



# **Entendendo a demanda para as microfinanças no Brasil**

## **Um estudo qualitativo em duas cidades**

Bonnie Brusky  
João Paulo Fortuna





## PREFÁCIO

### **Sobre o Programa de Desenvolvimento Institucional - PDI**

O Programa se desenvolve no âmbito do convênio de cooperação técnica não reembolsável firmado entre o BNDES e o Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID, no qual o BNDES participa na qualidade de órgão executor e beneficiário. A Development Alternatives, Inc - DAI, empresa americana de consultoria com ampla experiência em microfinanças e gerenciamento de recursos de cooperação, foi escolhida, através de licitação internacional, para prestar assistência técnica na implantação do Programa.

O objetivo do Programa de Desenvolvimento Institucional é fortalecer a indústria das microfinanças no Brasil. A visão de futuro é de um mercado que ofereça, de forma sustentável, serviços financeiros aos microempreendedores, formais ou informais, e a segmentos da população que não lhes têm acesso, ou o têm de maneira restrita. Espera-se que as instituições de microfinanças sejam capazes de oferecer uma gama de produtos adequada às necessidades do seu público-alvo, e que se integrem cada vez mais ao sistema financeiro formal.

O estágio atual de desenvolvimento administrativo-operacional desta indústria no Brasil exige um investimento em fortalecimento institucional para propiciar-lhe, não só, acesso às tecnologias específicas de microfinanças que conduzirão a um melhor desempenho, como também condições estruturais de expansão da oferta de serviços microfinanceiros no país.

O Programa de Desenvolvimento Institucional busca implementar ações no sentido de, primeiro, apoiar instituições cujo bom desempenho contribua, pelo efeito demonstração, para o desenvolvimento do segmento e, segundo, disponibilizar novas ferramentas de gerenciamento, operação e controle para a consolidação da indústria.



## AGRADECIMENTOS

Esse relatório apresenta os resultados de uma pesquisa realizada para o Programa de Desenvolvimento Institucional-PDI do BNDES e faz parte do investimento vertical Manuais para Gerentes das Instituições das Microfinanças. O trabalho contribuirá para o desenvolvimento de um Manual de Marketing para Microfinanças, com foco na oferta e na demanda de serviços microfinanceiros.

Os autores desejam agradecer à “professora” Henriqueta Hunguana, Consultora Senior do International Capital Corporation, Moçambique; à equipe de **São Paulo Confia**: Roberto Vilela de Moura, Rosângela Aparecida Burger Saidel, Caetano Lavorato, Waldelene de Queda, Andréia Amaral Lourenço, João Ricardo Barbosa e Fábio Maschio Rodrigues; a Marina Farkas Bitelman, da **Agência de Desenvolvimento Solidário** e Fernanda Negrão, do **DIEESE**; à equipe de **Centro Josué de Castro**, de Recife: Roseneide Gonçalves, Antônia Galindo, Jorgete Oliveira, Giselle, Bernadette, Janaína, Alan e Maria do Céu; a Evanda Burtet Kwitko do **Crear Brasil**, a Edson Luiz de Paula Pinto de **SocialCred**, a Terry Gallagher da **DAI-Brasil**, a Alexandre Darzé e Anita Fiori do **DAI/PDI** e à **Visão Mundial** por sua ajuda para levar a bom termo a investigação de campo que deu origem a este documento.

Agradecemos também a Lara Goldmark do BNDES/PDI e, novamente, a Henriqueta Hunguana por seus comentários, orientação e paciência.



## CONTEÚDO

INTRODUÇÃO .....	7
sumário do relatório .....	9
<b>CAPÍTULO I: O DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA .....</b>	<b>10</b>
Objetivos gerais .....	10
A metodologia .....	10
As ferramentas aplicadas .....	11
O encaminhamento da pesquisa .....	12
Populações pesquisadas .....	12
<b>CAPÍTULO II: O QUE SE USA E PORQUE .....</b>	<b>15</b>
A oferta de crédito formal .....	17
Empréstimos .....	18
Credit Cards .....	18
Financeiras .....	19
Instituições de Microfinanças .....	19
Troca de cheques .....	20
Crediário .....	21
A oferta de crédito semiformal .....	22
Empréstimos dados pelo empregador .....	22
Agiota .....	23
Caixinhas .....	23
Crediário “na lojinha” .....	24
Crédito do fornecedor .....	24
A oferta de crédito informal .....	25
Empréstimos com amigos e parentes .....	25
Crédito dos outros .....	26
Fiado .....	26
Sorteio .....	27
Poupança e seguros .....	28
Tendências no uso dos serviços .....	30
A preferência pelo crédito parcelado .....	30
Atributos mais valorizados nos serviços .....	31
Atributos especialmente desagradáveis .....	32
A capacidade e o desejo de poupar .....	33
<b>CAPÍTULO III: NECESSIDADES E ESTRATÉGIAS FINANCEIRAS .....</b>	<b>35</b>
Emergências .....	37
Eventos do ciclo da vida .....	37
Oportunidades .....	40
Eventos sazonais .....	42
Estratégias principais .....	44
Tendências principais nas diferentes populações pesquisadas .....	45



CAPÍTULO IV: IMPLICAÇÕES E CONCLUSÕES.....	50
O que nós aprendemos .....	50
Implicações para o setor no brasil .....	53
Conceitos para novos produtos .....	56
Conclusões .....	59
BIBLIOGRAFIA .....	61
ANEXOS .....	63
Comentários sobre a metodologia .....	63
Descrição das ferramentas .....	65



## INTRODUÇÃO

O mercado de microfinanças<sup>1</sup> no Brasil reveste-se de características próprias que encerram alguns aspectos aparentemente paradoxais. Apesar de possuir um histórico que data de 1973<sup>2</sup>, com a criação da primeira instituição de microfinanças (IMF) da América Latina, o setor das microfinanças brasileiro não experimentou o mesmo grau de crescimento de alguns países latino-americanos. Se os últimos anos da década de 1990 assistiram a um acentuado incremento em suas atividades<sup>3</sup>, demonstrado pelo salto de 220% na carteira total das IMFs brasileiras entre 1999 e 2001<sup>4</sup>, esse indicador deve ser apreciado sob a ótica do amplo contexto do mercado.<sup>5</sup>

Uma análise da evolução dos clientes ativos das oito maiores IMFs do país<sup>6</sup> mostra que ainda que quatro delas apresentaram níveis de crescimento anuais 50% em média desde 1999, as demais têm perdido em média 17% de seus clientes ativos no mesmo período. Além disso, apesar do já referido aumento na carteira das IMFs, essas instituições estão enfrentando um crescimento relativamente lento, quando comparadas aos outros figurantes do sistema financeiro nacional: os bancos que atuam como financeiras, por exemplo, ampliaram em 55% o volume de crédito apenas nos primeiros seis meses de 2001<sup>7</sup>.

De modo geral, a penetração das instituições ainda é pouco expressiva, quando comparada ao significativo porte do mercado potencial. As cerca de 120 IMFs no país atendem em torno de 160 mil clientes<sup>8</sup>, o que representa somente de 2% do mercado potencial, estimado em 8,2 milhões de microempreendedores de um total de 16,4 milhões.<sup>9</sup>

Dentre os fatores possivelmente relacionados a esse fenômeno estão:

- uma estrutura regulamentar ainda inadequada, apesar dos avanços verificados;
- a ampla oferta de produtos substitutos do crédito direto ao consumidor;
- a falta de um “efeito de demonstração”;
- o desfavorável contexto macroeconômico brasileiro, ao menos até meados da década de 90;
- um excesso de linhas de crédito governamentais subsidiadas;
- as fragilidades das IMFs brasileiras.<sup>10</sup>

Embora cada um desses fatores tenha influência no desenvolvimento das microfinanças, é igualmente claro que o limitado conhecimento das características da demanda pelos serviços de microfinanças venha se constituindo em obstáculo para o desenvolvimento do setor.

Oferecer aos clientes o que eles desejam é essencial para o desenvolvimento de qualquer indústria. No Brasil, o setor das microfinanças é dominado por um único produto: o crédito produtivo para microempreendedores, sob a forma de empréstimos financeiros, de valores variáveis entre R\$ 500,00 e

<sup>1</sup> O termo microfinanças é definido aqui como serviços financeiros - crédito, poupança ou seguros—de pequeno porte.

<sup>2</sup> O Projeto Uno, precursor do Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos - CEAPE, Pernambuco.

<sup>3</sup> Cabe destacar a participação do BNDES, atuando como uma instituição de segunda linha provedora de recursos financeiros às IMFs, e induzindo, através do estabelecimento de padrões gerenciais e organizacionais, uma dinâmica de estruturação das IMFs por todo o país.

<sup>4</sup> Em 1999, 67 instituições operavam uma carteira de R\$ 43,4 milhões (Goldmark, et al, 1999). Em 2001, a carteira total foi estimada em R\$ 138,8 milhões, sendo que R\$ 49,8 milhões cabiam ao programa Crediamigo do Banco do Nordeste. (Nichter et al, 2002).

<sup>5</sup> Fonte: BNDES/PDI.

<sup>6</sup> Instituições com mais de 2.000 clientes em 1999.

<sup>7</sup> Estudo da consultoria Austin Asis citado *Gazeta Mercantil*, 11 de setembro de 2001.

<sup>8</sup> Desses, 85.309 são clientes do programa Crediamigo do Banco do Nordeste. Nichter et al. “Entendendo as microfinanças no contexto brasileiro”, 2002.

<sup>9</sup> Nichter et al. “Entendendo as microfinanças no contexto brasileiro”, 2002.

<sup>10</sup> Ver Goldmark, et al, (1999) para uma discussão mais detalhada sobre o setor de microfinanças no Brasil e Nichter et al. “Entendendo as microfinanças no contexto brasileiro”, 2002.

R\$ 5000,00, em geral por um prazo de oito a doze meses. Todavia, deve ser notado que as famílias de baixa renda, que constituem o grosso do mercado potencial das microfinanças, não são formadas apenas por microempreendedores e têm necessidades financeiras mais amplas que o crédito produtivo. Conhecer quais são essas necessidades e quais os mecanismos atualmente utilizados para satisfazê-las é de crucial importância para o desenvolvimento de serviços financeiros úteis e adequados ao público-alvo.

Igualmente fundamental para o crescimento das microfinanças é o fornecimento de serviços como os clientes os querem. Isso significa a criação e a adaptação de produtos e procedimentos em concordância com formatos aceitáveis pela clientela. Mas, para poder ir ao encontro das preferências dos clientes, é preciso entendê-las, assim como os fatores culturais que sobre elas influem. Percepções das instituições financeiras e noções culturalmente diferenciadas sobre o crédito exercem forte influência sobre o que os clientes usam e não usam, gostam e não gostam. Uma melhor compreensão do papel que as relações sociais desempenham na maneira como as pessoas administram seu dinheiro pode propiciar a significativos *insights* em relação aos mecanismos de garantias e à questão das formas de pagamentos.

O desenho do presente estudo teve como base uma questão abrangente: por que não se recorre mais às instituições de microfinanças no Brasil? A pesquisa teve como foco a problemática da demanda em zonas urbanas<sup>11</sup>: as necessidades, os mecanismos disponíveis, as estratégias e motivações que determinam como as camadas mais pobres da população lidam com seus recursos financeiros. A demanda foi aqui definida como o *conjunto de pessoas de baixa-renda*, tanto empreendedores como não-empreendedores. Trata-se de uma noção mais ampla do que a atualmente usada pelas IMFs no Brasil e engloba o inteiro conjunto doméstico-familiar, no qual as maiorias das microempresas estão sediadas.

Os microempreendedores não operam em vácuos que separem seus negócios de seus lares. Os orçamentos da casa comumente se misturam com os da empresa, e as emergências e pressões financeiras que desregulam os fluxos de receita e despesa ou que obrigam a relocação de recursos em um dos lados fatalmente terão efeitos no outro lado.

Assim, os objetivos da pesquisa foram orientados por algumas interrogações básicas:

- ▶ Os produtos atuais são adaptados às necessidades dos clientes potenciais?
- ▶ Como os fatores culturais ligados às percepções de crédito e das instituições financeiras influenciam o uso de serviços financeiros?

O presente relatório tem como propósito incentivar a discussão em torno dessas questões e apresentar alguns encaminhamentos de respostas, a partir dos resultados de uma pesquisa qualitativa desenvolvida nas cidades de São Paulo e Recife em novembro de 2001.

Por solicitação do BNDES, os resultados aqui apresentados estão sendo objeto de uma análise adicional, baseada nas transcrições das reuniões de discussão em grupo. Um relatório complementar, resultante dessa análise adicional, poderá ser oportunamente divulgado.

<sup>11</sup> Ver Abromovay, R., (2001) para uma discussão sobre a demanda em zonas rurais.

## SUMÁRIO DO RELATÓRIO

O capítulo 1 apresenta os objetivos da pesquisa e uma breve descrição da metodologia aplicada.

O capítulo 2 examina os serviços financeiros utilizados pelas populações estudadas e de que maneiras os serviços e as instituições que os fornecem são percebidos. Os produtos encontrados pela pesquisa estão apresentados em matrizes categorizadas por 1) **setor**: formal, semiformal, e informal ; e 2) **tipos de serviços**, aqui definidos como “crédito em dinheiro” e “crédito parcelado”. Os mecanismos de poupança, encontrados em setores formais, semiformais e informais, também foram considerados. As distintas características, percepções e motivações no relacionamento e utilização de cada um dos produtos são detalhadas, seguidas por uma análise das tendências identificadas pela pesquisa.

O capítulo 3 examina as necessidades financeiras das populações estudadas, assim como os mecanismos a que essas populações recorrem para satisfazê-las. A apresentação das informações é baseada em estudos recentes<sup>12</sup>, que sugerem um entendimento das necessidades financeiras das pessoas de baixa renda como resultantes de pressões financeiras causadas pelo surgimento de emergências ou oportunidades ou, ainda, por eventos do ciclo de vida. Neste relatório, as necessidades são apresentadas em uma matriz, de acordo com esses eventos, assim como os eventos sazonais. Os serviços financeiros utilizados para responder às necessidades estão categorizados na matriz, por níveis de renda. Uma análise das necessidades e das principais estratégias identificadas para enfrentá-las, conforme foram identificadas pela pesquisa, é seguida por uma discussão das diferenças entre os segmentos das populações estudadas, sempre que tais diferenças foram constatadas.

O capítulo 4 apresenta algumas lições aprendidas, segundo os resultados da pesquisa, que ajudam a entender porque a maioria das instituições das microfinanças tem taxas de adesão relativamente baixas, quando confrontadas com o volume da demanda potencial. Essas lições servem de respostas às questões que deram origem ao estudo. As implicações de tais respostas e resultados para o setor das microfinanças no Brasil são examinadas, seguidas por uma discussão de conceitos que possam conduzir a novas pesquisas e à reflexão sobre o aperfeiçoamento dos atuais produtos ou à criação de novos .

Notas de rodapé mencionam as fontes secundárias que serviram de apoio ao estudo e a algumas de suas conclusões. As obras de referência estão relacionadas na bibliografia.

<sup>12</sup> Rutherford, S. (1998), Mutesasira (1999); Wright (1999).



# CAPÍTULO I

## O DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

### OBJETIVOS GERAIS

A pesquisa teve como objetivo geral a experimentação, no Brasil, de um conjunto de instrumentos de marketing adaptados às microfinanças e, a partir de sua utilização em uma pesquisa de campo, procurar proporcionar uma visão geral do mercado de microfinanças no país, focada exclusivamente na problemática da demanda.

Para alcançar esse objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- averiguar quais são as percepções de crédito e de poupança predominantes nas populações de baixa renda;
- estudar os comportamentos, estratégias e mecanismos utilizados pela população alvo para gerir suas finanças;
- identificar os eventos e as circunstâncias que criam necessidades de tomar dinheiro ou de recorrer à poupança;
- levantar as dinâmicas sociais que norteiam a relação entre as populações de baixa renda e os fornecedores de serviços financeiros;
- propor conceitos para alimentar pesquisas futuras sobre novos produtos para as instituições de microfinanças.

### A METODOLOGIA

Para melhor responder às questões de pesquisa, optou-se pelo emprego de uma pesquisa qualitativa como técnica para a obtenção dos dados desejados.

Derivada das ciências comportamentais, a pesquisa qualitativa busca examinar e entender o comportamento humano em um determinado contexto. É mais descritiva do que definitiva. Não se preocupa com medidas estatísticas e não mostra proporções, mas comportamentos e atitudes. As informações obtidas em uma pesquisa qualitativa proporcionam um aprofundamento no exame de um determinado assunto e possibilitam compreender as razões, motivos e porquês dos comportamentos, hábitos e atitudes do público alvo em relação ao assunto em estudo.

Como instrumento de coleta das informações foram utilizadas ferramentas propostas no curso “Pesquisa de Mercado para Microfinanças”, criado pela Microsave-Africa, uma instituição que vem trabalhando no sentido de desenvolver a prestação de serviços financeiros por parte das IMFs, sob a perspectiva do cliente. Nesse sentido, a MicroSave-Africa tem combinado o desenvolvimento de ferramentas de pesquisas e sua aplicação, a fim de investigar as necessidades e preferências das classes mais pobres em relação a serviços financeiros. Tem atuado, também, como importante veículo de disseminação de informações. Desenvolvido com o objetivo de ajudar instituições de microfinanças a compreender e responder às necessidades dos clientes atuais e da clientela potencial, o curso “Pesquisa de Mercado para Microfinanças”



combina o Diagnóstico Rápido Participativo (DRP) e Grupo Focais (GF), técnicas freqüentemente usados nas ciências sociais e pelas pesquisas de mercado tradicionais, especialmente adaptadas ao setor de microfinanças.

Grupos Focais são compostos de 6-8 participantes (ou 8-12 participantes, conforme a natureza da matéria que é objeto da pesquisa), com determinadas características de homogeneidade, que discutem um determinado assunto, sob a orientação de um moderador. O objetivo é o de gerar uma conversa franca acerca dos temas pesquisados. O papel do moderador é o de incentivar a participação de todos, ajudar o grupo a explorar os assuntos com profundidade e manter a conversa em torno dos assuntos que interessam ao estudo. A discussão é dirigida por um roteiro semi-estruturado, pré-estabelecido segundo os objetivos da pesquisa.

O DRP é uma ferramenta através da qual as comunidades participantes, com apoio de facilitadores externos, recolhem e analisam informações por si, acerca das suas vidas e comunidades. A informação de DRP é recolhida e analisada pelas pessoas e para as pessoas. Os resultados são processados e validados na ocasião da coleta das informações pelos participantes. O pacote da Microsave-Africa propõe treze diferentes ferramentas DRP<sup>13</sup>, cada uma permitindo ao pesquisador descobrir tendências de comportamentos financeiros específicos. As ferramentas são aplicadas a grupos de 8-10 pessoas e funcionam como orientadoras das discussões, no papel que habitualmente cabe aos roteiros.

## AS FERRAMENTAS APLICADAS

Para uma análise das necessidades financeiras das pessoas de baixa renda, individualmente ou no conjunto doméstico-familiar, e para descobrir os sistemas de crédito utilizados para responder a essas necessidades, foram aplicadas as seguintes ferramentas:

- *Perfil do ciclo de vida*, que permite saber quais os eventos que requerem grandes somas de dinheiro e que, conseqüentemente, exercem maior pressão sobre o orçamento familiar; quais as alternativas atualmente utilizadas para satisfazer essas necessidades; e determinar como e quais acessos a serviços financeiros poderiam ajudar a responder às necessidades.
- *Análise da sazonalidade*, que possibilita determinar as variações sazonais dos rendimentos e despesas do grupo familiar e as tendências na demanda de crédito e na poupança ao longo do ano.
- *Análise das tendências*, que permite determinar quais serviços financeiros foram usados ao longo do tempo e para entender as mudanças no uso e disponibilidade deles e porquê.

Para ter uma visão mais detalhada das necessidades financeiras dos microempreendedores e identificar motivos da pouca aderência às IMFs, foram usadas:

- *Matriz dos serviços financeiros*, que permite determinar quais segmentos têm ou não acesso aos serviços financeiros disponíveis e porquê.
- *Ranking de preferência relativa*, que permite comparar quais componentes dos serviços financeiros são mais ou menos apreciados e porquê.

<sup>13</sup> Versão fevereiro 2001.



Para complementar a percepção dos comportamentos e atitudes dos indivíduos e das comunidades, e para reforçar a análise dos resultados oriundos do uso das ferramentas, foram realizadas reuniões de Grupos Focais, orientadas por roteiros especialmente desenhados para os objetivos propostos.

## O ENCAMINHAMENTO DA PESQUISA

O processo de desenvolvimento da pesquisa foi iniciado com a capacitação<sup>14</sup> das equipes nas técnicas do Diagnóstico Rápido Participativo e de Grupos Focais em seus diversos aspectos: seleção e recrutamento dos convidados, preparação das reuniões (logística e desenho dos roteiros), moderação e gestão das reuniões, técnicas de aplicação das ferramentas específicas e, finalmente, interpretação dos resultados e sua transformação em conceitos de produtos financeiros.

A capacitação foi dada em um seminário que incluiu treinamento prático, com a realização de quatro reuniões com microempreendedores do município de São Gonçalo, Rio de Janeiro, quando foram utilizadas as ferramentas de DRP.

O passo seguinte foi a definição, por parte da coordenação do projeto, das áreas geográficas em que a pesquisa seria aplicada e das características (atividade, renda, sexo, idade) dos participantes das sessões de DRP e GF. Nessa etapa foram também definidos os locais e horários das sessões, bem como as entidades locais que dariam apoio logístico ao trabalho.

O projeto teve continuidade com a realização de um total de 35 reuniões, sendo 18 no município de São Paulo e 17 em Recife, totalizando cerca de 300 participantes.

## POPULAÇÕES PESQUISADAS

O estudo trabalhou com dois segmentos de população urbana: microempreendedores/ trabalhadores por conta própria e assalariados/desempregados, classificados em três faixas de renda, em uma cidade do Sudeste, São Paulo, e em uma cidade do Nordeste, Recife.

<sup>14</sup> Por a consultora Henriqueta Hunguana-ICC Mozambique, formadora certificada do MicroSave-Africa.



## Regiões

Buscando identificar diferenças originadas pela diversidade regional do Brasil, a pesquisa de campo foi aplicada em duas áreas geograficamente distintas.

A escolha de São Paulo como representativa da Região Sudeste justifica-se, em parte, por ser um enorme mercado potencial para as microfinanças e, por outra parte, pela existência de uma entidade local que se mostrou interessada na pesquisa, por razões operacionais. São Paulo Confia, um novo programa de microcrédito da Prefeitura, tendo recém-iniciado suas atividades na concessão de empréstimos, havia demonstrado um grande interesse em participar do estudo, com o objetivo de melhor conhecer sua clientela.

Programas de microfinanças atuando no Estado de São Paulo:

Banco do Povo-Santo André. Programa da Prefeitura. Iniciou atividades em 1998. Oferece crédito produtivo a microempreendedores que tenham negócios em funcionamento há pelo menos seis meses.

Banco do Povo do Estado de São Paulo. Começou em 1997. Oferece crédito produtivo a microempreendedores.

Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos -CEAPE - São Paulo  
Oferece crédito produtivo a empreendedores com negócios funcionando há seis meses.

Micro-Cred Ltda. Sociedade de Crédito ao Microempreendedor  
Oferece crédito produtivo a microempreendedores que tenham negócios em funcionamento há pelo menos seis meses.

As linhas de crédito do programa federal Programa de Geração de Renda-PROGER, para microempreendedores, estão disponíveis no Banco do Brasil e na Caixa Econômica Federal.

São Paulo Confia. Início em setembro de 2001. Oferece crédito produtivo a microempreendedores com negócios em funcionamento há pelo menos seis meses; financiamentos para beneficiários dos programas sociais da Prefeitura (Renda Mínima, Bolsa Trabalho e Começar de Novo), para cooperativas e para moradia.

Recife foi escolhida como cidade representativa do Nordeste também a partir da identificação de uma entidade local, reconhecidamente competente, que expressou o desejo de organizar as reuniões dos grupos de foco. Além disso, pesou o fato de ser umas das cidades onde o Banco do Nordeste está desenvolvendo o Crediamigo, programa de microcrédito conhecido por grandes parcelas de sua população. Programa regional de microcrédito com um nível de penetração que corresponde ao que se acredita seja sua demanda potencial, o Crediamigo é a única iniciativa brasileira de larga escala no setor de microcrédito a empregar a metodologia de grupos solidários.

Programas de microfinanças atuando na área metropolitana do Recife:

Banco do Povo da Agência do Trabalho. Crédito a microempreendedores, administrado pela Caixa Econômica Federal e Banco do Nordeste.

Banco do Povo da Prefeitura. Crédito a microempreendedores, administrado pelo Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e Banco do Nordeste.

Casa da Mulher do Nordeste-CMN. Crédito produtivo a microempreendedoras. Oferece também capacitação, assessoria e apoio à comercialização.

Centro de Apoio aos Microempreendedores-CAM. Oferece crédito produtivo a microempreendedores, para início ou ampliação de negócios. Oferece também capacitação técnico-gerencial, assessoria e consultoria.

Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos – CEAPE – Pernambuco.  
Oferece crédito produtivo a empreendedores com negócios funcionando há seis meses.

Fundo Rotativo da Ação da Cidadania – FRAC. Oferece crédito a empreendimentos familiares e associativos e a empreendedores individuais com negócios em funcionamento há seis meses. Oferece também assessoria gerencial.

Programa Crediamigo do Banco do Nordeste.  
Oferece crédito a microempreendedores com negócios funcionando há pelo menos 12 meses. Oferece também assessoria gerencial.

As linhas de crédito do PROGER estão disponíveis aos microempreendedores no Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e Banco do Nordeste.

Visão Mundial  
Oferece crédito a microempreendedores e cooperativas.

## Renda

As faixas de níveis de renda foram definidas tendo por base a classificação usada pela Prefeitura de São Paulo em seus programas junto às populações de baixa renda. Entretanto, a realidade econômica do Recife e os baixos padrões de renda das populações ali estudadas, tornaram necessário um ajuste na classificação originalmente concebida. Assim, os resultados da pesquisa aparecem distribuídos pelas seguintes categorias:

	São Paulo	Recife
<b>Baixíssima</b>		0 - 2 Salários Mínimos (R\$ 90 - R\$ 360)
<b>Baixa</b>	2 - 3 Salários Mínimos (R\$ 360 - R\$ 720)	2 - 3 Salários Mínimos (R\$ 360 - R\$ 720)
<b>Medio-baixa</b>	3 - 6 Salários Mínimos (R\$ 540 - R\$ 1080)	3 - 6 Salários Mínimos (R\$ 720 - R\$ 1080)

## Tipo de ocupação

A pesquisa abrangeu dois segmentos da população de baixa renda, de acordo com o tipo de ocupação:

- ▶ Microempreendedores e pessoas que trabalham por conta própria. Nesse segmento estão incluídos os que se ocupam no comércio/serviços e na produção/indústria.
- ▶ Assalariados e desempregados.

Essa variável foi incluída para permitir a comparação entre as necessidades desses dois segmentos e para verificar se os não-empregados devem realmente ser considerados como clientes potenciais dos serviços de microfinanças.

## Sexo

A ferramenta Ciclo de Vida foi sistematicamente aplicada junto a grupos unisexuais para identificar possíveis diferenças entre os sexos nas percepções dos eventos que criam as maiores pressões financeiras.

Para mais detalhes sobre a metodologia utilizada e lições aprendidas, e para uma descrição detalhada das ferramentas e das adaptações nelas procedidas durante a pesquisa, ver os Anexos, ao final do relatório.

## CAPÍTULO II

### O QUE SE USA E PORQUE

A grande maioria das pessoas que compõem as camadas de baixa renda da população não tem acesso direto ao setor bancário formal<sup>15</sup>. Entretanto, essas pessoas encontram soluções para atender às suas necessidades financeiras em uma ampla variedade de serviços que estão a seu alcance. Este capítulo apresenta tais serviços assim como as percepções que deles têm seus usuários.

Nas populações estudadas, o recurso ao crédito, em suas numerosas formas, é de longe a solução mais comumente usada para a satisfação das necessidades financeiras. Os participantes das reuniões não tiveram dificuldades em listar os meios a que as pessoas recorrem quando precisam de dinheiro, uma situação que marca o dia a dia das famílias pobres no Brasil. Fiado ou crediário, cartão de crédito, cartão da financeira, cartão da loja, cheque pré-datado, cheque especial; um dinheiro conseguido com amigos ou parentes, um adiantamento com o empregador; a participação em um “sorteio” ou um saque na “caixinha” da empresa; o empréstimo do agiota, da financeira ou até mesmo do banco...as opções são muitas. Entretanto, um exame mais detalhado dessa lista revela que suas aparentes variedade e acessibilidade são enganadoras.

Basicamente, as populações abordadas pela pesquisa usam duas modalidades de crédito, aqui definidas como **crédito em dinheiro** e **crédito parcelado**, oriundas de fontes **formais**, **semiformais** ou **informais**. Alguns mecanismos de poupança também são utilizados, mas, em geral, guardar dinheiro para uma necessidade futura é hábito pouco freqüente. **Crédito em dinheiro** refere-se ao crédito que é outorgado sob a forma de dinheiro (empréstimo) enquanto que **crédito parcelado** é outorgado sob a forma de um bem que esteja sendo comprado. Essas modalidades de crédito diferem entre si quanto à forma como são concedidas e não no modo como são reembolsadas. Ambas são pagas a prazo, de acordo com planos de pagamento pré-estabelecidos.

Os mecanismos e produtos financeiros<sup>16</sup> identificados pela pesquisa estão apresentados na forma de matrizes, com a utilização das categorias acima mencionadas. As definições de formal, semiformal e informal usadas no relatório têm como fundamento as exigências requeridas para o acesso a cada um desses serviços e não seus estatutos jurídicos. Entretanto, a maioria dos serviços incluídos na categoria **formal** faz parte do Sistema Financeiro Nacional. Uma descrição geral dos termos e condições dos serviços também é apresentada, embora haja uma grande variação de produto para produto. São descritas brevemente as características de cada serviço - como funcionam, quais são as condições de concessão<sup>17</sup> - seguidas por uma discussão das percepções das populações a respeito de cada um deles.

O nível de uso é indicado, grosso modo, dentro dos quadros matrizes por asteriscos. Um asterisco indica quase nenhum uso enquanto que cinco asteriscos indicam um elevado nível de uso. Entretanto, como a utilização dos serviços financeiros depende do nível de renda e, mais importante, dos motivos pelos quais são usados, a questão de sua utilização é apresentada com mais detalhes no capítulo 3.

<sup>15</sup> Aproximadamente 70% da população brasileira não possui qualquer tipo de conta bancária. Gallagher, et al (2002).

<sup>16</sup> O termo “produto” é usado para fazer referência a um bem, enquanto “mecanismo” refere-se a um processo ou sistema. Ambos os termos serão empregados nesse documento. O termo “serviços financeiros” será usado para fazer referência tanto a produtos quanto a mecanismos.

<sup>17</sup> Essas informações são baseadas no relatório “O Mercado de Crédito para Pessoas de Baixa Renda no Rio de Janeiro”, Gallagher, et al (2002), que apresenta uma discussão detalhada sobre as principais características da oferta de crédito.

Esta seção é concluída com a discussão das tendências manifestadas pelos entrevistados, incluindo a relação dos atributos que aparecem como os mais e os menos valorizados pelas populações pesquisadas.

### CATEGORIZAÇÃO DOS SERVIÇOS FINANCEIROS ENCONTRADOS.

	<b>Crédito em Dinheiro</b>	<b>Crédito Parcelado</b>
<b>SETOR FORMAL</b>	Empréstimo bancário com finalidade específica Crédito pessoal bancário sob linha de crédito Adiantamento de dinheiro dos cartões de crédito de bancos, lojas ou financeiras Empréstimo de financeira Empréstimo de instituição de microfinanças Troca de cheque no banco	Cartão de crédito Cheques pré Cheques especiais Crediário na grande loja
<b>SETOR SEMIFORMAL</b>	Empréstimos de empregador Empréstimos de agiota Troca de cheque em agiota Empréstimos em caixinha de empresa	Crediário na lojinha Crédito do fornecedor
<b>SETOR INFORMAL</b>	Empréstimos de parentes/amigos	Fiado ("Pendura") Sorteio Crédito dos outros

## A OFERTA DE CRÉDITO FORMAL

O setor formal se caracteriza pelos seguintes aspectos:

1. As **exigências** a serem cumpridas:
  - Cadastro de Pessoa Física (CPF)
  - Carteira de Identidade (RG)
  - Comprovante e/ou Declaração de Residência
  - Comprovante de Renda e/ou Avalista (individual ou grupo)
  - Nome limpo: não ter nome apontado nos serviços de proteção ao crédito (SPC, Usecheque, Telecheque, SERASA, etc.)
2. As **provas escritas** fornecidas: contrato, carnês, promissórias e recibos que registrem o recebimento, o reconhecimento da dívida e seu pagamento.
3. Os **termos e condições** podem variar grandemente:
  - Valores: R\$ 50 - R\$ 5.000
  - Reembolso: quinzenal ou mensal
  - Prazo: 1 - 36 meses
  - Juros (sem incluir multas, taxas e juros de mora): 0 - 11,5%/mês.

### SERVIÇOS USADOS DO SETOR FORMAL

CREDITO EM DINHEIRO	USO
Empréstimo bancário com finalidade específica	*
Crédito pessoal bancário sob linha de crédito	**
Adiantamento do cartão de crédito	*
Empréstimo da financeira	**
Empréstimo da IMF	*
Troca de cheque	*
CRÉDITO PARCELADO	
Cartão de crédito	****
Cheque pré	***
Cheque especial	**
Crediário na grande loja	*****

## Empréstimos

O **crédito**, sob a forma de **empréstimos** ou de **linhas de crédito**, é oferecido por uma grande variedade de instituições. Porém, as populações estudadas recorrem a este tipo crédito em dinheiro muito menos do que ao crédito parcelado.

**Empréstimos bancários** são oferecidos em um grande número de diferentes formatos: empréstimos com finalidades específicas (para a compra de automóveis ou de computadores, por exemplo), empréstimos pessoais automáticos, e empréstimos para a produção, para microempreendedores, em certos bancos públicos, através da linha de crédito do Programa de Geração de Emprego e Renda (PROGER)<sup>18</sup>.

Além de os empréstimos bancários estarem fora do alcance da grande maioria dos entrevistados, os poucos que os tomaram geralmente têm queixas a seu respeito, especialmente em relação à linha de crédito do PROGER (muita papelada, como fotocópias e comprovantes, muitas exigências e muita demora na liberação).

Ao contrário, os empréstimos pessoais liberados através de linhas de crédito automáticas, que podem ser concedidas a praticamente qualquer pessoa que tenha uma conta corrente, são vistos como úteis e acessíveis. Esses serviços, que podem ser utilizados através das caixas automáticas, são especialmente apreciados por não exigirem papelada nem processo de aprovação. Aposentados e funcionários públicos, mesmo de baixa renda, podem ter acesso a este serviço nos bancos onde os seus salários são depositados.

### Condições de Concessão Empréstimo PROGER.

CPF, RG, Comprovante de Residência, Comprovante de Renda (que pode ser substituído pela renda presumida), Garantia (depende da instituição operadora: real, avalista, hipoteca, alienação fiduciária e penhor). Um plano de negócio deve ser aprovado por uma entidade de assistência técnica. Uma conta no banco do agente repassador é exigida ao conceder o crédito. Nome limpo.

### Linha de pessoal crédito.

Ter uma conta em banco, CPF, RG, Comprovante de Residência, Renda Mínima (o valor depende da política de cada instituição), Referências. Nome limpo. O valor do crédito disponível depende da movimentação da conta e do saldo médio.

## Credit Cards

O **cartão de crédito** fornecido por bancos, lojas comerciais varejistas ou financeiras é amplamente utilizado. Os que não o possuem, por terem renda insuficiente ou por estarem com o “nome sujo”, em geral não encontram dificuldades de usar emprestado o cartão de um amigo ou parente.

O cartão do banco é usado principalmente como uma forma de crédito parcelado, para pagar compras em até trinta dias, sem juros. É, também, uma forma de crédito pessoal imediato, desde que seu proprietário possa sacar dinheiro diretamente de uma caixa automática. Esta prática, porém, é pouco freqüente, servindo apenas para casos de emergências. Muitas pessoas afirmam que o uso de cartões de crédito vem aumentando muito nos últimos três anos. Se antes era praticamente inacessível a uma pessoa de baixa renda, hoje o cartão de crédito é “empurrado... eles mandam mesmo sem a gente pedir!”

### Cartão de crédito do banco

Ter conta em banco. Comprovante de Renda Mínima de R\$ 400. Nome limpo. O limite de crédito depende do cartão

*“Você fica pensando que aquele dinheiro é seu e gasta. Quando chega a hora de pagar, aí se ferra todo.”*

Segundo as populações pesquisadas, o cartão de crédito tem as vantagens da praticidade, da facilidade de uso, da automática negociação de prazo de pagamento das faturas vencidas. E, ainda, da inexistência de burocracia, depois

<sup>18</sup> O PROGER é um componente do Programa Brasil Empreendedor, um programa do governo federal voltado ao fortalecimento das micros, pequenas e médias empresas e ao empreendedor recém-formado. O PROGER é um conjunto de linhas de crédito cujos recursos são provenientes do Fundo de Amparo ao Trabalhador – FAT. Os agentes repassadores das linhas são a Caixa Econômica Federal, o Banco do Brasil, o Banco do Nordeste e o Banco da Amazônia. Para uma avaliação completa do PROGER, veja “Avaliação do PROGER, PROGER Rural e PRONAF do Fundo de Amparo ao Trabalhador-FAT, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) Ministério do Trabalho, Secretaria de Políticas de Emprego e Salário (1998-99).

de ultrapassado o passo inicial de abrir uma conta em banco e de fazer o contrato para seu uso. Mas a conveniência do uso de cartões de crédito levantou polêmicas em vários grupos. Os que defendem sua utilização falam de sua praticidade e da inexistência de juros, quando as faturas são liquidadas nos prazos. Os que não gostam de usá-los lembram dos juros muito altos, quando a fatura mensal não é totalmente paga, e dos perigos de descontrole nas compras, em virtude justamente das facilidades oferecidas. O descontrole pode acarretar impossibilidade de pagamento, com a conseqüente inclusão nas listas negras do SPC, SERASA e correlatos.

Os **cartões das lojas**<sup>19</sup> (hipermercados, vestuário, desconto) têm maior trânsito nas populações pesquisadas do que os cartões de bancos. Aparentemente, as lojas não são tão rígidas em suas exigências para a concessão dos cartões, embora peçam comprovação de renda mínima e nome limpo. Em Recife, as grandes redes de supermercado distribuem seus cartões a um grande número de clientes. Esses cartões são usados para o pagamento em até trinta dias, sem juros, de compras efetuadas nas lojas da rede e também em outros estabelecimentos comerciais da cidade. Certos cartões de lojas permitem, também, saques em caixas eletrônicos da rede bancária. Bastante populares nas camadas de renda mais altas das populações pesquisadas, os cartões de lojas têm conceito semelhante aos dos cartões de crédito e têm a vantagem adicional de não exigirem conta em banco, o que permite seu uso pelos que não têm contas bancárias ou que estejam com suas contas devedoras e bloqueadas.

**Cartão de crédito das lojas**  
CPF, RG, Comprovante de Residência, Comprovante de Renda (depende da loja, geralmente de R\$ 150 - R\$ 300). Nome limpo. O limite de crédito depende do cartão.

## Financeiras

Os serviços das **financeiras - cartões de crédito e empréstimos** - são usados essencialmente para cobrir despesas com emergências. Pouco uso de cartões das financeiras se deve às taxas de juros cobradas, consideradas altíssimas quando comparadas às dos outros cartões disponíveis. Os empréstimos parecem ser um pouco mais utilizados, mas, quase sempre, a contragosto do tomador. A maioria dos que contraíram empréstimos com financeiras afirma que foi por falta de opção.

**Cartão de crédito e Empréstimo de financeira:**  
CPF, RG, Comprovante de Residência, Comprovante de Renda Mínima de R\$ 150 - R\$ 270 (depende da financeira). Nome limpo.

As facilidades nas exigências de renda mínima fazem das financeiras as mais acessíveis opções de crédito formal para as populações de baixa renda. (Fininvest, a financeira mais comumente citada, exige uma renda mínima de R\$ 150 para a concessão de empréstimos). Ainda assim, as financeiras são evitadas. Possuem má reputação, sendo muitas vezes classificadas como "agiotas legalizadas" ou "os piores dos agiotas," em virtude das altas taxas de juros, da quantidade de papelada exigida, dos agressivos métodos de cobrança (retomada do bem adquirido, insistentes cobranças por telefone) e pela má-vontade na renegociação dos pagamentos atrasados.

## Instituições de Microfinanças

O uso de **empréstimos** de R\$ 300 - R\$ 5.000 para a produção, por parte de **instituições especializadas em microfinanças** e dirigidos à

**Empréstimos de IMFs**  
CPF, RG, Comprovante de Residência, Avalista ou Aval Solidário ou declaração de imposto. Ter um negócio há pelo menos 6 meses (ou 12, dependendo da instituição). Nome limpo.

<sup>19</sup> Chamados *private label*.



microempreendedores e/ou trabalhadores por conta própria, é pouco freqüente. Mesmo em Recife, onde há várias IMFs funcionando, raros foram os casos de entrevistados que já haviam utilizado seus serviços. Os poucos já familiarizados com essas instituições fazem muitas críticas ao volume de papelada e ao excesso de burocracia que caracteriza suas operações, assim como à exigência de avalistas, o que é muito difícil de ser conseguido. Muitos identificam nas IMFs a prática de propaganda enganosa: embora se apresentem como ofertantes de serviços adaptados às necessidades e possibilidades das camadas mais pobres, na realidade fazem quase que as mesmas exigências dos bancos e das financeiras.

O programa Crediamigo do Banco do Nordeste aparece como uma exceção, nesse quadro negativo. Sua metodologia de Grupos Solidários, que exclui a necessidade da garantia de avalistas, torna mais fácil o acesso ao crédito aos microempreendedores de baixa renda. Entretanto, os mecanismos de garantia do programa não são totalmente aceitos como confiáveis. A idéia de assumir a responsabilidade por compromissos de outros, ainda que dividida com os demais membros do grupo, não é do agrado de grande parte dos entrevistados.

O incômodo causado pela idéia do aval solidário pode ser explicado pelo desconforto originado pelo conceito de fiança, no sentido de que uma pessoa tenha que ser responsável por outra. É uma transferência de responsabilidade que diminui e desqualifica a pessoa, que precisa ser garantida por outro, ou seja, pelo fiador. Além disso, o envolvimento de dinheiro contribui para aumentar as reservas a respeito da idéia. Ainda que haja um considerável espírito de solidariedade nas comunidades pesquisadas, onde as pessoas se ajudam voluntariamente nos casos de necessidade, dinheiro é algo muito delicado e que foge ao controle das pessoas. Por mais honesta e mais bem intencionada que seja uma pessoa, ela está sujeita aos azares da vida. Um negócio, um freguês que atrasa um pagamento, um acidente mais sério na família, e a pessoa fica impossibilitada, contra a sua vontade, de pagar a prestação. O ônus do imprevisto recai sobre os demais participantes, que já estão lutando para pagar as suas próprias obrigações. Uma coisa é avaliar a honestidade dos amigos. Outra coisa é aceitar correr mais riscos e lidar com elementos que fogem ao controle.

## Troca de cheques

Poucas vezes mencionada nesse estudo, a **troca de cheques** é um serviço oferecido por alguns bancos e agiotas e bastante apreciado por aqueles que têm necessidade de antecipar seus recebimentos. O serviço é usado por microempreendedores para trocar por dinheiro os cheques pré-datados recebidos de seus clientes. Os bancos ou os agiotas adiantam as importâncias em dinheiro, descontados os juros proporcionais aos dias até o vencimento, acrescidos de taxas, no caso dos bancos, retendo os cheques para compensá-los (os bancos) ou depositá-los (os agiotas) na data combinada. No caso de o cheque não ser pago, o usuário dos serviços reembolsa o valor recebido ou renegocia esse reembolso, mais uma vez com acréscimo de juros. A troca de cheques tem as vantagens da rapidez e da pouca burocracia e as desvantagens dos juros, altos como os cobrados pelos agiotas ou pelos serviços de cheques especiais dos bancos.

## Cheques

Para quem tem conta corrente, o **cheque pré-datado** é muito usado para conseguir prazo nos pagamentos de suas compras. São vistos como uma forma de pagamento com carência. Alguns dos que não têm conta em banco conseguem cheques emprestados, quase sempre de parentes ou amigos próximos.



O cheque pré tem a vantagem da praticidade. É um crédito imediato, sem maiores exigências e sem burocracia, após a abertura da conta corrente. Quase sempre, só passa a ser aceito depois que se estabelece uma relação de confiança entre o vendedor e o comprador, que ali já tenha feito compras a dinheiro, anteriormente. Os prazos em geral são curtíssimos, variando entre dez e vinte dias.

É bastante disseminada a idéia de que os cheques pré não pagam juros e, na realidade, existem alguns poucos casos em que os preços são os mesmos da compra à vista. Mas, na maioria das vezes, os juros estão embutidos e camuflados no preço final. Muitos afirmam que não pagam juros nos cheques pré, ainda que reconheçam que teriam “descontos”, em geral entre 7% e 10%, se pagassem à vista. Os prazos mais longos, em geral negociados entre microempreendedores de faixas de renda mais elevadas e fornecedores de médio e grande porte, são de 30, 60, 90 dias e, nesses casos, embutem juros claramente definidos, considerados inferiores aos cobrados por outras modalidades de venda a crédito.

#### Cheque

Ter conta em banco. CPF, RG, Comprovante de Residência, Renda Mínima (R\$ 0 - R\$ 1000, depende da política de cada instituição), Referências. Nome limpo. Talão de cheque dependendo da movimentação da conta ou liberação pelo gerente,

#### Cheque especial

Ter conta em banco. CPF, RG, Comprovante de Residência, Renda Mínima (R\$ 0 - R\$ 1000: depende da política de cada instituição), Referências. Nome limpo. O valor do crédito disponível depende dos movimentos na conta e do saldo médio.

O **cheque especial** é um serviço para quem tem conta em banco, com um determinado saldo médio que lhe proporcione uma história de crédito. Na prática, é usado de forma muito semelhante à do cartão de crédito. Tem contra si o fato de oferecer prazos mais curtos do que os dados pelos cartões. Por outro lado, é aceito em valores maiores do que os dos cheques pré-datados, por serem “garantidos” pelos bancos, dentro de certos limites. O uso do cheque especial é muito limitado nas populações pesquisadas. Poucos têm contas bancárias e, destes, pouquíssimos têm cheque especial.

Do mesmo modo que acontece com os cartões de crédito, parte dos entrevistados se manifesta contra o uso de cheques pré-datados ou de cheques especiais, pelos temores de não conseguirem ter os recursos suficientes para cobri-los, nas datas de vencimento. O temor é ainda maior pelas dificuldades de renegociação de prazos. Os cheques são depositados nas datas previstas e se não houver fundos na conta são devolvidos, o que acarreta multas, descrédito junto ao vendedor e possibilita o encerramento da conta bancária. Há ainda o medo de que o cheque seja depositado antes da data prevista, podendo causar esses mesmos problemas.

## Crediário

O **crediário** de grandes lojas é a modalidade de crédito mais usada pelas populações pesquisadas, principalmente para a compra de móveis, eletrodomésticos, roupas e calçados. Não há muita burocracia, embora as exigências não sejam muito diferentes das dos demais serviços, e a possibilidade de ter prazos relativamente longos faz com que as prestações fiquem ao alcance da maioria. Mesmo sabendo que os juros elevam em muito o preço final da compra, os entrevistados recorrem ao crediário como “única forma de comprar o que precisam”.

#### Crediário das grandes redes de varejo

CPF, RG, Comprovante de Residência, Comprovante de Renda (pode ser substituído por carnês quitados). Nome limpo.

“Eu sei que vai custar quase o dobro, mas as prestações são pequenas e eu posso pagar.”

Os crediários significam a possibilidade de acesso a bens de consumo duráveis que, de outro modo, dificilmente poderiam ser adquiridos. Importa mais, no crediário, o valor da prestação do que o custo final da compra. O crediário é tão valorizado que os que não têm as condições de atenderem às exigências para acesso usam o crediário (compram no nome) de amigos ou parentes.

## A OFERTA DE CRÉDITO SEMIFORMAL

No presente estudo, o setor semiformal foi definido de acordo com as seguintes características:

1. **Exigências** a serem cumpridas:

- Poucos documentos são pedidos (CPF, contracheque/crediário quitado, no caso de agiota) para a concessão do crédito. Há casos em que não se pede documentos.
- Não se exige nome limpo. Não há consultas a SPC-SERASA-Telecheque-Usecheque.

2. **Relação pessoal** entre prestador e tomador.

Em geral, **não há contratos escritos** nem recibos que registrem as operações (exceções no caso de crediários de lojinhas e de certos agiotas).

3. **Termos e condições** podem variar muito:

- Valores: R\$ 10 - R\$ 2.000
- Reembolso: quinzenal ou mensal
- Prazo: geralmente 1- 4 meses;
- Juros (sem incluir multas e juros de mora): 0 - 45%/mês.

### SERVIÇOS USADOS DO SETOR SEMIFORMAL

CRÉDITO EM DINHEIRO	Uso
Empréstimos de empregador	***
Empréstimos de agiota	***
Troca de cheque em agiota	*
Empréstimos em caixinhas de empresas	**
CRÉDITO PARCELADO	
Crediário da lojinha	*****
Crédito de fornecedores	*****

### Empréstimos dados pelo empregador

Para os assalariados, formais e informais<sup>20</sup>, há o recurso dos **empréstimos dados pelo empregador**. O mais comum é o “vale”, um adiantamento de parte do salário, a ser descontado ao final do mês. Em algumas empresas, a concessão de vales é detalhadamente regulamentada: há dias certos e valores máximos, proporcionais aos salários, para esses adiantamentos.

<sup>20</sup> Trabalhadores informais estão sem carteira assinada.

Não tão comuns, mas ainda assim praticados com certa frequência, são os empréstimos de importâncias mais elevadas, a serem pagos com prazos maiores, em prestações mensais deduzidas dos salários. Não cobram juros, mas só são concedidos ou para casos de emergência, ou para tirar o tomador de dificuldades financeiras como dívidas de difícil pagamento, ou para ajudar em projetos tais como reforma de casa ou compra de bens de consumo duráveis. Quase sempre dependem de uma conversa com o próprio empregador, em empresas de menor porte, ou com um diretor, nas empresas de médio e grande portes. Desde que o pagamento desses empréstimos é feito através de descontos na folha, não há exigências nem garantias. O que decide a concessão ou não do empréstimo é a relação pessoal com o empregador ou a existência de uma política formal sobre o tema, nas empresas maiores.

## Agiota

Pouco apreciado mas muito usado, o **agiota** está presente em todas as comunidades pesquisadas. O nível de formalidade dos agiotas é variável, dependendo da proporção que as atividades de emprestar dinheiro representam para as suas receitas - há agiotas “profissionais” que vivem exclusivamente dessa atividade -, dos valores a serem emprestados e do grau de conhecimento que têm dos clientes.

Taxas de juros de 20% ao mês são a regra. Em São Paulo, é habitual, entre os “profissionais”, a exigência de apresentação do contracheque ou de recibos de crediários quitados ou de alguma outra forma de comprovar a capacidade de pagamento do tomador. Em casos de não-pagamento, é relativamente frequente a tomada de algum bem - aparelhos eletrodomésticos, automóveis - ou a retenção do cartão de crédito/ cartão bancário do tomador, caso esse o possua. Embora ninguém tenha citado casos de homicídios com envolvimento direto de agiotas, todos asseguram que a violência e as ameaças fazem parte de seus métodos usuais de cobrança.

### Empréstimos dos agiotas

Podem exigir CPF, RG, Comprovante de Residência, Comprovante de Renda (pode ser substituído por contracheque, crediário quitado ou outro).

Agiotas “amadores” podem emprestar sem a exigência de documentos, conforme a maior ou menor familiaridade com o tomador. Os agiotas são fortemente antipatizados e mal queridos, não apenas pelos altos juros que cobram, mas pelos riscos de danos físicos ou de perdas materiais, desproporcionais aos valores emprestados, a que estão sujeitos seus clientes.

## Caixinhas

Usadas quase exclusivamente por empregados em suas empresas, as caixinhas são relativamente comuns e bastante apreciadas por seus membros. As caixinhas podem ser organizadas em pelos menos duas formas.

Na sua versão mais informal, os empregados de uma empresa se reúnem para criar um fundo no qual depositam uma determinada quantia mensal, no dia do recebimento dos salários. Administrada por um dos membros ou por uma pequena “diretoria”, a caixinha é ocasionalmente utilizada para financiar festas ou para comprar presentes para os associados (em casos de demissão, casamentos, nascimentos de filhos etc.). Funcionam também como um fundo de empréstimos para seus membros, sem cobrar juros ou cobrando juros bem abaixo dos de mercado. Algumas caixinhas emprestam para não-membros, nesses casos com cobrança de juros bem mais altos.

Nas caixinhas mais formais, o empregador oferece a seus empregados a opção de participação. Uma determinada quantia é descontada mensalmente do pagamento salarial dos empregados participantes e depositada na caixinha. Esses participantes podem, então, retirar empréstimos a juros baixos na caixinha, que é administrada pelo empregador.



Em ambos os casos, os eventuais lucros realizados ao fim do ano são distribuídos aos participantes, em quantias proporcionais às contribuições mensais de cada um.

A caixinha foi incluída na categoria semiformal por funcionar em grupos dentro de empresas (formais). Os mecanismos de garantia e controle são vinculados ao recebimento dos salários. Os depósitos das quotas e os pagamentos dos empréstimos são efetuados nos dias de recebimento dos salários, o que faz com que seja praticamente compulsório o cumprimento dos compromissos. Assim como no setor informal, a história de crédito dos tomadores de empréstimos não-membros não é levada em consideração, não havendo consulta ao SPC ou demais instituições do gênero. As caixinhas são bem valorizadas, pela possibilidade de empréstimo relativamente fácil, pelo fato de os juros pagos serem revertidos em benefício do próprio tomador e pela relativa garantia de reembolso ao final do exercício, posto que a hipótese de calote, por parte de algum quotista, tem poucas chances de acontecer.

### Crediário “na lojinha”

**Crediário “na lojinha”** refere-se ao crediário oferecido por pequenas lojas de comércio varejista, geralmente localizadas nas vizinhanças de seus clientes. Ainda que algumas vezes haja a necessidade de apresentação de contracheques ou de comprovantes de residência, os crediários das lojinhas fazem bem menos exigências que os das grandes lojas de departamentos, principalmente consultas no SPC e semelhantes. As importâncias financiadas também são de menor porte do que as das grandes cadeias varejistas e, embora muitos desses crediários cobrem juros, as taxas são mais baixas e quase sempre são despercebidas pelos compradores. Os crediários nas lojinhas são muito utilizados e valorizados pelas camadas da população de renda mais baixa, pela facilidade e rapidez na aprovação, embora o cliente tenha que ser um comprador regular para poder dispor do privilégio de comprar parcelado.

Crediário “na lojinha”  
Comprovante de  
Residência, Declaração  
(verbal) de Renda

### Crédito do fornecedor

O **crédito do fornecedor** (fabricantes, atacadistas, distribuidores etc.) é uma das formas de crédito mais usadas pelos microempreendedores. Poucos são os que dispõem do capital de giro necessário para fazer compras de mercadorias à vista. Comprar a prazo com cheque pré ou dinheiro permite aos empreendedores renovar seus estoques sem esvaziar o caixa. As exigências raramente vão além de uma boa e relativamente longa relação entre o fornecedor e comprador. O endereço do microempreendedor é geralmente conhecido, pois é comum o fornecedor entregar as compras em domicílio. O crédito do fornecedor está classificado no setor semiformal porque, mesmo sem a necessidade de ter uma empresa legalizada para poder comprar a prazo, o microempreendedor tem que ter uma estrutura que o fornecedor julgue suficiente para gerar os recursos necessários para pagar a dívida. Nesse sentido, o conhecimento da estrutura do comprador serve de garantia para o crédito.

Segundo os entrevistados, os fornecedores não costumam cobrar juros nas compras pagas em 15, 30 ou 45 dias, e não oferecem descontos para as compras à vista. Na realidade, porém, o uso de cheque pré pode implicar em um aumento no preço de 6-7% para pagamentos em até 30 dias e de 10% ao mês nos prazos maiores. Os prazos são geralmente curtos, no máximo de 90 dias, e raramente ultrapassam estes três meses. O crédito do fornecedor é altamente apreciado pela possibilidade de renegociação do pagamento, quando urgências domésticas ou uma calmaria nas vendas trazem dificuldades para o comprador.



## A OFERTA DE CRÉDITO INFORMAL

No presente estudo, o setor informal foi definido pelas seguintes características:

- 1) **Exigências** a serem cumpridas :
  - Nenhum documento é exigido
  - Não há necessidade de ter nome limpo
  
- 2) **Relação pessoal** entre o prestador e o tomador.  
 Não há contratos por escrito nem recibo ou outros documentos que registrem as transações.
  
- 3) **Termos e condições** :
  - Valores: R\$ 10 - R\$ 200
  - Reembolso: quinzenal
  - Prazo: 1 mês
  - Juros (sem incluir multas ou juros de mora): 0 - 5%/mês

## SERVIÇOS USADOS DO SETOR INFORMAL

CRÉDITO EM DINHEIRO	Uso
Empréstimos de parentes/amigos	****
CRÉDITO PARCELADO	
Fiado ("pendura")	*****
Crediário dos outros	*****
Sorteio	**

### Empréstimos com amigos e parentes

Os **empréstimos com amigos e parentes** são comuns e, seguramente, a forma mais usada de crédito em dinheiro. Geralmente envolvem pequenas quantias (até R\$ 100) e prazos curtíssimos, quase nunca superiores a trinta dias. Empréstimos de valores maiores, a serem pagos em prestações, também acontecem, mas são raros, desde que parentes e amigos vivem em situações semelhantes às da maioria dos participantes dos grupos, com pouca disponibilidade financeira.

"Empréstimo com vizinho não é nada bom. Se você atrasa cinco dias, o bairro todo fica sabendo que você deve."  
 "Conto mais com as pessoas estranhas do que com a família. Minha patroa me empresta, quando eu estou muito precisada."

Ao lado das vantagens da rapidez e da inexistência de burocracia e de exigências formais, os empréstimos com parentes e amigos têm os inconvenientes dos baixos limites, do curto prazo e dos constrangimentos que muitas vezes causam, seja pela eventual recusa a um pedido, seja pela impossibilidade de pagamento na data convencionada. Essas circunstâncias fazem com que muitos prefiram evitar pedir dinheiro ou emprestar a parentes ou amigos.



## Crédito dos outros

Os que não reúnem as condições para responder às exigências necessárias para a abertura de crediário - comprovante de renda ou “nome limpo”, por exemplo - valem-se dos nomes de parentes ou amigos para efetuarem suas compras através de **crediários, cartões e cheques dos outros**.

Essa prática é relativamente comum, pois, como já vimos, o crediário é reconhecido como “a única” possibilidade de acesso a determinados bens de consumo pela população de baixa renda. Quem “empresta” o nome está plenamente consciente dessa realidade e dificilmente se nega a ajudar um amigo ou parente que lhe solicite o favor.

A cessão do nome, porém, só se dá a partir de uma relação de confiança entre as partes, já que o não pagamento das parcelas acarreta sérias conseqüências. Ou o “emprestador” arca com o prejuízo de tirar do próprio bolso o dinheiro necessário para o pagamento das parcelas, ou fica com o “nome sujo”. Histórias de não pagamento ocorrem uma vez ou outra, mas, mesmo com os “prejuízos”, não fazem com que o hábito seja abandonado, apenas que maiores cuidados sejam tomados.

“Um amigo fez um crediário com meu nome e só pagou as três primeiras prestações. Eu tive que pagar até o fim. Agora eu só faço isso para um filho ou um irmão.”

A cessão do nome tem também seu lado bom. O pagamento das prestações dentro dos prazos ajuda a construir uma história de crédito, fortalecendo o “nome limpo” e o conceito de bom pagador para o titular do crediário.

## Fiado

Também conhecido como “pendura”, **o fiado** é freqüentemente confundido com o crediário. Dele difere, porém, por não envolver pagamentos em prestações e por não requerer qualquer tipo de documentação ou cadastro. Algum juro pode ser acrescentado ao valor fiado, mas essa não é a regra. Comprar fiado significa simplesmente adquirir um bem com pagamento parcial ou nenhum pagamento na ocasião da compra. Os lojistas anotam os valores das compras e os nomes dos compradores em um caderno. Os pagamentos geralmente são efetuados em prazos entre 15 e 30 dias. Os valores fiados são de pequena monta, raramente acumulando mais de R\$ 100 em compras, que variam entre R\$ 1 e R\$ 50. O botijão de gás, por exemplo, é freqüentemente comprado fiado nas comunidades de baixa renda do Recife. Seu preço à vista, que é de R\$ 18, é elevado para R\$ 20 quando comprado fiado.

As compras no fiado são um hábito bastante disseminado entre os participantes dos grupos, especialmente nas faixas de renda mais baixas. Na grande maioria das vezes, o fiado é praticado para a compra de produtos de primeira necessidade como alimentos, gás ou medicamentos. Em parte por uma questão de princípios, em parte por motivos de segurança (o bebedor pode “esquecer” ter feito a despesa), são evitadas as vendas de bebidas a fiado.

“Quem não tem dinheiro, não bebe... O sujeito quer beber fiado, depois que fica bêbado esquece quanto bebeu, faz confusão... Bebida eu não vendo fiado.”

“A gente vende fiado porque a pessoa está precisando levar comida para casa, para alimentar os filhos.”

As compras e vendas a fiado são regidas por uma relação de confiança entre comprador e vendedor. O fiado é concedido apenas a clientes conhecidos. Os compradores se empenham em liquidar suas contas mensais e, desse modo, preservar seu bom nome. Para muitas pessoas das camadas mais pobres, o fiado é a única alternativa para as compras de primeira necessidade, em determinados períodos do mês. Para esses, perder o crédito no armazém ou na farmácia da esquina significa ultrapassar o último limite entre a cidadania e a marginalidade.



"Tenho que vender fiado. Eu nem gosto disso, dá muito problema, mas se não vender fiado, as vendas param."

Para os microempreendedores, a venda a fiado é obrigatória. Deixar de vender fiado significa perder clientes e ver ainda mais diminuído o já reduzido volume de negócios, nessa época de desemprego e de baixos salários.

O fiado é a mais sagrada modalidade de crédito para os mais pobres. Perder o crédito no armazém do bairro é, para muitos, perder o acesso a última fonte de uma sobrevivência com um mínimo de dignidade. Sem o fiado é quase impossível comprar os produtos essenciais, como alimentos e remédios. Além disso, a notícia corre rápido e o devedor se sente marginalizado na própria comunidade em que vive.

O não-pagamento do fiado, quase sempre, parte de pessoas calculistas, que já planejavam mudarem-se do bairro onde vivem. No caso de pessoas honestas e bem intencionadas, o fiado só não é pago quando há total incapacidade de pagamento.

## Sorteio

Ainda entre os produtos de crédito informal, o **sorteio** é uma forma de poupança livre praticada no Recife pelas camadas de renda baixa da população pesquisada.

Algumas vezes conhecido como caixinha, o sorteio é a versão brasileira das associações de crédito e poupança rotativos, encontradas sob variados formatos na maioria dos países do mundo. Os sorteios são grupos de 10 a 12 pessoas, com cada membro contribuindo durante um determinado período de tempo com uma quantia pré-fixada, para a formação de um "bolo". Por ocasião de cada reunião para a efetuação dos depósitos, o bolo é entregue a um dos membros, determinado por um número sorteado no início. Os sorteados continuam a contribuir até o fim, até que todos tenham sido beneficiados. Apenas o "dono" do sorteio, aquele que o organizou, não tem sua vez determinada pela sorte, sendo, normalmente, o primeiro a receber o bolo. O dono é o responsável pela escolha dos membros assim como pela cobertura de perdas que possam ocorrer, caso um dos participantes deixe de cumprir com sua parte. Os sorteios funcionam tanto como uma forma de crédito quanto de poupança, dependendo da posição de cada membro na ordem de recebimento do bolo.

Os depósitos e premiações são mensais, na maioria dos casos, mas também há os quinzenais ou semanais, dependendo da capacidade e das necessidades do "dono". Também são muito variáveis as importâncias das contribuições. Aparentemente, os sorteios com quotas de R\$ 10 são os mais populares, mas sorteios de R\$ 50 ou mesmo de R\$ 100 também foram mencionados pelos entrevistados.

É interessante notar que não existe uma uniformidade nas preferências sobre qual a melhor posição na ordem da rotação, embora haja uma leve preferência para ser dos primeiros. Pesa nessa preferência o temor de que algum ou alguns dos participantes, em algum momento, deixe de cumprir seu pagamento, prejudicando aqueles que ainda não tenham sido sorteados. Porém, tais ocorrências são raras e, em último caso, o "dono" se encarrega de cobrir as perdas.

Tal como os demais serviços de crédito informal, o sorteio é baseado nas relações pessoais e na confiança que cada participante deposita nos demais. Também nesse caso, não há burocracia nem exigências, valendo apenas o bom conceito de cada participante junto aos demais.

## POUPANÇA E SEGUROS

### FORMAS DE POUPANÇA

FORMAL	TÍTULO DE CAPITALIZAÇÃO	*
	CADERNETA DE POUPANÇA	**
SEMIFORMAL	CAIXINHA NA EMPRESA	**
	SEGUROS	*
	FUNERAIS	*
INFORMAL	SORTEIO	**
	EM BENS	***

Os hábitos de poupança são pouco comuns nas comunidades estudadas. Ainda que as **cadernetas de poupança** estejam ao alcance de praticamente qualquer pessoa, (a Caixa Econômica Federal pede RG, CPF, Comprovante de Residência e um depósito mínimo de R\$10 para abrir uma caderneta), elas são usadas por uma mínima parcela da população abordada pela pesquisa. O dinheiro que sobra é pouco e não vale a pena deixar de tomar uma cerveja ou perder um noitada de dança para poupar pouco.

"Poupanças. Quem consegue poupar? Hoje nem mesmo as crianças põem dinheiro no cofrinho..."

É também reduzido o hábito de fazer poupanças contratuais, sob a forma de **títulos de capitalização**. Comumente, resultam de operações casadas ou da sedução que exercem, pelos prêmios em dinheiro que distribuem semanalmente ou mensalmente. Os títulos de capitalização são considerados mais atraentes que as cadernetas de poupança. Têm um caráter de obrigatoriedade, forçando a constituição de uma reserva, desejada mas difícil de ser construída quando é espontânea, e possibilidade da premiação. Mesmo nos casos em que o resgate antes do prazo contratado signifique perda dos rendimentos e até mesmo de parte do principal, os títulos de capitalização são vistos como mais vantajosos do que as cadernetas de poupança. Porém, a necessidade de poupar um montante fixo a cada mês e as baixas taxas de remuneração reduzem acentuadamente o número de pessoas com a capacidade e o desejo de fazer esse tipo de poupança, que, por conseguinte, quase não é usado pelas populações pesquisadas.

**Poupar em bens** é a forma mais comum de poupança. Quando sobra algum dinheiro, dificilmente ele é encaminhado para uma conta bancária, para um cofrinho ou para baixo do colchão. Mercadorias para o estoque (no caso de comerciantes), um novo aparelho de TV, um freezer, um aparelho de som ou um outro eletrodoméstico (quase sempre através de crediários) são os destinos usuais dessas sobras.

A atitude frente à poupança envolve aspectos contraditórios. Poupar, teoricamente, é desejável por todos. Na prática, entretanto, poucos pouparam, quase sempre sob a forma de poupanças contratuais, como títulos de capitalização, sorteios ou caixinhas. Ou, ainda, em volumes muito reduzidos, nos "meaeiros", os cofrinhos domésticos dos recifenses, que são quebrados tão logo surja uma emergência ou a oportunidade de uma compra vantajosa.

O principal argumento justificativo da não-poupança é a inexistência de saldos financeiros ao final do mês. As "sobras", quando ocorrem, se transformam em capital de giro, aplicado no aumento do estoque dos microempreendedores ou,

"Os bancos cobram juros de sete, oito e até dez por cento ao mês e o rendimento das cadernetas é de 0,5% ou de 0,6%. É uma coisa absurda."

quando em quantias reduzidas, gastas no lazer dos assalariados. Além disso, os juros da caderneta são desanimadores, diferentes do que eram no passado, quando remuneravam com taxas de 50%, 60% ao mês (fazendo referência aos ajustes mensais por inflação). “Naquela época sim, valia a pena ter caderneta de poupança.”

As caixinhas e os sorteios foram os únicos mecanismos de poupança identificados pelo estudo. O aspecto de poupança, destes mecanismos, é tão valorizado quanto seu aspecto de crédito e, assim como acontece com os títulos de capitalização, a natureza obrigatória dos depósitos é vista como positiva. Sem essa obrigatoriedade, a maioria deixaria de fazer esforços para poupar.

## Seguros

Os produtos de **seguros** são inacessíveis às famílias de baixa renda. No total dos grupos cobertos pela pesquisa, apenas dois ou três dos participantes contam ou já contaram com algum tipo de seguro, quase sempre “empurrados” pelos bancos, em operações casadas, quando da contratação de empréstimos.

Seguros são produtos desejáveis, mas inacessíveis à grande maioria dos grupos pesquisados. O sonho maior é o seguro-saúde, mas também esse é um privilégio dos ricos ou de uns poucos assalariados, funcionários de empresas de médio ou grande porte.

No Recife, porém, alguns grupos revelaram a existência de um seguro funeral, oferecido pelo menos por uma agência funerária da cidade e por uma associação de moradores de uma das comunidades pesquisadas. Os clientes pagam entre R\$ 5 e R\$ 10 por mês, enquanto estiverem vivos, para assegurarem a cobertura das despesas de seus funerais. Trata-se, portanto de um produto acessível às populações de baixa renda, que são a maioria de seus compradores.



## TENDÊNCIAS NO USO DOS SERVIÇOS

Há uma clara preferência pelo crédito parcelado, especialmente o crediário, nas populações estudadas. A despeito da variação entre os diferentes tipos de crédito parcelado (as diferenças entre as taxas de juros dos cheques pré-datados e do fiado, por exemplo), foi possível identificar um conjunto de atributos positivos, comuns às suas diferentes formas e que justificam tal preferência. Do mesmo modo, o uso relativamente reduzido do crédito em dinheiro pode ser explicado por um número de características consideradas como negativas pelos entrevistados. Além dessas observações a respeito do crédito, o estudo identificou uma capacidade de poupança, ainda que não haja a prática de poupar.

### A preferência pelo crédito parcelado

O crédito parcelado é de longe a forma mais freqüentemente utilizada pelas populações de baixa renda. Mesmo aqueles que não têm acesso direto ao crédito fazem crediários com os nomes de outras pessoas.

Ainda que seja amplamente reconhecido e entendido que comprar parcelado seja, no final das contas, mais caro do que tomar um empréstimo, quando existe a possibilidade de escolha entre as duas formas raramente a opção é pelo empréstimo. Igualmente curioso é que, mesmo afirmando a todo o tempo que “nunca sobra dinheiro para guardar”, as famílias de baixa renda estão constantemente destinando dinheiro para o pagamento de dívidas contraídas com as compras de determinados bens. Se lhes fosse dada a oportunidade de quebrar a “cadeia de dívidas”, esse endividamento poderia ser transformado em poupança. O dinheiro que é correntemente reservado para o pagamento de prestações poderia formar uma poupança que seria, então, usada para comprar à vista, por um preço menor, o que normalmente é comprado através de crediários.

A escolha pelo crediário e não pelo empréstimo pode ser explicada, em parte, por uma perspectiva cultural. Na linguagem das populações estudadas, crédito em dinheiro equivale a *empréstimos*, enquanto que o termo *crédito* é usado para fazer referência às compras parceladas.

No sentido mais restrito, o termo *crédito* significa formas facilitadas de pagamento de compras ou de serviços, que não envolvem transferências físicas de dinheiro da parte de quem concede para a parte de quem toma. No caso do crédito, o que está sendo negociado são bens ou serviços, ainda que por um custo maior. No sentido mais amplo, o termo crédito ultrapassa os limites financeiros e está associado ao comportamento correto, ao hábito de cumprir os compromissos assumidos, qualquer que seja a natureza desses compromissos, financeiros ou não. De outro lado, os *empréstimos* são unicamente uma cessão de dinheiro do prestador para o tomador. No empréstimo se paga pelo dinheiro. É uma compra de dinheiro por um valor mais alto do que o seu valor de face.

A esse respeito, as conclusões chegadas por Gallagher (op.cit.) são semelhantes: comprar a crédito significa ganhar um prazo para poder reunir as condições necessárias para efetuar os pagamentos. O que está sendo negociado é o *tempo* e, na cabeça da maioria dos microempreendedores, há pouca ou nenhuma correlação entre compras a crédito e operações financeiras. Pedir empréstimo, sim, é uma operação financeira: o que está sendo comprado é o *dinheiro*, a ser pago por um valor maior do que o que lhe foi dado (Para “comprar” R\$ 1.000 , por exemplo, paga-se R\$ 1.800 ou mais)



Também há algumas diferenças no processo de negociação. O crédito é quase que “natural”, visto apenas como uma forma diferente da compra à vista, mas tão ou mais habitual do que esta. Não precisa ser “pedido” ou justificado, basta que as exigências sejam atendidas e, pronto. Os empréstimos são um comportamento “anormal”. O “normal” seria ter o dinheiro, para comprar à vista ou a prazo. Os empréstimos, à exceção dos automáticos, têm que ser “pedidos” e justificados, e envolvem negociações mais complicadas, mais exigências e mais burocracia do que o crédito.

Finalmente, o crédito parcelado permite a imediata aquisição de bens, o que tem grande importância na sociedade brasileira. De um lado, é uma questão de necessidade: se não for possível fazer as compras de alimentação com o cartão da loja e pagar a prazo, a casa ficará sem comida. Do outro lado, “a cultura do consumismo”. A recente inclusão de camadas de baixa renda no mercado, até então totalmente excluídas da possibilidade de adquirir bens e produtos de consumo, encorajou uma cultura de consumo muito forte no Brasil. O Plano Real, ao reduzir dramaticamente a inflação e estabilizar os preços permitiu que populações de baixa renda tivessem acesso a esses bens e produtos, através das compras a crédito. Com preços mais estáveis e juros relativamente mais baixos, é possível prever qual será o valor das prestações necessárias para o pagamento das compras. Além disso, a força da publicidade na televisão é amplamente utilizada para a valorização do consumo como sinal de sucesso na vida, como meio de alcançar a “felicidade”.

### Atributos mais valorizados nos serviços

Além das razões de ordem cultural, o crédito parcelado apresenta uma série de atributos que são fortemente apreciados pelas populações pesquisadas: acessibilidade, disponibilidade, rapidez, adaptabilidade, atendimento, transparência e, em certos casos, possibilidade de renegociação.

- ▶ **Acessibilidade.** O acesso ao crédito, seja com dinheiro, cheque ou cartão, deve ser facilitado, sem exigências “impossíveis” ou muito trabalhosas de serem cumpridas. Ainda que a compra no crediário muitas vezes requeira algum tipo de procedimento formal, como a apresentação de CPF e de comprovante de renda, essas exigências são consideradas razoáveis. Muitas lojas de grande porte exigem apenas a comprovação de uma renda equivalente a um salário-mínimo, que pode até ser substituída pela quitação de um crediário recente. Além disso, uma vez que a burocracia inicial, isto é, a entrega dos documentos exigidos, tenha sido resolvida e um primeiro crediário tiver sido pago sem atrasos, os crediários subseqüentes são tão fáceis de serem aprovados quanto uma compra a vista.
- ▶ **Disponibilidade.** Praticamente tudo pode ser comprado a prestações, desde bens de consumo a serviços. Os pagamentos parcelados estão disponíveis onde haja uma loja aberta e, quase sempre, há lojas abertas nas proximidades do local de residência ou do trabalho.
- ▶ **Rapidez das transações.** Comprar parcelado é tão comum que não há demoras no caixa. Uma vez cadastrado, o comprador não precisa esperar por aprovações. O bem é levado para casa imediatamente, muitas das vezes sem a necessidade do pagamento de uma “entrada”. Essa rapidez é altamente valorizada pelas populações pesquisadas.
- ▶ **Adaptabilidade dos prazos e parcelas.** O crédito parcelado está constantemente se adaptando às necessidades do cliente. A maioria das lojas oferece várias opções de pagamento (6-12-18-24 meses), inclusive a escolha do dia de pagamento. Essa adaptabilidade permite aos clientes escolher os termos de pagamento de acordo com suas capacidades e desejos. O valor das prestações é um dos aspectos mais valorizados do crediário. Mesmo com rendimentos que lhes permitam pagar em 12 meses, muitas pessoas optam por planos de 24 parcelas. Ter dívidas faz parte da vida, e a maioria das famílias de



baixa-renda se sente mais segura pagando pequenas parcelas durante um tempo mais longo do que tendo “a corda no pescoço” durante um tempo mais curto.

- ▶ **Atendimento.** Os entrevistados querem receber um tratamento digno, respeitoso, cortês e de boa vontade, tal como é prestado aos ricos. É forte o sentimento de que os pobres são mal tratados pelos bancos e instituições financeiras em geral. As lojas que oferecem crédito parcelado enxergaram bem a importância das camadas de baixa renda para seus negócios, e o atendimento que lhes prestam ilustra isso: a relação é geralmente de igualdade, o comprador é tratado como uma das partes de um negócio, no mesmo nível da outra parte.
- ▶ **Transparência.** Que as condições sejam apresentadas com clareza, antes do fechamento das negociações: quanto irão pagar, quais as condições das prestações, que taxas e custos administrativos serão somados aos juros. O crédito parcelado é naturalmente claro nesses aspectos: as lojas freqüentemente têm cartazes com tabelas que mostram os valores das parcelas, dependendo dos planos de pagamento disponíveis, e com o valor final a ser pago. Quando se trata de empréstimos, porém, há muitas queixas quanto à falta de informações claras e completas sobre os encargos financeiros envolvidos na operação. Há um forte sentimento de desgosto por receberem uma informação sobre o valor da prestação e, depois, terem que pagar prestações mais altas.

Quando os encargos financeiros são apresentados sob a forma de uma importância fixa, e não de um número percentual, na ocasião da contratação do crédito, as pessoas se sentem mais dispostas a fechar o negócio. Isto foi ilustrado pelo fato de que a maioria dos entrevistados que já tomaram crédito lembrava facilmente do valor de cada prestação, mas raramente da taxa de juros.

- ▶ **Possibilidade de negociação.** Para os grupos de microempreendedores, o crédito do fornecedor tem a vantagem da possibilidade de renegociar pagamentos, quando se torna necessário. Problemas nas vendas de mercadoria, acúmulos de cheques pré-datados ou uma emergência doméstica podem ser aceitos como motivos para uma renegociação, se a relação com o fornecedor for boa. Entrevistados que já tomaram empréstimos bancários também destacaram a importância de “ser amigo” do gerente do banco, para poder renegociar pagamentos. As dificuldades de negociar débitos com cartões de crédito ou empréstimos de financeiras são relacionadas entre as grandes desvantagens desses serviços, ao lado das taxas de juros altos e das multas.

## Atributos especialmente desagradáveis

Além das percepções a respeito de tomar dinheiro, expostas acima, existem alguns aspectos que são considerados altamente desagradáveis nas operações de empréstimos.

- ▶ **Taxas de juros altas.** Um dos argumentos mais comuns para justificar o pouco interesse por empréstimos é o elevado valor das taxas de juros. Financeiras, agiotas e cartões de crédito são os mais citados como os que praticam as mais exorbitantes taxas de juros. Embora boa parte das pessoas pareça se preocupar mais com o valor das parcelas do que com os juros que estão sendo cobrados, há muito cuidado com o custo total do dinheiro pego em empréstimos. A maioria dos entrevistados calcula que 3% ao mês sejam uma razoável taxa de juros para empréstimos.

A questão da taxa de juros é mais complexa do que, à primeira vista, possa parecer, posto que as pessoas continuam a recorrer a serviços, como os dos agiotas, que cobram juros mensais até superiores a 20%. Além disso, apesar de as prestações dos crediários embutirem juros que não são muito menores que os cobrados pelas financeiras, chamadas de “agiotas legalizados”, os entrevistados raramente se queixam daqueles juros. Outro ponto a ser considerado é que os empréstimos com parentes e amigos,



que não cobram juros, não são as modalidades de empréstimo com maior preferência. Embora as taxas de juros devam ser as menores possíveis, é importante sublinhar que os clientes aceitam pagar por um serviço que consideram valioso.

- ▶ **Burocracia.** A palavra burocracia é utilizada para descrever o inteiro processo que envolve uma operação de crédito: o preenchimento da proposta, os documentos exigidos, a demora na aprovação e na liberação. A burocracia inicial produz irritação e funciona como um fator de inibição à procura dos serviços de crédito, mas é aceita, ainda que a contragosto, e compreendida como parte dos cuidados que devem ser tomados em transações que envolvem dinheiro.

Porém, a burocracia na operação - a obrigação de entregar um papelzinho para fazer um pagamento ou de preencher algum documento ao receber o empréstimo - não encontra justificativa. A operação tem que ser prática, simples e rápida, como a dos cartões de crédito, por exemplo.

- ▶ **Propaganda enganosa.** É comum o sentimento de que estão sendo enganados pelas falsas e/ou incompletas informações sobre os termos da negociação, em especial sobre o valor final das prestações e do total do pagamento, quando se trata de financeiras, bancos, cartões de créditos e IMFs. Fica a impressão de que estão negociando com instituições desonestas ou de má-fé.
- ▶ **Exigências de apresentar avalistas ou fiadores.** Exigência muito difícil de ser cumprida. Ninguém quer ser avalista. Pessoas que já têm dificuldades em se responsabilizar por seus próprios compromissos, muito mais dificuldades terão para serem fiadores dos compromissos de terceiros. E mais, onde encontrar pessoas com bens suficientes para serem considerados bons avalistas?

Ser avalista é prestar um favor. Conseguir um avalista significa ficar duplamente devedor: do empréstimo que está sendo concedido e do favor prestado pelo avalista. A dependência ao avalista não se limita ao prazo até a liquidação do empréstimo. Ao contrário, permanece por tempo indefinido, até que o favor seja pago por favor semelhante.

Ter que ser garantido por uma outra pessoa, ou seja, por um avalista, desperta a sensação de estar sendo tratado como incapaz, irresponsável ou desonesto. (“Por que outra pessoa tem que ser responsável por meus atos? Desconfiam de mim? Acham que eu não vou pagar? Eu sempre pago meus compromissos!”)

Os entrevistados perguntam por que não são aceitas outras garantias, como os bens que possuem ou as máquinas e equipamentos que serão adquiridas com o financiamento, e sugerem que o avalista seja substituído por essas garantias.

## A capacidade e o desejo de poupar

Apesar do claro processo de mudança que vem ocorrendo internacionalmente nas microfinanças, da concepção de serviços baseados no crédito para a de serviços baseados na poupança, a partir da ampliação dos conhecimentos a respeito das necessidades e anseios das populações de baixa renda, o presente estudo não observou evidência da existência de desejos ou intenções de poupar.

Ao mesmo tempo em que os entrevistados afirmam sua incapacidade em fazer sobrar algum dinheiro ao fim do mês, demonstram habilidade em separar as quantias necessárias para pagar suas prestações ou para cobrir as multas e juros dos cartões de crédito. Esses pagamentos de dívidas podem ser vistos como poupança “invertida”<sup>21</sup> e mostram a capacidade de fazer sobrar dinheiro, quando é preciso (ou quando se quer). Aparentemente, os entrevistados não querem poupar ou, mais precisamente, não consideram que os benefícios trazidos pela poupança justifiquem os sacrifícios necessários para construí-la.



Construir uma poupança requer tempo, não produz uma gratificação imediata. Contraria a cultura de consumo, que atualmente é tão forte no Brasil. Ter uma poupança significa ter o dinheiro longe dos olhos, em algum lugar dirigido por regras e regulamentos "Estamos num país capitalista, não dá pra guardar dinheiro no colchão." incompreensíveis e gerenciado por entidades de reputação duvidosa quanto à maneira como tratam os pobres. Os comportamentos e depoimentos observados pela pesquisa indicam que um bem fisicamente identificável e transferível, que possa ser usufruído, negociado, vendido ou dado como presente, tem muito mais apelo do que um recibo de depósito dado por um banco, instituição que não é plenamente confiável.

Em contrapartida, a existência dos sorteios e caixinhas ou do seguro funeral, em algumas comunidades do Recife, prova a existência de um comportamento de poupança. Comportamento que se materializa quando as condições são adequadas e favoráveis, e os benefícios são claramente perceptíveis e interessantes. A obrigatoriedade ou o compromisso de um depósito periódico (mensal ou quinzenal) é geralmente visto como um fator positivo e necessário, ao menos para dar um empurrão inicial na formação da poupança.



## CAPÍTULO III

### NECESSIDADES E ESTRATÉGIAS FINANCEIRAS

Este capítulo examina as ocasiões – urgências, eventos no ciclo da vida e oportunidades - que exigem das populações de baixa renda o dispêndio de somas relativamente elevadas de dinheiro. Tais eventos, identificados pelos entrevistados como sendo doenças, mortes, festas familiares, despesas com educação, reforma/construção da casa, investimentos para início ou ampliação de negócios, criam necessidades financeiras mais ou menos agudas. Comuns à grande maioria das populações estudadas, essas ocasiões não são de natureza excepcional, embora não ocorram, em sua maioria, com freqüências regulares.

Os entrevistados relacionaram, ainda, alguns acontecimentos sazonais que exercem pressões financeiras nos orçamentos domésticos e dos negócios. São as comemorações de Natal e fim de ano, festas juninas e de Carnaval, pagamento de impostos e volta às aulas. Embora as somas requeridas por esses eventos não necessariamente debilitem os orçamentos (eles são previsíveis), a compreensão do papel que desempenham proporciona interessantes *insights* sobre o fluxo sazonal e a capacidade de desembolso das populações pesquisadas.

As necessidades financeiras e os mecanismos utilizados para satisfazê-las estão apresentados em forma de uma matriz, com categorias de acordo com 1) os tipos de eventos: emergências, ciclo de vida, oportunidades e sazonais e 2) os níveis de renda: baixíssima, baixa e médio-baixa. Dentro de cada categoria, os eventos estão relacionados em ordem decrescente, segundo a pressão que exercem: em cima, os que atingem mais fortemente os orçamentos, por sua natureza de obrigatoriedade; na parte de baixo, os que causam menores danos aos balanços. Não existe relação entre as categorias, ou seja, os custos para iniciar um negócio (classificado em baixo, como oportunidade) podem ser maiores do que os de determinadas festas (classificadas em cima, como eventos do ciclo da vida). Os mecanismos estão listados por ordem decrescente de utilização.

Em seguida, estão alguns comentários e análises sobre cada evento: sua importância relativa, as despesas que pode significar e as estratégias mais freqüentemente utilizadas para confrontá-lo. A seção é concluída com uma discussão a respeito das principais tendências verificadas entre os diversos segmentos das populações estudadas.

NECESSIDADES FINANCEIRAS E MECANISMOS ATUAIS				
EMERGÊNCIAS		Baixíssima Renda	Baixa Renda	Medio-baixa Renda
	Doença Gastos médicos		parente agiota fiado venda de bens	parente empregador venda de bens financeira agiota
EVENTOS DO CICLO DA VIDA	Morte	lista na vizinhança parentes financiamento na funerária	parentes financiamento na funerária agiota seguros	parentes financiamento na funerária empréstimo no cartão linha de crédito no banco
	Casamento	poupança	poupança parentes	poupança parentes crediário empréstimo bancário
	Outras Festas	poupança crediário dos outros fiado	poupança crediário	empréstimo bancário caixinha
OPORTUNIDADES	Reforma da casa	empréstimo empregador crediário dos outros sorteio	empréstimo empregador caixinha empréstimo bancário	parentes empréstimo bancário
	Educação	uso não identificado	parentes	indenização de emprego anterior
	Iniciar negócio	uso não identificado	indenização de emprego anterior	indenização de emprego anterior
	Ampliar Negócio	uso não identificado	crediário cartão de crédito cheque agiota empréstimo IMF sorteio	crediário empréstimo bancário cartão de crédito cheque empréstimo IMF sorteio
EVENTOS SAZONAIS	Final de ano	crediário dos outros fiado	crediário caixinha	crediário caixinha cheque pré cheque especial cartão linha de crédito no banco
	Carnaval e São João	fiado parentes	crediário parentes	cartão cheque pré
	Impostos	uso não identificado	uso não identificado	pagamento em parcelas
	Material escolar	parentes	crediário cheque pré	crediário cheque pré cartão

## EMERGÊNCIAS

Nesse estudo, a doença (incluindo os acidentes) foi mencionada como o evento de maior nível de urgência. As doenças são os acontecimentos que produzem maior impacto sobre a gestão financeira do conjunto doméstico-familiar.

### Doença

Tanto em Recife quanto em São Paulo, os gastos médicos são colocados em primeiro lugar quanto às exigências de despesas, exercem mais pressão financeira do que qualquer outro acontecimento.

A doença, muitas vezes, é imprevisível. Pode atingir qualquer membro da família, independentemente da idade. Pode aparecer diversas vezes durante o ano, em um mesmo indivíduo ou em diversos membros da família. Não tem hora para começar nem data para terminar, podendo durar um ou dois dias ou se prolongar durante meses ou anos.

As despesas com o tratamento das doenças são, quase sempre, inadiáveis. Os gastos estão na faixa de R\$ 50 - R\$ 300, quando não são muito prolongadas. As consultas com um médico particular raramente são inferiores a R\$ 80 - R\$ 100. As recentes melhoras nos serviços de atendimento público se limitam aos atendimentos de emergências ou aos diagnósticos de doenças. Continuam por conta do doente ou de sua família a compra dos remédios, raramente disponíveis na distribuição gratuita das farmácias da rede pública, e o pagamento de exames, feitos nos laboratórios da rede particular, já que a rede pública está saturada, pedindo prazos de meses para exames que são urgentes.

"Eu atrasei minhas mensalidades na faculdade, para poder tratar de uma doença. Agora, estou com uma dívida enorme na faculdade."

Para tratar das doenças, as próprias ou as de parentes próximos, os participantes dos grupos usam de todos os recursos de que dispõem. Desde a intermediação de parentes ou amigos que trabalham nos serviços de saúde pública para furar as filas ou conseguir remédios, até o recurso à medicina caseira, com o uso de chás e de produtos naturais, passando pelo sacrifício de outras despesas ou recorrendo a empréstimos para cobrir os gastos com os medicamentos e exames.

Os grupos de assalariados de renda baixa e média-baixa usam o fiado para a compra de remédios ou recorrem a empréstimos de parentes, amigos ou do empregador. Em casos mais extremos, vendem bens domésticos, como aparelhos de som e televisão. Nos grupos de microempreendedores de renda média chega a haver a venda de bens de maior valor, como automóveis e motocicletas.

Os que têm conta bancária cobrem as despesas com cheques pré ou com empréstimos no crédito instantâneo. Alguns dos que não têm conta, usam cheques pré emprestados de amigos, apesar dos riscos que esses possam correr.

"A gente não pode deixar um filho morrer. Vai no agiota. Pega R\$ 50,00 e paga 70,00 ou 80,00."

No último caso, esgotadas todas as possibilidades, a solução é o agiota ou o empréstimo na financeira. Nessas horas, o desespero vence a razão e as preocupações com os riscos são deixadas de lado.

Todos gostariam de ter um plano de saúde, o que lhes daria tranquilidade para cuidar das despesas com as doenças, mas reconhecem que os custos dos planos são proibitivos, estão totalmente fora de seu alcance.

## EVENTOS DO CICLO DA VIDA

Esta categoria se refere a eventos que ocorrem durante a vida e que desregulam o orçamento doméstico, criando a necessidade de "arrumar dinheiro" e inflando a coluna da despesa. Foram identificados três eventos que, com variáveis graus de intensidade, afetam os lares: morte, casamento e festas.



## Morte

Depois das doenças, a morte de um membro da família é o acontecimento que representa maior impacto financeiro. Há uma atitude de reverência e respeito aos parentes mortos que faz com que as pessoas se sintam obrigadas a uma última homenagem e se sintam no dever de providenciar um enterro com um mínimo de dignidade. O total de despesas com a morte é estimado entre R\$ 500 e R\$ 2.000, dependendo do tipo de funeral que se queira. “Não pode ser um caixão de terceira categoria, desses de papelão. Tem que ser de madeira. É mais caro, mas tem que ser.” A morte acarreta uma série de gastos: despesas burocráticas com certidões, registros e atestados, compra de caixão e de flores, locomoção do cortejo etc.

“O pobre nem pode morrer.”

Entre os mais pobres - assalariados e microempreendedores de baixa renda e desempregados - é comum o recurso às subscrições (“a cotinha”). Uma lista é passada de porta em porta, recolhendo contribuições de amigos, vizinhos e comerciantes do bairro. Costumam encabeçar essas listas as pessoas com liderança nas comunidades, como vereadores e traficantes. Outro recurso muito utilizado é o parcelamento das despesas. As empresas funerárias oferecem planos de pagamento parcelados entre três e cinco meses para as despesas do enterro. O parcelamento, em geral, é feito em nome de parente ou amigo que possa dar algum tipo de garantia, como o cartão de crédito ou cheques pré-datados.

“Para os meus pais, no caso de eles morrerem, eu faço questão de fazer um enterro decente. Faço qualquer sacrifício.”

Em grupos de assalariados de baixa renda do Recife, há participantes que usam seguro funeral. O custo do seguro varia entre R\$ 5 e R\$ 10 por mês, pagos enquanto o segurado for vivo, e garante um enterro com um mínimo de dignidade, conforme condições previamente acordadas.

Da mesma forma que acontece com as doenças, nos casos em que esses recursos se mostram inacessíveis ou insuficientes para cobrir as despesas com o funeral, os entrevistados procuram empréstimos nas fontes costumeiras: familiares ou amigos, quando as somas não são muito altas, ou empréstimos em financeiras ou agiotas, para importâncias mais elevadas. Os que têm acesso aos serviços bancários usam o cartão de crédito ou os empréstimos pessoais.

## Casamento

O casamento é mais um evento que exige dispêndios elevados. Além do caráter de ritual de passagem para um outro estágio da vida, comemorado com a maior pompa possível, em praticamente todas as culturas do mundo, há o orgulho, por parte dos pais, em se mostrarem capazes de honrar seus filhos com uma “grande” festa.

O casamento, porém, difere, da doença e da morte em alguns aspectos. Em primeiro lugar, as despesas com o casamento são proporcionais às disponibilidades dos envolvidos na questão. Há uma elasticidade maior, nos custos. O estudo verificou que as despesas variam entre R\$ 200 e R\$ 4.000. Tanto pode haver uma grande festa, como é do desejo da maioria dos pais, seguida da viagem de lua de mel, quanto uma cerimônia simples, no cartório, com uma lua de mel modesta ou mesmo sem lua de mel. Outro diferencial está no fato de que a maior parte das despesas cabe aos pais da noiva. Quem só tem filhos homens, têm menos preocupações com esses custos.

Outro fenômeno notado pela pesquisa é o da menor importância dada ao casamento formal entre os mais jovens, principalmente os de São Paulo. Para estes, a instabilidade do casamento e os elevados custos com um provável divórcio fazem com que a preferência seja por uma união consensual, sem festas e sem registros.

"O casamento hoje em dia dura muito pouco. Dois, três anos e já estão se separando. Um divórcio custa dois mil reais, daí para cima. O melhor é juntar, sem festa, sem nada."

O casamento, para os pais e noivos que querem dar festas, é um dos poucos motivos para a formação de poupança. Geralmente é marcado com boa antecedência, permitindo que algumas providências, como o enxoval e o pagamento antecipado de certas despesas, sejam custeadas ao longo do tempo que antecede a data da festa. As demais despesas (presentes, lembranças, aluguel de um espaço, comida, bebida, roupas) podem ser parceladas e rateadas entre os membros das duas famílias envolvidas, diminuindo os encargos dos pais da noiva. Somente a igreja e o cartório devem ser pagos à vista.

Os microempreendedores e assalariados de média renda chegam a contrair empréstimos bancários, quando decidem ter maiores gastos com o casamento de seus filhos. Mas, nos grupos de renda mais baixa, a atitude mais comum é a de não contrair dívidas, ou endividar-se o mínimo possível, evitando o parcelamento das despesas ou as compras no crediário. Por conseguinte, a poupança em dinheiro ou com a compra antecipada de bens para preparar um casamento é relativamente comum, sobretudo para poder adquirir os bens (lençóis, louças etc.) a serem presenteados ao novo casal.

## Outras festas e nascimentos

Outras festas, como as de aniversário e primeira comunhão dos filhos, têm impacto menor. Apesar da pressão exercida pelos filhos, é possível fazer uma festa de acordo com as disponibilidades financeiras: podem ser gastos R\$ 100 ou R\$ 1.000. Mas não se pode deixar de fazer uma festa. Há casos em que são promovidas festas conjuntas, uma festa única comemorando vários aniversários em data próxima e dividindo as despesas pelas famílias envolvidas.

"Os filhos fazem pressão, e a gente tem prazer em fazer uma festa para eles."

"Tem que ter uma festinha. Mesmo que seja só uma 'festa três b': o bolo, as bexigas e as bebidas."

Nos casos de necessidade, o mais comum é a compra do presente com cheque pré ou no crediário. As despesas com a decoração, quando acontecem, são parceladas em duas ou três vezes, nas lojas especializadas. Os doces e salgados são feitos em casa e os refrigerantes podem ser comprados no fiado.

O nascimento de filhos tem um impacto mediano nos orçamentos familiares. Por um lado, é um acontecimento reconhecidamente gerador de despesas. Por outro lado, por ocorrer em data prevista com certa antecedência, permite que muitas das despesas sejam distribuídas ao longo dos meses da gravidez.

O nascimento é um evento compartilhado por parentes, vizinhos e amigos. Uma série de "chás" serve de pretexto para presentear a família e diminuir seus gastos com roupas, fraldas e demais apetrechos necessários aos primeiros meses de vida.

Ao contrário do que acontece com a doença e a morte, as despesas com o nascimento são feitas com prazer. São, portanto, menos dolorosas as eventuais tomadas de dinheiro ou as compras à prestação. Berços, carrinhos e roupas são comprados no crediário, quando não são ganhos de presente ou "herdados" de crianças mais velhas. Compras de menor valor, como alimentos ou remédios simples são feitas no fiado ou com pequenos empréstimos a amigos ou parentes, quando falta o dinheiro para pagar à vista.



## OPORTUNIDADES

Ademais das crises e celebrações, o desejo de aproveitar as oportunidades de se educar, fazer obra na casa, iniciar ou ampliar um negócio, exerce pressão no orçamento familiar.

### Educação

Encaminhar um filho ou a si mesmo em um curso de formação profissional ou de segundo/terceiro grau é uma oportunidade de ascensão social que algumas vezes se apresenta, mas nem sempre pode ser aproveitada.

Taxas de matrícula, compras de material escolar, mensalidades e despesas com transporte e com alimentação fora de casa, combinadas com a diminuição dos rendimentos que geralmente acontece com quem passa a estudar (menos tempo para ganhar dinheiro com o trabalho), tornam muito difícil, ou mesmo impossível, às famílias de baixa renda manter algum de seus membros como estudante. Mesmo assim, o desejo de receber treinamento profissional ou de elevar o nível educacional ou de ver um filho nessas condições foi freqüentemente manifestado por muitos dos participantes da pesquisa.

Para quem consegue chegar a esses estágios do processo educacional, as despesas são cobertas pelos rendimentos do trabalho dos próprios alunos ou pelo sacrifício de parte das despesas pessoais dos pais, que se empenham em dar o melhor para os filhos. Entrevistados de média renda recorrem, mas com pouca freqüência, aos bancos ou entidades que concedem empréstimos especiais com essa finalidade.

Quando nenhuma das formas se mostra capaz de cobrir os custos, o jeito é suspender ou abandonar os estudos. A grande maioria dos participantes dos grupos demonstrou desconhecer ou se sentir excluída de qualquer mecanismo de financiamento de despesas com a educação.

### Reforma de casa

A reforma da casa é um evento que exerce forte pressão, principalmente nas faixas de menor renda, que vivem em condições extremamente precárias em habitações muitas vezes improvisadas. Mesmo podendo ser considerado em evento do ciclo de vida, pois todas as famílias, em algum momento, necessitarão fazer algum tipo de conserto ou de reforma em suas casas, poucos são os que têm a possibilidade de proceder a essas reformas, a não ser que uma oportunidade especial se apresente (por exemplo, mão-de-obra barata graças à ajuda de parentes, material de construção a preços baixos, em uma promoção no “depósito” da vizinhança).

Os custos das reformas são variáveis, mas as estimativas dos entrevistados situam em torno de R\$ 300 o custo para a instalação de um banheiro simples e em cerca de R\$ 2.000 para uma reforma mais ampla, que incluía a colocação de pisos de melhor qualidade, melhoras no telhado, pintura geral etc.

Os entrevistados de renda média contam com o recurso dos financiamentos para compra de material, especialmente da Caixa Econômica Federal - CEF, que tem uma linha especial para financiar reformas habitacionais. As prestações para pagar tais empréstimos são consideradas como razoáveis, mas há queixas quanto a necessidade da apresentação de três orçamentos de diferentes fornecedores para cada tipo de material a ser financiado. Essa exigência toma muito tempo e exige muito trabalho. Muitos dos



itens só são encontrados em determinadas lojas que, por sua vez, não negociam com outros tipos de materiais. Outros, que têm acesso aos bancos, usam empréstimos bancários e empréstimos pessoais (do banco) para proceder aos melhoramentos e ampliações.

Os de baixa renda, sem acesso aos serviços bancários e sem ânimo para recorrer aos financiamentos da CEF, só muito lentamente conseguem pequenos avanços em suas moradias. Têm que contar com a boa vontade de pedreiros que lhes cobrem preços menores, ou ocupar-se, eles mesmos, do trabalho. O material é comprado em pequenas quantidades, à custa de sacrifícios pessoais, e acumulado à espera do momento possível para sua utilização. Em casos de extrema necessidade, quando as condições da moradia passam a representar riscos para a saúde ou para a vida de seus habitantes, recorrem a empréstimos com os empregadores (a reforma da casa sensibiliza especialmente os empregadores, que, em geral, têm boa vontade em adiantar parte do salário ou de conceder empréstimos maiores para seus empregados nessa situação), pedem a amigos ou compram fiado no depósito de material do bairro.

Apesar de não ser comum, o sorteio também é citado como um artifício utilizado para a obtenção do dinheiro necessário para efetuar obras. Pelo menos um caso de sorteio organizado com objetivo específico de financiar reformas de casa foi mencionado pelos participantes dos grupos ouvidos pela pesquisa.

Nas faixas de baixíssima renda o quadro é semelhante ao observado na camada de baixa renda, só que mais dramático. As necessidades de reforma são maiores (há os que vivem em palafitas improvisadas ou em pouco mais do que quatro paredes erguidas com materiais recolhidos nas ruas, com uma cobertura de plástico), mas as dificuldades financeiras também são maiores. Mesmo sendo de primeiríssima necessidade, a reforma da casa só pode ser providenciada depois que são resolvidas as compras de alimentos, de remédios ou de outras prioridades. Assim, as reformas são ainda mais lentas e dependem do surgimento de oportunidades, como o ganho de um dinheirinho extra ou a ajuda de parentes ou amigos.

## O negócio

Para iniciar um negócio, é habitual o investimento do dinheiro recebido quando da demissão do último emprego<sup>22</sup>. Geralmente essa indenização demora alguns meses até ser recebida, o que permite um planejamento do negócio. Como as esperanças de conseguir um novo emprego são muito limitadas e os salários são muito baixos, o negócio próprio é a alternativa que se apresenta como a mais promissora. A pesquisa constatou, também, alguns poucos casos em que o capital necessário para abrir o negócio foi emprestado por um parente. Nesses casos, começa-se com uma pequena venda, na própria residência, ou como ambulante, vendendo de porta em porta ou em escritórios.

Para a ampliação dos negócios, o capital de giro é a principal demanda, seguida pela compra de máquinas e equipamentos. Desde que a movimentação financeira dos negócios quase sempre é relativamente baixa e boa parte dos lucros obtidos têm que ser destinados para a cobertura das despesas domésticas, os microempreendedores só a longo prazo conseguem acumular o suficiente para dar seus pequenos passos, quer na formação do capital de giro, quer na compra de bens de capital.

<sup>22</sup> Só trabalhadores com carteira assinada.



O microcrédito oferecido pelas instituições especializadas busca atender a essas necessidades, mas é pouquíssimo utilizado pelas populações estudadas. Muitos microempreendedores sequer sabem de sua existência. Outros, que o conhecem, dizem ser muito difícil atender às exigências requeridas para a obtenção do crédito. Conseguir um avalista, por exemplo, é considerada uma tarefa quase impossível.

As preferências, para aumentar os estoques, recaem nas compras parceladas nos fornecedores, só havendo recurso a empréstimos de bancos, financeiras ou agiotas em casos de extrema necessidade. O uso de empréstimos aparece como exceção e não como regra. Mesmo reconhecendo que pagam mais pelas facilidades dadas pelo crédito parcelado, consideram esta como sendo a opção que lhes é mais fácil e mais conveniente. Como foi discutido no capítulo 2, as facilidades de negociação com os fornecedores são vistas como uma grande vantagem pelos microempreendedores.

Esse comportamento, porém, não é universal. Alguns dos entrevistados preferem comprar à vista, sempre que possível, e desejariam recorrer a empréstimos que lhes facilitassem essas compras. Mas a maioria não o faz, citando as exigências, as altas taxas de juros e o medo de não poder pagar, como razões para não tomar empréstimos.

Os empreendedores de renda média, dos ramos de serviços e comércio, usam cartões de crédito e cheques especiais para a compra de maiores volumes de estoque e só se dirigem aos bancos quando a ocasião lhes é especialmente interessante. A maior parte dos empreendedores de baixa renda está distante dos níveis de rendimento necessários para permitir seu acesso aos empréstimos bancários formais, e embora as financeiras estejam ao alcance de alguns, suas taxas de juros são consideradas proibitivas.

Em determinadas áreas pesquisadas, agiotas bem conhecidos na comunidade são fontes de financiamento para os negociantes (facilidades e rapidez na liberação do dinheiro, apesar das taxas de juros) mas esta prática é limitada. Finalmente, embora não seja uma costumeira fonte de capital, algumas vezes são organizados sorteios com a finalidade de financiar a expansão dos negócios.

Para a maior parte dos microempreendedores, portanto, o crescimento do negócio se dará com muito trabalho e com o reinvestimento em estoques. A não ser que surja uma irrecusável oportunidade para a realização de um negócio muito bom, de modo a justificar o uso de empréstimos (sejam eles bancários, de financeiras ou mesmo de agiotas), o crédito do fornecedor permanece como o recurso mais acessível e mais confiável, apesar de restrito a valores baixos.

## EVENTOS SAZONAIS

O final do ano, as festas de Carnaval e de São João, o pagamento de impostos e a necessidade da compra de material escolar constituem-se nos principais eventos anuais a pressionar os orçamentos domésticos, forçando as famílias de baixa renda a gastar mais do que o usual e aumentando seus débitos.

### Final do ano

As festas de dezembro - Natal e Ano Novo - são as que mais mobilizam os participantes dos grupos. Os motivos da importância dessas festas são bem conhecidos e estão ligados às tradições e a religiosidade do brasileiro.

Natal e Ano Novo são festas comemoradas por praticamente toda a população e exercem certa pressão financeira nos entrevistados. Há um mínimo de despesas “obrigatórias”: presentes, pelos menos para os parentes mais próximos, a ceia de Natal, a festa do réveillon e o almoço do primeiro dia do ano. Muitas vezes esses gastos são acrescidos pela compra de roupas e a reforma da casa.

Apesar de haver flexibilidade nesses gastos - “se o dinheiro é pouco, a festa é pequena” - sempre se gasta alguma coisa. Na maioria das vezes os diversos membros da família colaboram para o pagamento das despesas, de acordo com suas possibilidades. Não há registro de poupança formal para a provisão das despesas com as festas de fim de ano. Mas os que participam de caixinhas costumam usar parte dos seus rendimentos para as festas de fim de ano.

No caso dos assalariados, o décimo-terceiro salário é uma importante ajuda para os gastos de fim de ano. O capital acumulado em caixinhas é outra fonte para cobrir essas despesas. As caixinhas são programadas para fechar em dezembro, de modo que os quotistas tenham dinheiro para as festas de Natal e Ano Novo.

Os microempreendedores têm suas vendas aumentadas nessa época do ano, o que aumenta sua disponibilidade financeira, mas têm que controlar suas despesas, pois sabem que janeiro e fevereiro serão meses magros pois sua clientela estará pagando as dívidas contraídas em dezembro.

Para a realização das festas de fim de ano, os grupos apresentam um comportamento relativamente padronizado, no que diz respeito às soluções de seus problemas financeiros. Os de renda mais baixa, assalariados ou microempreendedores, compram fiado ou fazem crediário nas lojinhas de bairro. Procuram, porém um mínimo de endividamento, limitando ao máximo suas despesas.

"Todo mundo faz festa. Se a gente não pode fazer, vai na festa dos vizinhos."

Os de média-baixa ou baixa renda se mostram mais liberais. Se necessário, compram no crediário, com o cartão das redes de supermercados ou usam serviços bancários: cheques pré, cheque especial, cartão de crédito ou empréstimos automáticos. Apesar da maior liberalidade, procuram conter esses gastos, face às previsões pessimistas para os balanços de janeiro e fevereiro seguintes.

## Carnaval e São João

As festas de Carnaval e de São João também mobilizam boa parte das populações pesquisadas, mas têm impacto menor do que os das festas de fim de ano e sensibilizam mais os grupos de Recife do que os de São Paulo.

"A gente procura gastar só o que pode. Se não puder fazer festa grande, faz festa pequena, um bolo, uns refrigerantes, umas cervejas..."

As festas de São João parecem ser mais populares do que as do Carnaval, pelo menos nas populações pesquisadas. Envolvem pessoas de todas as idades e de todas as faixas de renda, ao passo que o Carnaval é mais festejado pelos mais jovens e de níveis de renda relativamente mais elevados.

As festas de São João, mesmo sendo coletivas, exigem maior contribuição dos participantes, que colaboram com comidas e bebidas e gastam dinheiro nos jogos e brincadeiras típicas. O Carnaval é cada vez mais uma festa pública, com desfiles e bailes promovidos pelo poder público. Os bailes pagos cobram preços relativamente baixos e a despesa maior é com as bebidas alcoólicas.



Assim, se os gastos com lazer no período carnavalesco são superiores aos dos demais meses, não chegam a provocar maiores endividamentos. Quando muito, são pequenos empréstimos com parentes e amigos ou compras de bebidas no fiado, quando a relação pessoal com o vendedor assim o permite.

No São João as despesas são um pouco maiores, mas não têm a mesma dimensão das festas de fim de ano e também não provocam despesas de maior vulto. Há compras a fiado ou parceladas com cheque pré ou no cartão de lojas, mas não houve nenhuma menção a empréstimos em bancos, financeiras ou agiotas para os gastos das festas juninas.

## Impostos

O começo do ano traz, para os grupos de microempreendedores legalizados, o problema do pagamento de impostos.

Há uma atitude de certa revolta em relação a esses impostos, considerados muito elevados. Soma-se a isso a crença de que o dinheiro dos impostos é mal administrado pelo governo, nem sempre sendo investido em benefício da população em geral e dos microempreendedores em particular.

Nos casos de dificuldades para pagamento de impostos, a solução mais comumente adotada é a de “empurrar com a barriga”, deixar os pagamentos para os meses seguintes já que as multas são mais baixas do que o custo do dinheiro e sempre há a possibilidade de negociação, habitualmente praticada pelos órgãos públicos, em condições interessantes para o devedor. Também nesse caso, não houve menção a tomada de dinheiro para o pagamento das dívidas.

## Material escolar

O aprofundamento das discussões em torno do assunto mostrou que as preocupações com as despesas escolares com filhos menores são resíduos de um passado recente, quando a volta às aulas realmente exigia o dispêndio de somas relativamente elevadas. Hoje, dependendo da municipalidade, a prefeitura se encarrega da grande maioria dos gastos. Em muitos municípios são dados gratuitamente livros e material escolar, uniformes e alimentação no horário das aulas. Porém, em certas localidades, os gastos para quem têm filhos no primeiro grau podem ser significativos, R\$ 5 - R\$ 100 por filho. Já que janeiro é um mês difícil por causa das dívidas acumuladas durante o final de ano, essas despesas podem ser pesadas.

## ESTRATÉGIAS PRINCIPAIS

Em termos muito amplos, as populações estudadas utilizam quatro estratégias principais para lidar com suas necessidades financeiras: endividamento, aumento da receita, acumulação de ativos físicos e o apoio na rede de relações sociais são os recursos basicamente usados para solucionar os problemas de dinheiro.

A maioria das necessidades financeiras é enfrentada com o **endividamento**, através de empréstimos ou de crédito. Para cobrir custos inesperados ou extraordinários (e as dívidas por eles causadas), os grupos familiares reduzem seus níveis de consumo, sacrificando gastos com lazer e adiando compras consideradas



supérfluas, como roupas e sapatos (bens que geralmente são adquiridos no crediário). Costumeiramente, uma dívida (na lojinha de roupas) é substituída por outra (na farmácia ou no armazém). Às vezes, deixam de ser pagas as contas de luz e de água, pela tolerância dos fornecedores no prazo para cortar os serviços e pelas baixas multas cobradas. Por fim, como último recurso, os cortes são na alimentação.

Trabalhar mais e mais duramente, fazer bicos ou se envolver em um comércio informal (venda de produtos de beleza, doces, crochê) paralelamente às atividades habituais, para **umentar a receita**, são também caminhos muito comuns, embora raramente os rendimentos adicionais conseguidos dessa forma sejam suficientes para evitar totalmente o endividamento.

Os grupos de renda média-baixa e, algumas vezes, os de baixa renda fazem **acumulação de ativos**, como estoques, aparelhos eletrodomésticos e veículos. Ainda que não tenham sido necessariamente adquiridos com essa intenção, bens de consumo duráveis, como automóveis, aparelhos de som, televisores e móveis são usualmente vendidos para atender a emergências financeiras ocasionadas por eventos como doenças, acidentes e mortes

**O apoio da rede de relações sociais**, formada por familiares, amigos e vizinhos é uma primordial estratégia de gestão, sobretudo nas camadas mais pobres. Nesses grupos, o capital social é quase o único capital disponível e redes informais de ajuda mútua se formam para solucionar problemas mais graves com seus membros. A cessão de um cheque ou o empréstimo do cartão de crédito para um amigo ou parente, ou a compra de um televisor ou geladeira no crediário feito com o nome de alguém que tenha cadastro positivo na loja, são praticas comuns em ambas as cidades estudadas, embora envolvam alguns riscos.

Os compromissos costumam ser honrados. O pagamento das dívidas representa não apenas o cumprimento de uma obrigação, mas traduz o esforço em resguardar o principal patrimônio que os pobres possuem: o crédito. Mas não são incomuns as histórias de amigos que excedem os limites do cartão de crédito emprestado ou que não conseguem cobrir o cheque pré-datado, deixando para o “emprestador” o pagamento de débitos que não contraiu. O risco, porém, não impede que essas ajudas continuem a existir. Vários entrevistados, que passaram ou estão passando por tais situações, afirmaram que continuarão à disposição de amigos ou parentes confiáveis, sempre que for preciso.

## TENDÊNCIAS PRINCIPAIS NAS DIFERENTES POPULAÇÕES PESQUISADAS

### Diferenças regionais

As diferenças identificadas entre as duas regiões pesquisadas foram sutis, na maioria dos temas abordados pelo estudo. São semelhantes os comportamentos e atitudes no gerenciamento dos recursos financeiros, assim como são semelhantes os conceitos e as relações com as instituições, serviços e produtos financeiros.

Alguns **produtos e mecanismos** pontuais, por questões de mercado ou por características culturais, são mais comuns ou mais intensas em uma ou outra das regiões. Em São Paulo, são numerosas as participações em caixinhas organizadas em empresas. Em Recife, onde não houve citações a essa modalidade de poupança, os “sorteios” são muito populares. O uso de cartões de crédito emitidos por lojas, sem vinculação a contas bancárias, mas aceitos pelo comércio em geral, é bem maior na capital pernambucana. As principais redes de supermercado da cidade têm uma política agressiva na distribuição de seus cartões, concedidos com menos exigências do que os tradicionais cartões de crédito.



Outro produto detectado em Recife, mas não em São Paulo, é o seguro funeral. É possível que esse tipo de serviço também exista nesta cidade, mas não houve qualquer menção a ele nos diversos grupos, embora a morte seja apontada como um dos dois eventos que mais pressão financeira exercem sobre as populações pesquisadas.

Quanto às **necessidades**, doença, morte, as festas de Natal e Ano Novo e a reforma da casa têm grau de importância relativa praticamente iguais, no Nordeste e no Sudeste. As despesas com o nascimento do primeiro filho, com a educação, com impostos e com festas comuns mobilizam mais os grupos da capital paulistana. As festividades de Carnaval e São João, principalmente essas últimas, e o casamento têm mais impacto junto à população do Recife.

Interessante notar que os grupos do Nordeste mostraram **maior abertura em relação à idéia de aval solidário** do que os grupos do Sul. Pode ter colaborado para isto o fato de que boa parte dos grupos realizados em Recife teve como base associações e cooperativas. Ou seja, foram formados por pessoas que já participam de entidades associativas. Além disso, mesmo em grupos que não tiveram esse tipo de origem, estavam pessoas que costumam organizar e participar de sorteios, que são grupos solidários com caráter não muito diferente dos mantidos pelas IMFs.

O estilo de vida do Nordeste, mais conservador e mais apegado aos hábitos das pequenas cidades do interior (grande parte dos habitantes do Recife é nascida no interior), inclui a solidariedade entre as pessoas como uma prática comum à sua população. A solidariedade é maior entre as pessoas de baixa renda, que mantêm fortes as relações interpessoais e de vizinhança. A impressão, nas favelas nordestinas, é a de que todos conhecem e participam, em detalhes, das vidas dos outros.

Em São Paulo, apesar de termos trabalhados em comunidades com considerável percentual de migrantes de origem nordestina, não se percebeu a mesma atmosfera de solidariedade. Os grupos aparentaram ser mais “fechados”, mais restritos a um núcleo da comunidade. As pessoas se conhecem, mas não têm o mesmo grau de intimidade e co-participação na vida alheia notadas no Recife. O estilo de vida da cidade grande, cosmopolita, individualista, parece se estender, também às populações periféricas.

## Ocupação

Microempreendedores e trabalhadores por conta própria de um lado e assalariados e desempregados de outros mostram semelhanças e diferenças em suas relações com as finanças.

Para os microempreendedores, de maneira geral, as necessidades financeiras ligadas aos negócios dizem respeito principalmente ao capital de giro. Para esse segmento da população estudada, a manutenção e/ou a ampliação dos estoques são consideradas como decisivas para um bom desempenho nos negócios e para o crescimento de suas atividades empresariais.

Os comerciantes acreditam que, com estoques mais volumosos e mais variados, venderão mais, ganharão mais e, como conseqüência, poderão escalar os degraus que os levem a subir de nível, em seus negócios. Existe nas percepções das microempreendedoras um vínculo estreito entre o acesso ao capital de giro para comprar mercadoria e a ascensão de um nível para outro. Essa noção se manifesta na demanda de financiamento de capital de giro entre os microempreendedores de todos os níveis de renda: os ambulantes querem passar a barraqueiros; os barraqueiros querem ter suas lojas; os lojistas querem lojas melhores e mais bem montadas.



Para os microempreendedores que trabalham na produção ou na indústria, as necessidades de crédito dizem respeito à aquisição de máquinas, equipamentos e ferramentas ou, em menor escala, na melhoria das instalações, de modo que possam concorrer em melhores condições nos setores em que atuam. Assim como os comerciantes, mesmo que conscientes da retração do mercado consumidor, acreditam que haja espaço para crescimento e chances para que consigam se distinguir em suas faixas de atividades, desde que possam trabalhar com melhores condições que seus concorrentes. Falta-lhes, assim como aos comerciantes e prestadores de serviços, o dinheiro que lhes permita realizar seus planos de crescimento.

O problema é onde e como conseguir esse dinheiro, já que as fontes que lhes são acessíveis ou são limitadas, ou cobram juros muito altos, ou lhes fazem muitas exigências, ou lhes dão prazos muito curtos, sem carências. Ou tudo isso junto.

Para os desempregados e trabalhadores por conta própria, esses últimos quase sempre biscateiros ou prestadores de serviços em um regime de extrema informalidade, o dinheiro seria para “mudar a vida”. Ou para a montagem de um pequeno negócio, no caso dos desempregados, ou para poder trabalhar em melhores condições, com melhores equipamentos e instalações, no caso dos trabalhadores por conta própria.

Ao contrário dos microempreendedores, que à falta de financiamentos contam pelo menos com o próprio trabalho e com os reinvestimentos em estoques como soluções para crescer, ainda que a um longo prazo, os desempregados e biscateiros encontram-se em um círculo vicioso que só será rompido com uma injeção de recursos ou uma “ajuda externa”. Enfrentam, porém, as mesmas dificuldades que os microempreendedores. Dificuldades que são agravadas pelo fato de, quase sempre, estarem nas faixas de renda mais baixas e de não poderem oferecer as garantias ou de satisfazerem as exigências que são normalmente solicitadas por quem lhes poderia fornecer essa injeção de recursos. Ou seja, os obstáculos para tomar dinheiro emprestado sequer chegam no ponto da análise das taxas de juros ou dos prazos, surgindo desde o ponto inicial, na inexistência (ou no desconhecimento) de produtos e serviços que lhes sejam acessíveis.

As necessidades financeiras dos assalariados concentram-se nos eventos do ciclo de vida. Na sua grande maioria, vivendo apertados para manter as despesas equilibradas com a receita e convivendo com parentes desempregados, qualquer acontecimento emergencial - doença ou morte na família ou necessidade imperiosa de obras na casa - ou qualquer “excesso” cometido - uma festa de aniversário de um filho ou um presente melhor para um neto recém-nascido - já são o bastante para desequilibrar as finanças e lhes fazer pegar dinheiro emprestado ou recorrer a um crediário. Como esses eventos acontecem com frequência, estão “sempre” recorrendo às fontes de crédito, de preferência aos serviços financeiros informais ou semiformais.

Esse mesmo tipo de comportamento se verifica entre os microempreendedores. Como não separam os orçamentos domésticos dos orçamentos de suas empresas e como não conseguem formar poupanças financeiras, os eventos do ciclo de vida lhes afetam com a mesma intensidade que se verifica nos demais segmentos abordados pela pesquisa.

A respeito da poupança, deve ser notado que os microempreendedores preferem reinvestir as sobras de dinheiro em estoques ou na melhoria de seus negócios, do que guardá-las para eventuais necessidades, sob a forma de poupança formal. O que há, principalmente no Recife, são os “sorteios.” Trata-se de uma forma de levantar dinheiro sem burocracia e sem juros, para investir nos negócios e não para constituir



um fundo de reserva para emergências. O hábito de guardar dinheiro, para emergências ou para cobrir despesas previstas para um futuro próximo, só aparece entre os assalariados, quase sempre as do sexo feminino, e, geralmente, em pequenas quantias.

## Renda

A pesquisa constatou indicações de uma correlação entre as faixas de renda e o grau de formalidade dos serviços financeiros utilizados. Essa correlação era de certa forma previsível, já que os que têm maiores níveis de renda possuem melhores condições de atender às exigências dos serviços financeiros formais. Os de renda mais baixa se vêem, em sua grande maioria, restritos aos serviços informais ou ao uso informal dos serviços formais ou semi-formais.

Os entrevistados de renda média-baixa são os principais usuários dos serviços bancários. A minoria que possui conta bancária está nessa faixa e é nela que há maiores índices de utilização de cheques pré-datados, de cartões de crédito e de empréstimos bancários, especialmente os empréstimos automáticos. O recurso aos empréstimos de financeiras é pouco freqüente, pela rejeição aos juros e taxas cobrados. Há, nessa faixa, um razoável uso de serviços semi-formais, como as caixinhas de empresa e adiantamentos de salários, entre os assalariados, e de participação em sorteios ou venda para agiotas de cheques pré-datados recebidos de clientes, em casos de emergências.

Na faixa de renda baixa há pouquíssima utilização de serviços bancários. À exceção de raros microempreendedores e de alguns funcionários públicos ou aposentados que recebem seus proventos através da rede bancária, os que estão nessa faixa não têm acesso aos bancos. O uso de serviços formais se verifica sob a forma de crediários, intensa e extensamente utilizados, e de cartões de crédito de lojas, que procuram ser, cada vez mais, acessíveis a essa camada da população. As financeiras só são procuradas em casos de maior necessidade, mas, aparentemente, é nesse segmento da população que essas instituições encontram maior número de clientes. Embora poucos reconheçam já ter recorrido a agiotas, essa fonte também é procurada, em casos de grandes urgências. Os de baixa renda também se utilizam do fiado com bastante freqüência e dos empréstimos com parentes e amigos, para casos de pequenas quantias a prazos curtos.

Os que estão na faixa de baixíssima renda se vêem restritos aos serviços informais, especialmente o fiado nos armazéns e farmácias das vizinhanças e o uso do crediário de parentes e amigos. Procuram pagar religiosamente seus compromissos, de modo a manter abertas as portas para as futuras necessidades, que certamente virão. Pequenos empréstimos com parentes e amigos são usados sempre que possível, mas esses parentes e amigos também são carentes de recursos e poucos podem atendê-los.

## Sexo

De um modo geral, as mulheres são mais conservadoras, mais cautelosas e mais preocupadas em alcançarem (ou manterem) uma renda suficiente para proporcionar uma vida digna, com algum conforto, e um futuro com menos preocupações para sua família. Há mais poupadoras, com cadernetas de poupança ou com cofrinhos domésticos (chamados de "meaeiros", no Recife), do que entre os homens. Nos grupos femininos apareceram compradoras de seguro funeral, o que não aconteceu com os grupos masculinos. As mulheres são mais resistentes à idéia de tomar dinheiro para montar/ampliar negócios. São tão dispostas ao trabalho duro quanto os homens.



Os homens correm mais riscos e se mostram mais ambiciosos. A maioria dos microempreendedores de médio porte era do sexo masculino. Apesar das mudanças que vêm ocorrendo em relação ao papel da mulher na sociedade e na família, nas camadas da população pesquisada parece permanecer forte o sentimento de que cabe ao homem a responsabilidade maior pela manutenção do lar. As preocupações masculinas estão mais ligadas à ampliação dos negócios, com o objetivo de uma mudança do padrão de vida, da passagem para um patamar acima do atual. Para isso, se mostram mais dispostos a sacrifícios e riscos do que as mulheres. São mais acessíveis à idéia de tomar empréstimos para os negócios.



## CAPÍTULO IV

### IMPLICAÇÕES E CONCLUSÕES

O setor de microfinanças no Brasil tem demonstrado níveis de penetração relativamente baixos, apesar do aquecimento nos últimos anos e da existência de um mercado potencial aparentemente de grande porte. O presente estudo buscou entender as razões que estão por trás do lento desenvolvimento do setor, através do exame das necessidades de um segmento desse mercado potencial, assim como dos mecanismos e estratégias atualmente utilizadas para satisfazê-las. Seus resultados proporcionaram informações úteis ao entendimento do porquê das baixas taxas de adesão às instituições de microfinanças no país.

Os autores puderam encontrar algumas respostas para indagações básicas da pesquisa, averiguando em que proporção os produtos oferecidos estão adaptados às necessidades da demanda e de que modo as percepções culturais impactam o uso de serviços financeiros. As respostas encontradas apontam para algumas importantes implicações para o mercado de microfinanças, incluindo vários conceitos para alimentar a reflexão sobre novos produtos.

#### O QUE NÓS APRENDEMOS

A partir da trintena de discussões realizadas durante este estudo, os autores chegaram as seguintes observações, que ajudam a explicar a penetração bastante baixa das IMFs.

► **Os atuais produtos satisfazem apenas a uma das muitas necessidades dos clientes potenciais.**

Os microempreendedores expressam a necessidade de crédito produtivo em um formato muito aproximado ao dos produtos que atualmente são oferecidos ao mercado: crédito de R\$ 500 - R\$ 3.000, taxas de juros entre 3% e 5% ao mês, prazos de 8 a 36 meses, com carência de 30 a 60 dias.

Entretanto, o estudo constatou que os que trabalham por conta própria, assim como os assalariados e os desempregados, têm necessidades financeiras que vão além do crédito produtivo. As famílias pobres são mais vulneráveis que as famílias ricas, quando se deparam com imprevistos, como doenças, acidentes ou mortes, ou quando se trata de aproveitar oportunidades para os negócios, para a melhoria da habitação ou para a educação de seus membros.

A inexistência de serviços financeiros específicos, como seguros, para enfrentar essas dificuldades leva os mais pobres a contraírem dívidas em termos que não são adequados à sua capacidade de pagamento, enfraquecendo ainda mais as bases dos orçamentos domésticos e dos negócios. Se considerarmos os serviços de microfinanças como provedores de garantia de receita, mais do que ferramentas de geração de receita<sup>23</sup>, então é crítico falar nessas necessidades que estão fora do âmbito dos negócios, mas que impactam fortemente a estabilidade financeira dos mais necessitados.

<sup>23</sup> Wright (1999).



**▶ As IMFs estão atirando muito alto.**

A maioria das IMFs trabalha com termos e condições que se encontram fora do alcance dos grupos de baixa e baixíssima renda. Apresentar um avalista, como um substituto para o comprovante de renda, é uma exigência muito difícil de ser cumprida, além de constrangedora. Imaginada para “simplificar” o acesso ao crédito, a exigência de avalista é, ao contrário, vista como uma das principais barreiras entre a instituição e sua clientela potencial.

O excesso de papelada - CPF, carteira de identidade, comprovante de residência (do cliente e do avalista), contracheque, balancetes trimestrais, declaração de imposto de renda, livros de registros contábeis - requerido durante o processo de análise, aprovação e concessão do pedido de empréstimo, também serve para afastar os clientes. Providenciar e juntar esses documentos não é tão difícil, mas é atormentador.

Ainda mais, em comparação com os termos praticados pelos crediários, muitas IMFs propõem prazos muito curtos e prestações muito elevadas para as possibilidades das populações de baixa renda. O medo de não poder pagar, tão comum nessas populações, pode ser vencido pela extensão dos prazos de pagamento e a conseqüente diminuição do valor das prestações. É importante notar que clientes para os quais as condições das IMFs não são vistas como problemáticas, geralmente têm acesso a outros serviços formais de crédito como bancos, cartões de crédito e cheques especiais.

**▶ As ambigüidades de ter o “nome sujo”.**

Ter o “nome limpo” é não constar dos registros negativos das chamadas instituições de proteção ao crédito. A consulta a essas instituições faz parte obrigatória das exigências prévias na contratação de todo produto de crédito formal, desde a abertura da conta bancária até a venda no crediário e, em muitos casos, na aceitação de cheques para pagamento à vista ou pré-datados. Quem tem “nome sujo” fica, portanto, impedido de realizar qualquer operação de crédito formal. Passa a viver uma situação de semi-marginalidade, excluído de uma série de atividades do universo econômico-financeiro.

É uma exigência complicada. Os participantes dos grupos não contestam sua relevância, mas lamentam seus aspectos de arbitrariedade. Muitos entrevistados responsabilizam sua inclusão no SPC a uma emergência que os impossibilitou de cumprir seus compromissos, ou a um amigo que desapareceu sem ter pago dívidas contraídas com o cartão de crédito que lhe foi emprestado. Empréstimos dos parentes, amigos, agiotas e o uso do crediário dos outros são os recursos usados pelos que estão nas listas negras até que consigam liquidar seus débitos, o que demonstra um certo nível de credibilidade, mesmo tendo o “nome sujo”.

De acordo com as observações colhidas durante o trabalho de campo, podemos estimar entre 20% e 30% o percentual de entrevistados das faixas de renda média-baixa e baixa que estão com seus nomes sujos. Os de renda baixíssima têm poucas chances de ter o nome sujo, pois sequer têm acesso aos serviços que utilizam os registros do SPC e instituições do gênero.

**▶ As percepções culturais sobre crédito impactam a vontade de tomar empréstimos.**

A distinção entre *crédito* e *empréstimo* no uso coloquial das populações de baixa renda é de fundamental importância para o entendimento de suas relações com as finanças. *Crédito* refere-se quase que exclusivamente ao processo de compra e venda de um determinado bem com o uso de um plano de prestações. Na cabeça dos entrevistados, uma compra a crédito é um acordo entre comprador e vendedor,



nada tendo a ver com operações financeiras. *Empréstimo* é considerado como uma forma de financiamento que envolve a transferência de dinheiro do prestador para o tomador. Muitos microempreendedores afirmam que usam crédito, quando compram parcelado, mas sublinham a falta de acesso a financiamentos, ou seja, de empréstimos.

Em geral, empréstimos são vistos como soluções para enfrentar emergências ou problemas mais graves. Procurar um empréstimo é admitir a impossibilidade de lidar com uma situação momentosa apenas com os próprios recursos. O uso do crédito carrega um peso psicológico bem mais leve: é uma opção que simplifica a aquisição de bens ou de serviços. Essa percepção de crédito parcelado como um aspecto natural do processo de compra ajuda a entender o generalizado costume de “emprestar” o nome, o cartão de crédito ou o talão de cheques. Comprar parcelado é parte do dia-a-dia e o risco que carrega consigo não tem nada de extraordinário

Os microempreendedores tendem a ter uma percepção mais positiva sobre a tomada de empréstimos, mas sentem-se frustrados pela falta de opções “amigáveis” e adequadas às suas características e necessidades.

Há um sentimento amplamente disseminado entre os grupos de baixa e de baixíssima renda de que os bancos discriminam os pobres. Mas a atitude de antipatia com essas instituições financeiras contrasta com o desejo de ser seu cliente, pelo status que é concedido a quem tem conta em banco.

As financeiras são muito desacreditadas, por praticarem propaganda enganosa: prometem dinheiro fácil e barato, mas cobram juros altíssimos, depois de somadas todas as taxas e despesas.

As instituições de microfinanças são tão pouco e tão mal conhecidas que raras vezes foram citadas espontaneamente como opções para as pessoas de baixa renda. Quando o foram, foram descritas como “parentes” dos bancos e das financeiras.

#### ▶ A IMFs são relativamente desconhecidas.

As instituições de microfinanças são pouco conhecidas. O desconhecimento é maior no município de São Paulo, onde sua atuação é muito recente e ainda limitada. Uma meia dúzia de participantes dos grupos já havia ouvido falar do Banco do Povo de Santo André; um ou outro sabia da existência de “um novo programa da Prefeitura”, embora ninguém soubesse exatamente qual o seu nome. Os microempreendedores mencionaram várias vezes o PROGER, mas como se esse programa fosse uma iniciativa do Sebrae<sup>24</sup>.

É interessante frisar que vários entrevistados de São Paulo se mostraram familiarizados com o Crediamigo, do Banco do Nordeste, e com a sua modalidade de aval solidário, por terem ouvido alguma notícia a seu respeito na televisão. Em Recife há um maior grau de conhecimento a respeito do microcrédito. O Crediamigo e o Banco do Povo, da prefeitura recifense, são os programas mais conhecidos, graças à propaganda no rádio e televisão e aos amigos e conhecidos que já tomaram empréstimos nessas instituições.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequena Empresas. Na realidade, o PROGER é um programa do Governo Federal, que faz parte do programa Brasil Empreendedor. O papel do Sebrae no PROGER é o de oferecer capacitação e assistência na elaboração de um plano de negócio, uma das exigências para a concessão do crédito.

<sup>25</sup> Apenas três pessoas fizeram referências ao CEAPE-Pernambuco (Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos), a maior IMF do Brasil; o FRAC foi mencionado por uma pessoa como sendo a ONG Visão Mundial.



► **As instituições de microfinanças carecem de posicionamento competitivo e individualizado no mercado .**

Como foi mencionado anteriormente, as IMFs são percebidas como pouco mais que “parentes” dos bancos e financeiras ou simplesmente como extensões dessas instituições. As IMFs são mal conhecidas. Os pobres são seu público-alvo, mas suas exigências e condições são praticamente as mesmas pedidas aos ricos. Quanto aos Bancos do Povo, por serem administrados por órgãos de prefeituras municipais e/ou de governos estaduais, levantam suspeitas de que existam para atingir fins eleitoreiros ou objetivos políticos e não para prestar serviços aos que necessitam de crédito rápido e a juros baixos.

Os procedimentos das IMFs nem sempre são bem compreendidos. Em Recife, há o entendimento de que o inventário dos bens do candidato seja para garantia do empréstimo, a serem expropriados em caso de inadimplência. Entrevistados indagados a respeito de seus conhecimentos sobre o programa Crediamigo disseram acreditar que o aval solidário representasse a exigência da apresentação de cinco fiadores. Em São Paulo, um grupo de microempreendedores insistiu na versão de que a linha de crédito do PROGER oferece três anos de carência (na verdade, os empréstimos podem ser pagos em até três anos, mas a carência nunca é superior a seis meses).

## IMPLICAÇÕES PARA O SETOR NO BRASIL

Os resultados do estudo sugerem que um conjunto de mudanças operacionais e institucionais seja necessário para que o setor de microfinanças se torne verdadeiramente relevante e atraente para os setores da população a que seus serviços se destinam.

**Redefinição do público-alvo e dos atuais produtos.** A demanda potencial para as microfinanças é constituída por uma população mais ampla do que a formada por microempreendedores e trabalhadores por conta própria. O presente estudo apresentou evidências de que todos os segmentos das populações de baixa-renda - assalariados, desempregados, estudantes, microempreendedores - convivem com necessidades financeiras que podem ser atendidas pelo setor das microfinanças.

Há fortes sinais de um significativo interesse por produtos que reduzam sua vulnerabilidade em ocasiões de emergências, como doenças, acidentes e mortes, assim como por aqueles que os habilitem a aproveitar eventuais oportunidades que surjam na área da educação ou para a realização de obras de melhoramentos em suas casas. Para a satisfação dessas necessidades, as IMFs terão que ampliar sua base de clientes e desenhar novos serviços.

**Revisão das exigências e da metodologia.** As atuais exigências colocam o acesso ao microcrédito fora do alcance da maioria dos grupos de baixa renda. As IMFs estão se dirigindo essencialmente a setores da população - empreendedores das camadas de média e baixa renda - a quem são oferecidas opções mais atraentes, como cartões e linhas de crédito. Se o setor de microfinanças almeja atingir clientes que estejam excluídos das instituições bancárias formais, precisa, então, sair à busca de opções criativas, que substituam os atuais requerimentos e exigências.

O aval solidário pode ser uma dessas opções, embora um considerável número de clientes potenciais tenha manifestado fortes resistências a essa metodologia. Entretanto, experiências em curso no país, no Nordeste em particular, têm demonstrado que o aval solidário pode funcionar bem, desde que direcionado a um público-alvo adequado e acompanhado de um efetivo esforço de conscientização. Além disso, há



experiências que apontam os empréstimos com aval solidário como um importante produto para introduzir novos usuários no crédito produtivo, um meio de atrair clientes de baixa renda e de amadurecê-los para a tomada de empréstimos individuais.

O registro de crediário quitado, um conceito para um novo produto descrito mais à frente, poderá vir a ser um outro substituto de garantias atualmente exigidas, mas esse conceito requer pesquisas adicionais e maior refinamento para ser melhor definido.

A penhora, que é a apreensão judicial de bens do devedor, destinada a garantir o pagamento da dívida, ou a alienação fiduciária, a transferência pelo devedor ao credor da propriedade e da posse indireta de um bem (geralmente o bem vendido), são opções que microempreendedores sugerem para substituir as exigências atuais. Porém, as implicações legais dessas alternativas devem ser bem estudadas para determinar se são ou não viáveis.

**Adaptação dos termos de pagamento.** O crédito parcelado é muito apreciado pelo fato de, quase sempre, estipular prestações ao alcance das possibilidades e em conformidade com os desejos de seus clientes. Pagamentos em pequenas quantias são tranquilizadores, mesmo entre aqueles que poderiam pagar mais; ajustam-se com facilidade aos orçamentos mensais e causam menos impacto nos padrões regulares de despesas.

O uso amplamente generalizado do crediário e do crédito parcelado significa que o pagamento de pequenas dívidas é parte trivial da vida, e a maioria das famílias não hesita em fazer novas compras a prazo, tão logo um crediário seja quitado. O hábito de renovar crediários ganha particular interesse quando confrontado com os relativamente baixos índices de renovação observados entre os clientes das IMFs.

A carência é igualmente desejável. Os microempreendedores reclamam precisar de um tempo para que um empréstimo “produza efeitos”, ou seja, para que o dinheiro emprestado possa render, seja com as vendas dos novos estoques seja com a entrada em produção regular de um novo equipamento. O reajuste das despesas para poder lidar com uma nova dívida se torna mais fácil quando há tempo e condições para ser planejado. Para evitar que o cliente “esqueça” a sua dívida e para que a IMF mantenha um controle sobre a operação, é aconselhável que o cliente pague juros durante o período de carência, e que este não seja muito longo.

Finalmente, a maior parte dos lares parece estar sujeita a variações sazonais na receita e nas despesas, o que deve ser levado em consideração quando do desenho de planos de pagamento.

**Adaptação da linguagem na comunicação.** A linguagem que as IMFs têm empregado na comunicação com seus atuais e potenciais clientes exerce grande influência sobre o entendimento a respeito do processo de crédito. Há um vazio conceitual entre as IMFs e os clientes, em grande parte causado pela linguagem utilizada, e que é ampliado pelo diminuto conhecimento acerca dos processos de microcrédito em geral.

As IMFs precisam estar conscientes das conotações impregnadas a termos como empréstimo, crédito, financiamento e garantia, e cuidar em adotar um vocabulário que seja claro e familiar para sua clientela.

O uso do jargão financeiro ou de um vocabulário muito formal pode afugentar clientes potenciais, seja pelo não-entendimento desses termos, seja por estarem associados à imagem negativa de serviços financeiros dos quais muitos se sentem excluídos ou de instituições que os “tratam mal”. Muitos do termos



financeiros e econômicos são apenas vagamente compreendidos pela população “leiga”. Esse ruído na comunicação cria obstáculos para o processo de negociação de empréstimos e pode conduzir a uma sensação de publicidade enganosa.

**A importância de transparência e clareza.** Os entrevistados demonstraram especial desgosto em se sentirem enganados. Os processos de concessão de empréstimos e de planos de pagamento devem ser bem claros, porém sem excessivo detalhamento.

Os clientes desejam saber das taxas de juros e do total de juros que irão pagar, assim como qual o exato valor dos encargos financeiros e taxas adicionais. Mas, para eles, a principal informação é a que diz respeito a quanto irão pagar por mês, mais do que as taxas em si. Parcelas fixas são mais facilmente entendidas e aceitas do que pagamentos em prestações que variem durante o período, mesmo que diminuam.

**A importância da consolidação de uma imagem própria.** Nas regiões estudadas, as IMFs sofrem da falta de uma imagem própria e positiva. Pouco conhecidas, não são percebidas como muito diferentes das demais instituições financeiras. As exceções são os Bancos do Povo, cujas ligações políticas podem ser fonte de desconfiança.

As IMFs devem investir fortemente nas suas relações com os clientes, *incluindo uma maciça presença física nas comunidades que pretendem atingir* e construindo relações pessoais com a clientela, como parte do esforço de se mostrarem claramente distintas, no conjunto das instituições financeiras. Um sistemático programa de atividades interativas com os clientes (reuniões com grupos ou entrevistas individuais) pode ser a chave para o estabelecimento de uma boa imagem das IMFs, não somente criando um clima de confiança como ajudando-as a responder mais fácil e rapidamente aos anseios dos clientes.

Na criação de sua imagem própria, as IMFs devem desconfiar das técnicas de marketing utilizadas pelas financeiras, ao mesmo tempo em que não devem se distanciar demasiadamente da imagem dos bancos. Esses últimos, apesar de acusados de praticarem uma postura discriminatória, são vistos como “sérios e respeitáveis” e conferem status a seus clientes.

De modo geral, há um esforço das camadas de baixa e média renda para se tornarem clientes dos serviços do setor formal. Para muitos microempreendedores, as IMFs podem representar a ponte entre os setores informal e formal. Ocupam uma posição exclusiva e especialmente favorável para captá-los e ajudá-los a cruzar essa ponte.

### **O papel da poupança**

Para os chefes de família de baixa renda, a poupança pode promover a criação de uma importante base de segurança de receita. Para os provedores de serviços financeiros habilitados a manejá-la, a poupança é uma fonte de recursos de baixo custo. Apesar desses pontos positivos, a superação da atual inexistência de uma cultura de poupança, observada nas populações pesquisadas, irá requerer esforços direcionados de conscientização, expansão e adaptação dos produtos, além de vontade política.



As populações estudadas reconhecem os benefícios da poupança, pelo menos na teoria, mas não se sentem com capacidade (ou com vontade) de poupar. Os esforços de conscientização devem procurar mostrar que a poupança é uma opção viável para a maioria, através da demonstração de que os pagamentos mensais de suas dívidas não são nada mais do que uma maneira reversa de poupar<sup>26</sup>.

O leque de produtos de poupança deve também ser ampliado e apresentado em formatos mais facilmente disponíveis e atraentes para as populações de baixa renda. A criação de produtos específicos (descritos mais adiante) e de serviços de agentes comunitários ambulantes também deve ser considerada.

## CONCEITOS PARA NOVOS PRODUTOS

Tendo por base os resultados do estudo, os autores propõem alguns conceitos, ainda a serem refinados, com o propósito de fornecer elementos para a pesquisa e o desenvolvimento de novos produtos no âmbito das microfinanças.

Esses produtos podem ser dirigidos a todos os segmentos das camadas de baixa renda - microempreendedores, trabalhadores por conta própria, assalariados e desempregados -, embora as IMFs tenham que estabelecer os requisitos de acesso de acordo com os riscos envolvidos em cada um deles. Como forma de reduzir o risco inicial para as IMFs, é desejável que qualquer novo produto seja, em uma primeira fase, testado com clientes atuais. Todos esses conceitos levantam questões de viabilidade e pesquisas adicionais serão necessárias para examinar sua factibilidade operacional e legal.

### ► Seguros para medicamentos e exames laboratoriais

Os principais fatores a inflar as despesas com o tratamento de doenças, nas populações pobres, são os custos dos medicamentos e dos exames laboratoriais, principais pontos fracos dos serviços de saúde pública. Um seguro para cobrir essas despesas iria minorar consideravelmente o impacto que as doenças causam nos orçamentos familiares.

A não inclusão da cobertura de consultas e demais serviços médicos, possível por haver hoje um atendimento razoável pela rede pública, poderá manter o custo desse produto dentro de padrões compatíveis com a capacidade de pagamento de consideráveis porções da população atualmente excluídas do seguro saúde.

Os clientes fariam pagamentos mensais relativamente baixos por um cartão de crédito, com um limite pré-estabelecido, para a compra de remédios e pagamentos de exames em laboratórios conveniados. O cartão seria intransferível, mas poderia incluir despesas de familiares, segundo previsto em contrato.

### ► Seguro funeral

Foi identificada uma solução que responde parcialmente às necessidades de seguros funerários nos grupos de média e baixa renda. Mas, aparentemente, a demanda não atendida para este tipo de produto é ainda muito grande.

<sup>26</sup> Notion élaborée par Rutherford (op. cit.).

O produto proposto se caracterizaria pelo pagamento de uma pequena quantia mensal durante alguns anos ou enquanto o segurado viver, tornando-o beneficiário de uma determinada soma para despesas com o funeral. O seguro cobriria, basicamente, custos com os procedimentos burocráticos, como certidões e atestados, caixão, transporte e sepultamento. Os benefícios poderiam ser transferíveis para determinados membros da família, nomeados na contratação do seguro.

#### ▶ **Empréstimo para formação profissional**

Um empréstimo educacional para assalariados, desempregados e microempreendedores, com a finalidade de permitir a freqüência a cursos de segundo e terceiro graus e de ensino profissionalizante. Para ajudar os clientes a ganhar confiança em sua capacidade de pagamento, o empréstimo poderia, inicialmente, ser oferecido com carência e com um plano que incluísse prestações realmente baixas. O uso de *vouchers* - vales distribuídos aos clientes para cobrir parte dos custos com a formação - poderia ser uma outra forma de apoiar a demanda para a educação e formação profissional.<sup>27</sup>

#### ▶ **Empréstimo reabilitação**

Um considerável número de pessoas das camadas de média e baixa renda se encontra excluída do mercado financeiro, incluindo o das microfinanças, por estarem com seus nomes nas “listas negras” dos serviços de proteção ao crédito. Muitos figuram nessas listas por circunstâncias adversas e não por uma atitude deliberada de não-pagamento de seus compromissos. Essas pessoas estão desejosas de reabilitarem seus nomes e de quitarem seus compromissos, só não o fazendo por não disporem dos recursos suficientes para o pagamento da dívida, já acrescida de juros, multas, taxas etc.

Na outra ponta, as instituições financeiras credoras também estão ansiosas por terem esses passivos cobertos. Estão dispostas a acordos que facilitem o pagamento por parte dos devedores e pagam elevadas comissões às empresas de cobranças a cada pagamento recebido.

O empréstimo reabilitação poderia compor um pacote que incluísse a negociação direta com os credores, diminuindo sensivelmente os totais atualmente cobrados aos devedores (inclusive com o repasse das comissões de cobrança), efetuando o pagamento à vista (outro elemento para diminuir os valores cobrados) e desenhando um plano de pagamento acessível aos devedores, com prazos elásticos e taxas de juros semelhantes às praticadas pelas IMFs.

O empréstimo reabilitação poderia ter como benefício adicional a criação de uma carteira de clientes para outros produtos de microfinanças.

#### ▶ **Empréstimo para reforma da casa.**

Existe uma forte demanda para empréstimos para reforma da casa entre as populações de baixa renda. Embora a Caixa Econômica Federal ofereça produtos para atender a essa demanda, os setores de renda verdadeiramente baixa não se mostram habilitados à sua utilização.

O grande número de organizações não-governamentais ou governamentais que sustentam o financiamento de programas habitacionais no Brasil e nos demais países do mundo apontam a existência de uma variedade de metodologias inovadoras nessa área, a serem levadas em consideração.<sup>28</sup> O programa Casa Melhor,

<sup>27</sup> Veja Goldmark e Schor (dezembro 1999) para uma discussão detalhada sobre vouchers.

<sup>28</sup> Mitlin (1997); Cabannes, Y. (1996); Mitlin and Satterthwaite (1996). Ceará Periferia e IIED (2000).



em Fortaleza, é um exemplo de como encorajar a formação de poupanças, além de fornecer um apoio direto aos investimentos para o setor habitacional. Esse projeto, feito em parceria com várias entidades<sup>29</sup>, oferece financiamento para a reforma da casa, composto em parte pela poupança do cliente, em parte por um empréstimo a juros baixos e em parte por subsídios governamentais.

#### ► **Cartão de crédito comunitário**

Os cartões de crédito que permitem pagamentos em até 30 - 40 dias sem juros são fortemente apreciados pelas facilidades e segurança que oferecem.

A experiência do Banco Palmas, em Fortaleza, demonstra que o cartão de crédito também pode desempenhar um importante papel na dinamização de economias localizadas. Esse banco comunitário informal criou seu próprio cartão de crédito, para ser usado unicamente na comunidade onde está localizado e estimular os moradores a comprarem nos microempreendedores locais.<sup>30</sup>

#### ► **Crediário de terceiro registrado<sup>31</sup>**

O uso de cheques e de cartões de crédito de amigos e parentes e a prática de comprar no crediário usando o nome de uma outra pessoa apontam para um potencial mercado para as IMFs, que até agora permanece oculto.

As instituições que operam no setor das microfinanças têm uma oportunidade para aproveitar esse potencial, através de um sistema de registros que "formalizaria o informal". Em uma situação em que uma pessoa emprestasse seu nome para outra, para a compra de um refrigerador, por exemplo, ambas as partes "registrariam" a transação, pagando uma pequena taxa. O registro poderia ser feito em uma IMF ou em parcerias com bancos ou grandes lojas. Uma vez que o comprador tenha terminado de pagar a compra e, assim, cumprido seu compromisso com o "emprestador", uma anotação seria feita em sua ficha e arquivada no "registro". Depois de três registros positivos, o comprador receberia um documento atestando sua credibilidade. Esse documento poderia ser utilizado da mesma forma que um crediário quitado para futuras propostas junto a instituições de crédito.

Vários aspectos terão que ser examinados para determinar a viabilidade desse conceito, entre os quais a fixação de limites mínimos dos valores das transações a serem registrados e a definição de quem iria administrar e contabilizar o "registro". Essas perguntas só encontrarão respostas com a realização de pesquisas e estudos adicionais.

#### ► **Micro-leasing<sup>32</sup>**

Como forma de evitar o recurso a avalistas e contornar a falta de garantias reais, as IMFs poderiam introduzir uma modalidade de microleasing, destinado a microempreendedores, em que o bem adquirido serviria de garantia. Tal como acontece com o leasing normal, o microempreendedor pagaria uma prestação mensal. Os valores das parcelas poderiam ser equivalentes às parcelas de um microcrédito.

<sup>29</sup> Projeto do Centro de Estudos, Articulação e Referência sobre Assentamentos Humanos - Ceara Periferia; entidades comunitárias; Groupe de Recherche et d'Echanges Technologiques - GRET; Prefeitura Municipal de Fortaleza (Secretaria do Trabalho e da Ação Social).

<sup>30</sup> Banco Palmas, Relatório II (2000).

<sup>31</sup> Os autores agradecem a Lara Goldmark, autora intelectual desse conceito.

<sup>32</sup> Os autores agradecem Henriqueta Hunguana, por essa sugestão.



**▶ Poupança contratual para educação**

Um produto de poupança contratual para educação pode ser extremamente útil para as faixas de renda mais altas das populações pesquisadas.

Esse produto consistiria no pagamento de prestações fixas por um período de tempo (5, 10 ou 15 anos) a ser determinado pelo cliente. Ao fim do período, o montante acumulado seria destinado ao pagamento de despesas com educação ou com treinamento profissional.

Uma variável deste produto poderia ser feita com um único depósito que rendesse juros durante um período pré-fixado.

**▶ Poupança incentivada<sup>33</sup>**

Há, nas populações estudadas, um reconhecimento generalizado da utilidade e dos benefícios da poupança. Ao mesmo tempo, essas populações não vêem qualquer atratividade nos atuais incentivos para a poupança. As baixas taxas de juros e as vagas chances de serem premiadas nos sorteios mensais dos títulos de capitalização não se mostram capazes de motivar os clientes a colocar em cadernetas o pouco dinheiro que lhes “sobra”. Comprar algo é percebido como mais satisfatório.

O conceito de “poupança incentivada” propõe aos bancos uma parceira com lojas para o estabelecimento de um plano de incentivo que corresponda a essa “cultura de consumo”. Aos clientes que mantiverem determinados saldos em suas cadernetas serão oferecidas vantagens financeiras, como descontos nas compras feitas nas lojas parceiras ou anistia da última prestação de um crediário nessas lojas. Quanto maior o saldo na poupança maiores serão os descontos nas compras.

Haverá a necessidade da constituição de uma plataforma nos descontos oferecidos, bem como um processo de seleção para evitar abusos; nem todos os poupadores poderão se beneficiar dos incentivos. Além disso, pesquisas adicionais serão necessárias para averiguar o grau de interesse das lojas e dos clientes em participar de programas desse tipo.

**CONCLUSÕES**

O setor das microfinanças no Brasil é orientado pela crença de que o microcrédito deva ser uma ferramenta de geração de renda. Em consequência, os pequenos e microempreendedores são o público-alvo das IMFs e o principal produto oferecido é o crédito para capital produtivo. Esse tipo de crédito serve ao único propósito de aumentar o faturamento dos negócios, com a esperança de que isso vá impactar o padrão de vida do grupo familiar. É perfeitamente coerente a idéia de que investimentos em negócios bem administrados contribuam para um incremento nos lucros, a menos que imprevistos aconteçam.

Entretanto, quando confrontados com choques externos, relacionados ou não com os negócios, os ganhos realizados muitas vezes são postos a perder ou, na melhor das hipóteses, expostos a grandes riscos. Capitais que normalmente poderiam ser reinvestidos no negócio acabam tendo que ser realocados para ajudar a enfrentar uma situação nova que se apresente. A diminuição nos investimentos leva a uma diminuição nos lucros, o que aumenta a vulnerabilidade tanto dos negócios quanto da família. Em muitos casos, o crédito produtivo acaba fazendo pouco mais do que tapar buracos.

<sup>33</sup> Os autores agradecem Lara Goldmark, autora intelectual desse conceito.



Há sugestões no sentido de que os serviços de microfinanças atuem para suavizar as flutuações na renda dos clientes ao invés de se focarem na geração de receita. Esse posicionamento implica em dar às diversas necessidades do conjunto doméstico-familiar a mesma importância que é dada a dos negócios. A saúde financeira de um depende grandemente da saúde do outro, e as necessidades de ambos devem ser levadas em consideração para a construção de uma sólida “plataforma” financeira, a partir da qual os riscos e oportunidades possam ser administrados. Em termos práticos, isso acarreta a ampliação do atual público-alvo, pela oferta de uma maior diversidade de produtos e serviços.

## BIBLIOGRAFIA

Abromovay, Ricardo, "Finanças de proximidade e desenvolvimento territorial no semi-árido brasileiro", Texto para discussão. Versão preliminar, São Paulo, Recife, outubro 2001.

Cabannes, Y., "From Community Development and *Mutirão* to Housing Finance and *Casa Melhor* in Fortaleza, Brazil", International Institute for Environment and Development, Human Settlements Programme, London, 1996.

Gallagher, T., Dudley, D., Assumpção de Araújo, C., Correa, V., Fortuna, J. "O Mercado de Crédito para Pessoas de Baixa Renda no Rio de Janeiro", Relatório preparado para a Comunidade Européia, Versão preliminar, janeiro 2002.

Goldmark, L., et al., "A Situação das Microfinanças no Brasil". Versão preliminar para o Seminário Internacional BNDES Microfinanças: Projeto BNDES-BID de Microfinanças, Rio de Janeiro, maio 2000.

Goldmark, L. e Schor, G. "Information Through Vouchers: What Next After Paraguay?", Washington, D.C.: Unidade de Microempresas, Departamento de Desenvolvimento Sustentável, Banco Interamericano de Desenvolvimento, 1999.

Mitlin, D. "Reaching Low Income Groups with Housing Finance", International Institute for Environment and Development, Human Settlements Programme, London, 1997.

Mitlin, D. and Satterthwaite, D., "City-based Funds for Community Initiatives", International Institute for Environment and Development, Human Settlements Programme, London, 1996.

Mutesasira, L., "Savings and Needs: An Infinite Variety." UNDP/SUM, New York, setembro 2000.

Nichter, Simeon, Lara Goldmark e Anita Fiori, "Entendendo as Microfinanças no Contexto Brasileiro," PDI/BNDES, 2002.

Rutherford, S., "The Poor and Their Money. An Essay about Financial Services for Poor People", Oxford University Press, UK, janeiro 2000.

Soares, Ricardo Pereira, "Evolução do Crédito de 1994 a 1999: Uma Explicação", Texto para Discussão No. 808, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Brasília, julho 2001.

Teixeira, Mauro, "Crédito garante os lucros dos bancos populares", *Gazeta Mercantil*, 11 de setembro 2001, p. 1.

Wright, G.A.N., "The Impact of MicroFinance Services: Increasing Income or Reducing Poverty?" *Journal of Small Enterprise Development*, Vol. 10 No. 1, IT Publications, UK, 1999.

*Avaliação do PROGER, PROGER Rural e PRONAF do Fundo de Amparo ao Trabalhador -FAT (Contrato MTb/SPES/CODEFAT N002/98, de 09.04.98)*, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e o Ministério do Trabalho, Secretaria de Políticas de Emprego e Salário, 1998-99.



---

Relatório Final do Seminário Internacional de Habitação Popular e Programas Alternativos de Financiamento, Ceará Periferia e International Institute for Environment and Development, Fortaleza, 04-06 junho, 2000.

---

**Recursos adicionais entregues no curso da MicroSave África:**

Manual para Dia 1 para o curso Estudo de Mercado para Microfinanças, *Plano Geral do Desenvolvimento do Produto e Estudo de Mercado*, MicroSave-Africa, Nairobi, Kenya, 2001.

Manual para Dia 2 para o curso Estudo de Mercado para Microfinanças, *Identificando as Necessidades dos Clientes e Oportunidades Usando Discussões de Grupo*, MicroSave-Africa, Nairobi, Kenya, 2001.

Manual para Dia 3 para o curso Estudo de Mercado para Microfinanças, *Identificando as Necessidades dos Clientes e Oportunidades Usando o Diagnóstico Rápido Participativo (DRP)*, MicroSave-Africa, Nairobi, Kenya, 2001.

Manual para o curso Estudo de Mercado para Microfinanças, *Jogo de Ferramentas*, MicroSave-Africa, Nairobi, Kenya, 2001.

Manual para Dia 5 para o curso Estudo de Mercado para Microfinanças, *Desenvolvimento do Conceito e do Protótipo do Produto*, MicroSave-Africa, Nairobi, Kenya, 2001.

Manual para Dia 6 para o curso Estudo de Mercado para Microfinanças, *Teste do Protótipo, Teste Piloto e Planificação*, MicroSave-Africa, Nairobi, Kenya, 2001.

## ANEXOS

### COMENTÁRIOS DOS AUTORES SOBRE A METODOLOGIA

A metodologia de estudo de mercado desenvolvida pelo Microsave-Africa mostrou-se extremamente interessante e útil para o presente trabalho. Ficou claro que as discussões de grupos de foco, quando bem moderadas, são fontes de uma grande quantidade de informações valiosas que, de outra maneira, muito dificilmente seriam reunidas, a não ser com o uso de entrevistas individuais, processo mais demorado e que não gera interação entre os pesquisados. O valor agregado pela metodologia da Microsave-África não resulta apenas do uso de discussões de grupos de foco, mas de sua utilização sob a orientação das ferramentas de Diagnóstico Rápido Participativo (DRP).

Neste estudo foram usadas cinco das treze ferramentas de DRP, com resultados plenamente satisfatórios para os pesquisadores. As ferramentas se revelaram particularmente eficientes em “direcionar” as discussões. Ao passo que uma discussão de grupo convencional, guiada por um roteiro, exige do moderador muita habilidade para sutilmente fazer com que as conversas se mantenham em torno dos temas que interessam aos objetivos da pesquisa, as ferramentas de DRP mobilizam o grupo em torno de uma atividade claramente definida e estruturada. O moderador permanece sendo um elemento chave, testando e provocando os participantes em determinados pontos, mas as atividades propostas pelas ferramentas são de grande ajuda para ordenar as reuniões e manter os debates em torno dos tópicos desejados. Uma segunda vantagem das ferramentas de DRP é que elas conduzem os pesquisadores a examinarem a problemática sob diversos ângulos.

Dependendo da ferramenta, as influências culturais, históricas, sociais ou mesmo geográficas que influenciam determinados comportamentos são realçadas, permitindo aos pesquisadores o entendimento das opiniões dos participantes desde uma ampla perspectiva.

Desenvolvidas para que as IMFs que assim o desejarem possam desenvolver suas próprias pesquisas de mercado, as ferramentas de DRP da MicroSave parecem ser mais apropriadas a dar respostas a questões específicas do que a perguntas mais genéricas.

A avaliação da imagem das IFMs, examinando as razões para suas baixas taxas de crescimento ou para os elevados índices de perdas de clientes; das percepções dos clientes a respeito dos produtos/serviços oferecidos; a identificação das necessidades de refinamento de atributos de produtos; a determinação do ponto de saturação de certas atividades de uma área particular; a averiguação das tendências de sazonalidade e suas implicações na maior ou menor necessidade de empréstimos e na capacidade de pagamento dos clientes; o levantamento de suas opiniões sobre as políticas de empréstimos; e a mensuração dos efeitos causados pelos slogans ou logotipo de uma instituição são tipos de questões específicas de pesquisa de mercado que as ferramentas da Microsave-África serão muito efetivas em fornecer respostas.

Ainda que os objetivos desse estudo tenham sido satisfatoriamente atingidos com o uso das ferramentas da MicroSave, essa metodologia nos parece mais adequada para estudos com objetivos mais específicos e direcionados às operações das instituições das microfinanças.

Seria de todo interessante selecionar alguns dos pontos levantados pelo presente estudo e explorá-los mais profundamente, tais como :

- ▶ Mecanismos de poupança obrigatória. A partir de que ponto os benefícios superam os “custos”?
- ▶ Descrédito Das instituições financeiras. O que faz com que determinada instituição ou serviço tenha credibilidade? O que as instituições têm que fazer para ganhar a confiança dos clientes?
- ▶ Perdas de clientes. Quais as razões por trás das não-renovações de empréstimos? Quais os aspectos dos serviços que deixam os clientes insatisfeitos?
- ▶ Rejeição. Por que muitas propostas de empréstimos não são aprovadas? Quais as exigências mais difíceis de serem atendidas pelos clientes e que causam recusas às suas propostas?
- ▶ Refinamento de conceitos de produtos e determinação de estratégias de marketing para o lançamento de novos produtos.

A pesquisa qualitativa se mostrou um excelente instrumento para melhor conhecimento da relação entre a clientela potencial e as IMFs. As ferramentas são inquestionavelmente úteis a uma IMF que queira conhecer as opiniões de seus clientes sobre seus serviços e produtos. Além de serem um excelente meio de colher e reunir informações, as discussões de grupos são eventos especialmente apreciados pelos participantes, que têm prazer em apresentar seus pontos de vista. São ocasiões realmente encorajadoras à exposição de opiniões, hábitos e atitudes, especialmente para as populações marginalizadas, que raramente são consultadas sobre quaisquer assuntos. Nas reuniões bem conduzidas pelo moderador, os participantes se tornam cômicos da importância de suas opiniões e as expressam com maior liberdade e espontaneidade.

### A importância do treinamento

Inicialmente, a MicroSave tinha todas as ferramentas e seus procedimentos acessíveis através da internet, mas acabou retirando-os. Apercebeu-se que muita gente as aplicava sem treinamento prévio, o que em muitos casos conduziu a resultados desastrosos e com as culpas atribuídas à metodologia. Simples na aparência, sua aplicação requer uma boa dose de vocação, por parte do moderador, e um considerável trabalho de preparação e organização, do lado da instituição encarregada de sua realização.

O **moderador** deve ser familiarizado com o setor financeiro e o setor de microfinanças em particular. O conhecimento aprofundado dos objetivos da pesquisa é também primordial. Um bom roteiro vai ajudar o moderador novíço, mas não é o bastante. O moderador tem que conhecer o assunto que está sendo investigado. Caso contrário, certamente acontecerá de não aprofundar aspectos importantes que surjam durante o processo de discussão.

Cabe destacar que nem todas as qualidades de um bom moderador podem ser ensinadas. A habilidade de estabelecer a harmonia rapidamente, demonstrar um interesse genuíno nos pontos de vista dos participantes, adaptar a sua linguagem à do grupo, sentir quando um tópico foi esgotado, saber introduzir novos tópicos e manter um fluxo suave e lógico na discussão, são qualidades que se desenvolvem com a prática, certo, mas que são naturais para quem tem vocação. O processo de seleção de moderador deve ter essas qualidades em conta.

É igualmente importante que a instituição que coordene uma pesquisa usando essas ferramentas entenda os cuidados a serem tomados na organização e convocação das reuniões. A qualidade dos resultados depende muito dos detalhes logísticos (por exemplo: identificação dos participantes com o perfil adequado, a programação das sessões) e a preparação não deve ser subestimada.

Em resumo, treinamento na metodologia, que inclui um período de treinamento no campo, é altamente aconselhável para quem queira aplicar essas ferramentas.

**DESCRIÇÃO DAS FERRAMENTAS<sup>34</sup>**

Ferramenta	Objetivo	Porque se usou?
Perfil do Ciclo de Vida	Procura identificar as fases do ciclo de vida de um indivíduo comum e os seus principais pontos de referência para determinar quais eventos requerem grandes quantias de dinheiro; para examinar as implicações destes para as receitas/despesas familiares; para averiguar quais os mecanismos de solução; e para discutir como é que o acesso aos serviços financeiros da IMF pode ajudar as famílias a responder a esses fatores.	Essa ferramenta foi usada para ajudar determinar se os atuais produtos microfinanceiros satisfazem as várias necessidades expressas em diferentes pontos de referência durante o ciclo de vida de uma pessoa.
Análise de Sazonalidade do Rendimento, Despesas, Poupança e Crédito	É uma ferramenta para obter informações sobre os fluxos sazonais de rendimentos, despesas, de demanda de crédito e de serviços de poupança. Fornece também esclarecimentos sobre alguns riscos e pressões enfrentadas pelos clientes e como que estes usam os diferentes serviços financeiros das IMFs para dar respostas a essas necessidades.	Este exercício foi escolhido para dar indicações sobre a capacidade de reembolsar e sobre os momentos em que o crédito e a poupança são mais necessitados, durante o ano, com o objetivo de obter informações úteis para conceber produtos adaptados a essas necessidades.
Análise das Tendências do Setor Financeiro	Esta ferramenta é útil na determinação de quais serviços financeiros foram usados, ao longo do tempo, por qual camada sócio-económica ou sociocultural da população.	Escolhida para permitir entender as mudanças no uso na disponibilidade dos serviços financeiros, ao longo do tempo, e por que os participantes os usam.
Matriz de Serviços Financeiros	Esta ferramenta ajuda a determinar que serviços financeiros são usados pelas camadas socioeconómicas e socioculturais da população e por que certos serviços são preferidos ou mais acessíveis do que outros.	Foi usada para fornecer informações sobre os obstáculos ao uso de certos serviços, no objetivo de ajudar a desenhar produtos com termos e condições mais adaptados aos clientes de microfinanças.
Classificação da Preferência Relativa	Uma ferramenta para descobrir como os clientes correntes e potenciais clientes vêem os fornecedores de serviços financeiros e os componentes dos serviços financeiros que eles fornecem. Também ajuda a determinar o que importa para os clientes nos serviços e quais os motivos de suas preferências.	Foi aplicada para determinar quais as características mais apreciadas e as mais desagradáveis nos serviços financeiros disponíveis, com o objetivo de fornecer informações úteis para a concepção e refinamento dos produtos financeiros apropriados.

<sup>34</sup> Do Manual para o curso Estudo de Mercado para Microfinanças, *Jogo de Ferramentas*, MicroSave-Africa, Nairobi, Kenya, 2001.