

CLEBSON SANTA BARBARA VITÓRIO

O MICROCRÉDITO - ESTUDO DE CASO DO CEAPE FEIRA DE SANTANA-BA
DE 1999 A 2003.

Feira de Santana, julho de 2004

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO: CIÊNCIAS ECONÔMICAS

O MICROCRÉDITO - ESTUDO DE CASO DO CEAPE FEIRA DE SANTANA-BA
DE 1999 A 2003

Clebson Santa Barbara Vitória

Trabalho monográfico apresentado
como requisito para complementação
dos créditos do curso de graduação de
ciências econômicas, sob a orientação
do professor Luiz Coêlho Araújo.

Feira de Santana-BA

Julho de 2004

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas que colaboraram direta ou indiretamente para a realização deste trabalho, em especial a meus pais que sempre estiveram presentes e sonharam com este momento, a minha irmã Carla companheira de idas e vindas, à Flávia, aos meus amigos de universidade e trabalho e ao professor Coêlho, por acreditar no meu potencial e na minha capacidade de concretizar este estudo.

RESUMO

A concessão de crédito a população de baixa renda, em especial a microempreendedores de pequeno porte, é um instrumento de uma política de democratização do sistema financeiro que vem sendo explorados nos últimos anos em países em desenvolvimento. Desde sua criação, em Bangladesh em meados dos anos 70, pelo economista Muhammad Yunus, as operações de créditos se multiplicaram em todo o mundo, apoiando iniciativas de pequeno porte dos setores formais e informais. Este trabalho identifica o caráter social do microcrédito, principalmente no que se refere à inclusão social, geração de emprego e renda. Baseando-se em pesquisas bibliográficas, documentais e levantamento de campo, com o estudo de caso a partir da coleta de dados primários, secundários e contatos formais e informais com pessoas especializadas no assunto, e posteriormente fazendo análise individuais abordando macroindicadores e outras informações institucionais da agência CEAPE/FSA. Conclui-se que o CEAPE/FSA passa por um processo de evolução no seu quadro técnico administrativo em busca de sustentabilidade financeira, através do aprimoramento da qualidade de sua carteira de crédito, e tendo como objetivo integrar grande parcela de microempreendedores excluídos do crédito, e, conseqüentemente, colaborar de forma positiva para estimular empreendimentos de baixa renda, formando e aperfeiçoando empreendedores através de orientação e capacitação, visando assim contribuir para a sua sustentabilidade sócio-econômica.

Palavras-Chaves: Microcrédito; CEAPE; Microempreendedor; Inclusão Social; Feira de Santana, Sustentabilidade.

ABSTRACT

The concession of credit to the population of low income, in special the small- entrepreneurs of small transport, is an instrument of one politics of democratization of the financial system that comes being explored in the last years in country in development. Since its creation, in Bangladesh in middle of years 70, for economist Muhammad Yunus, the operations of credits if had multiplied in the whole world, supporting initiatives of small transport of the formal sectors and informal. This work identifies the social character of the small credit, mainly in that if it relates to the social inclusion, generation of job and income. Being based on bibliographical research, you register and field survey, with the study of case from the collection of primary, secondary data and formal and informal contacts with people specialized in the subject, and later making it analyzes individual approaching others indicators of information of the CEAPE/FSA agency. One concludes that the CEAPE/FSA passes for a process of evolution in its picture administrative technician in search of financial sustentable, through the improvement of the quality of its wallet of credit, and having as objective to integrate great parcel of small entrepreneurs excluded from the credit, and, consequently, to collaborate of positive form to stimulate enterprises of low income, forming and perfecting enterprising through orientation and qualification, thus aiming at to contribute for its sustentable partner-economic.

Key words: Small- credit; CEAPE; Small- entrepreneurs; Social inclusion; Feira de Santana, Sustentable.

SUMÁRIO

	Página
1. Introdução.....	8
1.1 Abordagem geral - O que é Microcrédito.....	10
1.2 O Microcrédito: Aspectos Históricos.....	11
1.3 O Microcrédito no Brasil.....	15
1.4 As Principais Características do Microcrédito (Abordagem Metodológica).....	18
2. A Dimensão Potencial do Microcrédito.....	21
2.1 A Oferta e Demanda do Microcrédito.....	22
2.2 Legislação do Microcrédito.....	26
2.3 O Microcrédito e os Desafios Atuais.....	29
3- O Sistema CEAPE.....	32
3.1 Histórico e Objetivos	33
3.2 O CEAPE em Feira de Santana.....	35
4- Índices e Informações do CEAPE em Feira de Santana.....	40
4.1 Adimplentes; Indicadores e Relatos de Experiências.....	42
4.2 Inadimplentes; Indicadores e Análise de Dados e Índices.....	46
4.3 A Recuperação de Crédito no Microcrédito.....	48
4.4 Expectativas do CEAPE/FSA, quanto à Oferta e à Adimplência dos tomadores de Microcrédito.....	50
5- Considerações Finais.....	52
6- Referências.....	55

INTRODUÇÃO

Este trabalho monográfico apresenta algumas reflexões sobre as potencialidades do microcrédito e em especial os desafios do CEAPE Feira de Santana. A partir de elementos de avaliação da trajetória do programa CEAPE no Brasil, onde são examinadas suas características, potencialidades e, finalmente o seu papel de desenvolvimento local.

Na elaboração deste trabalho foram encontradas algumas dificuldades, entre elas, a coleta de dados na instituição devido a alguns problemas de índices apresentados pelo sistema Infocred do programa CEAPE, a carência de trabalhos literários sobre microfinanças, visto que existem pouquíssimas pesquisas na área de microcrédito e a disponibilidade de informação escrita é mínima, assim utilizando-se de conhecimentos práticos e atuais, devido a experiência profissional por trabalhar na área de microcrédito.

Foram expostos exemplos históricos, casos de sucessos e situações favoráveis á implementação do crédito popular, verificando-se com os números, que em países em desenvolvimento, como o Brasil, cheios de desigualdades, desemprego e pobreza podem usufruir-se do microcrédito.

Dentre os referenciais que foram utilizados, tomou-se como base o livro “O Banqueiro dos pobres” de Muhammad Yunus, que foi o propulsor do crédito popular no mundo. Um livro que mostra que o microcrédito pode constitui-se numa estratégia eficaz para combater a pobreza, sem grande risco para o financiador e com grandes benefícios para os pobres.

Saindo da abordagem histórica, passou-se a analisar por uma visão macroeconômica do microcrédito no Brasil, que teve grande abrangência após a estabilização econômica, influenciando a exploração do mercado pelas ONGs, principalmente na região Nordeste, como visto na análise de demanda e oferta do crédito popular no país.

No Brasil, o CEAPE foi o pioneiro na implementação do microcrédito através do CEAPE-RS, denominado CEAPE Ana Terra que influenciou na construção de uma estrutura, metodologia, parcerias e projetos para captação de recursos e ampliação do que hoje é o Sistema CEAPE, com abrangência de 11 Estados e o comprometimento de apoio aos pequenos empreendedores e desenvolvimento econômico-social.

No ultimo capítulo, foi feita a análise dos índices e informações do CEAPE/FSA no ano de 1999 a 2003, onde a empresa tem um papel importante no cenário local com apoio financeiro, orientação e capacitação a pequenos empreendedores, influenciando na geração de emprego e renda, além da busca de qualidade de carteira e sustentabilidade.

A abordagem geral desta monografia se deu numa visão critica, centrada na realidade, em que o objeto estudado se relaciona diretamente com as questões teóricas e empíricas, ou seja, o estudo foi efetuado de forma que a teoria nos desse uma visão que, confrontando com a realidade, pudesse servir de base para uma análise crítica.

Diante dessas ações, verificou-se que o microcrédito vem trazendo benefícios para a população, através das entrevistas feitas com os beneficiários do crédito popular e também a participação do CEAPE-Ba na cidade Feira de Santana e microrregião com dados e índices significativos, feitos através de pesquisas realizadas na empresa, que mostraram as suas potencialidades e deficiências.

1.1 Abordagem Geral: O que é Microcrédito

A acumulação do capital e a exclusão social resultante do modo de produção capitalista são fatores preponderantes para as diferenças sociais, culturais e econômicas nas diversas nações mundiais, dando margem ao surgimento do microcrédito, que é uma forma de democratização do acesso ao crédito, fundamental para a vida moderna, do qual grande parte da população está excluída. A disponibilidade de crédito para empreendedores de baixa renda, capazes de transformá-lo em riquezas para eles próprios e para seu país, faz do microcrédito parte importante das medidas favoráveis ao desenvolvimento econômico, por sua capacidade de gerar renda e empregos para a população de baixa renda em todo o mundo.

Este desenvolvimento pode existir através da geração de trabalho e renda para as famílias usuárias do crédito, com o favorecimento de formas alternativas de ocupação e o aumento da produtividade dos pequenos empreendimentos. Também é ferramenta importante no processo de combate a pobreza, na medida em que o acesso ao crédito produtivo contribui para melhoria da qualidade de vida do segmento pertencente à base da pirâmide econômica e social.

Dentro desta moldura, definimos o microcrédito como sendo a concessão de empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e microempresas sem acesso ao sistema financeiro tradicional, principalmente por não terem como oferecer garantias reais; é um crédito destinado à produção (capital de giro e investimento) e concedido com o uso de metodologia específica (GALVÃO, 1998).

É importante, no entanto, distinguir o “microcrédito” das “microfinanças”. O primeiro é “o ato de emprestar recursos próprios ou de terceiros para capital de giro ou investimentos”, enquanto as microfinanças vão além do empréstimo, incluindo outros serviços financeiros, como captação de poupança, seguro, crédito para consumo e participação no mercado de capitais.

O microcrédito pode causar impacto social, que, mesmo de difícil mensuração, é reconhecidamente positivo, resultando em melhores condições habitacionais, de saúde e alimentar para as famílias usuárias, além de contribuir para o resgate da cidadania, com o correspondente fortalecimento da dignidade, a elevação da auto-estima e a inclusão em novos patamares de educação e consumo para os seus beneficiários.

1.2- O Microcrédito- Aspectos Históricos

O crédito popular ou microcrédito nasceu da necessidade de se criar uma alternativa de crédito para as pessoas físicas e jurídicas, dos setores formal e informal, que não tem acesso ao sistema bancário tradicional e desejam montar, ampliar ou obter capital de giro para um pequeno negócio. Pode-se dizer que enquanto o sistema de crédito tradicional está calçado nas agências, nas suas normas e procedimentos de crédito, o microcrédito está baseado na figura do agente de crédito e na avaliação subjetiva relativa às intenções e potencialidades do cliente. (SILVA, 2002).

“O microcrédito é a forma de concessão de crédito à população pobre, ou muito pobre, de forma sistematizada e que inclui alguns procedimentos que não são adotados pelo sistema de crédito tradicional, que por sua vez, prevê utilização mínima indispensável de burocracia e a flexibilidade quanto à garantia de pagamento do crédito concedido” (O QUE É MICROCRÉDITO, 2001).

A primeira manifestação de microcrédito da qual se tem notícia ocorreu no sul da Alemanha em 1846. Denominada Associação do Pão, ela foi criada pelo pastor *Raiffeisen*, após um rigoroso inverno que deixou os fazendeiros locais endividados e na dependência de agiotas. O pastor cedeu-lhes farinha de trigo para que, com a fabricação e comercialização do pão, pudessem obter capital de giro. Com o passar do tempo, a associação cresceu e transformou-se numa cooperativa de crédito para a população pobre (O QUE É MICROCRÉDITO, 2001).

Em 1900, um jornalista da Assembléia Legislativa de Quebec criou as *Cases Populares*, que, com a ajuda de 12 amigos reuniu o montante inicial de 26 dólares canadenses para emprestar aos mais pobres. Atualmente, estão associados aos *Cases Populares* cinco milhões de pessoas, em 1.329 mil agências (O QUE É MICROCRÉDITO, 2001)

Nos Estados Unidos, em 1953, Walter Krump, presidente de uma metalúrgica de Chicago, criou os "fundos de ajuda" nos departamentos das fábricas, onde cada operário participante depositava mensalmente U\$ 1.00 destinado a atender aos associados necessitados. Posteriormente, os fundos de ajuda foram consolidados e transformados no que foi denominado Liga de Crédito. Após esta iniciativa, outras se sucederam, existindo atualmente, a Federação das Ligas de Crédito, operadas nacionalmente e em outros países (idem).

Provavelmente, entre 1846 e 1976, muitas outras manifestações pontuais e isoladas devem ter ocorrido ao redor do planeta com características de microcrédito, porém o grande marco que desenvolveu, difundiu e serviu de modelo para popularizar o microcrédito foi à experiência iniciada em 1976 em Bangladesh, pelo professor de Economia Muhammad Yunus, da universidade de Chittagong, no ano de 1976 (ibdem).

Muhammad percebeu que nos arredores da universidade existiam pessoas muito pobres que não tinham acesso ao crédito convencional e muitos recorriam a agiotas para financiar suas atividades produtivas. Com o seu próprio dinheiro e com a ajuda dos alunos, o professor começou a conceder pequenos empréstimos a uma parte da população, baseando-se na confiança e o empreendedorismo dos comerciantes e com esta experiência de sucesso nasceu da perseverança, crença e das pesquisas do economista Muhammad Yunus, que conseguiu financiamento e doações junto a bancos privados e internacionais para criar o Grameen Bank em 1976. A instituição já contabiliza hoje mais de um bilhão de empréstimos a mais de dois milhões de pessoas.

Na época, o professor Yunus dirigia o Departamento de Economia da Universidade de Chittagong e impressionou-se com a incapacidade das teorias econômicas de oferecer explicações convincentes com relação ao problema do pauperismo (BANCO DO POVO E MICROCRÉDITO, 2002).

Essa entidade, de caráter privado, sendo autogerida e auto-sustentada, definiu bem seu público alvo, não operando com pessoas detentoras de garantias reais, ou seja, com acesso ao crédito na rede bancária convencional. Sua proposta é trabalhar fornecendo microcrédito com baixas taxas de juros e longo prazo para amortização. Além disso, canaliza seus recursos em favor de famílias realmente situadas abaixo da linha da pobreza, excluídas de toda a possibilidade de acesso aos bancos tradicionais.

Na concepção do professor Yunus (BANCO DO POVO E MICROCRÉDITO, 2002), enquanto os pobres trabalham em excesso e geram riquezas, os intermediários, agiotas e empregadores ficam com os frutos dos seus trabalhos. Quando fundou o Grameen Bank os pobres não tinham nenhum acesso ao crédito institucional porque eles não podiam fornecer garantias e o sistema os mantinha presos aos débitos.

Yunus tinha ainda como princípio a valorização do “auto-emprego”, isto é, a atividade por conta própria como uma das formas mais eficazes de reduzir o desemprego ou subemprego. Para ele, o trabalho assalariado tenderia sempre a ser insuficiente para absorver a mão-de-obra disponível. Mesmo nos países desenvolvidos, fica clara a tendência para expansão do trabalho autônomo. Assim, o crédito aos pobres destinava-se às atividades geradoras de renda desenvolvida sob responsabilidade direta dos mutuários e das famílias.

Atualmente o Grameen Bank funciona em mais de 35 mil comunidades de Bangladesh e emprega 14 mil funcionários. No ano de 2000, forneceu U\$380 milhões em empréstimos e provisionou cerca de U\$ 3,62 milhões. A adimplência dos empréstimos chega a mais de 96%, a inadimplência corresponde aproximadamente a 4% taxa extremamente baixa na visão do sistema bancário (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2002).

Vale ressaltar que a análise dos índices de adimplência e inadimplência é totalmente diferente do sistema bancário, pois o Grameen Bank usa uma definição segundo o qual um empréstimo só entra na inadimplência depois de dois anos de atraso nos pagamentos, em vez dos trinta dias que se usam em outros casos. Para o banco como um todo, 19% dos empréstimos estão atrasados em pelo menos um ano e nos dois casos de “sucesso”

do banco no norte de Bangladesh, ainda com essa definição, 10% dos empréstimos estão inadimplentes, dobrando a taxa que normalmente se cita 5% (PEARL & PHILLIPS, 2001).

O Grameen é uma instituição privada, com 90% do capital em poder de particulares e 10% pertencente ao governo, sendo a participação dos particulares referente aos mutuários, ou seja, os tomadores de crédito, que podem ser chamados de clientes e donos da instituição. O banco goza de um conceito internacional elevado. Varias agências das Nações Unidas, fundações particulares, governos dos EUA e Europeus depositam dinheiro no Grameen Bank, compondo, assim, sua base de empréstimos. (SANTIAGO, 2001).

O surgimento desse banco estimulou a criação de entidades similares e sem fins lucrativos, em diversos países, especializadas no atendimento a microempreendedores. São exemplos: O Bank *Rayat* (Indonésia), *Bancosol* (Bolívia), *Corposol* (Colômbia), o *BanGente* (Venezuela), o *Fossis* (Chile), o *Fogai* (Peru), entre outros (BANCO DO MICROCRÉDITO, 2002)..

Atualmente o microcrédito, já desperta interesse dos mais distintos grupos econômicos e sociais, além de personalidades do cenário político mundial, desde George Soros (megaespeculador internacional), Hillary Clinton (senadora dos EUA e esposa do ex-presidente Bill Clinton) organismo da ONU (Unicef, Unesco, FAO), até grandes organizações financeiras transnacionais (Banco Mundial, *Chase*, *Citibank*, *Wellsfargo*, *Mastercard*) além de organismos de referencia sobre o assunto, como o *Microcredit Summit*, *Acción Internacional*, *Rotaryclub e Partners Brothers* (idem).

Na América Latina, a média de crescimento no mercado de microcrédito é de 50% ao ano, registrando 670 mil mutuários e uma carteira de ativos em torno de U\$\$ 300 milhões. O microcrédito atinge hoje 43 países, beneficiando mais de oito milhões de pessoas. Numa conferência sobre microcrédito, realizada em Washington, em fevereiro de 1988, estimou-se que 25% da população economicamente ativa (12,5 milhões) têm como fonte de trabalho e renda o pequeno empreendimento, ou seja, à frente desse tipo de empreendimento predominam grupos mais vulneráveis da população nacional, sem

acesso ao crédito, pois sequer têm conta bancária. Estimou-se também que oito milhões de famílias pobres ao redor do mundo já estavam recebendo crédito para auto-emprego (GALVÃO, 1998).

Considerando-se uma meta mundial de beneficiar 100 milhões de famílias pobres até o ano de 2005, ainda precisariam ser incluídas 92 milhões de famílias. Destas, quatro milhões vivem nos países industrializados e 88 milhões nos países em desenvolvimento, a exemplo do Brasil. Somente nos EUA existem 300 programas de crédito popular, atingindo cerca de 40 a 50 mil famílias por ano. Estima-se que microempresários e cooperativas de crédito movimentarão, até 2005, U\$\$1,344 bilhão no mundo em desenvolvimento.(GALVÃO, 1998).

Os dados são significativos, mas ainda não garantem uma escala operacional para que todas as instituições de microcrédito sejam sustentáveis. Há muito que ser feito para expandir as atividades de microcrédito no mundo e vários produtos oriundos de discussões estão em processo de implementação a fim de atender uma demanda em expansão e carente de incentivo institucional e financeiro.

1.3 - O Microcrédito no Brasil

No Brasil, o microcrédito é também uma atividade recente. Entretanto, os programas nacionais ainda não alcançaram uma escala operacional como as verificadas em outros países com tradição de microcrédito na América Latina e na Ásia. Apesar disso, algumas experiências nacionais vêm alcançando relativo sucesso.

Há seis modalidades de instituições ou programas que atuam diretamente com a concessão de crédito popular no Brasil: Não-governamentais (ONG'S), Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM's), Organizações de Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP's), programas governamentais, cooperativas e linhas de crédito especiais disponibilizados pelos bancos comerciais ou agências de

fomento/desenvolvimento (principalmente instituições públicas). São estas instituições que, na maioria dos casos, são chamados de Banco do Povo. Esta nomenclatura é apenas um nome fantasia, pois na verdade trata-se de programas de financiamento às instituições de microcrédito.

Nos anos 70, as organizações não-governamentais (ONG's) foram pioneiras na introdução do microcrédito no país, sendo que o projeto UNO, em Recife, foi o primeiro. Posteriormente, cerca de 50 ONG's foram criadas em uma área em todo o Brasil. As maiores e mais antigas pertencem aos 13 CEAPes, filiados a Acción Internacional, que recebem recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento-BID (MICROCRÉDITO, 2002).

Em 1975, foi fundada a Visão Mundial, uma organização cristã não governamental, com títulos de utilidade pública federal e Conselho Nacional de Assistência Social, que tem como parceria internacional com a World Vision e atua em mais de 90 países, inclusive o Brasil, na cidade de Salvador. A partir de 1984, foram criadas algumas agências do Banco da Mulher, associadas ao Women's Word Banking e hoje já são sete filiais em todo o país, entre elas, a sede de Salvador (BA).

Nos anos 90, foi à vez de os governos estaduais e municipais se interessarem pelo setor. A Instituição Comunitária de Crédito Portosol, de Porto Alegre, foi a primeira do gênero. Em Santa Catarina, oito ONG's já contaram com a participação governamental, através do Banco de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina (BANDESC).

O Instituto Brasileiro de Administração Municipal (IBAM) apresentou o resultado mais significativo no Congresso de Microfinanciamento, realizado no Rio de Janeiro, no ano de 1999. O microcrédito movimentou no Brasil empréstimos superiores a R\$250 milhões, além de gerar uma importante discussão sobre os caminhos abertos ao setor de microfinanças.

Cada instituição tem o seu procedimento e todas visam ocupar um papel estratégico no campo das políticas públicas, direcionado a geração de trabalho e renda, portanto o crédito passou a ser visto não como uma política compensatória, mas como elemento de

uma perspectiva mais ampla da integração de empreendimentos formais e informais no processo de desenvolvimento, dentro de uma ótica não excludente.

Acredita-se que o papel das políticas públicas é o de criar uma cultura do microcrédito e fazer multiplicar as instituições civis não ligadas ao governo que concedam crédito popular, segundo critérios do interesse público e não apenas como uma oportunidade mercantilista para a busca de lucros. Parte-se do pressuposto, de que não se deve basear o microcrédito em recursos públicos e concede-lo a taxas que não remunerem o custo de oportunidade desses recursos (IBAM, 2001).

A partir dessa perspectiva, o microcrédito está ganhando força, conquistando espaço e importância econômica cada vez maiores. O crédito popular age, com seu efeito multiplicador, buscando integrar micro e pequenos negócios formais e informais ao processo de desenvolvimento econômico.

Ciente desse fato, o Governo Federal criou, em 1994, na esfera do Ministério do Trabalho, o Programa de Geração de Emprego e Renda (PROGER). Este programa, além de fornecer crédito, presta assistência técnica, gerencial e de mercado aos microempreendimentos financiados.

Em julho de 1996, a partir de proposta do Programa Comunidade Solidária, o Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES) criou o programa de crédito produtivo popular, com duas vertentes: o BNDES Trabalhador, que já repassou R\$15 milhões a um projeto que conta com a parceria do governo baiano, e o BNDES Solidário, com uma carteira de crédito de R\$29,5 milhões, repassados a 23 ONG's que operam com microcrédito em 15 Estados (GALVÃO, 1998).

Até 1999, as ONG's que trabalhavam na concessão de microcrédito ainda estavam no mesmo patamar dos agiotas, ou seja, na ilegalidade, pois até então o Governo brasileiro não tinha estabelecido normas para o seu funcionamento e orientação. A regulamentação do microcrédito no Brasil foi realizada pelo BACEN através da Resolução 2067, de 02 de agosto de 1999, permitindo às Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público

(OSCIP's) e às Sociedades de Crédito aos Microempreendedores (SCM's) operar cobrando taxas de 12% a.a, isentas da Lei da Usura (BARONE *et al.*, 2002).

No ano de 2003 com o objetivo de expandir o microcrédito no país, foi criada uma nova legislação para o setor, apoiada pelo BNDES com a finalidade de expandir a oferta de crédito no país, apoiando pequenos empreendedores e reduzindo as desigualdades sociais através da geração de emprego e renda. Essas ações integradas dos diversos setores do governo viabilizaram a democratização do sistema financeiro, em vários setores, facilitando assim a operação de microcrédito.

No Brasil, o quadro de insipiência ainda é percebido, com algumas exceções, como a Rede CEAPE, o Portosol (RS) e o banco do povo de Santo André (SP). No ano de 1999, o melhor resultado no Brasil foi o do CEAPE/PE, com 456 clientes por agentes de crédito. Já na África do Sul, o State Bank obteve a marca de 10.000 empréstimos por agente de crédito, mostrando que, no Brasil, o microcrédito ainda necessita de evolução, apesar de ter obtido resultados e gerado muitas experiências desde o final dos anos 70 (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2002).

1.4 - As Principais Características do Microcrédito (Abordagem Metodológica).

As iniciativas não-governamentais têm características próprias de financiamento, mas buscam o constante aperfeiçoamento do seu corpo técnico, responsável pela avaliação criteriosa de cada pedido de crédito. Atuam por um modelo de financiamento que obedece a lógica de mercado, cobrando juros reais e formulando mecanismos de punição aos inadimplentes. O acesso é ágil, simplificado e desburocratizado. Conseqüentemente, isso afasta o caráter compensatório do assistencialismo, que em geral caracteriza muitas políticas sociais no país.

O microcrédito é uma linha de crédito diferenciada do sistema financeiro, pois trabalha à disposição do pequeno empreendedor, formal ou informal, para fortalecimento da sua

atividade produtiva. Utiliza-se de uma metodologia própria voltada para o perfil e as necessidades dos empreendedores, estimulando sua atividade e conseqüentemente gerando ocupação, emprego e renda as populações mais carentes (O QUE É MICROCRÉDITO, 2001).

O microcrédito possui uma metodologia específica, caracterizada pelo crédito produtivo, ou seja, para um determinado segmento da economia e gerenciados por pessoas de baixa renda, e não se destina a financiar consumo. Outro fator é a ausência de garantias reais para respaldá-lo, sendo somente necessário a formação de um grupo solidário de três a cinco pessoas com pequenos negócios e com necessidade de crédito, tendo o aval solidário, que é o compromisso de assumir as responsabilidades pelos créditos de todo o grupo.

Para aqueles empreendedores que não queiram participar desse aval solidário, outra opção, é a apresentação de um avalista/fiador que preencha as condições estabelecidas pela instituição de microcrédito. Barone *et al.* (2002), em introdução ao microcrédito cita:

“O caráter informal de grande parte dos pequenos negócios, o valor reduzido das operações de microcrédito, a ausência de garantias reais nas operações e a formação sócio-cultural dos pequenos empreendedores requerem procedimentos específicos no processo de concessão de microcrédito”.

No microcrédito existe um personagem principal para o encaminhamento de quase todo o processo de concessão de crédito, que é o agente de crédito, elo de ligação entre a instituição de microcrédito e o tomador. O agente adota uma postura onde suas atitudes, linguagem e abordagem devem levar em considerações o perfil do seu cliente, concedendo informações e orientações essenciais para o êxito do negócio.

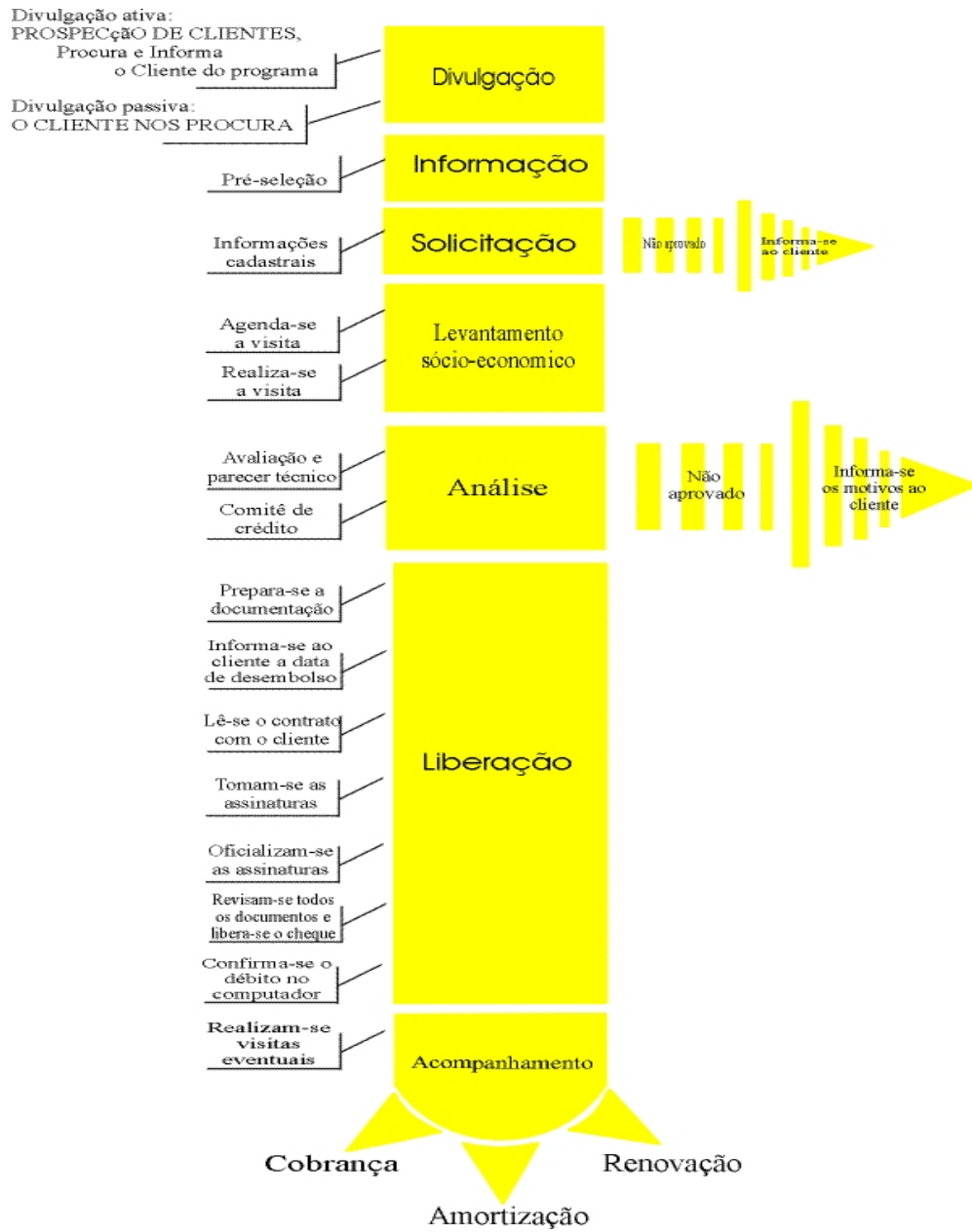
Outro aspecto importante é o planejamento das atividades. Cada agente de crédito assume uma região da cidade na qual concentra seus clientes, permitindo assim, que, ao visitar um novo cliente, ele acompanhe os outros empreendedores. Cada agente pode ter uma carteira que varia em média de 250 a 300 clientes, sendo responsável diretamente pela concessão e recuperação dessa carteira.

Embora sejam grandes as diferenças entre os negócios apoiados, existem algumas características comuns para as operações de microcrédito: empréstimos de pequenos valores, média em torno de R\$1.000,00; prazos de pagamentos curtos, possibilidades de renovações e empréstimos com valores crescentes de acordo com a pontualidade nos pagamentos e os limites estabelecidos pela instituição; percebendo-se que essas características tornam-se uma espécie de “círculo virtuoso”, já que o tomador é incentivado a pagar em dia para concessão de um novo empréstimo.

O grau de inadimplência aceitável da carteira de microcrédito não deve exceder a 5%, pois poderá prejudicar a sustentabilidade da instituição de microcrédito, mas existe ainda uma flexibilidade de operações. Quando excede 10% de inadimplência, a organização se vê obrigada à paralisação da carteira de crédito (BARONE *et al.*, 2002).

Dentre as características distintas do microcrédito deve-se ressaltar o baixo custo de transação do crédito pela proximidade do cliente com o mínimo de burocracia e agilidade na entrega do crédito em contraste com o elevado custo operacional, pois essa eficiência administrativa, requer um uso de tecnologia atualizado, com sistemas integrados de informações financeiras e contábeis que elevam a sua eficiência e produtividade.

Assumidamente, o impacto positivo do microcrédito na economia é a sua principal característica, pois permite o acesso ao crédito ao pequeno empreendedor, fortalecendo sua atividade, gerando renda, emprego e melhorias na sua qualidade de vida. A figura 1, a seguir, demonstra o fluxo operacional do microcrédito, desde a apresentação do programa ao cliente até a amortização, ou renovação do empréstimo.



Fonte: SEBRAE. Disponível no site: [www..sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br).

2. A Dimensão Potencial do Microcrédito

As conquistas alcançadas pelo setor de microcrédito no Brasil, nos últimos anos, são evidentes. Sua inserção e o impacto que provoca na realidade social das famílias o tornou um efetivo instrumento de combate à pobreza.

No Brasil, a economia enfrenta séria recessão, altos índices de desemprego e inadimplência decorrente do pouco investimento no capital produtivo e da queda de renda dos trabalhadores. Fica assim evidente a necessidade da participação das instituições de microcrédito no país, pelo aumento do setor informal e a fragmentação do capital para a geração de emprego e renda, pois dados reunidos pelo economista Marcio Pochmann mostram que cerca de 4% das famílias mais ricas do Brasil respondem por 1/3 de toda renda familiar do país (AGÊNCIA FOLHA E REDAÇÃO¹, 2004).

Estima-se que no Brasil mais de 9,5 milhões de pequenos empreendimentos, envolvendo cerca de 13 milhões de pessoas, não possuem acesso ao crédito junto ao sistema financeiro tradicional. Assim, além de se apresentar como uma excelente oportunidade de negócio, o microcrédito é tido pelas organizações nacionais e internacionais como a alternativa mais promissora de se possibilitar aos pequenos empreendedores, sobretudo aqueles mais carentes da sociedade, o acesso ao crédito (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2002).

Evidente que pela oferta de clientes, o microcrédito tem muito a progredir, mas possui números significativos relativamente ao pouco tempo de atuação no mercado brasileiro. Dados da Caixa Econômica Federal mostram que o volume total de clientes das 43 instituições pesquisadas em outubro de 2000 correspondeu a 115.654 milhões de clientes ativos, e a um montante total em carteira ativa de pouco mais de 85 milhões de reais, com uma taxa de crescimento mensal médio de 6,6% e um crescimento do número de clientes em 3,3 vezes.

Este sucesso do microcrédito, apesar de estar em fase de estruturação, deve-se à estabilidade econômica, que por si só é um fator indispensável ao seu fortalecimento e este relativo progresso das instituições existentes facilita o surgimento de novas entidades, verificado pela inclusão do poder público de forma decisiva para a construção de ambiente institucional

¹ Atualizado segundo Censo 2000-IBGE.

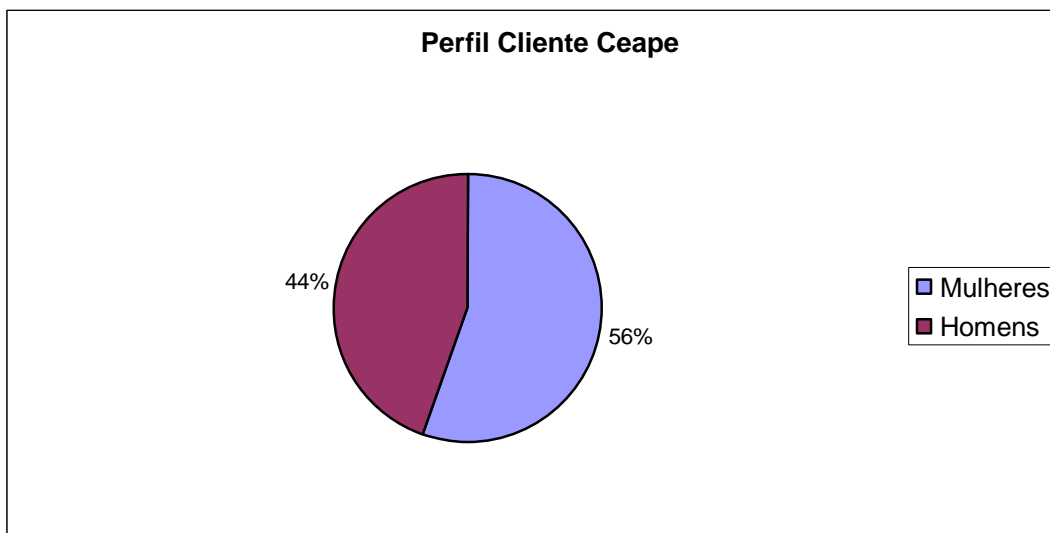
favorável, aumentando assim, principalmente, as possibilidades de inclusão social e desenvolvimento local.

2.1 A Oferta e Demanda por Microcrédito.

Dados coletados pela Caixa Econômica Federal revelam um crescimento significativo na oferta de microcrédito no Brasil nos últimos anos. A partir da regulamentação do setor pelas MP's 1.914-3 e 1894-19, editadas pelo governo federal em 29 de junho de 1999, ocorreu significativo crescimento do número e das formas de atuação das entidades operadoras do microcrédito.

No Brasil o potencial equivalente de demandantes de microcrédito é em torno de 13,5 milhões de pequenos empreendimentos potenciais, sendo 3,8 milhões de empreendimentos chefiados por mulheres e 9,7 milhões chefiados por homens segundo dados Caixa Econômica Federal, que evidência o potencial a ser explorado pelas instituições de microcrédito, seja pela demanda existente seja pela grande quantidade de clientes do sexo masculino a ser incorporada, pois cerca de 56 % das operações de concessão de crédito são feitas pelas pessoas do sexo feminino (gráfico 01).

Gráfico 01: Brasil Microcrédito



Fonte: Inforcred, Sistema CEAPE, elaboração própria.

Observando o gráfico 01, pode-se deduzir que as operações de microcrédito não elevarem sua carteira de crédito de forma abrupta, pois a maioria de sua carteira é formada por clientes do sexo feminino, as quais geralmente possuem uma renda baixa, devido a pequenos empreendimentos, muitas vezes frutos da questão histórica e da formação estrutural da sociedade brasileira. Assim, não sofrem os aumentos gradativos que acontece nas renovações de crédito. De forma lenta, o microcrédito, está mudando este contexto histórico.

Vale a pena ressaltar que as mulheres foram às precursoras do microcrédito, pois sempre foram marginalizadas com relação ao crédito tradicional. Além disso, elas contribuem para o equilíbrio domésticos, e são consideradas melhores pagadoras pela maioria das instituições de microcrédito (LISBOA, 2001).

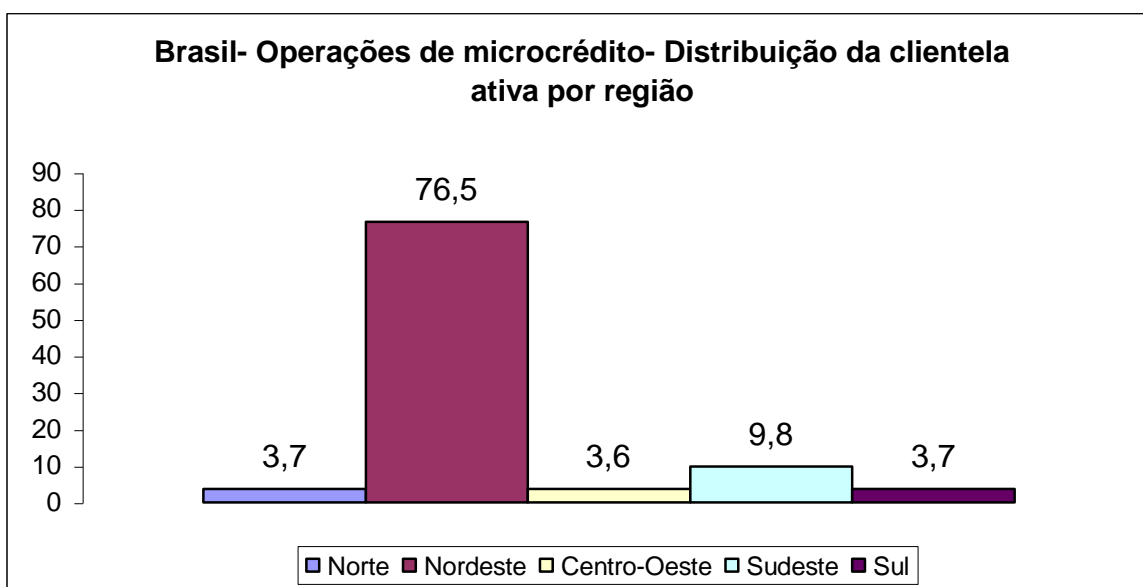
Hoje, o mercado de microcrédito é dominado por ONG's e órgãos de governo. Há cerca de 140 organizações, emprestando R\$ 140 milhões por ano, para 215 mil clientes. Com a entrada dos bancos, prevê-se que em um ano seja liberado R\$ 1,5 bilhão, em 3 milhões de operações. Existindo espaço para o forte incremento do microcrédito brasileiro, o que falta são as linhas.(FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2002).

As instituições atuantes no país atendem um percentual muito pequeno da demanda. Dessa forma o programa do governo federal tem um campo muito extenso para atuar. A oferta de microcrédito nesse contexto é determinante da demanda, e muito mais que isso, quanto apresenta condições acessíveis, atraentes, se torna ainda mais incentivadora no surgimento de novas entidades de microcrédito.

Com este mercado potencial e o surgimento de novas entidades ocorreu a necessidade de uma organização das instituições já existentes, formando-se a ABCRED que representando cerca de 60 das 147 instituições sem fins lucrativos - as chamadas Oscips - registradas no Ministério da Justiça, com freqüentes reuniões para discutir as necessidades e oportunidade do microcrédito (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2002).

O Nordeste é a região brasileira mais assistida pelo microcrédito, graças ao programa do Banco do Nordeste, o Crediamigo, que oferta crédito de maneira estruturada e também outras instituições como o CEAPE e o Credibahia, que ajudam a atender essa região tão desestruturada e carente de crédito e capacitação.

Gráfico 02: Brasil Operações de Microcrédito

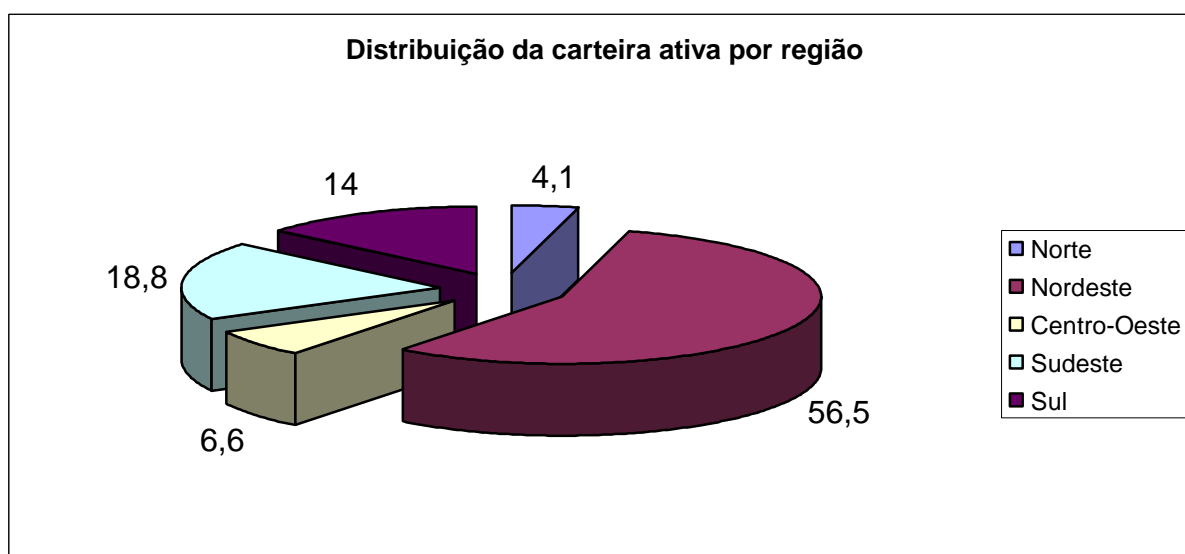


Fonte: CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, o programa microcrédito no Brasil, 2002.

O gráfico 02 demonstra a clientela ativa nas instituições de microcrédito do Brasil por região. Nele, o Nordeste responde por 76,5% dessa clientela, o Sudeste, região com maior oferta de MPE's, abriga 9,8% e o restante dividido é pelas outras regiões.

Ainda em relação ao gráfico 02 e levando em consideração a dimensão territorial do país, registra-se no campo do microcrédito a existência de instituições que atingem âmbito regional como é o caso do Crediamigo do Banco do Nordeste, estadual como o Credibahia, do Estado da Bahia e também o CEAPE dentro das suas 13 instituições atingindo uma abrangência mais nacional do que regional, sendo todas constituídas como ONGs e algumas em processo de mudança para Oscips.

Gráfico 03: Brasil: Programa de Microcrédito



Fonte: CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, o programa microcrédito no Brasil, 2002.

Ao analisarmos o gráfico 03, verifica-se no cenário de distribuição de recursos que o percentual do Nordeste diminuiu, permanecendo a região, porém, de maneira hegemônica, acima dos 56%. Nesse caso, o crescimento é do Sul e Sudeste, por existirem MPE's com maior potencial de recursos que influenciam no volume das carteiras de crédito, conforme ressalta o gráfico acima.

No Nordeste, naturalmente, em face da pobreza existente nessa região foram criadas 10 das 12 instituições existentes desde o ano de 1997. A

região é alvo das políticas de créditos subsidiados como forma de estímulo a melhoria das condições de vida e a redução dos desníveis sociais, gerando assim, uma cultura de concessão de microcrédito com índices bem superiores ao resto do país.

Na análise comparativa entre demanda e oferta de microcrédito, a oferta de crédito é infinitamente inferior à demanda de microempreendedores, cabendo ao programa do governo federal criar uma significativa oferta de crédito ao microempreendimentos e trabalhadores por conta própria, de todo o Brasil, de forma acessível e unificada.

2.2 Legislação do Microcrédito

No passado, muitas instituições de microfinanças operavam às margens da lei. Entre outros obstáculos, a lei da usura impedia qualquer instituição financeira não regulada de cobrar mais de 1% de juros por mês.

Desde março de 1999, uma série de novas iniciativas de políticas em apoio as microfinanças fornece basicamente duas opções às instituições de microfinanças: registrar-se como programa sem fins lucrativos com o direito de mobilizar recursos externos e operar uma carteira de microcrédito, ou obter uma licença do Banco Central para abrir uma sociedade de microcrédito com fins lucrativos, chamada Sociedade de Crédito ao Microempreendedor ou SCM.

O Banco Central do Brasil, através do Conselho Monetário Nacional, pela Resolução 3.106 de 25 de junho de 2003, aprovou o funcionamento do microcrédito no Brasil. Esta providência não inova, mas consolida o Sistema de Microcrédito no Brasil.

Esta resolução tornou-se um outro marco legal voltado para o favorecimento e crescimento das cooperativas de crédito no país. Com esta medida o presidente Luis Inácio Lula da Silva estendeu o sistema financeiro na direção dos segmentos sociais e das regiões menos favorecidas da sociedade e da economia de determinado ramo.

O ponto mais relevante dessa Resolução é a permissão para a criação de cooperativas de livre admissão de associados. Anteriormente, as cooperativas só podiam atender a segmentos específicos da população, como produtores rurais ou comerciantes de determinado ramo. Essa medida abrange tanto as novas cooperativas quanto as já existentes.

O Sebrae, Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa, está promovendo o programa de Microcrédito, que além de dar respaldo institucional tem esta incumbência de promover o sistema, o que garante credibilidade, propondo apoiar a criação e o fortalecimento de organizações de microcrédito, desde que adotem os princípios de independência e autosustentabilidade.

Outra importante medida para a democratização do sistema financeiro nacional foi à Resolução 3.104, do Conselho Monetário Nacional (CMN), editada em 25 de junho de 2003, autorizando os bancos a abrir, sem burocracia, contas especiais simplificadas para a população de baixa renda que não possua outra conta de depósito à vista, a ser movimentada exclusivamente por cartão magnético.

A terceira medida de apoio as microfinanças, visou sanar o problema da ausência de linhas de créditos de pequeno valor e custo baixo. Através da Medida Provisória 122, também de 25 de junho de 2003, foi conferida ao Conselho Monetário Nacional competência para regulamentar as aplicações dos bancos múltiplos com carteira comercial, da Caixa Econômica Federal, bem como das cooperativas de crédito de pequenos empresários, microempresários e de livre admissão de associados, em operação de microfinanças destinada à população de baixa renda e a microempresas, baseada em parcelas de recursos advindo de depósito à vista.

O artigo segundo da referida medida provisória dá competência ao CMN para fixar o percentual dos depósitos à vista a serem alocados para as operações, a definição do perfil dos potenciais beneficiários, o valor máximo, o prazo mínimo e os encargos das operações, bem como os critérios de mobilidade, entre instituições financeiras, dos recursos e os critérios relativos a operações.

Com base nesse artigo, foi editada, pelo Conselho Monetário, a Resolução 3.109, de 24 de julho de 2003, estabelecendo a destinação para o microcrédito de 2% dos depósitos à vista captados pelas referidas instituições, exceto nos meses de agosto e setembro de 2003, em que seria destinado apenas 1% dos depósitos.

Foram estabelecidos pontos importantes no Programa de Incentivo ao Microcrédito do governo federal:

- **As taxas de juros não podem exceder 2% ao mês**

- O valor do crédito não pode ser superior a R\$ 600, 00², quando se tratar de pessoa física, e a R\$ 1.000,00, quando for microempreendedor
- O valor máximo para taxa de abertura de crédito não pode ultrapassar 2% para pessoas físicas e 4% do valor do crédito concedido para os demais beneficiários.
- O prazo para operação não pode ser inferior a 120 dias, admitindo prazo menor desde que a taxa de abertura do crédito seja reduzida proporcionalmente.

O CMN determinou ainda o público que terá direito a esse programa:

- Pessoas com saldo médio em conta corrente ou poupança inferior a R\$1.000,00
- Beneficiários nos programas sociais do governo
- Microempreendedores

Os efeitos dessa medida foram automaticamente sentidos: Já no mês de agosto de 2003, os bancos Bradesco, Itaú, Santander e Banespa iniciaram as suas operações de microcrédito.

2.3- O Microcrédito e os Desafios Atuais

No âmbito internacional, o microcrédito vem alcançando significativos avanços e conceito junto a instituições mundiais como a ONU (Organização das Nações Unidas) no seu trabalho de inclusão social e auto-estima da capacidade humana de inserção no mercado de trabalho. Dentre as principais instituições de microcrédito no mundo podemos destacar o Banco de Grameen em Bangladesh, Banco Sol na Bolívia.

No Brasil a oferta de microcrédito ainda é muito pequena face demanda potencial do país. Estimativas atuais apontam que menos de 3% do mercado

² Valor atualizado pela Resolução 3.128, de 30.10.2003.

potencial são atendidos por todos programas de microcrédito, mesmo com o significativo aumento das instituições de microcrédito para atender a demanda (BARONE *et al.*, 2002).

O microcrédito no Brasil está em fase de estruturação, sendo favorecido pela estabilidade econômica e a construção do setor público em um ambiente institucional favorável como as medidas provisórias, adotadas no governo do presidente Luis Inácio Lula da Silva, que podem, num futuro próximo, trazer benefícios para o avanço do microcrédito no país.

Entretanto, ainda são muitos os desafios para uma adequada consolidação e expansão do microcrédito no Brasil. Passando do montante de recursos destinado ao setor, variedades de produtos, sistemas de informações, custos operacionais, e produtividade dos agentes e das instituições para a formação, assim, de uma indústria de microcrédito com respeito e crédito dentre as instituições financeiras do país.

O montante de recursos destinados ao setor de microcrédito comparado com o tamanho da economia brasileira e o setor informal é muito pequeno, cerca de 1% do mercado financeiro, justificado pela falta de condições educacionais, culturais e econômicas mínimas da população para a utilização do crédito. Nesse caso, subutilização do potencial do microcrédito de combater a pobreza.

Existe também, uma dificuldade na variedade de produtos pela indústria de microcrédito, por falta de um sistema de informação de ponta e elevados custos operacionais, dificultando o crescimento do setor, porque estes produtos podem ser fundamentais para o crescimento do microcrédito no país, pois muitas instituições só trabalham com um único produto, capital de giro.

Essa deficiência é constatada no microcrédito rural marginalizada no conjunto das iniciativas, crédito relâmpago pela falta de tecnologia de informação mesmo assim já é utilizado por algumas empresas e o microcrédito para abertura do primeiro negócio prejudicado pelos altos índices de mortalidade dos empreendimentos nos primeiros anos de vida, até mesmo, pela falta de crédito e capacitação empresarial que são funções essenciais das instituições de microcrédito.

A indústria de microcrédito continua crescendo lentamente, apesar dos indicadores demonstrarem um ritmo de crescimento de 30% o que distorce a realidade, visto que, o valor inicial do crédito é muito pequeno, verificado pela falta de uma visão audaciosa dos gestores das instituições de microcrédito o que dificulta, muitas vezes o crescimento destas; refletido na produtividade dos agentes de crédito. Segundo Barone *et al.*, 2002:

“A redução das desigualdades sociais regionais na oferta de microcrédito constitui outro desafio, na medida em que praticá-lo nas localidades menos desenvolvidas com continuidade e sustentabilidade é fundamental para redução das iniquidades regionais e sociais”.

A grande esperança é a entrada do setor formal financeiro, mas essa possibilidade continuará remota, até a falta de exemplos claros e lucratividade da indústria ser superada. Por outro lado, em uma economia forte e crescente, acredita-se que existam empresários com interesse em atuar na área social (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2002).

Finalmente, o grande desafio da indústria de microcrédito é alcançar sustentabilidade com níveis de escala de produção adequados e eficientes a prestação dos serviços ofertados, oriundos da utilização de tecnologia microfinanceira, incluindo recursos humanos e estruturas gerenciais especializadas para obter alta produtividade e baixa inadimplência, para sim, com esses resultados atrair parceiros não só pelo impacto social, mas também pela taxa de retorno do capital.

3. O Sistema CEAPE

O sistema CEAPE - Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos constitui a maior e mais antiga rede de organizações de microcrédito privados existente no Brasil. O sistema é coordenado pelo CEAPE Nacional e integrado por 11 CEAPE's estaduais, localizados nos Estados: Rio Grande do Sul, Espírito Santo, Bahia, Sergipe, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Piauí, Maranhão, Pará e Goiás.

O CEAPE esteve presente desde o início na história da construção do microcrédito do Brasil, que se confunde com o início das suas atividades em 1987, a partir da criação do “Centro Ana Terra”, atual CEAPE/RS que assumiu o compromisso com a redução da exclusão social, através do crédito e capacitação empresarial aos pequenos empreendedores.

O processo de formação do sistema CEAPE aconteceu a partir de 1990, com a criação da FENAPE – Federação Nacional de Apoio aos Pequenos Empreendedores (atual CEAPE nacional), atuando nas áreas de assessoria técnica, articulação institucional e captação de recursos externos, trabalho fundamental para consolidação dos CEAPEs e continuidade da expansão do sistema, que entre 1992 e 1999, chegou a ter 13 unidades estaduais, número que hoje se reduziu com a interrupção das atividades em São Paulo e a desarticulação do CEAPE/DF do sistema.

Em dezembro de 2002, o sistema CEAPE em seu conjunto contava com uma carteira ativa de 17 milhões, 28.375 clientes ativos (sendo 17.800 novos) e 162 técnicos em crédito (SISTEMA CEAPE, 2003).

O CEAPE abrange grande parte do território nacional, possuindo 31.086 clientes atendidos que corresponde a 26,9% do total geral de clientes do segmento de microcrédito, sendo 25.354(81,6%) localizados na região Nordeste (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2002).

De acordo com o documento de sua instituição o Sistema CEAPE, através do comprometimento com parceiros e clientes, busca o cumprimento da sua missão que é “a melhoria da qualidade de vida dos pequenos empreendedores, através da massificação do crédito orientado, em âmbito nacional, como forma de combate à pobreza”.

3.1 Histórico e Objetivos do CEAPE

O CEAPE é resultado de um projeto piloto implementado em 3 áreas periféricas de Porto Alegre/ RS -Ilha da Pintada, Beco do Adelar e Campo da Tuca, nas quais, pela primeira vez, foi adotada a metodologia de Grupo solidário no Brasil (SISTEMA CEAPE, 2001).

Esse projeto, datado de 1986, foi direcionado ao apoio de empreendimentos de mulheres de baixa renda. A administração ficou a cargo de consultores da UNICEF (Fundo das Nações Unidas para Pequena Infância) e da A Acción Internacional, ou simplesmente Acción, uma organização privada, sem fins lucrativos, com sede nos Estados Unidos, que hoje envolve uma rede de programas em diversos países da América Latina, assessorando-os na metodologia de atuação e no desenvolvimento institucional. Quase um ano depois, em fevereiro de 1987, o projeto foi institucionalizado sob a forma de uma ONG.

Desses projetos nasceu o CEAPE/RS, denominado de “Centro Ana Terra” projeto piloto constituído por parcerias de instituições locais, que criaram condições para a formação de uma entidade civil sem fins lucrativos, modelo adotado posteriormente pelos demais CEAPes.

O CEAPE/ RS especializou-se no apoio a pequenos empreendimentos geridos por pessoas de baixa renda, através de crédito e capacitação, tendo sido responsável pela introdução no Brasil de elementos atualmente predominantes nos programas de microcrédito existentes no país, inclusive a utilização de grupos solidários como forma de garantia de empréstimos.

A consolidação do CEAPE/RS estimulou a continuidade da parceria entre o UNICEF e a Acción, no sentido de estender a experiência para outros estados, prioritariamente para o Nordeste. Partindo da sensibilização de atores locais, este trabalho levou a criação de novas organizações especializadas com perfil semelhante ao CEAPE/RS quanto à estrutura, metodologia e foco de atuação, ainda na década de 80, quando foram criados os CEAPes do Maranhão e Rio Grande do Norte.

Este crescimento promove a criação do FENAPE, em 1990, que posteriormente constituiria o CEAPE nacional no período de 1992 e 1999, cujos objetivos são (SISTEMA CEAPE, 2003):

- Melhorar as condições de vida do pequeno empreendedor informal e de suas famílias;
- Criar novos empregos;
- Apoiar a participação da mulher nas atividades produtivas e no exercício de cidadania;
- Desenvolver e coordenar ações interinstitucionais junto aos setores públicos e privados, tendo em vista a realização da experiência a nível nacional e a definição de políticas adequadas aos pequenos empreendimentos familiares, nas áreas financeiras, tecnológicas, tributárias, previdenciária e outras de interesse desse setor na economia;
- Apoiar a comercialização

Na parte institucional, os CEAPE's englobam os seguintes eixos:

- Buscar a auto-suficiência financeira para assegurar a continuidade do programa;
- Almejar a ascensão social e econômica dos usuários, aumentando seu nível de renda familiar;
- Não fazer discriminação social, política, religiosa ou racial;
- Procurar ajudar na criação de empregos e proporcionar ocupações compatíveis com a dignidade das pessoas, para possibilitar sua integração social e econômica;
- Atender pequenos empreendimentos e trabalhar para que eles cresçam de forma a adquirir sua independência do programa;
- Conscientizar os clientes que a instituição não faz filantropia;
- Ter como meta expansão do programa com eficiência e segurança.

Através dessas e outras iniciativas, “o sistema CEAPE tem buscado corresponder aos desafios atuais do microcrédito brasileiro, mantendo coerente sua missão e seus objetivos

com os princípios éticos e sociais que inspiraram a sua formação e que permanecem relevantes na atualidade, atendendo assim, os anseios dos seus parceiros e clientes” (SISTEMA CEAPE, 2003).

3.2- O CEAPE em Feira de Santana

Diferentemente de outros Estados, a Bahia o CEAPE não foi o pioneiro na implantação de ONG's de microcrédito, por já existir o Banco da Mulher; o CEAPE/BA possui 5 unidades, sendo a primeira foi criada em Feira de Santana , em novembro de 1994, objeto de estudo da presente pesquisa. Posteriormente surgiram as unidades de Alagoinhas, em março de 1998, e de Salvador, em novembro de 1999, Santo Antonio de Jesus e Camaçari em 2003 (CEAPE, 2004).

O CEAPE/BA é uma entidade civil, sem fins lucrativos. Tem em sua direção a presença de segmentos representativos de organizações empresariais e institucionais sociais da comunidade local, com resultados relevantes demonstrados na reunião anual de avaliação do CEAPE/BA.

Em janeiro de 2004 o CEAPE-BA, em seu conjunto, suas estatísticas acumuladas até dezembro de 2003, equivale a um valor superior a 24 milhões de Reais, com 7.342 clientes apoiados e 27.280 operações de créditos, atendendo assim sua função social de apoio aos pequenos empreendedores e a financeira de autosustentabilidade (CEAPE, 2004).

Não diferente dos outros CEAPes, o CEAPE/BA é fruto da mobilização de entidades e grupos sociais que emprestaram sua credibilidade e influência para que o projeto alcançasse o sucesso desejado com a meta de promover o desenvolvimento de iniciativas de pequenos empreendimentos.

Atualmente no CEAPE/BA, o seu produto é o crédito para capital de giro com taxas de juros que variam de 3,8% a 4,2% e a concessão do empréstimo é feita através da formação de grupos solidários ou créditos individuais com avalista em um prazo que varia de 3 a 6 meses, carecendo assim de abertura de novos produtos.

O CEAPE Feira de Santana utiliza-se da metodologia, missão e dos objetivos da instituição CEAPE dos quais podemos destacar:

- ✓ Promover o desenvolvimento sócio econômico de pequenos empreendedores e suas famílias, gerando ocupação, emprego e renda;
- ✓ Proporcionar crédito para capital de giro, aquisição de equipamentos e melhoria de instalações para pequenos empreendimentos;
- ✓ Comprometer-se com o êxito do cliente;
- ✓ Comprometer-se com a gerência participativa
- ✓ Desenvolver parcerias para cumprir sua missão.

O Diretor executivo da rede CEAPE/BA de Feira de Santana, Corsini (1999), descreveu em estudo na área de microcrédito que:

“A realidade social quebra mitos e destrói falsos paradigmas. Os programas de microcrédito implementados em vários países do mundo estão mostrando que pobre é bom pagador. O que faltam são oportunidades, metodologias e recursos tecnológicos adequados para o fortalecimento de um imenso e promissor mercado formado por milhões de pequenos empreendedores e empreendedoras”.

Os recursos do CEAPE tiveram na sua formação um fundo rotativo inicial formado com doações da UNICEF e da LBA (Legião Brasileira de Assistência) e empréstimo obtido do CEADE (Centro Ecumênico de Apoio ao Desenvolvimento). Posteriormente foram captados recursos do DISOP³ (Bélgica), BNDES e BID, os últimos com contratos em fase de amortização, proporcionam financiamentos e cooperação técnica.

A estrutura organizacional da instituição esta constituída em instância maior, pela Assembléia Geral, formada pelos sócios; O Conselho Diretor, encarregado de deliberar e gerir a implementação das políticas criadas; O Conselho Fiscal, responsável pela fiscalização da gestão financeira e a Diretora Executiva, que executa as ações operacionais da entidade.

Entre outros aspectos podemos ressaltar a presença marcante dos clientes do setor informal no CEAPE de Feira de Santana, que corresponde a 90% das concessões de crédito na unidade. São clientes de pouca experiência creditícia e negócios de pequeno porte que tiveram acesso ao crédito sob a modalidade do grupo solidário. No Posto de serviço de

³ Entidade de cooperação internacional da Bélgica.

Feira de Santana isto representam 83% dos créditos concedidos a grupos solidários e 17% a clientes individuais com avalistas.(CEAPE, 2004).

O programa é dirigido a pequenos empreendedores e empreendedoras da Bahia que trabalham por conta própria, em atividades econômicas formais e informais, financiando diversas atividades, principalmente as consideradas socialmente mais importantes para a comunidade. Na concessão do crédito são observados critérios de sustentabilidade do negócio, a capacidade de pagamento e a análise de risco aceitável para a operação.

Eis a seguir as atividades mais financiadas na experiência do CEAPE/FSA:

- Comércio- alimentos, bebidas, cereais, calçados, mercearia, material de construção, mercadinho, bijouterias, bolsas, tecidos e confecções (82 %).
- Produção- confecções, materiais de couros (bolsas e sacolas), metal e brindes(12 %)
- Serviços- salão de beleza, reparação e consertos, mecânica, serigrafia e refrigeração (6 %).

Fonte: (INFORCRED, SISTEMA CEAPE, 2003).

Essas atividades representam a composição da carteira ativa de clientes da instituição, sendo o comércio a principal atividade financiada pelo CEAPE, devido ao fácil giro das mercadorias, seguido respectivamente pela produção e serviços, que vêm alterando os percentuais à medida que o produto vem conseguindo maior divulgação e penetração no mercado, não se pode deixar de ressaltar que o principal produto, capital de giro⁴ pode inviabilizar uma maior tomada de empréstimo pelos pequenos empreendedores de serviços e produção por causa do curto prazo do seu retorno como evidência na tabela 1.

Tabela 1:

PARTICIPAÇÃO DE CLIENTES POR SETOR/ CEAPE/FSA

Setores	Dezembro/00	Dezembro/01	Dezembro/02	Dezembro/03
----------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

⁴ Outras instituições de microcrédito trabalham com outros produtos, como crédito para investimento e giro rápido, como acontece dentro do Sistema CEAPE, mas o CEAPE/BA estuda a implementação desses produtos.

Comércio	80%	78%	76%	82%
Produção	15%	16%	16%	12%
Serviços	5%	6%	8%	6%

Fonte; Infocred, sistema CEAPE.

O Matriz em Feira de Santana responde por 75% do volume de operações de crédito no Estado da Bahia e atuando nos bairros de Feira de Santana e microrregião com clientes em São Gonçalo dos Campos, Amélia Rodrigues, Conceição do Jacuípe, Santo Estevão, Ipecaetá, Irará e Ipirá, e estão em execução projetos de expansão vertical e horizontal, visando o atendimento em todos os bairros da unidade, com intensificação no centro e expansão para outros municípios próximos da unidade.

Ao final de 2003, o CEAPE/FSA possuía uma carteira ativa representada pelo capital de R\$ 777 mil e um total de 1150 clientes ativos⁵, com um corpo técnico de 6 funcionários e 3 estagiários; já a parte administrativa é atendida por 2 funcionários e 3 estagiários, além do diretor executivo e o gerente técnico. A instituição está estruturando seu corpo técnico-administrativo e investindo em marketing, já tendo uma boa projeção no cenário regional e local, atendendo as expectativas de parceiros e clientes.

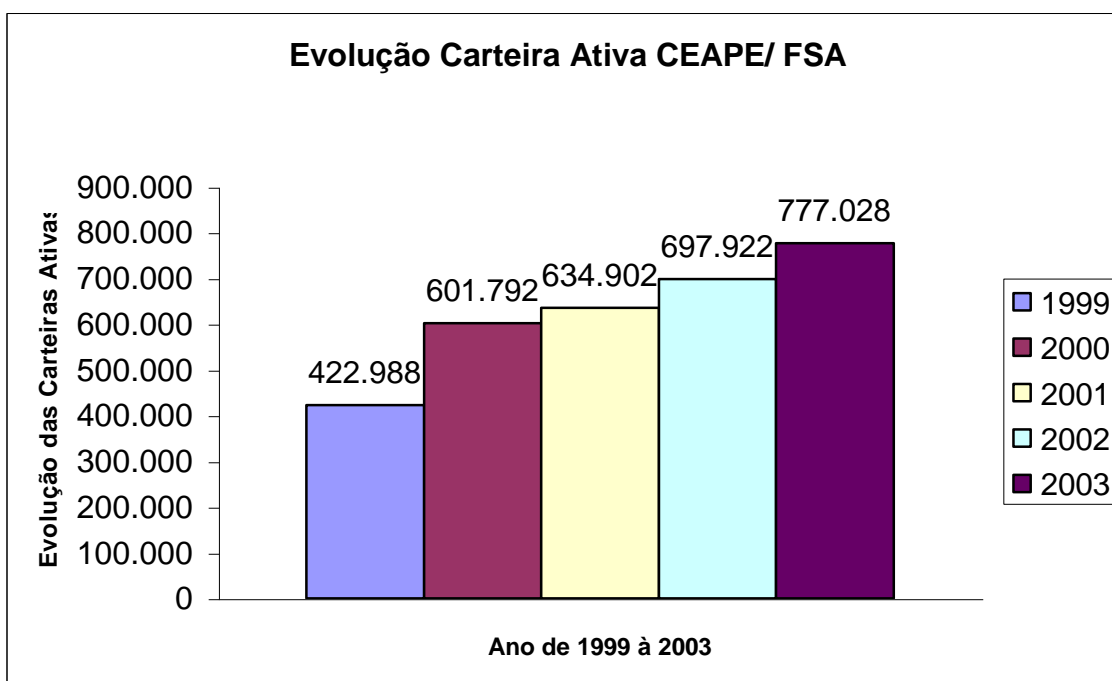
⁵ Clientes que atualmente estão participando do giro normal da carteira, ou seja, possuem crédito junto à instituição.

4. Índices e Informações do CEAPE Feira de Santana

Neste estudo de caso, optou-se por analisar o desempenho do CEAPE/FSA apenas considerando os dados básicos, pois os indicadores financeiros não estão disponíveis em todos os anos; fazendo a análise com base em gráficos, pode-se encontrar algumas discrepâncias na avaliação dos dados, mas isto facilitará a leitura e entendimento dos índices e informações da instituição.

O gráfico 04 refere-se à evolução da carteira ativa do CEAPE matriz em valores absolutos, principalmente no ano de 2000 em que a carteira cresceu quase 30% do seu volume em decorrência do aumento do número de técnicos em crédito e a expansão horizontal que aconteceu com o atendimento das cidades de Amélia Rodrigues e Conceição do Jacuípe, já nos anos de 2001, 2002; 2003 o crescimento foi lento, como acontece nas carteiras de crédito mais antigas.

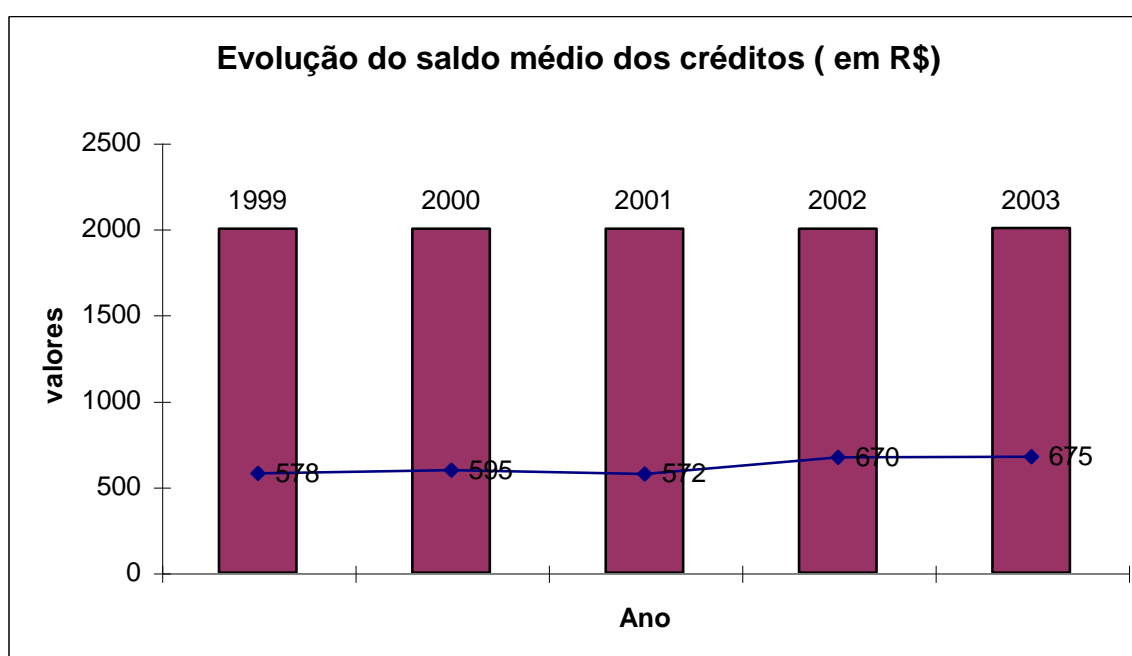
Gráfico 04. CEAPE/FSA : Carteira ativa 1999 a 2003



Fonte: CEAPE, Infocred, 2004; Elaboração própria.

O Gráfico 05 demonstra o saldo médio dos créditos liberados ao longo dos anos, existindo uma variação pequena no ano de 1999 a 2001 com um valor de R\$ 580,00 e um aumento de 16% em relação ao valor nos anos de 2002 e 2003, com média de R\$ 672,00, verificada pela maior retenção de clientes com as renovações de crédito que elevam seus valores gradativamente e pela captação de clientes de acumulação simples⁶ e ampliada⁷.

Gráfico 05. CEAPE/FSA: Saldo médio dos Créditos de 1999 a 2003.



Fonte: CEAPE, Infocred, 2004; Elaboração própria.

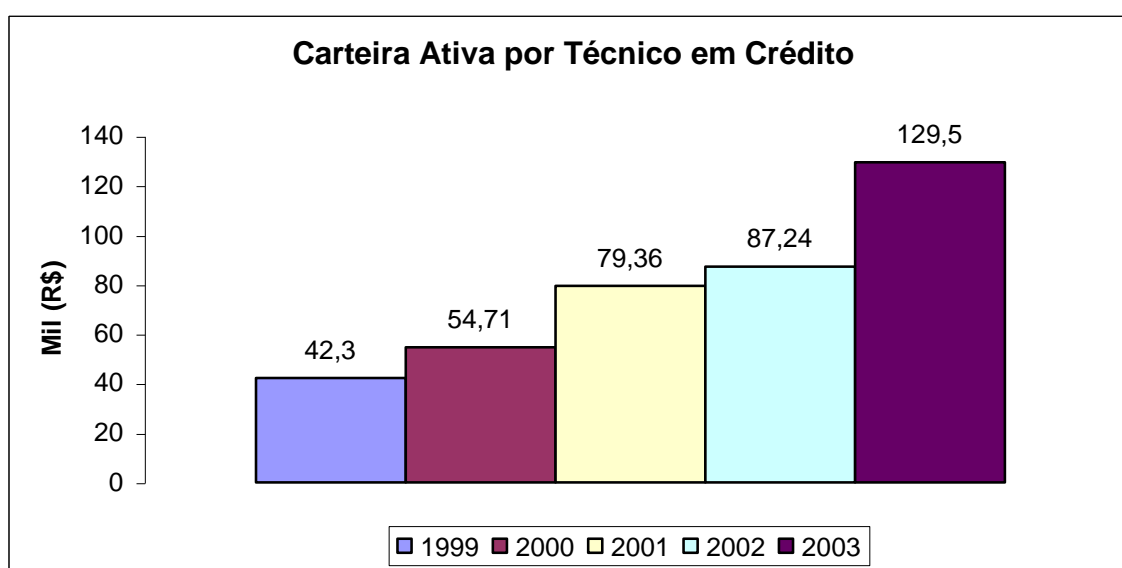
Esta evolução do valor médio dos créditos abre dois paradigmas para o estudo da inadimplência, a saturação dos valores dos clientes, mediante a sua capacidade de pagamento, e a concentração do volume de crédito em poucos clientes, ou seja, não diluindo a carteira ativa e aumentando assim o risco do crédito.

⁶ Microunidades que conseguem reter e investir só uma pequena parte do excedente gerado de 3 a 5 funcionários.

⁷ Empresa de pequeno porte de 5 a 20 funcionários, que retém grande parte do seu excedente e o transforma em máquinas, equipamentos e volume de vendas em escala crescente.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, no Gráfico 06 analisaremos a carteira ativa por técnico em crédito, percebendo a evolução da média da carteira por técnico principalmente no ano de 2000, onde o CEAPE passou por estruturação do seu corpo técnico de 10 para 6 funcionários e criou o cargo de gerente, que assessora os técnicos da Matriz e também das outras unidades, portanto existindo um monitoramento da carteira de forma individualizada.

Gráfico 06. CEAPE/FSA: Carteira ativa por Técnico de 1999 a 2003.



Fonte: CEAPE, Infocred, 2004; Elaboração própria.

Este aumento significativo do valor médio da carteira ativa por técnico, devido à redução do corpo técnico, acontece também pela expansão da área de atuação da entidade principalmente nas cidades de Amélia Rodrigues, Conceição do Jacuípe, Ipirá, Santo Estevão e no Centro da cidade de Feira de Santana.

Existe uma concentração do volume da Carteira de Crédito nos técnicos mais experientes que são auxiliados por estagiários nas funções de promoção, atendimento, renovação de dados e cobrança; portanto este aumento significativo não representa uma depreciação ou

defasagem do material humano, pois os técnicos estão com a quantidade de clientes de acordo com os padrões do Sistema CEAPE e preparando os futuros profissionais.

Com a análise dos gráficos verificamos o desempenho do CEAPE/FSA nos últimos 5 anos, na elaboração e formação de um sistema organizacional no ano de 1999 que influenciou nos resultados do ano 2000, o de maior destaque, com resultados expressivos para a instituição, principalmente pela contratação de novos funcionários e a expansão de sua área de atuação que significou um aumento de sua carteira de crédito em quase 30%; No entanto, nos outros períodos o CEAPE não obteve o mesmo êxito, mas continua com um aumento gradativo de seus percentuais e com projetos de novas expansões.

Os valores e os índices da carteira ativa são responsáveis pela sustentabilidade da organização que tem os custos operacionais elevados, como acontece com toda entidade de microcrédito, e esse crescimento de forma lenta que acontece no ano de 2001 a 2003 pode prejudicar o funcionamento da instituição, pois a carteira ativa está sendo prejudicada pela inadimplência que entre outros motivos, acontece pela crise econômica existente no Brasil prejudicando principalmente a clientela do microcrédito, as classes C, D, E, interferindo assim, na recuperação do crédito (pagamento) e gradativamente, na elevação da inadimplência.

4.1 Adimplentes: Indicadores e Relatos de Experiências.

O microcrédito é conhecido mundialmente pelo trabalho de cunho social a pessoas carentes e pelo retorno do investimento aplicado nos pequenos empreendedores, ou seja, os resultados obtidos pelos grupos que procuram as instituições de microcrédito são bastante expressivos, visto que em sua grande maioria, obtém êxito.

Veremos a seguir casos de sucesso. História de alguns dos muitos clientes que deram e que estão dando certo na cidade de Feira de Santana, a partir da idéia do microcrédito, e que

com o apoio que receberam e vêm recebendo são capazes de proporcionar renda e emprego para muitas pessoas.

Clientes como Auracy Silva Mascarenhas, que fabrica bolsas e acessórios e obteve seu primeiro empréstimo junto ao CEAPE em 1997. Com uma pequena máquina, iniciou a concretização de um antigo sonho: ser dona de seu próprio negócio, fabricante de bolsas e acessórios. Foi mediante o contato com uma amiga que este sonho começou a tornar-se realidade. Com dificuldades para conseguir capital de giro para aquisição de matéria-prima, Auracy estava prestes a recorrer a agiotas quando conheceu o CEAPE/FSA. Tomou o primeiro crédito de R\$ 700,00 pagando, naturalmente, juros menores. O empreendimento cresceu e o crédito aumentou; recentemente recebeu um empréstimo no valor de R\$ 4.000,00.

Com o empréstimo, comprou materiais e começou a sua caminhada de sucesso. Hoje, emprega 3 familiares, além de vários outros funcionários. Construiu um galpão para alojar suas máquinas e vende bolsas em varias cidades da microrregião de Feira de Santana. “O CEAPE ajudou-me a crescer e fará parte do meu futuro para que eu possa ampliar ainda mais o meu negócio”, diz a cliente.

O cliente Rubem Carlos Costa há oito anos, com o apoio da esposa e da filha, abriu um mercadinho no bairro Sobradinho, na cidade de Feira de Santana-BA. Logo apareceu a primeira dificuldade: a falta de capital de giro. Foi através da visita de um técnico do CEAPE que surgiu a solução para seu problema: o crédito orientado. Com um crédito inicial de R\$ 900,00 concedido em 29 de janeiro de 1997, Rubem conseguiu comprar mais barato dos fornecedores e vender mercadorias com grande êxito, pois assim conseguiu colocar à disposição de seus clientes uma grande variedade de mercadorias com melhor preço. Atualmente ele possui mais duas lojas, emprega nove funcionários e aplica um crédito de R\$ 5.500,00.

Como afirma o próprio cliente: “Antigamente eu ficava marcando passo, faltava-me um impulso para crescer e o CEAPE apareceu na hora em que eu mais precisava, agradeço ao CEAPE pelo meu progresso”.

Estes entre outros casos de sucesso na instituição CEAPE/FSA são justificados pelos índices de análise do perfil de clientes capturados no Sistema Infocred da própria instituição, onde os pagamentos em dia ultrapassam 80%, mesmo sem nenhum benefício pelo pagamento em dia como acontece no Crediamigo do BNB (Banco do Nordeste do Brasil), chegando a uma recuperação de capital em torno de 98%, castigando⁸, somente 2% do capital investido nos clientes nos anos de 1999 a 2003, como veremos na tabela⁹ a seguir:

Tabela 2:

RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO DE 1999 A 2003: CEAPE/FSA

Ano	Em dia	1-30	31-60	61-90	90-180
1999	82,25	9,56	1,71	3,75	2,73
2000	73,41	19,39	1,94	1,11	4,15
2001	87,31	5,63	2,82	0,70	3,54
2002	83,47	7,32	4,61	3,79	0,81
2003	80,12	8,33	2,92	3,51	5,12

Fonte: CEAPE, Infocred, 2004; Elaboração própria.

A partir desses dados percebemos o quanto o cliente do microcrédito é vulnerável à situação econômica do país, principalmente no ano de 2000 com o declínio do plano Real, e 2003, pelo arrocho econômico implantado pelo governo Luiz Inácio Lula da Silva para

⁸ Castigo, instrumento utilizado pela instituição CEAPE para os créditos atrasados com 180 dias ou mais, pois é considerado prejuízo para o balanço da instituição. Caso sejam recuperados são contabilizados como renda; realizados nos meses de junho e dezembro.

⁹ Na tabela, os créditos de 90 a 180 dias foram agrupados devido à dificuldade de recuperação a partir do nonagésimo dia, portanto foi feito a media das somatórias dos índices e desse capital uma metade é perdida e outra recuperada através dos avalistas ou juizado arbitral.

atender as metas do FMI (Fundo Monetário Internacional). Mas, devido a uma metodologia específica para o setor, existe uma regularidade dos pagamentos em dia.

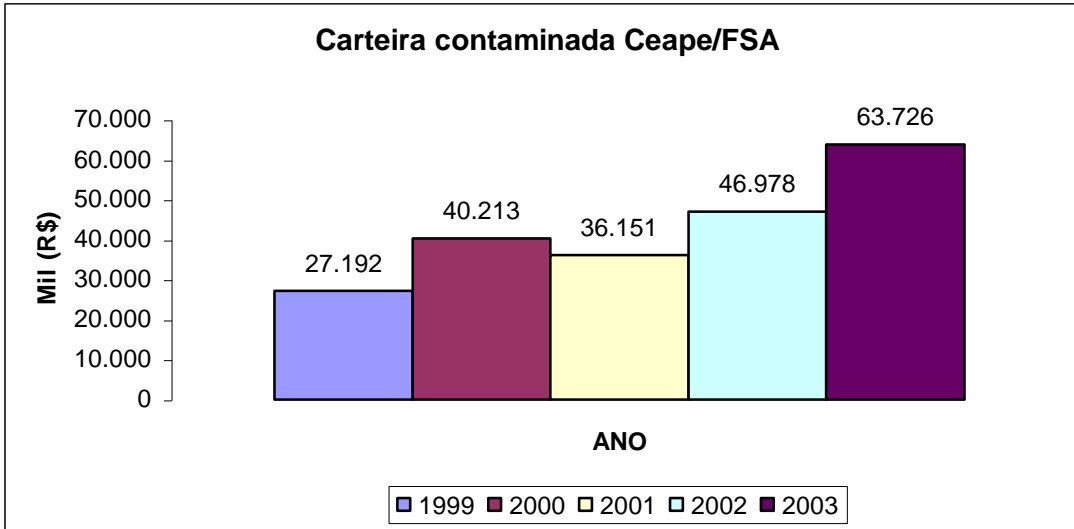
4.2 Inadimplentes: Indicadores e Análise de Dados.

Inadimplência é o grande paradigma para todas as instituições do país, pois a crise econômica e social que o Brasil atravessa, principalmente pela má distribuição de renda, baixa escolaridade e queda do poder aquisitivo do trabalhador, influencia todos os setores da economia nacional.

Na análise dos dados e índices do CEAPE/FSA foi considerado o estudo do panorama nacional frente à inadimplência, verificando a existência do problema interno e externo que influencia de forma negativa nos resultados da instituição, como a não retenção dos clientes, devido a restrições cadastrais, baixando assim a média de renovações que gira em torno de 75% e também na captação de novos clientes. Outro fator é o aumento da carteira contaminada¹⁰, como veremos no Gráfico abaixo:

Gráfico 07. CEAPE: Carteira contaminada de 1999 a 2003.

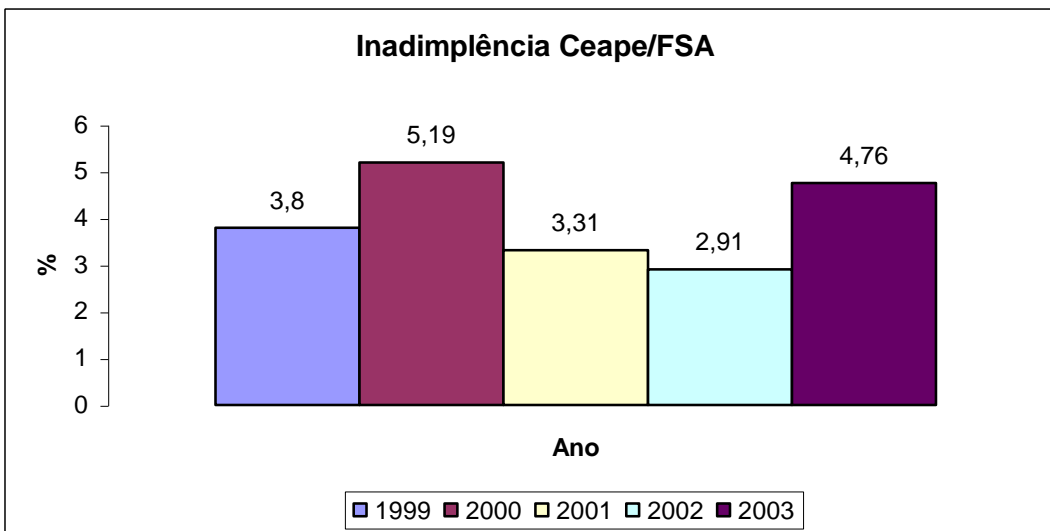
¹⁰ Índice que regula a panorâmica da razão entre a carteira ativa e os clientes com atrasos até 30 dias; sendo bom indicador para projeções da inadimplência.



Fonte: CEAPE, Infocred, 2004; Elaboração própria.

Para o Sistema CEAPE a inadimplência é definida como o valor das parcelas atrasadas por mais de 30 dias e ainda não castigadas sobre o total da carteira ativa. Seus níveis toleráveis para sustentabilidade da carteira de microcrédito são de 5%.

Gráfico 08. CEAPE: Inadimplência de 1999 a 2003.



Fonte: CEAPE, Infocred, 2004; Elaboração própria.

No CEAPE/FSA as variações de porcentagens ocorrem no ano de 1999 a 2000, decorrentes da mudança ocorrida na área técnica, que influenciou em algumas falhas metodológicas como cobrança preventiva e corretiva, reduzido com a estabilização da equipe, estruturação da carteira de crédito e com a divisão das áreas de atuação por técnico em crédito, mantendo-se estável pelos anos de 2001 e 2002, mas no ano de 2003 aconteceu uma elevação do índice principalmente pela crise econômica, falhas na concessão do crédito e aumento do endividamento dos clientes decorrente de uma maior oferta de crédito por outras entidades de microcrédito, ajudado também, pela descoberta desses clientes por outras empresas do setor financeiro.

Em estudo realizado pela Caixa Econômica Federal, em qualquer lugar do mercado, a inadimplência foi considerada como o maior problema de todo o segmento de microcrédito no Brasil:

“A inadimplência é o maior problema de toda indústria de microcrédito no Brasil. Uma das descobertas deste estudo, demonstrada na análise quantitativa, foi à má qualidade da carteira do país. Conseqüentemente, esta situação não só aumenta os custos das instituições mas principalmente impossibilita o seu crescimento. Cabe notar que esta inadimplência, longe de ser um fenômeno independente, é conseqüência de outros fatores.” (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2002)

A maior afirmação desse estudo realizado pela CEF é o aumento gradativo dos índices de inadimplência, carteira contaminada, renegociação e o castigo (perdas de valores) nas carteiras de crédito. Portanto o CEAPE/FSA deve alertar sobre este assunto, porque o ano de 2003 não pode significar um fator isolado como o ocorrido em 2000, pois os fatores externos são mais difíceis de solucionar do que os internos, devendo assim investir em treinamentos metodológicos-financeiros a fim de priorizar e personalizar o atendimento aos clientes em assessoria e análise financeira, para estabelecer um sistema integrado que viabilize a recuperação do crédito através da cobrança preventiva feita pelo técnico e a corretiva pela unidade.

O CEAPE/FSA é uma organização com dez anos de experiência na área de microcrédito que tem um histórico de perdas suportáveis e acumulando, ao longo do tempo, um patrimônio próprio frente às doações e resultados operacionais.

4.3 A Recuperação de Crédito no Microcrédito.

No microcrédito a recuperação de crédito é uma das suas principais características, verificadas pelos percentuais da tabela 2, que tem um retorno de 96% do capital investido, no caso do CEAPE/FSA e sendo umas das principais fontes para captação de recursos e parceiros. Segundo Silva (1998):

“A obtenção de informações pelo técnico não pode ser interpretada como interferência na gestão da empresa nem deve possuir esse objetivo, mas deve ser encarada basicamente como uma forma de aproximação das partes, visando atualizações de créditos e de cadastro e conseqüentemente maior agilização do processo decisório”.

O microcrédito trabalha com uma metodologia própria, que tem a informação e acompanhamento realizado pelo técnico em crédito como uma das principais características de apoio para uma boa concessão e posteriormente recuperação de crédito, que reflete diretamente na qualidade da carteira ativa e na retenção dos clientes.

O sistema de recuperação de crédito de uma instituição de microcrédito não pode se basear somente nas informações captados pelo técnico na avaliação financeira para verificação dos valores de crédito e os riscos neles contidos, mas também pelos procedimentos de cobrança preventiva e corretiva.

A cobrança preventiva é aquela realizada pelo técnico em crédito, acompanhando a carteira de clientes através de relatórios para constatação de possíveis atrasos e os reais motivos

para a sua regularização, feita através de telefonemas e visitas no estabelecimento dos clientes, respaldando o compromisso do crédito e o aval solidário em casos de grupos solidários.

A cobrança judicial não é utilizada pelos programas de microcrédito regulamente, como outras instituições de crédito através da cobrança judicial, justificado pelo publico alvo não ter condições de arcar com as despesas advocatícias e com as custas do cartório e também pela morosidade do poder judicial, ficando este processo para os clientes de valores maiores, ou seja, de acumulação ampliada; com os de subsistência e acumulação simples são feitos acordos de renegociação de crédito, com um novo contrato com prazos e valores pré-estabelecidos.

Estes processos de cobrança com vistas a recuperar o capital aplicado pelas instituições, devem ser pautados por profissionalismo e legalidade, pois o programa é de cunho social e de resgate a cidadania, visto que os consumidores têm direito previstos pelo Código de Defesa do Consumidor Lei n. 8.078/1990, e no o Art. 42 (*DA COBRANÇA DE DIVIDAS*) do Código Civil.

4.4 Expectativas do CEAPE/FSA, quanto à Oferta e à Adimplência dos tomadores de Microcrédito.

Para avaliação do CEAPE/FSA, quanto à oferta e adimplência dos tomadores de microcrédito é necessário uma avaliação institucional relevante dos planos operacionais da organização em contraste com a conjuntura econômica do país.

A expansão do microcrédito, mesmo de forma lenta, é evidente em todo o território nacional. O CEAPE matriz também o vem expandindo gradativamente, com a formação de novas parcerias, atuação em novos mercados e o comprometimento da missão.

Para atuação de forma decisiva e maciça no mercado da região o CEAPE passa por uma estruturação administrativa com aquisição de *Softwares*, equipamentos de informática e o

Infosuite, que é um sistema de a integração dos dados do Inforcred com a contabilidade da empresa e a formação e capacitação de uma equipe técnica para análise de crédito, atendimento e vendas, a fim de obter resultados positivos na concessão do crédito e captação de novos clientes.

Na análise anual de desempenho do CEAPE/FSA em janeiro de 2004, referente ao ano de 2003, foi verificado o baixo desempenho da equipe em decorrência da qualidade da carteira e o aumento do seu risco por causa da concentração de créditos de valores elevados. (SISTEMA CEAPE, 2004).

Esta estruturação do corpo técnico administrativo da instituição tem como objetivo a expansão da carteira de crédito e formação de convênios para captação de recursos a fim de ter bases sólidas para atender uma demanda crescente na área de microcrédito, tendo em vista a elaboração de um plano de negócios e Marketing.

“ Este plano de Marketing recomenda o fortalecimento da presença da organização no mercado através da ampliação do seu Market share (fatia do mercado); oferta de serviços de maior valor agregado, desenvolvimento de novos produtos referentes ao microcrédito com vistas a plena sintonia com a visão e missão do CEAPE “. (PLANO DE MARKETING DE SERVIÇOS, SISTEMA CEAPE, 2003).

Na elaboração desse trabalho verificou-se a continuidade de uma política econômica de estabilização da economia e uma possível queda dos juros, percebendo esta dificuldade o CEAPE/FSA deverá otimizar os custos e despesas administrativas através de elaboração de controles técnicos administrativos.

O CEAPE/FSA passa por um processo de expansão da carteira de crédito, visto o potencial existente, mas as condições econômicas sociais do país causadas pela recessão econômica e queda da renda dos trabalhadores, levam a necessidade de um maior cuidado na concessão dos empréstimos, pois é notório o aumento da inadimplência na carteira de crédito.

Frente a esta constatação o CEAPE/FSA projeta aumento anual de 10% da sua carteira de crédito, dada a disponibilidade de recursos financeiros, visando atender uma maior parcela do mercado principalmente pela atuação em novas áreas. Assim a oferta de crédito

eminente dos clientes será atendida e de olho na qualidade da carteira de crédito o CEAPE está preparando e implementado cursos de capacitação empresarial em vários módulos e de acordo com o perfil do cliente, melhorando assim a recuperação de crédito e retenção dos clientes.

Através desta projeção o CEAPE/BA tem como objetivo no ano de 2004 ultrapassar a média de 2000 clientes ativos na carteira de crédito, posicionando-se entre as poucas instituições de microcrédito do país a atingir esta meta, facilitando a captação de recursos e o processo de expansão como também a implementação de novos produtos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na análise final desse trabalho sobre o microcrédito: Estudo de caso do CEAPE/FSA entre 1999 a 2003 cabe aqui, num primeiro momento, discorrer sobre o microcrédito num âmbito geral, verificando que as expectativas e deficiências do setor correspondem às mesmas do CEAPE de Feira de Santana-Ba.

O microcrédito não deve substituir políticas de proteção social, como as que destinam a atingir toda população abaixo da linha de pobreza, mas é de suma importância em política de emprego e geração de renda com intuito de promover desenvolvimento econômico.

O microcrédito é considerado por diversos segmentos da sociedade, incluindo governos, pessoas influentes, empresas do setor como uma alavanca decisiva na promoção do desenvolvimento local, mas é oportuno salientar que não só o acesso ao crédito é suficiente, faz-se necessário capacitar, orientar, apoiar tecnicamente para que o tomador do empréstimo se torne empreendedor em potencial.

Após a legislação de 2003 espera-se a expansão do microcrédito com a presença dos bancos e outros setores do mercado financeiro como fator determinante de apoio creditício aos pequenos empreendedores. O crédito popular tem a grande esperança a partir dessa massificação da oferta do crédito para atender a demanda potencial de clientes, e conseqüentemente, desempenhar ainda mais o seu papel de combate à pobreza e melhoria da qualidade de vida, gerando emprego e renda, promovendo assim, o desenvolvimento local e regional.

A maior vantagem do microcrédito é oferecer condições acessíveis, como a concessão de crédito sem burocracia, ou seja, sem exigências de garantias formais e a utilização de taxas de juros abaixo do mercado, destinado a capital de giro, aquisição de equipamentos, melhorias de instalações e, principalmente, proporcionando a melhoria da qualidade de vida e possível melhoria no índice de desenvolvimento humano.

As experiências de microcrédito não podem ser vistas de forma isolada e devem ser integradas a uma dimensão de impacto econômico e social articulada através do apoio em conjunto com diversos segmentos, pois o processo de reestruturação produtiva e a globalização produzem e reproduzem processos de exclusão, enquanto o microcrédito se volta para o campo de uma política de inclusão, desenvolvimento econômico fundamentado no impacto social.

Mais do que uma visão altruísta, o microcrédito, operando principalmente por entidades sem fins lucrativos (ONG's, SCM,s ou OCIPS), vem assumindo uma posição cada vez mais profissional e importante no cenário econômico baiano, e, conseqüentemente, na cidade de Feira de Santana, que apresenta um índice substancial de mercado informal a ser explorado por estas instituições.

Com baixo crescimento e pouco tempo no mercado brasileiro o microcrédito, hoje, tem uma visão mais profissional, buscando o ponto de equilíbrio, que só é encontrado apenas em algumas instituições, visto que este equilíbrio depende da localização, tamanho do empréstimo médio, metodologia, marketing, produtos e inadimplência que reflete diretamente na qualidade da carteira de crédito.

Os maiores pontos de estrangulamento para as instituições de microcrédito são atribuídos a produtos, inadimplência e captação de clientes que são fatores relacionados pela baixa especialização da tecnologia de informação do setor, má utilização da metodologia devido a poucos profissionais qualificados na área de microcrédito, como acontece no CEAPE/FSA.

As principais razões para a omissão de novos produtos, entrave para o crescimento do microcrédito, são as barreiras da lei, pois o Banco Central autoriza créditos pequenos e de curto prazo, explicado também, pela limitação do sistema de informática das instituições, pois não oferece flexibilidade suficiente para acompanhar muitos produtos.

Nesse sentido, conclui-se que o microcrédito vem se constituindo em uma alternativa eficaz e eficiente de redução à pobreza (pela concessão do crédito), pois promove a inclusão social e o desenvolvimento econômico através da orientação e capacitação empresarial, mas percebe-se que existe uma busca pela profissionalização do microcrédito, visto que o setor de microcrédito brasileiro possui índices financeiros razoáveis dados ao seu potencial, pois na maioria dos casos, tem elevados custos operacionais e baixa produtividade, verificado pelas carteiras de empréstimos pequenas, com menos de 2000 clientes como é o caso do CEAPE/FSA, e também com pouca rentabilidade.

6. REFERÊNCIAS

AGÊNCIA FOLHA E REDAÇÃO. Mais Ricos no País, Menos no Nordeste. **A TARDE**: Salvador, 2004. economia@atarde.com.br

ALMEIDA, Lareyene. **Introdução ao Microcrédito**: Um instrumento de combate à pobreza. Salvador. Secretaria de planejamento, Ciência e tecnologia do Estado da Bahia, 2001.

BANCO DO POVO E MICROCRÉDITO: Passado, presente e futuro. Disponível em: <<http://www.advogonline.com.br/noticias/>> Acesso em 08 jan. 2004.

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

BID – O apoio do BID aos pequenos empreendimentos no Brasil. Dez. 1999.

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Seminário Internacional BNDES – **Microfinanças**. Rio de Janeiro, mai. 2000.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL. **Programa de microcrédito no Brasil**. CEF, 2002.

CEAPE, INFOCRED. **Relatório de Produtividade**, 1999 à 2004. Capturado em 11, mai. 2004.

CENTRO DE APOIO AOS PEQUENOS EMPREENDEDORES – CEAPE. **Relatório Anual de Planejamento**. Brasília: 1999, 2000, 2001, 2002, 2003 e 2004.

CORSINI, José Nélio Monteiro. **Fatores que impulsionaram a recuperação de microcrédito em organizações sem fins lucrativos, especializadas na promoção de**

microfinanciamentos. Monografia (Especialização em Contabilidade Decisorial)- UEFS. Feira de Santana (BA), 1999.

DARCY, Sergio, SOARES, Mardem. **Democratização do crédito no Brasil** – A atuação do Banco Central. BACEN, 2003.

GALVÃO, Luis Eduardo. Crédito Popular: de grão em grão se faz o pão. In: **Rumos**. Revista de Desenvolvimento da ABDE. Rio de Janeiro, p. 24-31, 1998.

GOLDMARK, Lara, **A situação das microfinanças no Brasil**. Rio de Janeiro. BNDES, 2002.

IBAM – Instituto Brasileiro de Administração Municipal. **Perspectivas de expansão das microfinanças no Brasil:** Marco Legal, capitalização e tecnologia. Rio de Janeiro, abr, 2001.

LISBOA, Márcia. Microcrédito: Dividir para Multiplicar. **Rumos**. Rio de Janeiro, Ano XXVI, N.189, p 10-15, out. 2001.

MICROCRÉDITO. Fampesc. Disponível em <http://www.fampesc.org.br/revista> Acesso em 18, mar. 2004.

O QUE É MICROCRÉDITO. Portal do Microcrédito. Disponível em <http://www.portaldomicrocredito.org.br> Acesso em: 15 jan. 2004.

SEBRAE. <http://www.sebrae.com.br> Acesso em: 20 jan. 2004.

SISTEMA CEAPE. *Plano de Marketing de Serviços*. 2003.

SISTEMA CEAPE. **Relatório Anual**, 2004.

SANTIAGO, Fabio Antonio. **Microcrédito com Aval Solidário**: A experiência do Grameen Bank. Disponível em <<http://www.geocities.com/jmbmoura/grameenf.html>> Acesso em : 27 fev. 2004.

SILVA, Helio Eduardo da Silva. **Alguns Conceitos Básicos sobre microcrédito**. In: Geranegócio. Disponível em <<http://wwwgeranegocio.com.br>> Acesso em: 15 abr.2004.

SIQUEIRA, Carlos A. **Geração de Emprego e Renda** – Uma experiência de Sucesso. São Paulo.

TAVARES. **O Papel Central do Trabalho e a Economia de solidariedade**. Proposta, Rio de Janeiro, v.26, 1998.

TOSCANO, Idalvo. Microcrédito: **Uma Filosofia de Negócios**. São Paulo, 2003.

WWW. ceapeba.org.br, 2003. Acesso em: 25 mai. 2004.

YUNUS, Muhammad, **O Banqueiro dos Pobres**. Tradução: Maria Cristina Guimarães Cupertino. 1ª Edição.- São Paulo, 2000.

