante doação da empresa Anglo American, no Programa Goiás foi oferecida, no início de 2009 e também no início de 2010, uma capacitação em técnicas de gestão a 91 microempreendedores, tanto do núcleo urbano, como das comunidades rurais, do município de Barro Alto. Em sequência ao curso, foi realizada a incubação externa dos negócios por um extensionista empresarial.

Educação Financeira - Fase 3

A partir do final de 2009, foram sistematizadas, pela equipe do Programa Bancos Comunitários, experiências de educação financeira para pessoa física, buscando reunir experiências disponíveis sobre como sensibilizar e mobilizar as pessoas na melhor gestão das ferramentas de crédito e de suas finanças pessoais. Foram oferecidas palestras e ações de motivação junto aos clientes dos bancos comunitários de São Paulo, com teste desse enfoque.

No Programa São Paulo, foi realizada uma segunda fase de aplicação da metodologia do Junior Achievement. Foi aplicado novamente o curso 'Empresa em Ação' no município de Francisco Morato, com financiamento das empresas JPMorgan e Anglo American. Foram quatro escolas participantes, com uma turma em cada:



Dos 154 jovens inscritos, 138 alunos participaram dessa segunda fase, sendo 103 do ensino médio e 35 do ensino fundamental. Os instrutores foram seis voluntários da loja de departamentos Don Paco, em Francisco Morato. Um grupo de 28 jovens se destacou durante os módulos do curso, sendo convidados a registrar seu currículo no cadastro de recursos humanos da empresa Don Paco.

A prioridade para 2011 consistirá em internalizar a metodologia do programa de educação financeira da aliança internacional *Microfinance Opportunities*, que está baseada na experiência com grupos de mulheres em diversos países. O foco desse método de sensibilização e capacitação está em apoiar famílias para que ampliem suas habilidades para gerenciar suas finanças pessoais, manter contato qualificado com o sistema financeiro e, em especial, ampliar a motivação para a poupança e a redução do endividamento.

3 - Extensão Empresarial

Apesar de a opinião pública valorizar sobremaneira o acesso a financiamento como solução para as dificuldades do nano e microempreendedor, a realidade tem se mostrado mais complexa. Pesquisa realizada em 2010 com 1.200 pequenas e médias empresas no país informa que elas pouco se apoiam em linhas de crédito para sustentar seus negócios.

A dificuldade para obter crédito impacta seu negócio (em %)?

Setor	Nada	Pouco	Muito
Comércio	35	38	27
Indústria	36	32	32
Serviços	39	37	24

Fonte: pesquisa Insuper, publicada Folha de São Paulo em 12/09/10

Tão ou mais importante que o acesso ao crédito, são as técnicas gerenciais que permitem traçar o planejamento financeiro da empresa, formar fundo de reserva, comprar menores volumes e manter estoque restrito, cortar venda a fiado, prever o fluxo de caixa, etc. Os empreendedores necessitam de assessoria gerencial e assistência técnica na condução de suas empresas. Mas, quanto menor e vulnerável o negócio, menos eles dispõem do tempo ou dos recursos necessários para participar de cursos ou contratar consultoria externa.

Os serviços de assessoria e orientação que melhoram o desempenho do negócio, ampliam seu acesso ao mercado e fortalecem sua habilidade para competir são conhecidos pela sigla BDS - *Business Development Services*. Esses serviços não-financeiros englobam incubação, capacitação, consultoria, apoio ao marketing, difusão de informação, apoio na adoção de novas tecnologias de acordo com a demanda de cada microempresa. Por serem adaptados a cada caso, tornam-se caros e estão concentrados em grandes centros urbanos.

Diversos projetos de doadores internacionais e políticas públicas buscaram, nos anos 1990, desenvolver um modelo de BDS que pudesse ser financiado com o passar do tempo pelas próprias empresas, tornando sustentável a oferta de serviços, mas sem muito êxito. Quanto mais periférico ou rural o território, maior a necessidade de que um doador cubra os custos dos serviços prestados por um extensionista empresarial. O apoio e a assistência aos negócios locais pode ser uma das principais responsabilidades de um banco comunitário no seu território, desde que identificada a fonte de recursos para cobrir os custos.

A primeira política pública de fornecimento de serviços de orientação gerencial em ampla escala para micro e pequenas empresas foi estabelecida pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul, em 2000. A SEDAI – Secretaria de Desenvolvimento e Assuntos Internacionais, firmou convênio com as faculdades de administração e economia no interior do estado, as quais passaram a alocar equipes formadas por alunos e estagiários atuando sob orientação dos professores, para realizar as visitas de porta em porta às micro e pequenas empresas. Das ações implantadas após o diagnóstico na empresa, 93% eram oriundas de problemas de gestão, 3% de melhoria de processos internos e 4% referentes ao produto. Constatou-se que o acesso ao crédito, portanto, é apenas um problema secundário, ou complementar, frente às limitações na capacidade de gestão do micro e pequeno empreendedor.

Extensão empresarial - Fase 1

Entre os anos de 2005 e 2007 foram testadas diferentes tecnologias sociais:

1) Articulação com empresa júnior – tanto no Programa Piauí, com a empresa júnior de economia da Universidade Federal do Piauí, como no Programa São Paulo, com a empresa júnior de administração da Universidade Anhembi/Morumbi, foram celebrados termos de parceria para levar estudantes à prática de incubação de negócios solidários. No Piauí, o grupo a ser assessorado

se dedica à cria e engorda de suínos e aves, enquanto em São Paulo o grupo de jovens se dedica à produção artesanal de velas votivas para cerimônias religiosas. Esses projetos-piloto evidenciaram que é possível iniciar um processo de incubação com apoio dos professores que supervisionam os alunos engajados na empresa júnior, mas que em longo prazo as dificuldades de logística para chegar a territórios remotos, e as variações no calendário estudantil, limitam a capacidade de extensão empresarial por empresa júnior.

2) Planos de negócio para produtos agrícolas artesanais – a CARE Brasil contratou por um ano um administrador, especializado na elaboração de planos de negócios para empreendimentos agrícolas. Ele assessorou as equipes dos programas Bahia, Amazonas e Piauí na elaboração de estudos de mercado e de viabilidade econômica para os produtores locais. Foram realizados levantamentos de preços de custo, concorrência de mercado e exigências mínimas de qualidade e escala para diversos produtos.

Estudos de mercado apoiados

Comunidades ribeirinhas na calha do rio Amazonas	Geleia de cacau Chocolate caseiro Achocolatado em pó Chocolate amargo em barra Licores
Assentamentos de reforma agrária na Costa do Cacau, na Bahia	Doces de frutas Achocolatado em pó Cacau em pó Chocolate caseiro
Assentamento de reforma agrária no Norte do Piauí	Embutidos de carne suína Subprodutos de frango caipira

Os estudos foram compartilhados com as comunidades e utilizados como ferramenta de análise para a tomada de decisão sobre a oportunidade ou não de novos investimentos nessas áreas produtivas.

Esse projeto-piloto contribuiu para a ampliação e a qualificação dos serviços prestados pelas equipes locais da CARE Brasil às comunidades, mas a experiência demonstrou que o custo de logística e as dificuldades de comunicação ativa por um único profissional para atender territórios remotos não é replicável. Assim, o modelo foi modificado e cada programa passou a contratar localmente os serviços de assessoria e acompanhamento das cadeias produtivas locais.

Jovens produtores rurais lucram com a criação de aves e suínos no Piauí Projeto oferece novas oportunidades de rendimento, desperta o empreendedorismo e interrompe o êxodo rural

Texto Hanny Guimarães I - Fotos Ernesto de Souza

Não há dia mais movimentado na rodoviária de **Pedro II**, município do norte do **Piauí**, do que sexta-feira. É quando quatro ônibus, com lotação esgotada, partem com destino a São Paulo. Os passageiros são, em sua maioria, jovens em busca de trabalho na metrópole e um futuro mais promissor que o oferecido na região.

A frota migratória costumava ser ainda maior no passado. A demanda fazia com que a empresa de transporte disponibilizasse sete veículos a cada sexta-feira para conduzir a esperança de jovens como Renato de Oliveira Rodrigues que, em 2005, foi tentar a sorte na capital paulista. Oito meses mais tarde, após ter trabalhado numa pizzaria, o rapaz seguia novamente em um ônibus, mas no sentido inverso. Hoje, ao lado da esposa e de mais 12 famílias, Renato integra o **assentamento Paraíso**, em Pedro II, onde tem o apoio de um programa que está capacitando agricultores de 16 a 25 anos para as atividades de **avicultura** e **suinocultura**. “Aqui você é dono do seu negócio, e para mim foi uma chance de me fixar na terra. Agora só vou para São Paulo a passeio”, conta.



O projeto Jovem Produtor Rural viabiliza a criação de suínos e aves no interior do Piauí

Empreendedorismo rural

A ideia inicial do **Projeto Jovem Produtor Rural**, realizado em cidades do interior do Piauí, era oferecer aprendizado agrícola, voltado ao **manejo de suínos e aves**, para que os novos profissionais do campo tivessem oportunidade de trabalho na terra e geração de renda. O conceito se firmou, passou a valorizar o empreendedorismo juvenil do Sertão e agora avança para uma nova fase: desenvolver uma central de comercialização em Pedro II, com uma unidade de beneficiamento da carne dos animais criados para abastecer o comércio, prefeituras, restaurantes, pousadas e hotéis do entorno. “Tem água, terra e apoio... Só não trabalha se não quiser”, diz Roseane Soares do Nascimento, esposa de Renato, que também pretende vender na central os trabalhos artesanais que produz com as outras mulheres do assentamento.

No projeto, lançado em 2006, em uma parceria entre o laboratório farmacêutico **Pfizer** e a **ONG Care Brasil**, os jovens foram selecionados em uma escola agrícola e passaram por um treinamento. A seguir, optaram por receber três suínos (duas fêmeas e um reprodutor) ou 33 pintos para dar início à criação. No assentamento Paraíso, as 13 famílias juntaram seus animais para aumentar a produção e criaram uma associação. O valor de cada animal comercializado é rateado entre os associados. Um leitão de 30 dias é vendido vivo por R\$ 100; já abatido, com 60 dias ou mais, pode render até

R\$ 210. As aves vivas são comercializadas por até R\$ 20, e beneficiadas são vendidas por R\$ 7,50 o quilo.

A Escola Família Agrícola dos Cocais, no município piauiense de São João do Arraial, recebeu além das galinhas e porcos, estrutura de produção.

Mesmo já estabelecidos e na fase comercial, os participantes do programa recebem acompanhamento de **engenheiros agrônomos**, economistas, veterinários e biólogos, que indicam os melhores tratamentos produtivos, ambientais e administrativos.



A ação do programa não se limitou ao assentamento Paraíso. Também fazia parte da estratégia dos coordenadores João Martins de Oliveira Neto e Francisco Teixeira Barreto Junior, ambos da Care Brasil, apoiar uma instituição de ensino que funcionaria como multiplicadora de outros jovens produtores. A beneficiada foi a **Escola Família Agrícola dos Cocais**, no município piauiense de **São João do Arraial**, que, além das galinhas e porcos, ganhou a estrutura de produção: viveiro, horta, pocilgas e abatedouro.

Os alunos aprendem como cuidar dos animais e têm aulas sobre técnicas de negócios, a serem aplicadas em sua própria produção quando forem

contemplados pelo projeto. O que é produzido na escola é voltado primordialmente para o consumo dos alunos, mas o excedente é vendido e o dinheiro vai para o caixa da instituição.

Inicialmente, a resistência dos moradores, a escassez de recursos naturais e o custo com alimentação e cuidados dos bichos dificultaram a progressão dos trabalhos. Mas, aos poucos, alunos como Antonio Carlos de Sousa Oliveira, que aos 23 anos tem a chance de iniciar uma **criação de suínos**, perceberam o valor do benefício.

Antonio recebeu quatro matrizes e um reprodutor, e quando seus animais tiverem crias ele deverá repassar, também sem nenhum custo, duas fêmeas e um macho para outra família local e, assim, dar continuidade ao projeto.

“É uma responsabilidade enorme fazer com que essa rede se perpetue, mas esse é o meu projeto de vida. Traz muito aprendizado para a gente, além de uma perspectiva de renda que não tínhamos”, explica, com a esperança de melhorar suas condições de vida e da região onde mora.

Extensão empresarial - Fase 2

Entre os anos de 2008 e 2009, a CARE Brasil concentrou-se na assessoria pós-curso de gestão empresarial. Com recursos do IFC/Banco Mundial, foi realizado, em 2007, projeto-piloto de assessoria pós-curso a microempreendedoras da periferia norte da região metropolitana de São Paulo (veja descrição no item 2 - Educação Financeira). Com base no aprendizado e resultados positivos obtidos na primeira fase, esse enfoque foi ampliado em 2008 e 2009, com financiamento pelas empresas Daimler Chrysler e Anglo American. Na segunda fase, foi oferecida capacitação e extensão empresarial a um total de 115 empreendedores, sendo mais de 60% mulheres, em cinco turmas.

Estudo de Caso 3

Mercearia da Marina

*Empreendedora: Josilene Nestor Almeida, 37 anos. Bairro Capela Belém
Francisco Morato - SP*

Josilene reside há dez anos no local, que é afastado do centro, e o comércio está instalado na própria residência. Sua clientela é constituída por moradores vizinhos, portanto limitada às casas do bairro. A aquisição das mercadorias que revende é feita no comércio local (mercados de maior porte no centro da cidade e fornecedores locais).

Antes de participar do curso oferecido pela CARE Brasil, ela não separava as finanças pessoais das despesas do negócio e nem mantinha cadastro de clientes. Agora adotou livro-caixa próprio para seu negócio, que abrange produtos básicos de consumo. Após utilizar o aprendizado do curso, identificou que a maior lucratividade é obtida com a venda de pão francês (8.000 unidades) que responde por 75% do seu faturamento. Antes de realizar o curso, o pão francês era um dos itens que ela pretendia retirar de seu negócio.



A receita bruta é de, aproximadamente, R\$ 2.650 mensais e seu lucro gira em torno de 5% (R\$ 137). Não possui capital próprio para diversificar a oferta de produtos o que, aliado à baixa densidade demográfica do bairro, limita a expansão do negócio. Optou por deixar um membro da família tomando conta do estabelecimento e frequenta um curso de cosmética e depilação com o objetivo de prestar serviços nesta área, já que também é manicure. A empreendedora tem o desejo de montar uma minipadaria para que o empreendimento tenha sustentabilidade. Para obter capital, conta com a venda de uma casa que possui em Sergipe.

Estudo de Caso 4

Sorveteria da Jaci

*Empreendedora: Josenilda Anunciação dos Santos, 39 anos, Bairro Capela Belém.
Francisco Morato - SP*

O mercado Jaci está localizado na Vila Espanhola, cujo imóvel é utilizado pela proprietária para exercer essa atividade. Seus principais produtos são salgadinhos, refrigerantes, cervejas e mercadorias sazonais, como sorvetes. O mercado gira um volume mensal médio de R\$ 4.500,00 em mercadorias, as quais são adquiridas em atacadistas de cidades próximas, como Jundiá e no bairro de Parada de Taipas, em São Paulo. A proprietária e o marido, Paulo, têm projeto de expansão para seu mercado e, para tanto, buscaram acessar crédito no Banco do Brasil para reformar as instalações e melhorar o empreendimento.

A oferta que receberam da agência do Banco do Brasil foi acessar o Banco Popular para receber um empréstimo, no valor de R\$ 300,00, com a aprovação após 90 dias da abertura da conta simplificada. Considerando que o valor oferecido não condiz com o orçamento da obra, o casal tentou acessar um financiamento para empresas, mas, por ser um negócio informal, não obtiveram êxito.

Durante as visitas de monitoramento pós-curso, feitas pelo extensionista da CARE Brasil, o casal foi orientado a buscar alternativas na Caixa Econômica Federal que possui uma linha de crédito específica. Abriram uma conta pessoa jurídica e, após movimentação mínima por 60 dias, poderão buscar uma linha de crédito. Vale ressaltar que nas visitas de acompanhamento ficou demonstrado que o curso apresentou bons resultados, não só na elaboração do plano de negócio simplificado, mas principalmente pelas novas ferramentas adotadas para administração dos registros de venda e controle de estoque.



Estudo de caso 5

Fotos e Buffet San Marino

*Empreendedores: Sandra Freire Duarte Gonçalves, 39 anos e Joacir Gonçalves, 44 anos.
Centro. Francisco Morato – SP*

O empreendimento de prestação de serviços fotográficos funciona há 18 anos. Sandra informou que o negócio é desenvolvido principalmente pelo marido e o seu ponto forte são fotografias de casamento, aniversários, batizados. Apesar disso, perceberam que podiam ampliar o negócio oferecendo o buffet como serviço complementar. A ampliação do serviço foi iniciada há um ano e meio, sem contar com empregados específicos para tal atividade. Sandra ficou tão entusiasmada com o aprendizado que o curso de gestão empresarial da CARE Brasil vem propiciando que, logo de início, passou a adotar novos procedimentos. Como disse a própria empreendedora: “Já introduzimos tanta mudança que vocês nem queiram saber”.

Sandra lista como mudanças relevantes:

1. introduziram o pró-labore;
2. passaram a realizar registros de controle;
3. decidiram dividir as tarefas de comercializar e administrar os serviços - o marido fica com a parte das fotografias e vídeos e ela com o buffet;
4. vão mudar a cor do toldo para atrair quem passa na calçada;
5. os doces e salgados do buffet eram feitos pela empreendedora, que agora ensinou duas pessoas a fazer, enquanto ela ajuda e supervisiona.



“Eu ficava estressada, às vezes não saía como eu queria e não tinha como ajudar em outras atividades. O curso me ensinou que eu tenho que saber fazer para poder administrar quem faz e foi o que fiz com essas pessoas. Com isso eu estou conseguindo melhorar o trabalho do buffet e ajudar em outras tarefas. Antes era muita confusão – tudo misturado”.

A empreendedora diz ainda que passou a dar importância em fazer cursos desse tipo “sempre tem algo novo e atualizado para aprender” e que pretende participar de outros. Diz ainda que “o facilitador trabalha em grupo e individualmente e em todas as atividades pergunta a cada um se fez e se alguém tem dificuldade ele explica. É muito interessante a forma como ele ensina, nós fazemos um exercício como se estivéssemos num negócio. Achei tão bom que gostaria de fazer um curso sobre vendas”.



Estudo de caso 6

Gláucia Boutique

*Empreendedora: Gláucia da Silva Chaves, 29 anos.
Centro. Francisco Morato - SP*

Durante cinco anos Gláucia vendeu roupa como sacoleira, com base em experiência prévia de 14 anos na área do comércio, até sentir necessidade de ampliar suas atividades e abrir sua loja. Iniciou num ponto vizinho a um salão de beleza, o que ajudava na parte de comercialização, mas não estava satisfeita e queria ter seu negócio na região central. Legalizou seu empreendimento e resolveu fazer alguns cursos do Sebrae e não arriscar mudanças sem conhecimento. Há 18 meses instalou-se em um ponto no centro da cidade.

Ela explica por que se interessou em fazer o curso da CARE Brasil: “...porque ia falar sobre a questão financeira e eu preciso aprender. Estou muito satisfeita com o curso, pois agora já estou entendendo e conseguindo explicar para o meu marido por que fecho o mês no vermelho – não colocava o dinheiro que tenho para receber com as vendas parceladas. A facilitadora do curso é muito competente; trocando ideias com ela, já vi outra oportunidade no meu negócio, mas em outro espaço. Minhas clientes deixam de usar suas roupas que ainda estão novas e me pedem para vendê-las. Quero abrir um brechó chique, customizar roupas. A ideia é pegar as roupas dessas clientes que, ao serem vendidas pelo valor combinado, elas recebem um vale. Esse vale é usado para comprar na minha outra loja – tenho o lucro dos dois lados.

Extensão empresarial - Fase 3

A partir de 2009, a extensão empresarial deixou de ser uma etapa complementar à educação financeira empreendedora, e passou a contar como uma componente central em novos programas da CARE Brasil.

Mediante financiamento pela empresa Anglo American, no Programa Goiás, foi contratado um técnico específico para a capacitação e o acompanhamento dos pequenos negócios no município de Barro Alto. Foi realizado um primeiro diagnóstico rápido dos empreendimentos em funcionamento no núcleo urbano desse município, sendo identificados 120 estabelecimentos comerciais, de serviços e profissionais liberais. Após ajustes no formato da pesquisa, foi conduzido um diagnóstico mais detalhado, aplicando um questionário de porta em porta no município, possibilitando identificar e cadastrar um total de 248 negócios. Desse total, 117 estabelecimentos estão registrados e 131 são informais.

Do total de 248 negócios, 97 apresentam um faturamento bruto mensal abaixo de R\$ 3.000 e podem ser considerados frágeis. Esses pequenos empreendedores foram visitados e convidados, individualmente, para uma palestra de sensibilização, sendo que 58 inscreveram-se para o curso com uso do Método CEFE. Ao final do curso, os participantes receberam a oferta do serviço de extensão empresarial como assessoria gratuita. Um grupo de 31 empreendedores demonstrou interesse e passou a receber as visitas regulares do extensionista para apoiar a adoção de novos procedimentos no seu negócio.

O projeto de extensão empresarial complementa as ações de facilitação do acesso ao crédito. As ações ou melhorias implantadas referem-se, em cerca de 45% dos casos, a finanças e custos; em 35% dos casos a vendas e marketing, e cerca de 15% dos casos referem-se a melhorias na administração organizacional.

Finanças e custos – área de maior demanda, onde as ações concentram-se na elaboração de planilhas de custos, organização e implantação de fluxos de caixa, estruturação dos demonstrativos mensais de resultados, bem como estudos de mercado e de viabilidade financeira, estruturação e formalização das contas a pagar e a receber, limitação da venda a crédito, elaboração e implantação de indicadores financeiros, além de orientação ao crédito.

Vendas e marketing – as dificuldades concentram-se na gestão e capacitação dos vendedores. Segue em dificuldades na formatação da política de marketing, na prospecção de novos grupos de clientes, a identificação de fornecedores e a comunicação visual.

Administração organizacional – as ações mais requeridas são delineamento de planejamento estratégico e operacional, definição de políticas e diretrizes organizacionais, elaboração de fluxograma, diretrizes de qualidade e produtividade, elaboração e organização de indicadores de desempenho organizacional, assessoria na elaboração de contratos, e ainda identificação de fornecedores de tecnologia da informação.

A experiência da CARE Brasil vem demonstrando que a extensão empresarial pode propiciar aumento de renda do empreendedor, na ordem de 20%, em média. Mas como o faturamento depende em grande parte da preferência do consumidor e do desempenho da economia como um todo, não deve ser o principal critério de avaliação. O principal objetivo da expansão empresarial também não é, necessariamente, a criação de novos postos de trabalho, mas a qualificação e a consolidação dos postos de trabalho já existentes.

Incubação: o caso da Coopercose

A origem da Coopercose – Cooperativa de Trabalhadores de Coleta, Triagem e Comercialização de Materiais Recicláveis e Prestadores de Serviços, reside no processo de organização dos catadores que atuam no limite norte da região metropolitana de São Paulo, no entorno do lixão de Perus. Coordenada pela líder comunitária Luzia Maria Honorato, integrante do Movimento Nacional de Catadores, era um grupo informal que, a partir de 2003, passou a receber apoio da CARE Brasil para registro e formalização de suas operações. Em 2005, com recursos do ING Bank, foi apoiada a capacitação da diretoria em gestão organizacional, bem como o estudo de viabilidade, resultando na elaboração de um plano de negócio simplificado. Nesse mesmo ano, com projeto aprovado pela FBB – Fundação Banco do Brasil foram adquiridos para a Coopercose uma kombi com kit gás, um caminhão, uma fragmentadora de papel e uma empilhadeira, equipamentos necessários para ampliar a escala e reduzir o desconforto do trabalho. A cooperativa não consegue adquirir um terreno próprio para funcionar e suas instalações provisórias, no entorno do aterro sanitário Bandeirantes, foram consumidas por um incêndio. Após ter funcionado provisoriamente no espaço de outras cooperativas, funciona agora em terreno cedido pela Secretaria Estadual da Habitação. Com base em informações e capacitações providas pela CARE Brasil, a Coopercose está engajada ativamente com lideranças locais no embate com a prefeitura de São Paulo sobre a falta de participação no acesso ao lucro propiciado pelo leilão dos créditos de carbono do aterro sanitário Bandeirantes. Em uma parceria com a USP, a Coopercose integra um intercâmbio com a Universidade de Vitória, no Canadá, desenvolvendo um projeto de formação de lideranças de catadores para atuar na região metropolitana. Segundo Luzia: "O apoio da CARE Brasil foi fundamental para que a Coopercose chegasse com vida até esse momento. Primeiro foi nos transformar em uma organização legalmente constituída. Conseguimos equipamentos para ampliar a produção e saímos de uma renda média de R\$ 50 a R\$ 70 por mês, para até R\$ 700 mensais. A nossa autoestima, que muitas vezes ficou em baixa com a perda dos nossos bens, foi levantada com a possibilidade de propostas que debatíamos com a equipe da CARE Brasil."



Luzia Honorato, co-fundadora da Coopercose



4.1 Microfinanças+

Entre 2005 e 2010, a CARE Brasil contribuiu ativamente para promover a inclusão financeira e a educação empreendedora em diversos territórios vulneráveis do país: periferia metropolitana de São Paulo, Centro de Goiás, Norte e Meio-Norte do Piauí, Costa do Cacau na Bahia, além de comunidades ribeirinhas do Leste do Amazonas. A definição adotada para guiar este trabalho especifica que:

Inclusão financeira é a situação na qual as pessoas que podem ser usuários do sistema financeiro têm acesso a uma ampla gama de serviços de alta qualidade, providos a custo acessível, de modo adequado, e com dignidade para os clientes. Os serviços financeiros são fornecidos por diferentes organizações, a maioria delas do setor privado, com capilaridade para o acesso de todos que podem utilizá-los, o que inclui pessoas com necessidades especiais, famílias em situação de vulnerabilidade e comunidades rurais de difícil acesso.

O enfoque da CARE Brasil pode ser caracterizado como microfinanças+ pois vai além da concessão de crédito para famílias e negócios em situação de vulnerabilidade. A oferta de serviços adequados inclui o acesso ao sistema bancário, a sensibilização, a informação, a capacitação e, em especial, a orientação técnica e gerencial.

A realização de oficinas de educação financeira e empreendedora com jovens agricultores e microempreendedores possibilitou um ganho de confiança e autoestima aos participantes. Com maior domínio de preços, custos, margens de lucro e condicionantes do mercado, esses jovens sentiram-se mais confiantes para participar ativamente dos debates das associações comunitárias, envolverem-se no diálogo com vizinhos e demais atores locais sobre a viabilidade econômica dos seus produtos e passaram a atuar mais ativamente nas comunidades.

4.2 Gestão de Conhecimento

O Brasil resistiu bem à crise financeira internacional nos anos 2008/09, em parte graças à qualidade do sistema bancário nacional e seus mecanismos de regulação. No entanto, se considerarmos a disponibilidade de crédito barato e a qualidade do atendimento à população como critérios de avaliação, o cenário torna-se mais diferenciado. O custo do crédito supera em muito os patamares internacionais e o atendimento bancário é precário em largas regiões do Brasil, similar à cobertura do sinal de telefones celulares. A população de baixa renda não necessita apenas de crédito, demanda também acesso facilitado ao pagamento de contas e poupança. Em um cenário de altos juros, o crédito deve ser concedido com parcimônia e apenas em casos específicos. Mas, o apoio técnico-gerencial em condições adequadas aos microempreendedores financiados ainda é um dos desafios para o microcrédito produtivo e parecem existir poucas experiências neste aspecto. Por outro lado, ao contrário da agitação na mídia sobre o potencial das microfinanças, a experiência tem demonstrado que apenas certa parcela dos moradores de comunidades de baixa renda sente necessidade de abrir uma conta bancária ou uma poupança. Este tópico demanda ainda análises mais aprofundadas.

Face ao alto patamar de juros no país, um dos fatores limitantes para incentivar de forma agressiva a expansão do microcrédito junto à população de baixa renda reside no risco do endividamento excessivo das famílias, em detrimento, especialmente, dos direitos de defesa do consumidor. E as recentes crises de oposição dos movimentos populares ao microcrédito em países como Índia, Nicarágua e Bolívia demonstram que os microempreendedores não necessitam apenas de crédito. Necessitam tanto mais ainda de assistência técnica e gerencial para que um eventual financiamento possa ter maior impacto.

As limitações no entendimento de serviços de microfinanças, adaptados ao contexto brasileiro, tanto junto aos formadores da opinião pública como nos círculos acadêmicos, têm dificultado o debate sobre a evolução técnica no setor. Indicadores dessa situação encontram-se no fato de que os juros para microcrédito no país ainda são tabelados, que existem instituições de microcrédito que competem entre si para anunciar juros mais baixos possíveis e que o debate na opinião pública

sobre serviços financeiros para a baixa renda está focado principalmente no microcrédito, e não nas microfinanças.

A experiência tem evidenciado que o financiamento a microempreendedores de baixa renda tem um elevado custo fixo para um baixo volume de transações e requer, portanto, um nível de subsídio adequado ao contexto, seja na forma de apoio por políticas públicas ou mediante a contribuição de doadores. A sustentabilidade financeira das organizações de microfinanças depende do público alvo, quanto maior a vulnerabilidade dos clientes, mais elevados os custos fixos da operação. Adicionalmente, a baixa escala do número de clientes das instituições de microcrédito no Brasil torna proibitivo o custo do monitoramento direto do empreendedor, bem como os serviços complementares de capacitação, assistência técnica e gerencial.

Verifica-se uma expansão da bancarização no país, porém, restrita pela lógica comercial que obriga à concentração dos correspondentes bancários a buscarem pontos urbanos centrais, de boa visibilidade e acesso a grande número de pedestres. Dois fatos decorrentes dessa realidade merecem registro. Por um lado, o significativo número de pessoas em periferias metropolitanas ou localidades rurais distantes, que precisam despender mensalmente tempo e recursos financeiros para quitar uma simples conta ou ter acesso a um benefício social.

Por outro lado, o avanço dos correspondentes bancários não é visto com bons olhos pelos sindicatos dos bancários. Ao invés de os bancos expandirem os serviços para áreas periféricas, a concentração dos postos de correspondentes dá-se em territórios já abastecidos por agências bancárias, e a Contraf - Confederação Nacional dos Trabalhadores do Ramo Financeiro tem adotado uma postura crítica à crescente terceirização da função dos bancos, já que os funcionários dos correspondentes bancários ganham salários abaixo do piso nacional dos bancários, abrindo espaço para disputas na justiça trabalhista.

Os estabelecimentos como farmácias, supermercados, agências de correio e lotéricas têm enfrentado processos trabalhistas, com ex-funcionários reivindicando a equiparação de benefícios aos bancários. A utilização de promotoras de vendas de cosméticos para captar clientes e preencher cadastro, como estratégia de expansão do crédito junto à população de baixa renda, tem gerado disputas judiciais. Ações civis públicas são impetradas pelo Ministério Público impedindo o trabalho das promotoras de vendas e impondo multas aos bancos. Reclamações trabalhistas de ex-promotoras de vendas pedem o enquadramento como categoria dos bancários ou equiparação para efeito da jornada de trabalho do bancário. Possivelmente será uma questão de tempo até que essas disputas cheguem também à categoria dos analistas de crédito das organizações de microfinanças, encarecendo a concessão e a administração do microcrédito.

Como, em 2010, 92% do microcrédito produtivo alocado no Brasil estava orientado para capital de giro, em volume cinco vezes menor que os créditos rurais concedidos aos agricultores familiares, parece consolidar-se a argumentação de que a principal demanda do nano e microempreendedor não é necessariamente por crédito para investimento - o formato clássico do microcrédito. E que, portanto, o microcrédito pode não ter grande espaço para crescimento no país, ao contrário das elevadas projeções e expectativas na comparação com países como Bolívia ou México, onde ocorreu forte expansão dessa modalidade de crédito. Assim, é compreensível que a oferta de crédito por meio da rede de correspondentes bancários, representada por uma malha de cerca de 160 mil estabelecimentos comerciais em todo o país, encontra-se emperrada.

Os riscos de segurança na rede de correspondentes bancários constituem um tema ainda pouco presente no debate sobre microfinanças. O seguro para cobertura de prejuízos para os correspondentes do antigo Banco Popular do Banco do Brasil, por exemplo, era de baixo valor e cobria apenas um sinistro ao ano. Por outro lado, um crescente número de ex-funcionários de correspondentes bancários tem recebido indenizações na justiça trabalhista pelo estresse sofrido com assaltos. Câmaras Municipais têm aprovado leis que obrigam correspondentes bancários a adotar medidas de segurança similares a uma agência bancária tradicional, tais como porta giratória, câmaras e vigilância armada. Um contrato com uma empresa de transporte de valores para coleta de valores por caminhão blindado em um centro urbano tem um custo fixo mensal em torno de R\$ 1.700. Em áreas rurais de difícil acesso, cada viagem de um carro forte chega a custar R\$ 1.200.

Lotéricas em centros urbanos chegam a ser assaltadas três vezes ao ano e entidades como a Contraf e a Comissão Consultiva para Assuntos de Segurança Privada da Polícia Federal vêm promovendo o debate sobre o aumento do aparato de segurança para correspondentes bancários,

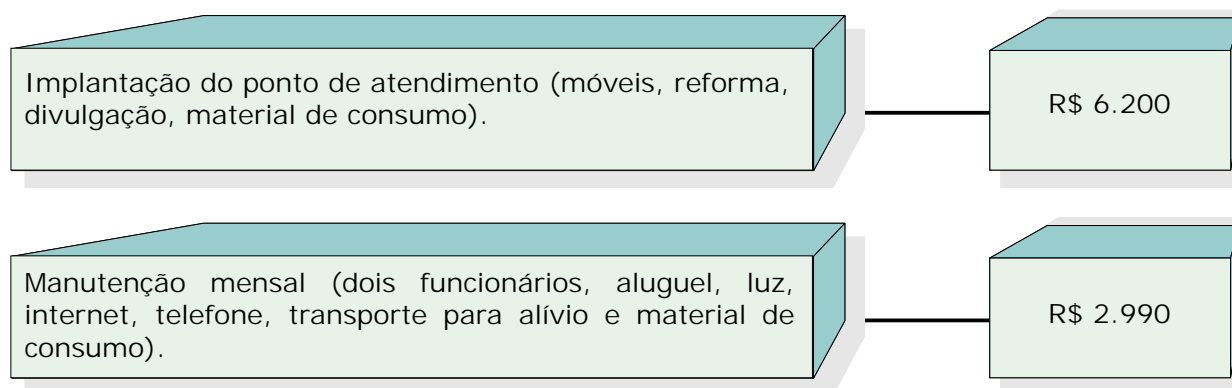
em especial, nas casas lotéricas. A segurança dos bancos comunitários constitui um risco em todo território, mas quando há alianças com as lideranças, associações locais e a prefeitura, os riscos podem ser minimizados devido à influência desses atores sobre os demais setores da comunidade.

Os elevados custos para um sistema de segurança para o banco comunitário, originam o fato de que os alívios diários do numerário são realizados de forma precária. Os funcionários dos bancos comunitários realizam o depósito na agência mais próxima do Banco do Brasil, que pode estar a até 70 km de distância, em veículo próprio ou transporte público, levando, em mãos, valores elevados. Assim, temos que conviver com a contradição de que quanto maior o sucesso, ou seja, o volume de transações de um banco comunitário, maior o volume de numerário a ser depositado em agências do Banco do Brasil, e maiores os riscos de segurança.

Não existem muitas seguradoras que cubram sinistros de numerário de correspondentes bancários. A CARE Brasil orçou esse tipo de seguro em cerca de R\$ 2.000 ao ano, porém a seguradora não quer conceder cobertura para uma rede com menos de 10 pontos de atendimento, o que inviabiliza o seguro para o banco comunitário individual, e não quer segurar bancos comunitários na região metropolitana de São Paulo. As demais seguradoras são ainda mais exigentes que a seguradora encarregada pelo Banco do Brasil, e exigem que os funcionários dos bancos comunitários sejam contratados em regime de CLT para que seja paga a cobertura em caso de sinistro; o que encarece os custos para aqueles bancos comunitários que funcionam com base no trabalho voluntário da comunidade.

O banco comunitário representa um formato inovador e criativo para promover a bancarização em territórios de baixa renda e dinamizar os fluxos econômicos locais. A versão original do banco comunitário constitui uma inovação brasileira na tecnologia financeira solidária. Originário da periferia de Fortaleza, essa inovação nas microfinanças alcançou visibilidade nacional e internacional, e vem exercendo influência tanto sobre as pesquisas acadêmicas como sobre as políticas públicas. Do ponto de vista econômico, porém, esse modelo está calcado em forte estoque de capital social, mediante um significativo comprometimento de trabalho voluntário da comunidade, bem como recorrentes aportes de subsídios, seja por doações internacionais ou mediante convênios com recursos públicos, o que restringe a replicação desse modelo e impede o rápido ganho de escala.

O debate público em torno da implementação de um banco comunitário deve estar condicionado a uma prévia constatação da viabilidade econômica, da demanda social pela iniciativa e da disponibilidade de parceiros locais para compartilhar custos. Para fins de previsão orçamentária, os custos mínimos para um banco comunitário são:



A versão original do banco comunitário foi desenvolvida como correspondente do Banco Popular do Banco do Brasil. Em acordo com os riscos apontados no debate internacional quanto ao envolvimento do setor público com a operacionalização do microcrédito, a utilização da instituição para fins políticos levou à liquidação do Banco Popular e sua incorporação à estrutura do Banco do Brasil. Eliminando assim o tratamento diferenciado que a rede nacional dos bancos comunitários recebia por parte do Governo Federal.

Outras limitações enfrentadas na prática por esse modelo:

1. não existe um canal de atendimento direto entre o caixa do ponto de atendimento e o Banco do Brasil. Para cada problema na máquina POS - o ponto de atendimento eletrônico, ou dúvidas sobre operações, o caixa precisa entrar em contato com o gestor da rede de correspondentes, neste caso a CARE Brasil, para sanar as dúvidas, o que obriga o gestor de rede a contar com um funcionário permanente apenas para atender e supervisionar os aspectos operacionais dos bancos;
2. quando o supervisor da rede busca atendimento para solução dos problemas no Banco do Brasil, inicia-se uma maratona de telefonemas para a sede do banco, pois para cada assunto há um funcionário diferente encarregado, que não trabalha em forma de plantão, ou seja, pode não estar em sua mesa no momento do telefonema, o que gera retrabalho para obter informações atualizadas ou solicitar intervenções do banco no sistema automatizado;
3. as máquinas POS, que o cliente utiliza para passar o cartão e acionar a senha, apresentam problemas recorrentes de funcionamento, sendo frágeis e demandando frequentes trocas, paralisando as operações do banco comunitário naquele dia;
4. para o depósito do numerário na agência do Banco do Brasil mais próximo, o funcionário do banco comunitário tem que se dirigir pessoalmente, em dias de muito movimento até duas vezes ao dia, não recebendo qualquer atendimento preferencial na agência, esperando na fila como todos os demais clientes para ser atendido no caixa;
5. na recente incorporação do Banco Popular pelo Banco do Brasil, foram modificados procedimentos e normas do banco que limitaram a ação do correspondente. Por exemplo, o cliente não pode mais abrir conta simplificada, somente se deslocando até a agência mais próxima do Banco do Brasil. Outra limitação é que problemas como o estorno de recebimento de um documento no banco comunitário, somente pode ser feito pessoalmente na agência do Banco do Brasil mais próxima, com as devidas filas a serem enfrentadas;
6. a sistemática de cobertura dos sinistros é desfavorável ao correspondente bancário. Os bancos comunitários administrados pela CARE Brasil que foram vítimas de assalto, em janeiro e fevereiro de 2010, receberam o pagamento do seguro somente seis meses depois, em julho de 2010, às custas do capital de giro da CARE Brasil;
7. a Caixa Econômica Federal seria uma alternativa para os bancos comunitários em relação às limitações enfrentadas com o Banco do Brasil, mas a cobertura de agências da Caixa é ainda menor que as agências do Banco do Brasil, limitando a possibilidade de efetuar o alívio diário do numerário.

Na configuração atual, onde os bancos comunitários sem fins lucrativos não recebem diferenciação frente aos demais correspondentes bancários, essa tecnologia financeira enfrenta significativas restrições para ser sustentável.



5 - Financiamento

O trabalho da CARE Brasil é financiado por doações de indivíduos e empresas comprometidas com a causa de promoção do desenvolvimento local como instrumento de redução da pobreza. As iniciativas descritas nesta publicação foram possíveis mediante as seguintes doações:

Período	Fonte	Recursos
2005	JPMorgan	R\$ 183.700
	ING Bank	R\$ 52.800
	Fundação Banco do Brasil	R\$ 156.000
2006	Cargill Foundation	R\$ 20.000
	IFC/Banco Mundial	R\$ 135.700
2007	União Europeia	R\$ 50.000
	ABN Amro Foundation	R\$ 25.900
2008	União Europeia	R\$ 50.000
	Kellogg Foundation	R\$ 44.000
	ABN Amro Foundation	R\$ 27.800
	Pfizer	R\$ 50.500
2009	Anglo American	R\$ 460.100
	União Europeia	R\$ 50.000
	Cargill Foundation	R\$ 9.000
	Daimler Chrysler	R\$ 197.900
	Kellogg Foundation	R\$ 44.000
	JP Morgan	R\$ 34.700
	Pfizer	R\$ 51.000
2010	Anglo American Brasil	R\$ 496.500
	Cargill Foundation	R\$ 9.000



Referências bibliográficas

AGENCIA DE DESENVOLVIMENTO SOLIDARIO – ADS (2002) O cooperativismo autêntico e a economia solidária. São Paulo: CUT

ALMEIDA, Victor (2009) Bancos comunitários no Piauí: primeiros passos e seus desafios. Relatório interno CARE Brasil.

AMBROZIO, Antonio (2009) Microfinanças: alcance versus sustentabilidade. Visão do Desenvolvimento No. 67. Rio de Janeiro: BNDES

BANCO CENTRAL DO BRASIL – BCB (2010) Relatório de inclusão financeira. Vol. 1 No.1. Brasília

BANCO DO POVO (2005) Instituição Comunitária de Crédito – Itabuna Solidária: relatório gerencial. Itabuna.

BURIGO, Fabio (2010) Finanças e solidariedade: cooperativismo de crédito rural solidário no Brasil. Chapecó: Editora Argos

CÁRITAS BRASILEIRA (2006) 25 anos de economia popular solidária. Brasília

- CARRARO, Maelis; AGRAWALA, Shardul (2010) Assessing the role of microfinance in fostering adaptation to climate change. Working Paper No. 15. Paris: OECD
- CASSARIN, Luiz (2007) Telefonia celular e redução da pobreza no Brasil. Monografia de Conclusão de Curso. Instituto de Economia. Universidade Federal do Rio de Janeiro
- CASTRO, Carlos (2003) Clube de trocas. Caderno 1. São Paulo: Associação para o Desenvolvimento da Intercomunicação
- CENTRAL ÚNICA DOS TRABALHADORES – CUT (2001) Desenvolvimento local e economia solidária: propostas de políticas públicas municipais. São Paulo: CUT
- COHEN, Monique; HOPKINS, Danielle; LEE, Julie (2008) Financial education: a bridge between branchless banking and low-income clients. Washington: Microfinance Opportunities
- DIKAIOS (2007) Análise de sustentabilidade do projeto Banco Palmas. São Paulo: Fundação Brava
- DUARTE, Rosina (2000) Instituição Comunitária de Crédito Portosol: o grande desafio de financiar pequenos. Porto Alegre: Prefeitura Municipal/BNDES/GTZ
- FEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE BANCOS (2005) Bancarización para la mayoría: microfinanzas rentables y responsables. New York: Women's World Banking
- FELTRIN, Luiz; VENTURA, Elvira; DODL, Alessandra (Coord.) (2009) Perspectivas e desafios para a inclusão financeira no Brasil: Visão de diferentes atores. Brasília: Banco Central
- FOSCHIATTO, Paola; STUMPO, Giovanni (2006) Políticas municipales de microcrédito: un instrumento para la dinamización de los sistemas productivos locales, estudios de caso en América Latina. Santiago de Chile: CEPAL/Cooperazione Italiana
- INSTITUTO DE ESTUDOS DO TRABALHO E SOCIEDADE – IETS (2010) Primeira análise da pesquisa socioeconômica e do perfil de gestão de risco das populações dos morros Santa Marta, Babilônia e Chapéu Mangueira. Rio de Janeiro.
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA (2009) Transformações na indústria bancária brasileira e o cenário de crise. Comunicado da Presidência No. 20. Brasília
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA (2011) Bancos: exclusão e serviços. Sistema de Indicadores de Percepção Social 5. Brasília.
- MICK, Jacques (2004) O caráter social do crédito: microcrédito, combate à pobreza e desenvolvimento alternativo – a expectativa brasileira e o caso do Portosol (1996-2002) Tese de Doutorado. Florianópolis. UFSC.
- MICROCAPITAL TEAM (2005) Why are so few microbanks profitable? Artigo publicado em Set 2005 em: www.microcapital.org
- NASCIMENTO, Bruno; QUINTELLA, José; CORRÊA, Marcello; LIBUTTI, Rogério (2008) Microfinanças e o microcrédito como instrumentos para potencializar a sustentabilidade de bancos comunitários. Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização. UnB/UFBA
- SEGUNDO, João (2000) Desenvolvimento local sustentável: o exemplo da Associação de Moradores do Conjunto Palmeira com o Banco Palmas. Fortaleza: Prorenda Urbano/GTZ
- SEGUNDO, João; MAGALHÃES, Sandra (2009) Bancos comunitários. p. 21-26 Revista Mercado de Trabalho No. 41 Tema Economia Solidária e Políticas Públicas. Brasília: IPEA
- SILVA JÚNIOR, Jeová (2006) Relatório de avaliação: projeto de apoio à organização de bancos comunitários. Fortaleza: Instituto Banco Palmas.
- SILVA JÚNIOR, Jeová (2007) Bancos comunitários e desenvolvimento territorial: analisando as singularidades destas experiências de microfinanças solidárias. VI Conferência Regional ISTR para América Latina. Salvador: ISTR e CIAGS/UFBA
- SOARES, Claudia (2006) Moeda social – uma análise interdisciplinar de suas potencialidades no Brasil contemporâneo. Tese de doutorado. Florianópolis. UFSC.
- SOARES, Marden; SOBRINHO, Abelardo (2008) Microfinanças – O papel do Banco Central do Brasil e a importância do cooperativismo de crédito. Brasília: Banco Central
- TEIXEIRA, Enise (Org) (2009) Inovação, aprendizagem e capacitação nas micro, pequenas e médias empresas. Ijuí: Editora Unijui.
- UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (2004) Business Development Services: How to guide. Bratislava.



CONVITE AOS MORADORES DO JARDIM CIPRESTE

Palestra gratuita sobre EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Quem tem pouco dinheiro e muitos compromissos deve saber controlar suas finanças, para não cair em armadilhas e passar mais dificuldades. É preciso aprender a fazer bom uso e melhor aproveitar o seu dinheiro.

Venha saber como cuidar bem do seu dinheiro!

- **Tragam suas crianças, haverá atividades e livros para elas**
- **Data:** 26 de junho de 2010 das 14h. às 18h.
- **Local:** Rua Bela Vista, 119 (salão da Assembléia de Deus)
- **Inscrições** até dia 23 de junho no Banco Popular, Clube de Mães e Associação de Moradores do Jardim Cipreste.

Realização:



Apoio



UTILIZE NOSSA MOEDA SOCIAL CIRCULANTE

O QUE É UM BANCO COMUNITÁRIO?



O Banco Comunitário é um sistema integrado de crédito, produção, comércio e consumo que tem permitido aumentar as oportunidades de geração de renda e redução da exclusão social local com uma metodologia completamente original.

Com base na tecnologia social desenvolvida pelo Instituto Banco Palmas de Fortaleza, está sendo implantado em São João do Arraial, tendo em vista a promoção local da geração de trabalho e renda para os mais pobres.

O Banco Comunitário dos Cocais oferecerá inicialmente os seguintes serviços:

- Crédito produtivo com aval de vizinhança (em moeda nacional - R\$);
- Crédito para o consumo (em moeda social circulante local "Cocal");
- Correspondente bancário (possibilitando abertura de conta corrente, recebimento de contas bancárias, boletos, pagamentos em geral);
- Capacitação em economia solidária e organização da comunidade com visita a promoção do desenvolvimento local.

Av. Vicente Augusto, 681 - Centro - CEP 64.155 00
São João do Arraial - PI - Telefone: (86) 3385 1106
E-mail: bancodoscocais@terra.com.br

Execução



Parceiros



Convite

A CARE Brasil e a RealMicrocrédito Assessoria Financeira convidam você para a inauguração do Posto de Atendimento da RealMicrocrédito em Perus.

O microcrédito é um empréstimo de valor pequeno voltado a proprietários de pequenas negócios. O objetivo é ajudar no desenvolvimento econômico e social dessas pessoas. Participe conosco deste momento importante no crescimento da região.

Realização:



Contamos com sua presença!

Quando: 29/08/2005, às 10h
Onde: Escritório local da CARE
Praça Luiz Nery, 174
Sala 1 - Centro - Perus - SP
Informações: 11 3919-4293

somando forças até o fim da pobreza

Somando forças até o fim da pobreza



TARTARUGA MARINHA