

BNB *CONJUNTURA ECONÔMICA*

16
nº

jan. - mar. 2008

Boletim elaborado pelo
Escritório Técnico de Estudos
Econômicos do Nordeste/Etene,
do Banco do Nordeste do Brasil/BNB

1 - AVALIAÇÕES E PERSPECTIVAS

1.1 - Avaliação do Crediamigo, o grameen bank brasileiro

Marcelo Néri

mcneri@fgv.br

Chefe do Centro de Políticas Sociais do IBRE/FGV e da EPGE/FGV,

A avaliação do Crediamigo é resultado de uma parceria entre o ETENE, o Ambiente de Microfinanças, ambos vinculados ao Banco do Nordeste, e o Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas para estudar o microcrédito em suas múltiplas dimensões, a partir da teoria e prática do programa Crediamigo, abordando tanto os seus clientes ativos como seu mercado potencial, formado por trabalhadores por conta-própria e pequenas unidades empregadoras do Nordeste urbano brasileiro. O estudo abrange as relações dos clientes presentes e futuros do microcrédito com a informalidade e o mundo financeiro com ênfase em mecanismos de garantia das operações e na complementaridade com outros serviços de microfinanças. Outro ponto perseguido é a relação entre microcrédito e combate à pobreza em termos empíricos, conceituais e de desenho de políticas públicas. A análise explicita quem são os clientes do microcrédito e o impacto deste em seus negócios e em suas vidas.

O objetivo final é subsidiar a aplicação de ações de incremento do acesso a crédito e da qualidade do acesso a crédito nas atividades microempresariais urbanas nordestinas. Além de um livro a ser editado pela editora da Fundação Getúlio Vargas, que trata da avaliação do desempenho dos clientes do Crediamigo e do microcrédito na área urbana do Nordeste, elaborou-se um sítio na Internet que permitirá a generalização das análises a um amplo conjunto de usuários de forma interativa e amigável. Apresenta-se a seguir uma síntese dos principais resultados da pesquisa. Resultados preliminares podem ser acessados no sítio www.fgv.br/cps/crediamigo.

i) **Aspecto Urbano** – Antes de traçar o paralelo proposto, é interessante começar pelas ortogonalidades. Há uma diferença básica entre o *Grameen* e o Crediamigo. O nome *Grameen* deriva de *gram* (vila), e significa quando adjetivado rural ou de vila rural, refletindo o seu foco de atuação, enquanto o Crediamigo é um programa

de cobertura urbana. Agora esta diferença fundamental não é dos programas, mas do caso brasileiro (e latino-americano, neste aspecto) *vis-à-vis* o caso de Bangladesh (e do sudeste asiático) onde boa parte da população, em particular o produtor pobre, vive no campo. No Brasil, 85,8% da população mora em áreas urbanas (sendo 32% em cidades metropolitanas) e apenas 14,2% nas áreas rurais.

As áreas rurais absorvem cerca de 30% dos pobres do País, enquanto que as áreas urbanas acolhem 70%. No Nordeste, cerca de 53,2% dos pobres residem em áreas urbanas. Em suma, um programa urbano tem potencial de ganhos de bem estar em geral e de redução da pobreza maior do que se fosse restrito à área rural. Em suma, o fato de o Crediamigo ser urbano reflete adaptação à paisagem em que o *Grameen* tupiniquim está inserido.

ii) Aval Solidário – O crédito produtivo não cria em si oportunidades, mas permite que as boas – e as más – oportunidades de negócio sejam aproveitadas. O que não é tarefa trivial dada a tênue linha divisória entre as finanças empresariais, pessoais e familiares, um verdadeiro Tratado de Tordesilhas. A abordagem à carência de garantias dos pobres do *Grameen Bank* denominada aval solidário ou colateral social também é utilizada pelo Crediamigo. Neste esquema, cada membro de um grupo de tomadores de empréstimo garante o pagamento dos demais membros do grupo. Vizinhos conhecem melhor os detalhes da capacidade de pagamento do que uma instituição financeira jamais poderia sonhar. A disposição de se entrar num esquema do tipo “um por todos e todos por um” informa tudo o que os credores gostariam de saber sobre os devedores, sem precisar investigar. O esquema de aval solidário é ilustrativo da possibilidade de soluções simples e baratas para afrouxar a restrição de crédito dos pobres.

iii) Sustentabilidade do Programa – A característica mais fundamental de um programa de crédito bem sucedido é o retorno propiciado aos agentes envolvidos. Se os ganhos da transação penderem muito para o lado dos intermediários financeiros, a transação não é favorável para os clientes, podendo ser danosa ao emprestador ao atrair um cliente de pior qualidade – como no exemplo de seleção adversa que deu o Nobel de Economia, Joseph Stiglitz. Por outro lado, se o empréstimo embute *spreads* de juros negativos, como no caso de experiências de crédito subsidiado, o programa não será sustentável. No caso do Crediamigo o lucro é positivo, mas não abusivo, pois fica na média de R\$ 50 por operação, o que gera sustentabilidade da relação entre clientes. O Crediamigo completa dez anos com movimento ascendente de quem está começando, projetando taxas de crescimento de sua clientela em torno de 30% ao ano até 2011, que é uma trajetória diversa daquela assumida por programas públicos curto prazistas.

iv) Retorno dos Clientes – Constata-se na avaliação das pequenas unidades produtivas servidas pelo programa, taxas de crescimento de faturamento e de lucro entre o primeiro e o último empréstimo da ordem de 35%, de taxas de aumento de consumo familiar da ordem de 15%, com redução da dependência de outras fontes de rendas, sem que haja subsídio implícito ou explícito na operação. Exercícios controlados pelas características do empresário e do seu negócio indicam que houve melhora significativa das principais variáveis relativas ao desempenho dos negócios, tanto em termos de fluxo quanto de estoque. O lucro bruto médio dos clientes passou de R\$ 1.166,00 para R\$ 1.576,00, crescimento de 35,1%, resultado de uma expansão de 34,6% na média de recebimento de vendas. A única variável que apresentou queda entre os períodos foi justamente a que não possui relação direta com a ampliação do acesso ao crédito. Observa-se

uma redução de 5,6% nas outras rendas da família, indo de uma média de R\$ 359,00 quando do primeiro empréstimo do cliente para uma média de R\$ 339,00, em 2006, que pode ser considerada uma emancipação de outras fontes de renda, incluindo as públicas.

Além disso, verifica-se aumento de 28,2% nas despesas pessoais dos clientes e suas famílias. Em média, passaram de R\$ 364,00 para R\$ 466,00, assim como seus valores medianos, que também se elevaram, embora um pouco menos, 22,8%, de R\$ 289,00 para R\$ 355,00. Uma análise controlada apontou para um crescimento de 13% destas despesas relativas ao consumo das famílias entre os períodos.

As duas medidas de retorno utilizadas, por sua vez, apresentaram maior alteração. O retorno sobre o investimento (ROI) obteve incremento de 4,4% para 4,8% ao mês, enquanto o retorno sobre o patrimônio líquido se ampliou de 4,5% para 5% ao mês, indicando algum grau de alavancagem financeira dos resultados. Todos estes representam valores de retorno de investimento bastante elevados.

No que se refere a variáveis de estoque, observou-se pelo balanço que a média do ativo total de um cliente do Crediamigo apresentou considerável crescimento de 18,1%, de R\$ 20.987,00 no momento de sua adesão ao programa a R\$ 24.782,00, em dezembro de 2006. O cliente mediano, por sua vez, experimentou incremento de 39% no valor de seu ativo total, o que demonstra que houve uma convergência entre os ativos dos clientes do programa, isto é, uma melhoria relativa dos que tinham ativos mais reduzidos. Ou seja, observou-se a acumulação de capital dos clientes que é a chave da porta de saída da pobreza, ou o ingresso ao crescimento sustentável e a preços populares.

v) Foco nas mulheres – Aproximadamente 62% da clientela do Crediamigo é composta de mulheres, contra 38% de homens, o que inverte a proporção entre os sexos dos empreendedores urbanos, que, são compostos em 65% de homens e 35% de mulheres. Ou seja, as proporções entre homens e mulheres no Crediamigo e no segmento de nanoempresários urbanos nordestinos estão basicamente trocadas.

Os dados sobre a *performance* dos clientes do programa indicam que as mulheres em geral apresentam um lucro operacional 21,2% inferior ao dos homens, mas entre os dois períodos tiveram crescimento relativo de 4,1% acima do dos homens. Este tipo de resultado é generalizado para as demais variáveis econômicas do negócio. Um outro dado a ser destacado se refere ao aumento das despesas familiares dos clientes, ou seja, aquelas não associadas ao negócio. Apesar de se mostrarem 12,3% menores nas famílias das microempresárias em relação às de microempresários, as primeiras registraram melhoria relativa de desempenho de 2,1% em relação aos últimos. O consumo representa um indicador importante do ponto de vista de bem estar social, na medida em que capta não apenas a situação de suprimento de necessidades presentes como expectativas de cumprimento destas necessidades no futuro.

vi) Combate à Pobreza – Os resultados do programa de empréstimos do Crediamigo em termos de redução de pobreza dos beneficiários são expressivos: apenas 1,5% dos não miseráveis cruzaram no sentido descendente a linha de pobreza, enquanto 60,8% daqueles que se situavam abaixo da linha de pobreza saíram desta condição de miserabilidade. Reporta-se aqui os resultados a partir da linha de R\$ 117,00 regionalizados pelo custo de vida calculados a partir da linha da FGV, mas que são robustas para linhas de outras instituições como o IPEA, ou usando o

salário-mínimo como linha de corte. Observa-se também que a proporção de clientes em situação reversa, ou seja, reduções de renda ao nível de pobreza foram muito pequenas, sugerindo uma alta eficácia líquida do programa em retirar as pessoas da condição de pobreza inicial na qual se encontravam.

Em suma, dadas as características de aval solidário, sustentabilidade, retorno privado, retorno social (leia-se emancipação da pobreza), foco e retorno das mulheres e o fato de ocupar mais de 60% do mercado brasileiro de microcrédito, o Crediamigo pode ser considerado como o autêntico *Grameen Bank brasileiro*.

O Grameen Brasileiro

O Programa de Microcrédito do Banco do Nordeste (Crediamigo) começou a operar em abril de 1998, fruto de uma parceria com o Banco Mundial com o objetivo de implementar um projeto de desenvolvimento local integrado a um sistema de microcrédito. Na concepção do programa, o Banco do Nordeste utilizou como premissa o fato de o microcrédito ser um negócio com largo alcance social.

O Programa tem aumentado continuamente os valores contratados, o mesmo ocorrendo isoladamente em cada Estado. Foram R\$ 2,8 bilhões no período de janeiro de 2003 a dezembro de 2007. A carteira ativa, em dezembro/07, atingiu a R\$ 234,7 milhões. O Crediamigo detém aproximadamente 60% do mercado de microcrédito direcionado do Brasil.

O número de clientes evoluiu desde a criação do Programa, tendo hoje uma carteira de 300 mil. Registre-se que a clientela potencial de microfinanças no Nordeste é estimada em 3 milhões de microempreendedores. Quanto à taxa de retenção dos clientes, ou seja, a capacidade de manutenção do cliente, o Crediamigo apresentou cifra de 79% em dezembro último.

Na mesma data, a inadimplência do Programa foi de apenas 0,8%.

Considerando que a área urbana de cobertura da pesquisa Economia Informal Urbana (ECINF) corresponde à mesma área de atuação do Crediamigo, associado ao Banco do Nordeste, e dada à importância relativa do programa em termos regionais e nacionais, os impactos do Crediamigo no acesso a crédito, constitui candidato maior à solução do mistério nordestino. As evidências dos microdados da ENCIF não nos permitem rejeitar a hipótese do Crediamigo, que completa dez anos de atuação, como responsável-chave pelo crescimento diferenciado do microcrédito nas áreas urbanas nordestinas. A presente avaliação utilizou um grupo de tratamento (os clientes do Crediamigo) e um grupo de controle (microempresários que atuam na área de atuação do BNB, mas não são clientes do Crediamigo).

O fato do microcrédito se difundir mais nas cidades brasileiras da região mais pobre é admirável, mas para ser considerada virtude é preciso permitir que as boas oportunidades de negócios floresçam e que as más oportunidades, preferencialmente não. É preciso avaliar não só a equidade como a eficiência alocativa da concessão de microcrédito.

O Crediamigo aplica em larga escala a metodologia de colateral solidário de empréstimos de grupo que deu o Nobel da Paz de 2006 ao Grameen Bank e a seu fundador, Muhammad Yunus. Neste ponto o Crediamigo pode ser chamado de o "*Grameen Bank brasileiro*", não só por usar tecnologia similar de aval solidário, também chamado de colateral social, como pelo foco e resultados obtidos pelo programa.

Airton Saboya Valente Junior,
coordenador da Área de Avaliação
de Políticas e Programas do BNB-ETENE