REAVALIANDO O PERFIL DO PÚBLICO-ALVO DO MICROCRÉDITO

IV SEMINÁRIO DE MICROCRÉDITO PNMPO

Rio de Janeiro, janeiro de 2010.

Cristiano Mross - ABCRED

Abcred

PÚBLICO-ALVO

- **O público alvo prioritário são as pessoas físicas ou jurídicas, formais ou informais, excluídos do acesso ao crédito pelo sistema financeiro tradicional, ou que por razões de sua fragilidade socioeconômica têm dificuldades de acessar as linhas de financiamentos geralmente existentes;**
- Na sua maioria são empreendimentos informais;
- Exemplos: Costureiras, artesão, produções de alimentos, comercio de docinhos e salgadinhos, marcenarias, sapatarias, carpintarias, artesanatos, alfaiatarias, gráficas, padarias, ambulantes, vendedores em geral, mercadinhos, papelarias, armarinhos, bazares, farmácias, armazéns, restaurantes, lanchonetes, feirantes, pequenos lojistas, açougueiros, vendedores de cosméticos, salões de beleza, oficinas mecânicas, borracharias, etc

Abcred

PÚBLICO-ALVO

- Maior sensibilidade a taxa de juros;
- Necessidade de novas linhas de financiamento;
- Restrição de cadastro;
- Crédito como endividamento e não investimento;
- Valorização de seu histórico de crédito;
- Flexibilização de garantias;
- Rapidez e agilidade;
- Assessoria;
- Busca de produtos substitutos

Abcred

MICROFINANÇAS - NECESSIDADES DO PÚBLICO-ALVO

- Linhas de créditos rotativas;
- Crédito de consumo para microempresários;
- Crédito de consumo para pessoas assalariadas de menor renda;
- Crédito vinculado a um fornecedor de insumo (através de cartão de crédito ou linha de crédito com esse fornecedor);
- Crédito para construção, reforma ou ampliação da moradia da população de baixa renda;
- Crédito rural(bancos comunales e GS);
- Poupança;
- Seguro (vida, educação e proteção a atividade produtiva);
- Capacitação e assessoria;
- Crédito educação;

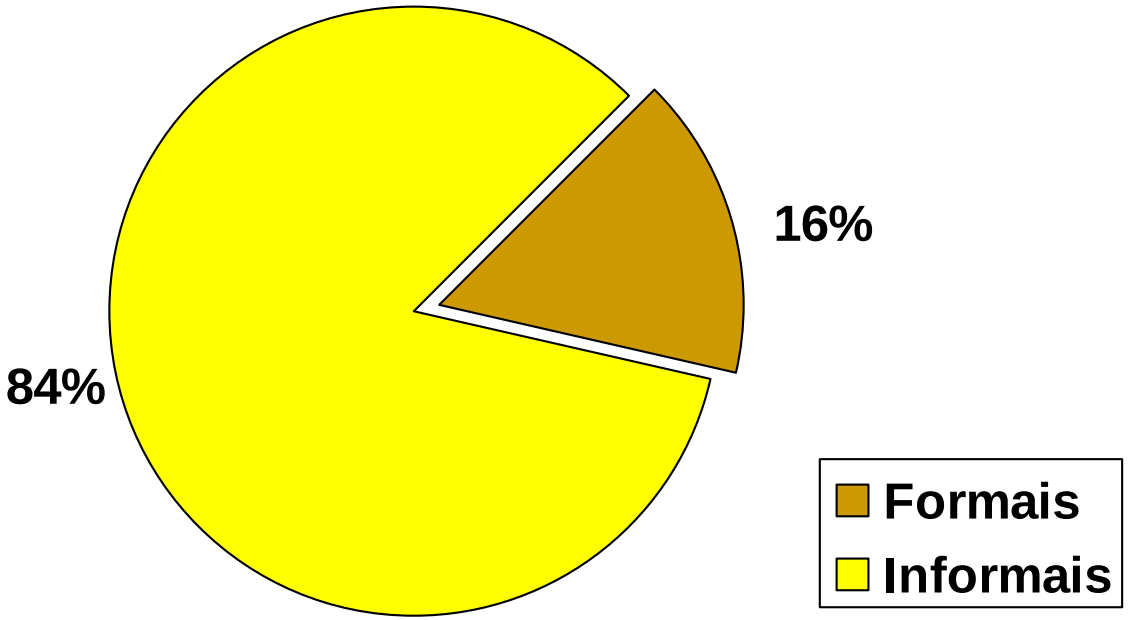
Abcred

NOVAS METODOLOGIAS

- Grupos solidários;
- Bancos comunitários;

PERFIL

Clientes Ativos

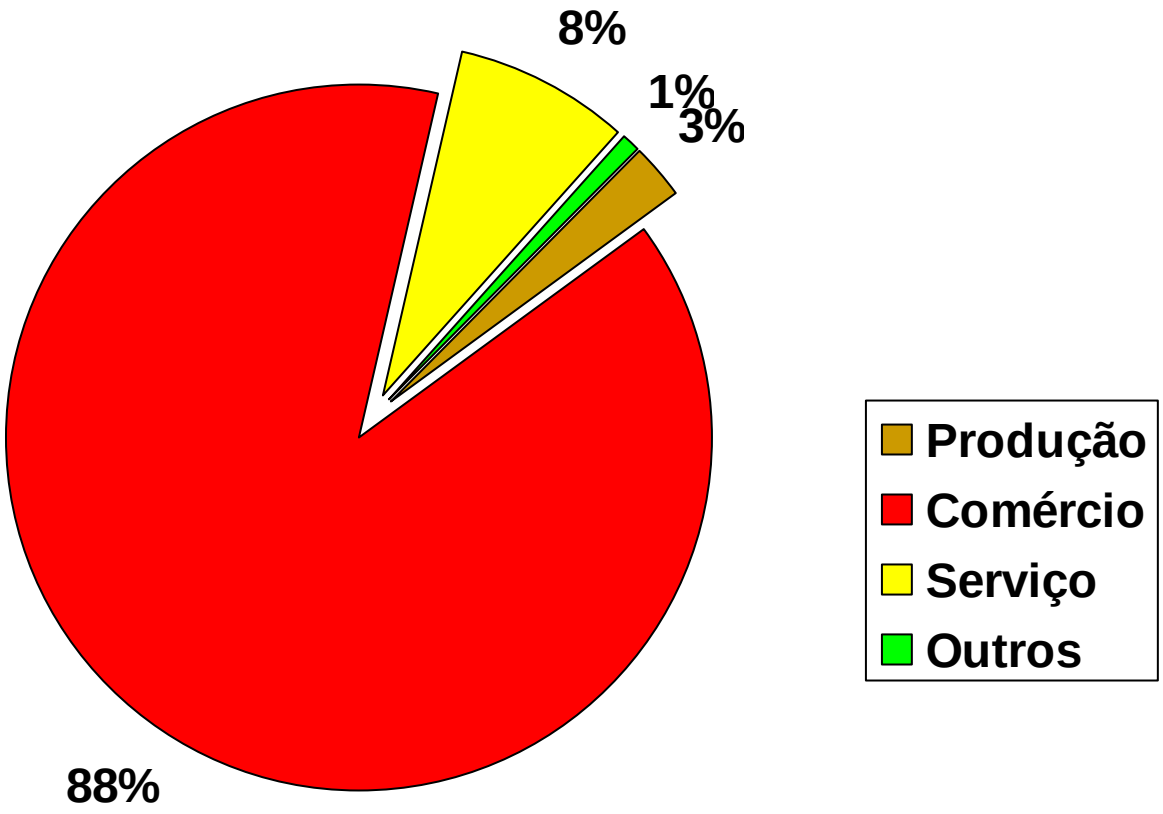


Fonte: PNMPO – junho 2009

Abcred

DISTRIBUIÇÃO POR ATIVIDADE

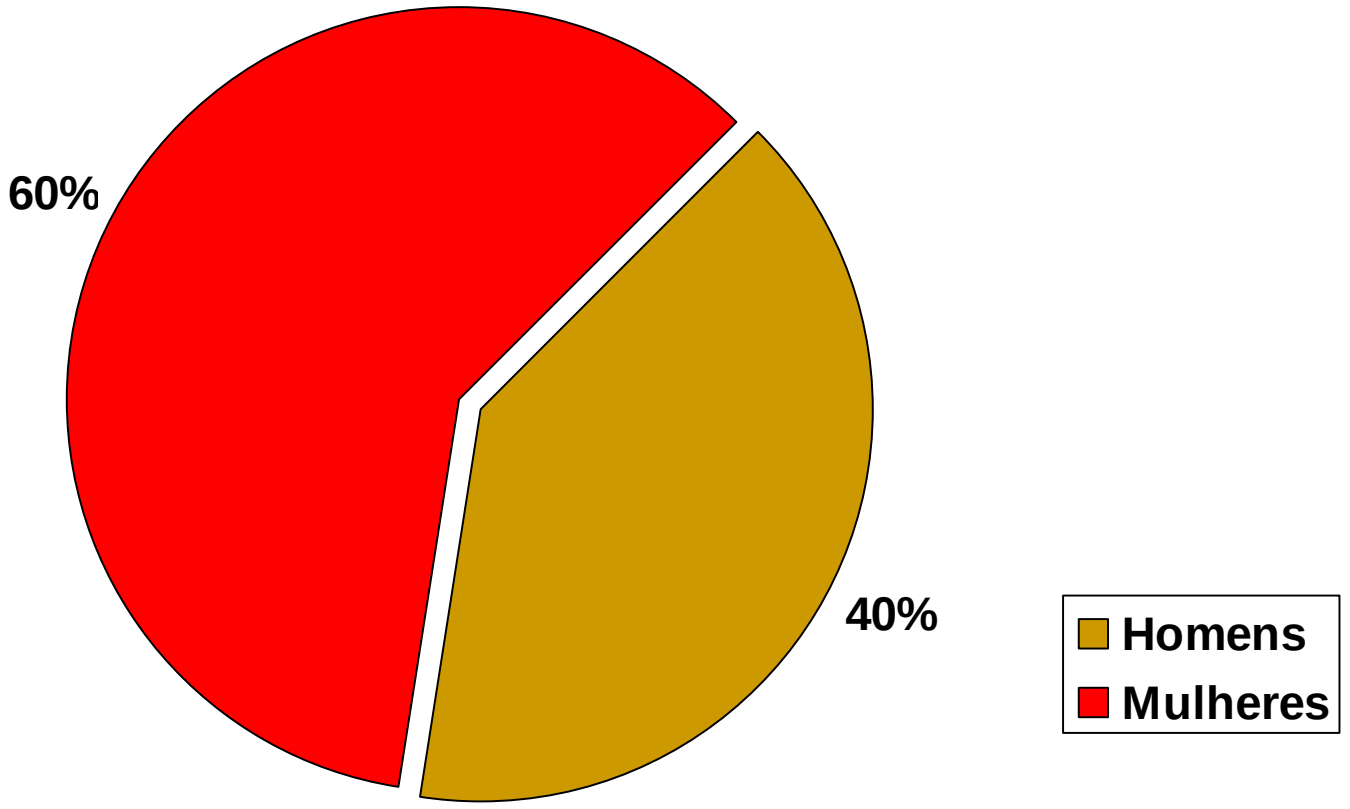
Clientes Ativos



Fonte: PNMPO – junho 2009

Abcred

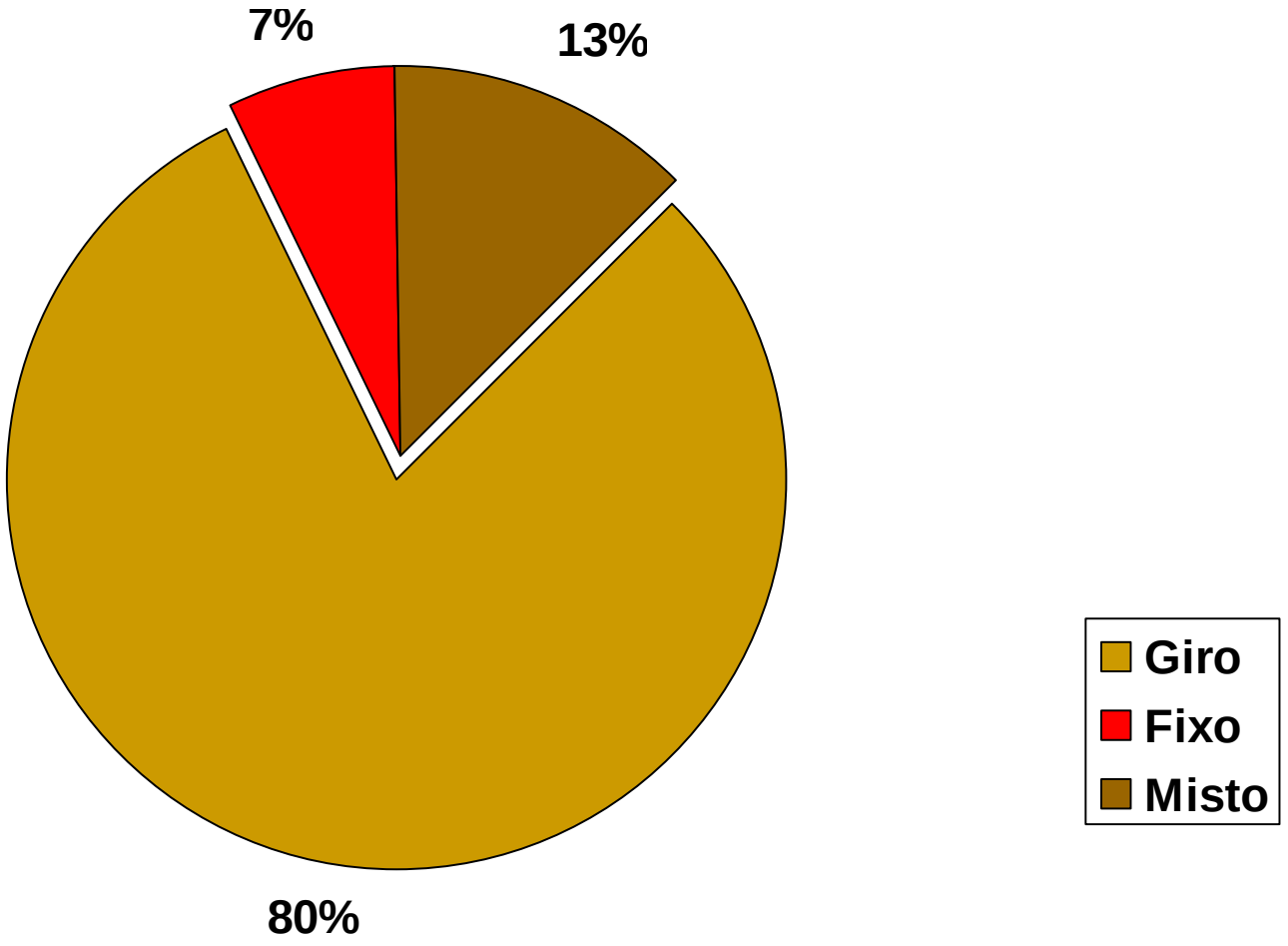
DISTRIBUIÇÃO POR SEXO



Fonte: PNMPO – junho 2009

Abcred

FINALIDADE DO CRÉDITO

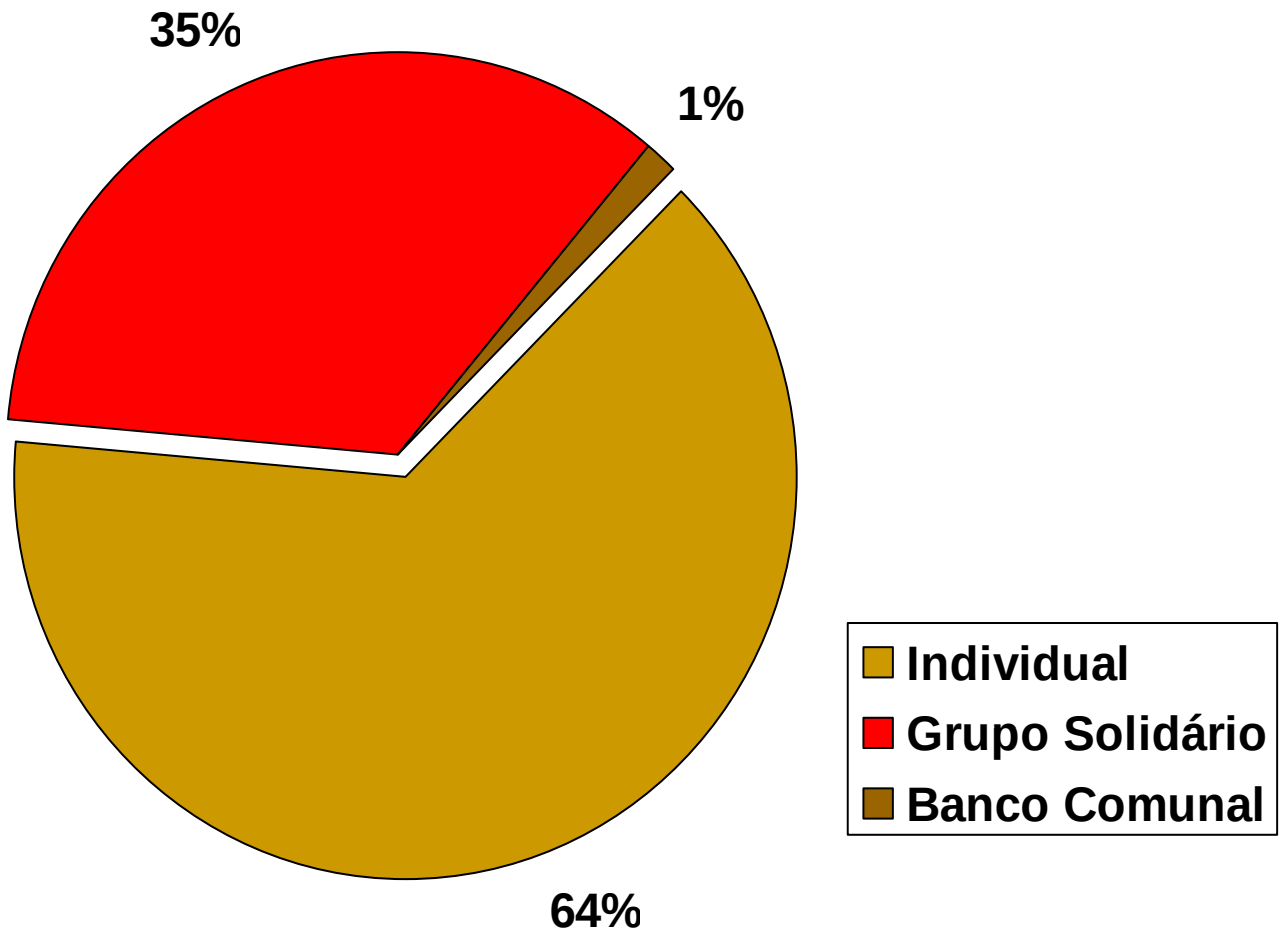


Fonte: PNMPO – junho 2009

Abcred

METODOLOGIAS - BRASIL

Distribuição da Carteira



Fonte: Mix, 2009.

Abcred

Perfil Das Microfinaças na América Latina até 2015

Visão e Características

Maria Otero e Beatriz Marulanda

Pesquisa qualitativa com 27 especialistas e quantitativa com 47 IMFs

Abcred

QUE TIPOS DE ENTIDADES IRÃO PERMANECER NO MERCADO ATÉ 2015?

- “Creio que Instituições financeiras reguladas – bancos e financeiras reguladas”. Carlos Labarte, Compartamos, México;
- “Entidades que tenham crescimento de clientes, adequação de serviços ao mercado e bons níveis de eficiência, independente da forma jurídica.” Pro Mujer, Bolivia, Nicarágua, Perú e México;
- “Grandes bancos comerciais vão ter forte participação no segmento de microempresas, oferecendo novos produtos e serviços.” Rafael Llosa, Mibanco, Perú;
- “IMFs reguladas e poucos bancos como BancoSol que se especializou em microfinaças. Em alguns paises grandes redes de lojas de varejo oferecerão serviços/produtos financeiros aos trabalhadores autônomos de baixa receita.” Carlos Castello, ACCION Internacional;
- “IMFs reguladas, bancos comerciais e cooperativas reguladas.” Álvaro Retamales, Bandesarrollo, Chile;
- “ONGs, cooperativas, IMFs reguladas e bancos comerciais.” Beth Porter, Freedom fron Hunger, USA;
- “Os bancos que baixem e cheguem a microempresa aumentarão sua presença neste mercado, principalmente nas áreas mais povoadas.” Erik P. Geurtrs, Triodos Bank, Netherlands;
- “As IMFs reguladas devido a capacidade de crescimento e fontes de financiamento que podem acessar.” Alejandro Soriano, Corporacion Andina de Fomento;

Abcred

QUAL SERÁ O PAPEL DAS ONGs?

- “As ONGs terão um papel importante na provisão de serviços não financeiros e servirão para canalizar doações para pesquisa e experimento de novos produtos para a microempresa.” Tomás Miller, BID/FOMIN, USA;
- “As ONGs deverão ter como principal objetivo no futuro alcançar as regiões geográficas mais distantes, onde se concentra um elevado número de pessoas sem acesso ao crédito.” Stelio G. Lira Junior, BNB, Brasil;
- “deverão atender e desenvolver os setores mais vulneráveis da ME e chegar aos microempresários de sobrevivência e subsistência.” Hector Chamorro, Santander Nanefe, Chile;
- “serão necessárias por muito tempo as ONGs que se mostrem eficientes e conhecedoras do mercado, além disso as capazes de adaptar-se as mudanças de mercado, o que lhes permitirá atender nichos que serão de pouco interesse dos bancos que cheguem a esse setor.” Alex Silva, ProFund, Costa Rica;
- “ as rentáveis e eficientes irão permanecer no mercado e as que não alcançarem eficiência e rentabilidade morrerão.” Carmen Velasco y los gerentes de la Rede Pro Mujer;
- “ o papel dessas entidades deve ser atender a população que por custos as entidades reguladas não podem chegar.” Sérgio A. Diaz, Bancolombia, Colombia;
- “ entregar serviços através da aliança com grandes bancos.” Alex Counts, Grameen Foundation, USA;
- “ Prevalecerão todas, porém terão preponderância as IMFs reguladas. Como conseqüência do que existe atualmente haverá uma tendencia pela busca de serviços não financeiros não bancários, motivada por organismos multilaterais como BID e Banco Mundial.” Wilo de León, FUNDAP, Guatemala.;

Abcred

QUAIS PRODUTOS DEVEM SER OFERECIDOS AS FAMÍLIAS DE MENOR RENDA?

- *"Seguros, poupança e transferências."* Carlos Labarthe, Compartamos;
- *"Crédito, poupança e seguro."* Víctor Tellería, FAMA Nicarágua más Carlos Labarthe, Compartamos, México; Clara de Akerman, WWB Cali, Colômbia y otros;
- *"Crédito, poupança e remesas.¨* Tomas Miller, BID/FOMIN, USA;
- *"Crédito, crédito para educação, poupança, tecnologia da informação e seguro."* Alex Counts, Grameen Foundation USA;
- *"Seguro, poupança, crédito, crédito para investimento em educação e ativos, moradia e planos futuros(aposentadoria)"* Mônica Brand, ACCION International
- *"Produtos que estimulem a produtividade e produção."* Erik Peter Geurts, Triodos Bank, Netherlands
- *"viculados a moradia, principalmente a melhora da qualidade de vida dos mais pobres."* Rafael Llosa, Mibanco, Perú

Abcred

PRINCIPAIS CONCLUSÕES

- Mix de Produtos:

>Diversas modalidades de crédito (negócio e consumo);
>Crédito educação;
>Crédito para construção, reforma e ampliação da moradia;
>Facilitar transações;
>Produtos de poupança;
>Seguros;

- ONGs:

> Buscar inovação para atender as camadas mais pobres da população urbana e as zonas rurais;
> Oferta de serviços de desenvolvimento empresarial, capacitação e assessoria para os microempresários;
>Foco nos créditos menores(mais pobres) e em larga escala;
>Atender clientes que cresceram em parceria com o microcrédito;

Abcred

RESUMINDO

- ***INOVAÇÃO*** em serviços que visem o incremento da oferta de crédito aos mais pobres, ao crédito em zonas rurais e a pequenos produtores agropecuários (aumentar sua flexibilização). há casos de sucesso de instituições que a partir destas inovações partiram para serviços de capacitação e assessoria a microempresarios.
- ***FOCO NOS CRÉDITOS MENORES*** e em larga escala.
- ***INVESTIMENTO EM TECNOLOGIA E METODOLOGIA*** para melhorar a qualidade dos serviços financeiros prestados, a fim de aumentar sua eficiência e o universo atendido, com custos e riscos razoáveis.

Abcred

MUITO OBRIGADO!

Cristiano Mross
E-mail: cristiano@portosol.com
SITE: WWW.ABCRED.ORG.BR

Abcred