

# A IMPORTÂNCIA DO MICROCRÉDITO PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL E O BANCO DO POVO PAULISTA<sup>1</sup>

*Carlos Leite e Fernando Antonio Franco Montoro*

ESTE TEMA DISCORRE SOBRE O CRESCIMENTO ECONÔMICO RECENTE NO BRASIL, A IMPORTÂNCIA DO CRÉDITO PARA O DESENVOLVIMENTO DO PAÍS, O CONCEITO DE MICROFINANÇAS E OS DESAFIOS DO BPP, ENTRE OUTROS ASSUNTOS.

## Situação econômica do Brasil e o crédito

O Brasil apresentou, em 2007, uma expansão do Produto Interno Bruto (PIB) de 5,4%, considerado como bom desempenho da economia. Segundo dados da Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), essa expansão foi sustentada pela demanda interna de bens e serviços para o consumo das famílias e dos investimentos que cresceram, respectivamente, 6,5% e 13,4%. O forte crescimento do consumo das famílias decorreu, principalmente, do aumento da massa salarial, da distribuição de renda a partir dos programas sociais, como o Bolsa-Família, e do aumento de oferta de crédito. Os investimentos elevaram a taxa do PIB para 17,6%. Assim, a melhoria da renda, da taxa do emprego e a estabilidade econômica favoreceram a tomada de empréstimos e de financiamento, que cresceu mais de 20%, em 2007.

A importância do mercado de crédito para o desenvolvimento econômico tem sido amplamente enfatizada e o acesso às fontes de financiamento é considerado um fator determinante do ritmo desse crescimento econômico.

Dados divulgados pelo Banco Central do Brasil (BCB) sobre operações concretizadas no ano de 2007 demonstram que o volume de crédito disponibilizado pelo Sistema

<sup>1</sup> *A Importância do Microcrédito para o Desenvolvimento Econômico e Social e o Banco do Povo Paulista*, texto redigido por Carlos Leite e Fernando Antonio Franco Montoro e palestra proferida por Fátima Fernandes de Araújo e Fernando Antonio Franco Montoro.



Financeiro Nacional (SFN) apresentou variação positiva de 27,3% em relação ao ano anterior. A soma dos empréstimos chegou a R\$ 932,3 bilhões em dezembro de 2007, valor que corresponde a 34,7% do PIB. Ainda segundo o BCB, o segmento que avançou com mais força foi o de pessoas jurídicas, com crescimento de 30,3%. As operações com pessoas físicas aumentaram 25% em 2007.

A queda nas taxas de juros e o aumento da competitividade dos financiamentos bancários em relação às alternativas disponíveis, como captações internacionais e operações do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), proporcionaram o crescimento dos empréstimos às empresas. Nos empréstimos a pessoas físicas, destaca-se significativo<sup>2</sup> aumento de 33,8% do crédito consignado em 2007, desempenho que tem permitido o crescimento da demanda que impulsiona o aumento da produção. Este, por sua vez, demanda novos empregos e novos investimentos. Estabelece-se, desta forma, um círculo virtuoso de crescimento.

## **Microcrédito - o que é e a quem se destina**

A atividade de microfinança pode ser conceituada como a oferta de serviços financeiros para a população de baixa renda que, normalmente, não tem acesso nem condições de utilizar os serviços no sistema financeiro tradicional. O conceito amplo de serviços financeiros inclui empréstimo, poupança, seguro, entre outros. Aqui, é tratada parte dessas atividades: o crédito produtivo popular, mais conhecido como microcrédito, cujo foco é o financiamento a microempreendedores de baixa renda, para aplicação em sua atividade profissional.

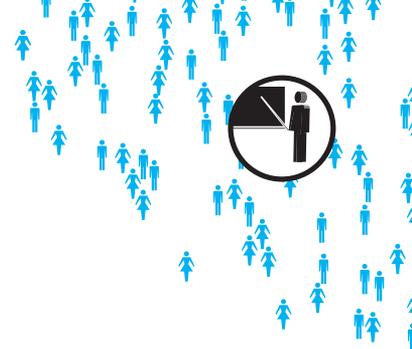
É destinado a empreendedores que não têm acesso aos serviços oferecidos pelas instituições bancárias oficiais, mas cujo crédito seria muito importante para alavancar seus negócios. O público-alvo do microcrédito apresenta baixa “bancarização”, embora os serviços que os bancos oferecem no mercado, principalmente os empréstimos, sejam de grande valia para seus negócios.

A experiência internacional mais conhecida de crédito popular começou em 1976, em Bangladesh, país asiático com população extremamente pobre, por iniciativa do professor Muhammad Yunus. Em 1983, ele fundou o Banco Grameen, com o objetivo de oferecer crédito a microempreendedores, especialmente mulheres do meio rural. Os números posteriores do Grameen são expressivos: até 1997, já tinham concedido US\$ 2,4 bilhões em empréstimos. Nessa mesma ocasião, existiam 1.105 agências, que atendiam a 2,27 milhões de clientes, em 38 mil aldeias.

Hoje, há programas de microcrédito em 85 países, em todos os continentes. Nas Américas Central e do Sul, há inúmeras iniciativas. A maior delas é a Acción, uma rede de organismos com atividades em diversos países latino-americanos. O Bancosul, da Bolívia, filiado à Acción, foi fundado em 1983 e tem 74 mil clientes.

---

<sup>2</sup> Fonte: Reportagem. Volume chega a R\$ 932 bilhões, equivalente a 34,7% do PIB. **Jornal Valor Econômico**, 30 jan. 2008, p. C 3.



Há, basicamente, duas destinações ao crédito concedido a empreendedores: para investimentos e para financiar o capital de giro.

Os investimentos têm por objetivo aumentar o nível de produção e melhorar a qualidade do produto ou do serviço prestado, de modo a trazer maior rentabilidade ao negócio.

O crédito para o capital de giro, por sua vez, garante maior liberdade ao empresário na oferta do produto ou na prestação do serviço, na medida em que permite aumentar seu estoque de bens ou insumos produtivos, muitas vezes essenciais para o crescimento da produção.

### **Impacto da disponibilidade de microcrédito**

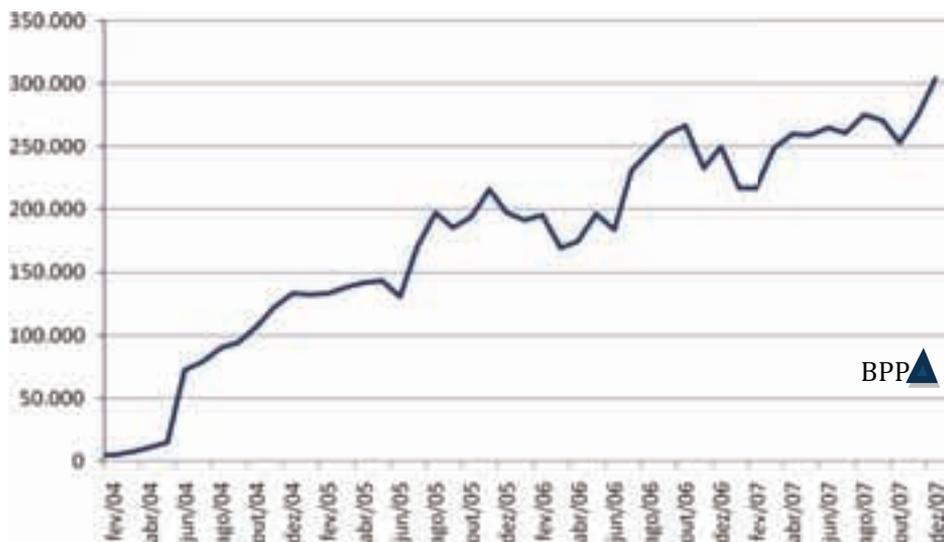
A concessão de microcrédito aos potenciais empreendedores pode trazer importantes consequências na renda e no emprego das regiões. A oferta de serviços adequados a microempreendedores de baixa renda tem um efeito multiplicador bastante positivo na economia e nas condições sociais da região abrangida. No curto prazo, contribui para a geração de renda e, nos médio e longo prazos, dinamiza e potencializa a inserção de parcela informal da economia.

Para se ter uma idéia do que as microempresas representam na América Latina, alguns dados apresentados no seminário sobre microcrédito, promovido em 2003 pelo BCB, são ilustrativos. Há 59 milhões de microempresas, em 18 países da América Latina, das quais 83% são unipessoais e 17% empregam de uma a cinco pessoas. A microempresa emprega 33% da População Economicamente Ativa (PEA) do Chile, 50% do Brasil e até 80% do Peru. No caso da Colômbia, o microcrédito contribui com 63% dos empregos e representa 97% das empresas do país (Ringvald, com base em dados levantados pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), para o ano de 2001).

### **Situação atual do microcrédito no Brasil**

De acordo com o BCB, o microcrédito voltado ao financiamento de atividades produtivas vem crescendo a expressivas taxas, conforme se observa na Figura 2. De janeiro de 2004 a dezembro de 2007, a carteira de microcrédito produtivo das instituições que se reportam ao BCB apresentou taxa de crescimento médio de 15% ao mês e ultrapassou R\$ 300 milhões, em dezembro de 2007.

Os dados do BCB não consideram os empréstimos realizados pelo BPP ou por outros Bancos do Povo e Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip). No entanto, mesmo que o montante informado pelo BCB não reflita todo o universo do microcrédito do País, é interessante comparar a carteira do BPP, de aproximadamente R\$ 60 milhões, em dezembro de 2007, com o saldo da carteira considerada pelo BCB. É possível avaliar que o BPP tem papel importante no cenário de microcrédito nacional, uma vez que sua carteira correspondeu, em dezembro de 2007, a cerca de 20% do total de instituições que são supervisionadas pelo BCB.



**FIGURA 2**  
**Evolução do saldo da carteira de microcrédito – BCB (em R\$ 1 mil), e a posição do BPP**

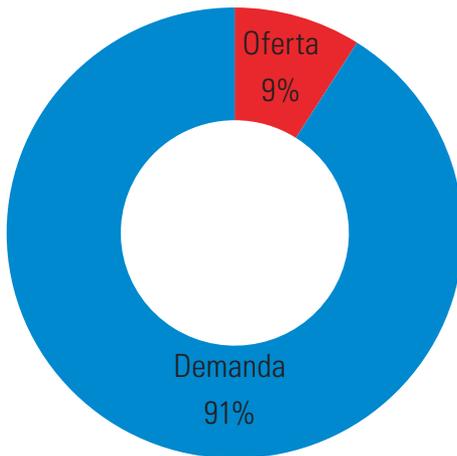
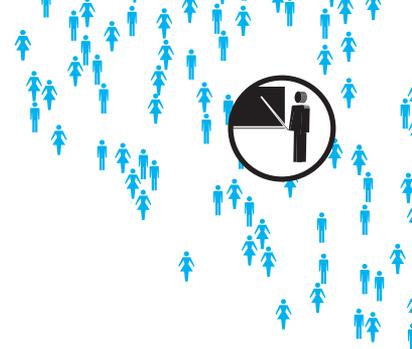
### Clientela potencial no Brasil e no Estado de São Paulo

Diversos bancos analisaram o potencial de microcrédito no mercado brasileiro. Em 2005, o Unibanco avaliou o potencial de mercado em 14 milhões de clientes, dos quais apenas 2% estavam sendo atendidos por instituições de microcrédito produtivo<sup>3</sup>. Em 2007, a demanda potencial avaliada em pesquisa pelo Banco Itaú era de 3,5 milhões de pequenos empreendimentos e 12% dessa demanda potencial estava sendo atendida<sup>4</sup>. O BCB, por sua vez, avaliou que apenas 9% da demanda estava sendo atendida<sup>5</sup>, o que pode ser visualizado na Figura 3.

<sup>3</sup> Fonte: Disponível em: [www.unibanco.com.br/imp/rpi](http://www.unibanco.com.br/imp/rpi)

<sup>4</sup> Fonte: Reportagem: Microcrédito só atende a 12% da demanda, diz Itaú. **Jornal Valor Econômico**, 15 jul. 2007

<sup>5</sup> Fonte: Palestra: Microcrédito, Cooperativismo e Inclusão Social. Banco Central e Universidade de Brasília: 21 set. 2007.

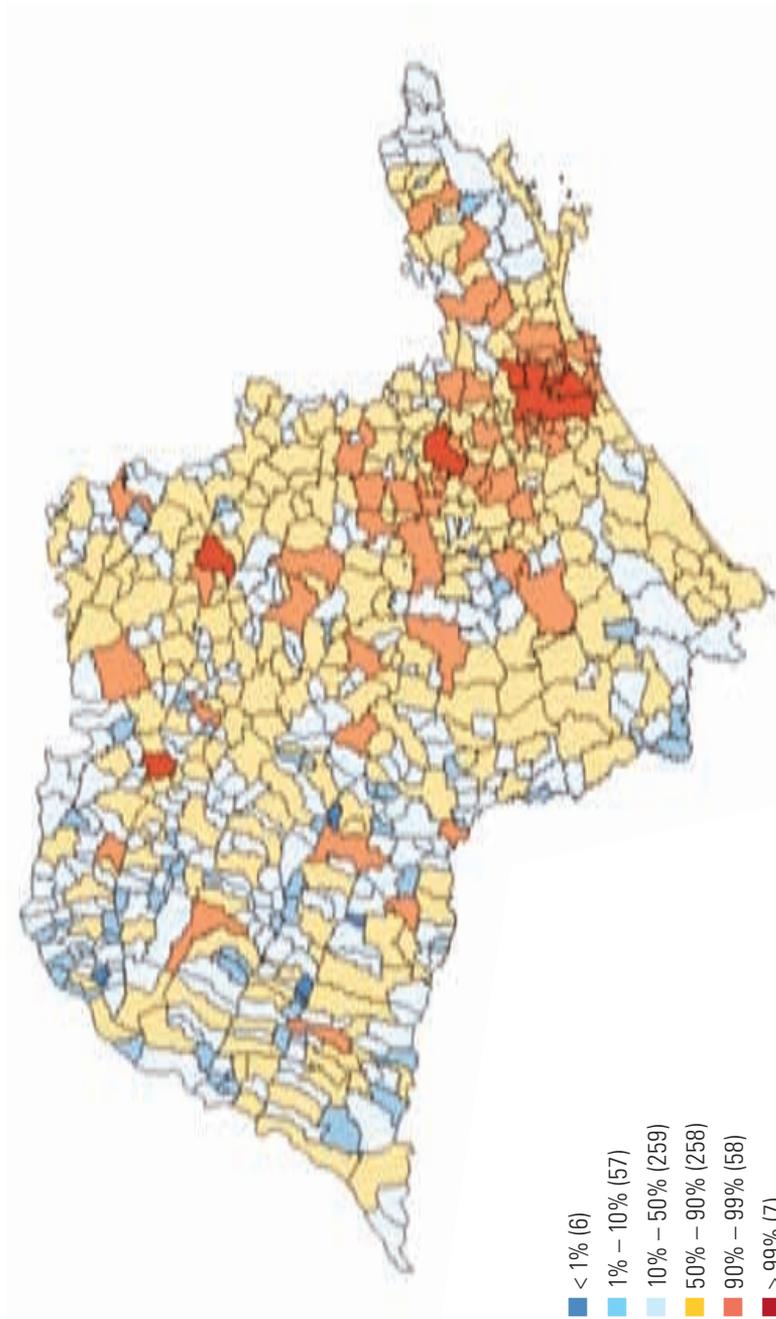


Fonte: Apoio técnico na operacionalização e na administração do BPP – elaborado pela Fipe/Cepam – 2008.

**FIGURA 3**  
**Demanda por microcrédito no Brasil**

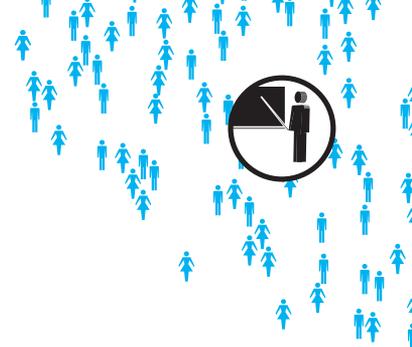
A Fundação Prefeito Faria Lima - Cepam, com o apoio da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), realizou estudo para calcular o número total de clientes potenciais de microcrédito produtivo no Estado de São Paulo. Esse estudo considera, como clientela, trabalhadores por conta própria e empregadores com até cinco empregados e receita de até R\$ 1.500,00 por mês. Como pode ser verificado adiante, no item Informações sobre o Desempenho do BPP, a estimativa é de que haja mais de dois milhões de clientes potenciais no Estado de São Paulo.

Verifica-se, na Figura 4, que os Municípios de São Paulo, Guarulhos, Santo André, São Bernardo do Campo, Campinas, São José do Rio Preto e Ribeirão Preto possuem demanda por microcrédito superior a 99% do Estado. Segundo o estudo, potencial demanda relativamente baixa de microempreendimentos aparece no leste do Estado, na divisa com o Rio de Janeiro, e no Oeste, particularmente no extremo Noroeste. Os municípios do litoral mostram uma economia mais dependente desse tipo de negócio, talvez em função da atividade de turismo ser realizada por microempreendedores.



Fonte: Apoio Técnico na Operacionalização e na Administração do BPP – elaborado pela Fipe/Cepam – 2008.

**FIGURA 4**  
**Estado de São Paulo – demanda por microcrédito**



## O Banco do Povo Paulista

O programa foi criado em 1997, pelo governador Mário Covas, e está funcionando desde 1998, sob a gerência da Sert. Possui um Conselho de Orientação, formado pelos secretários do Emprego e Relações do Trabalho, da Fazenda e de Economia e Planejamento.

Tem como objetivo fomentar a geração de emprego e renda, apoiando microempreendedores formais e informais, pessoas físicas ou jurídicas, cooperativas e associações de produção. O modelo de atuação é baseado na concessão individualizada de microcrédito, com avalista individual e alienação dos bens financiados. A estrutura do BPP é composta por um grupo executivo de crédito, que gerencia o programa, supervisores regionais e unidades municipais e regionais de crédito.

Desde sua criação até fevereiro de 2008, foram realizadas mais de 159 mil operações de crédito, totalizando R\$ 460 milhões. Sua abrangência pode ser avaliada pelos 419 municípios atualmente atendidos, e os 561 ACMs.

Estudo realizado pelo Cepam mostra que o BPP dispõe de um conjunto de clientes, de empréstimos concedidos e de negócios com características próprias, apresentadas a seguir, como tempo de residência, idade, escolaridade e perfil de renda do empreendedor, valor e prazo do empréstimo, tempo, formalidade, participação da família e sede do empreendimento.

**O cliente do BPP** - O BPP pode ser considerado uma instituição financeira diferenciada, em relação a outras instituições de microcrédito, pelo conjunto de clientes que possui. Estes, em sua maior parte, são casados, possuem um tempo médio de residência no endereço declarado de mais de 12 anos, têm ensino médio e aproximadamente 40 anos de idade. A renda média líquida é de R\$ 1.443,00 e a do cônjuge é de R\$ 493,00, totalizando R\$ 1.936,00.

**O valor médio dos empréstimos** - O valor e o prazo médios são, respectivamente, R\$ 3.328,00 e quase 16 meses. A maioria dos clientes (63%) está no primeiro empréstimo, 31% na renovação e os demais em refinanciamento ou renegociação.

**O negócio** - Constata-se que os empreendimentos são constituídos, em 85% dos casos, por negócio próprio e existem, em média, há nove anos e meio. São, principalmente, informais, com poucos ou nenhum sócio; 26% deles são familiares; e 85% têm sede própria. Além disso, são empreendimentos que dispõem de controles de contas a pagar (68%) e de contas a receber (22%).

As vendas mensais totalizam, em média, R\$ 2.907,00 e a maior parte é realizada a prazo (48%). Os custos atingem R\$ 1.865,00, dos quais R\$ 1.258,00 são variáveis e R\$ 606,00 são fixos. Além disso, a receita do empreendimento tem sido positiva, uma vez que ultrapassa os custos incorridos em R\$ 1.042,00.

Dadas as características desses clientes, que revelam certa estabilidade do tomador, do valor emprestado e do resultado operacional (receitas do empreendimento menos os custos dos produtos), pode-se inferir que o perfil do cliente e do negócio é compatível com as parcelas de pagamento exigidas para a tomada do empréstimo.

**A taxa de juros** - Atualmente, a taxa de juros cobrada por empréstimos do BPP é de 1% ao mês. De acordo com pesquisa realizada pela equipe do Cepam, as taxas de juros praticadas por instituições similares variam de 0,6% a 5,0%. Algumas instituições do mercado atuam com taxas variáveis, de acordo com o tipo de empréstimo e características do empreendimento. O Banco do Nordeste, instituição da área do microcrédito produtivo, atua com taxa mensal que varia de 1,95% a 3%, mais taxa de abertura de crédito. A Oscip São Paulo Confia cobra juros de 3,9% ao mês, acrescidos de taxa de abertura de crédito de 2,5%. (Tabela 1)

**TABELA 1**  
**Taxa de juros – algumas instituições selecionadas**

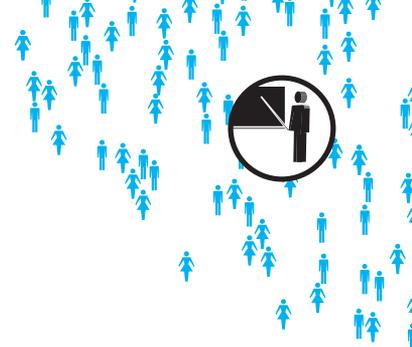
| Instituição                          | Taxa de juros (% a.m.) | Taxa de abertura de crédito |
|--------------------------------------|------------------------|-----------------------------|
| Banco do Povo de Goiás               | 0,6                    | 0                           |
| São Paulo Confia                     | 3,9                    | 3,0                         |
| Banco do Empreendedor Joseense (BEJ) | 3,9                    | 0                           |
| Crescer – Crédito Solidário          | 5,0                    | 4,0                         |
| Banco do Nordeste – Crediamigo       | 1,95 a 3,0             | 3,0                         |
| Agência de Fomento do Paraná S.A.    | 1,5                    | 0                           |

Com juros de 1% ao mês, abaixo da média praticada pelo mercado, sem cobrar taxa pela abertura de crédito, com uma soma considerável de recursos e com valores médios de empréstimos superiores a 100% em relação aos valores médios de mercado, o BPP encontra-se em situação bastante favorável com relação a instituições semelhantes.

## **Desafios do microcrédito e do Banco do Povo Paulista**

São quatro os desafios observados no mercado do microcrédito: Penetração no mercado, Produção e produtividade, Inadimplência, Assistência pós-crédito ao empreendedor.

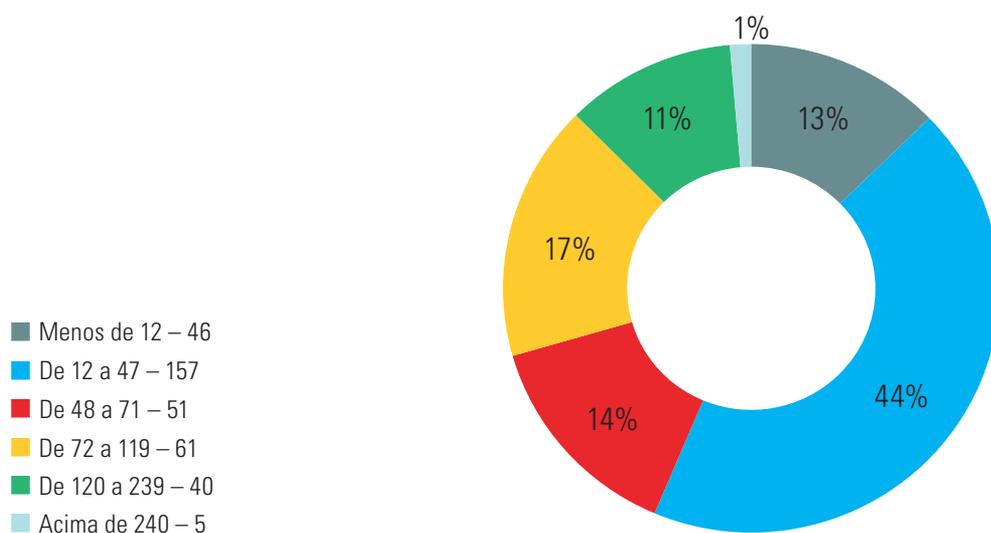
**Penetração no mercado** - Uma medida importante para avaliar a atuação do BPP é conhecer a taxa de penetração do microcrédito no mercado. Essa taxa reflete a porcentagem da demanda por microcrédito atendida pela instituição. É calculada como a razão entre os ativos em carteira e a demanda por microcrédito. O BPP atende 1,34% da demanda por microcrédito do Estado de São Paulo. Para o Brasil, essa taxa foi estimada, em 2001, em 2%. Considerando apenas os municípios que atende, ou seja, subtraindo da demanda por microcrédito a parcela que se encontra em municípios sem UCMs, a taxa de penetração do BPP atinge 1,5%. Excluindo, ainda, o Município de São Paulo e desconsiderando os municípios sem UCMs, essa taxa sobe para 2,36%.



No item Informações sobre o desempenho do BPP pode ser consultada, por município, a taxa de penetração, calculada para todo o Estado de São Paulo.

Esse mercado é atendido, ainda, por outras instituições de microcrédito, entretanto, com condições menos favoráveis que as do BPP, principalmente em relação à taxa de juros e aos prazos. As atuais taxas de penetração evidenciam um potencial acentuado de crescimento do BPP nesse mercado, que pode ser explorado nessa fase de crescimento da economia brasileira e do Estado de São Paulo.

**Produção** - Em 2007, o BPP fechou 21.296 contratos. A Figura 5 demonstra a distribuição das UCMs segundo a quantidade de contratos produzidos em 2007. No gráfico pode ser visualizado que 157 UCMs (44% do total) produziram menos de quatro contratos ao mês.



**FIGURA 5**  
**Distribuição das UCMs segundo a quantidade de contratos – produção de 2007**

**Inadimplência** - Um dos desafios trabalhados pelos agentes de crédito e membros dos comitês de crédito, nos seminários regionais, foi a redução da inadimplência, característica que está ligada ao risco do crédito e do negócio. Portanto, o risco é inerente ao negócio “crédito”. Não há certeza de que o dinheiro emprestado será pago. Por isso, mesmo as organizações que atuam com microfinanças e microcrédito estabelecem mecanismos para diminuir e controlar esse risco, ou seja, para manter a inadimplência em níveis aceitáveis.

No caso do mercado de microcrédito, o risco de crédito é considerado maior porque algumas das medidas adotadas são dificilmente exigidas: informações formais e precisas sobre a capacidade de pagamento do solicitante, existência de garantias reais, etc. Por outro lado, dado o fato de que uma carteira

de crédito é constituída por um grande número de contratos de menor valor e de curto prazo, o seu gerenciamento torna-se a “alma do negócio”.

Em face da importância desse tema para o BPP, o Cepam, em conjunto com a Fipe, realizou estudo específico sobre os fatores indutores da inadimplência dos seus tomadores de crédito. Foram analisadas as características dos tomadores de empréstimo, dos micronegócios e dos empréstimos, a partir de informações contidas no banco de dados do BPP. Constatou-se que o uso de controles pelo cliente, em seu negócio, como contas a receber, contas a pagar, receitas e despesas, ou livro-caixa, reduzem significativamente a probabilidade de falha no pagamento do empréstimo.

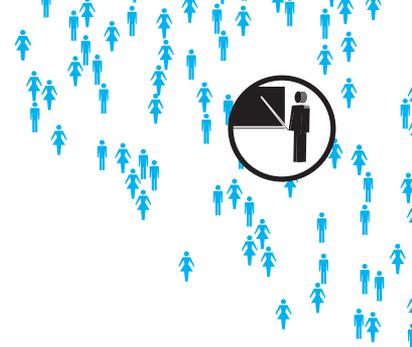
O estudo considerou, ainda, como pressuposto, que a inadimplência decorre de fatores econômicos, de aspectos do caráter do tomador de empréstimo, e também de um conjunto mais amplo de causas. Foram ponderados os diferentes níveis estruturais do BPP, os processos de trabalho, as recomendações contidas em seus manuais de procedimentos, bem como a inserção, a participação e a responsabilidade dos atores sociais nas diferentes etapas de concessão do crédito e de controle da inadimplência. Esse estudo baseou-se, também, em relatos obtidos nas visitas que a equipe técnica do Cepam realizou a UCMs selecionadas. A análise inicial comparou os períodos de atraso com a carteira ativa existente. Posteriormente, foram definidas duas datas para efeito de comparação: 13 de dezembro de 2007 e 31 de julho de 2007.

O conhecimento dos fatores que levam à inadimplência é importante e necessário, pois a concessão de um crédito embute o risco de o tomador do empréstimo não cumprir suas obrigações contratuais. Isto afeta o desempenho e a sustentabilidade econômica de qualquer organização pública ou privada que atue no mercado de crédito.

Nesse estudo, buscou-se, também, ampliar a análise econômica para além do tomador de empréstimo e do empreendimento, com o intuito de estabelecer a inter-relação entre as múltiplas causas e os fatores que interferem na formação coletiva e individual da inadimplência, a partir de uma amostra de tomadores de empréstimos. Com a análise mais detalhada por tempo de inadimplência, do tomador e do empreendimento, avaliaram-se os aspectos fundamentais da inadimplência, como e em qual parcela ela ocorre.

O estudo demonstrou a importância de um acompanhamento mais próximo da gestão da UCM pelo responsável da prefeitura e a participação do comitê de crédito no monitoramento da carteira de clientes e das ações de cobrança. Além disso, foi apontada a importância da tomada das ações previstas pelo gestor financeiro do contrato, o Banco Nossa Caixa.

**A evolução da inadimplência** - A inadimplência do BPP, considerando a sua evolução desde a fundação do Banco, atinge 1,74 %, percentual esse que corresponde à inadimplência carregada desde a sua origem. Deve-se enfatizar que o BPP não removeu de sua carteira, ao longo de sua existência, nenhuma parcela de inadimplência, mesmo aquela superior a 360 dias. O mercado financeiro, segundo norma do Banco Central do Brasil considera esses créditos como de liquidação duvidosa, transferindo-os para



uma conta de compensação e computando-os no cálculo da carteira castigada.

Considerando-se o tempo de inadimplência, para o conjunto de UCMs, no período entre 31 de julho e 13 de dezembro de 2007, constata-se que:

- Com relação ao número de contratos com inadimplência entre 1 e 30 dias houve queda de 13,59%. Considerando o saldo devedor, a queda foi de 12,66%.
- Com relação ao número de contratos com inadimplência na faixa de 31 a 60 dias, houve queda de 9,14%. No saldo devedor, a queda foi de 11,11%. Essa redução, muito provavelmente, está relacionada ao fato de o cliente poder ter seu nome incluído no SCPC/Serasa.
- Na faixa acima de 60 dias, os contratos em inadimplência, tiveram queda de 3,32%. Os valores também decresceram 2,88%.

Quando é analisada a porcentagem de prestações pagas pelos clientes antes de se tornarem inadimplentes, observa-se que 23,78% dos que tinham algum atraso pagaram de 0% a 20% das prestações devidas antes de interromperem os pagamentos. A partir desse ponto, constata-se uma tendência de queda, conforme aumenta a porcentagem de parcelas pagas, até a faixa de 41% a 60%, e um pico na faixa entre 61% e 80%.

É importante conhecer os momentos críticos em que a maior parte dos clientes deixa de pagar as prestações para que o monitoramento possa ser intensificado, a fim de reduzir a inadimplência. Para isso, é importante verificar em quais parcelas eles encontram mais dificuldades para pagar e em qual fase do negócio isso ocorre.

O estudo mostra que a maior parte dos clientes inadimplentes deixou de pagar uma das cinco primeiras parcelas. Do total dos inadimplentes que deviam efetuar 18 pagamentos e que registravam atraso de 31 a 60 dias, 16,10% havia atrasado uma das primeiras cinco prestações; no caso dos clientes com atrasos de 61 a 90 dias, a porcentagem é de 18,16%; para aqueles com atrasos de 91 a 120 dias, 20,73%; dos clientes com atrasos de 121 a 360 dias, 29,55%; e daqueles com atrasos superiores a 360 dias, o percentual sobe para 48,41%. Portanto, recomenda-se que o sistema de cobrança das primeiras parcelas seja aprimorado em todos os empréstimos, independentemente do número de parcelas acordado.

**Considerações** - A partir das observações que sobressaem da análise feita, algumas considerações podem ser apresentadas:

- Não se pode afirmar categoricamente que não foram executadas as ações estabelecidas no Manual Normativo e/ou no Manual de Procedimentos Operacionais, todavia, na hipótese de que a falta da informação signifique a sua não implementação, essas lacunas certamente podem acarretar um aumento da taxa de inadimplência.

- Há um consenso no mercado de microcrédito de que é vital a imediata cobrança ao surgimento da inadimplência. E, se necessário, a tomada de medida mais enérgica e que tenha efeito demonstrativo, para desencorajar o atraso deliberado no pagamento.

A Serasa realizou sondagem de mercado para o Instituto de Gestão de Excelência Operacional em Cobrança (Geoc), na primeira quinzena de 2007, que recebeu o título de Razões que Levam os Consumidores Inadimplentes a Quitar suas Dívidas. Nessa sondagem, a Serasa entrevistou, por telefone, 670 consumidores de São Paulo, Bauru, Campinas, Belo Horizonte, Brasília e Curitiba. Dessa pesquisa, quatro importantes questões podem explicar o comportamento dos clientes do BPP:

- 65% dos entrevistados concordam que fazer crediário é o único jeito de conseguir comprar o que precisam.
- 42% dos respondentes tinham mais de uma dívida.
- O pagamento de uma das dívidas deu-se em razão da preocupação em excluir o nome dos serviços de proteção ao crédito para 22,5% dos respondentes; dos descontos oferecidos, para 21%; da preocupação com a perda de bem, para 12%; dos juros altos, para 10%; e devido ao parcelamento da dívida, para 8,5% deles.
- A principal razão para regularizar o pagamento de uma dívida é, para 48% dos respondentes, a exclusão do nome dos órgãos de proteção ao crédito; para 17% deles, são os descontos oferecidos; para 9%, é o parcelamento da dívida; e para 6%, a perda de bem.

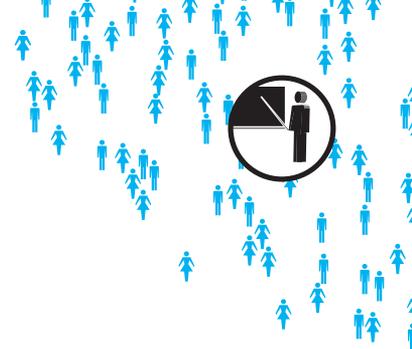
Aceitando-se que as conclusões dessa pesquisa também podem aplicar-se aos clientes do BPP, ganha importância a inscrição do nome do inadimplente e de seu avalista no SCPC/Serasa porque limita seu acesso a outros bens.

Se for considerado que para os micro e pequenos empresários o financiamento feito por seus fornecedores é importante fonte de recursos para investimento e capital de giro, ter o “nome limpo” na praça é considerado um precioso bem.

É muito melhor trabalhar para que não seja necessário chegar-se à cobrança judicial, porém, se for necessária, ela precisa ser realizada com agilidade, para que os bens alienados ou dados em garantia ainda apresentem valor capaz de representar prejuízo ao inadimplente. Há instituições de microfinanças que ao escolher um bem como garantia preferem aquele que seja vital para a existência do negócio do cliente, mesmo que seu valor não corresponda ao valor do crédito.

Evidencia-se, portanto, a necessidade do envolvimento de todos os atores do sistema de concessão de crédito do BPP na gestão da UCM, para minimizar o grau de inadimplência existente.

**Assistência pós-crédito ao empreendedor** - As características próprias de um micronegócio e do microempreendedor levam a supor a necessidade de um acompanhamento mais próximo do tomador de empréstimos durante toda a implantação e o desenvolvimento do negócio. Assim, o agente de crédito



tem papel fundamental para o sucesso do empreendimento e para garantir a adimplência do empréstimo. O agente de crédito deve estabelecer uma relação profissional e amistosa com o mutuário, de maneira a orientá-lo quando necessário, ou indicar a ajuda de alguma instituição idônea, governamental ou não.

O agente não precisa conhecer amplamente o desenvolvimento do negócio, mas, como agente social que é, deve estar atento às necessidades do empreendedor e conhecer as alternativas de recursos existentes no município, na região, ou em outras esferas, e articular a ajuda necessária para o sucesso do empreendimento. O agente de crédito, quando desempenha a contento seu papel, assume a função de um verdadeiro agente de desenvolvimento. Como apoio ao agente de crédito, o Cepam está preparando material de orientação para uma sistemática pós-crédito e de boas práticas de gestão para os clientes do BPP.