

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:
A INCLUSÃO SOCIAL ATRAVÉS DA CONTA
SIMPLIFICADA CAIXA AQUI NA CIDADE
DE SANTA MARIA/RS**

por

Iadja Alexandra Frey

Relatório de Conclusão de Curso em Ciências
Contábeis/CCSH/UFSM como requisito parcial para
obtenção do grau de Bacharel em Ciências
Contábeis.

ORIENTADORA: Prof^a. SELIA GRÄBNER

**Santa Maria
2005**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

A Professora Orientadora, abaixo assinada,
aprova o Relatório de Estágio

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:
A INCLUSÃO SOCIAL ATRAVÉS DA CONTA
SIMPLIFICADA CAIXA AQUI NA CIDADE
DE SANTA MARIA/RS**

elaborado por
Iadja Alexandra Frey

como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Ciências Contábeis

Professora Orientadora:

Selia Gräbner

Santa Maria

ADVERTÊNCIA

O presente relatório limita-se ao âmbito restrito da Caixa Econômica Federal, ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria e à autora.

É vedada a sua reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou meio, sem a expressa autorização das partes acima mencionadas.

RESUMO
Relatório de Conclusão
Curso de Ciências Contábeis/CCSH/UFSM

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:
A INCLUSÃO SOCIAL ATRAVÉS DA CONTA
SIMPLIFICADA CAIXA AQUI NA CIDADE
DE SANTA MARIA/RS**

AUTORA: IADJA ALEXANDRA FREY
ORIENTADORA: SELIA GRABNER

Uma empresa socialmente responsável ganha destaque pela adoção, incorporação e difusão dos princípios éticos que norteiam o comportamento organizacional. A Caixa Econômica Federal está inserida no mercado financeiro como instituição responsável pela execução de projetos sociais do governo federal. Um dos programas de maior destaque é o projeto de inclusão social através da bancarização da população de baixa renda. O projeto de inclusão social, Caixa Aqui, pretende - e vem realizando – a inclusão dos menos favorecidos no sistema financeiro e disponibilizando crédito a juros limitados. Contudo, esta pesquisa busca o estudo específico em determinada região do Brasil. Pretende-se comprovar que o programa Caixa Aqui está beneficiando a população excluída do sistema bancário na cidade de Santa Maria e realizando o desenvolvimento local.

Palavras-chaves: Responsabilidade Social, Microcrédito, Bancarização.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Domicílios por classe de renda com e sem acesso a bancos....	56
Tabela 2: Atuação dos correspondentes bancários	58
Tabela 3: Contas simplificadas abertas	60
Tabela 4: Idade dos Clientes X Atividade Formal	62

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Renda dos entrevistados	61
Gráfico 2: Razões para abertura da Conta Caixa Aqui	63
Gráfico 3: Utilização da conta	64
Gráfico 4: Utilização do crédito	65

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 . REFERENCIAL TEÓRICO	12
1.1 Responsabilidade Social	12
1.1.1 Responsabilidade social no Brasil	16
1.1.2 Indicadores de responsabilidade social	17
1.1.3 O Pacto Global da ONU	20
1.2 As Caixas Econômicas	21
1.2.1 Histórico	21
1.2.2 Surgimento no Brasil	22
1.2.3 A Caixa Econômica Federal	23
1.2.4 A função social das Caixas Econômicas	24
1.3 A Empresa	26
1.3.1 Histórico	26
1.3.2 Estrutura organizacional	30
1.3.3 Negócio	31
1.3.4 Missão	32
1.3.5 Objetivo	32
1.3.6 Estratégias	32
1.3.7 Diretrizes	33
1.3.8 Recursos Humanos	34
1.3.9 Recursos Materiais	35
1.3.10 Recursos Financeiros	36
1.4 Responsabilidade social na Caixa	36
1.5 Microcrédito	40
1.5.1 Conceito	40
1.5.2 Histórico	40
1.5.3 Ação econômica com forte impacto social	44
1.5.4 O público-alvo do microcrédito	44
1.5.5 A demanda por microcrédito no Brasil	45
1.5.6 Microempréstimo simplificado	47
2. METODOLOGIA	49
2.1 Instrumento de coleta de dados	50

2.2 Técnicas de coleta de dados	50
2.3 População	51
2.4 Critérios para seleção da amostra	51
3. Desenvolvimento do Estágio	52
3.1 O Balanço Social	52
3.1.1O Balanço Social dos bancos	52
3.1.2 O Balanço Social da Caixa Econômica Federal	53
3.2 Caixa Aqui	55
3.2.1 Correspondentes bancários	56
3.3 A Conta Caixa Aqui	58
3.4 Crédito Caixa Aqui	60
3.5 A inclusão social através da Conta Caixa Aqui na cidade de Santa Maria/RS	61
Conclusão	67
Bibliografia	70
Anexo I – Questionário	73
Anexo II – Balanço Social Caixa Econômica Federal	77

INTRODUÇÃO

Existe, atualmente, uma preocupação por parte das empresas em se criar diferenciais competitivos. Qualidade passou a ser um atributo esperado de uma empresa. Desta forma, a gestão ambiental e a responsabilidade social tornaram-se verdadeiros diferenciais. Quando as pessoas acreditam que uma determinada organização é socialmente responsável, elas adotam uma atitude positiva para com esta organização.

Neste sentido, o Instituto Ethos (Ethos, 2000) afirma que uma empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa.

Atualmente, as organizações devem desenvolver a habilidade de criar novas atividades pautadas na responsabilidade social. Devem tomar decisões considerando, além de suas necessidades, os desejos e interesses dos consumidores e da sociedade a longo prazo.

A busca de alternativas para redução das desigualdades sociais e econômicas das camadas mais pobres da população tem sido uma constante preocupação de governantes, economistas, cientistas sociais, dentre outros.

Com o objetivo de criar mecanismos que permitam a ampliação da oferta de serviços financeiros para a população de menor renda na economia, buscando sua inclusão no sistema financeiro nacional, o governo federal vem atuando na implementação de uma política de microfinanças no Brasil.

Apesar do delineamento de um novo papel para o Estado, cuja participação na atividade econômica vem se restringindo, este continua a precisar de agentes para implementar, de maneira eficiente, políticas públicas para o desenvolvimento e inserção social. Neste contexto é que se insere a responsabilidade social da Caixa Econômica Federal, instituição integrante do Sistema Financeiro Nacional e auxiliar da execução da política de crédito do governo federal.

No ano internacional do microcrédito, a Caixa, como empresa pública socialmente responsável, tem grande envolvimento com a questão social do crédito e espera expandir seu projeto de bancarização. Lançado em 2003, o projeto de

bancarização da população de baixa renda através da inclusão social: a conta simplificada Caixa Aqui já ultrapassou a marca de 2,5 milhões de clientes. Este programa foi criado para oferecer crédito e promover o desenvolvimento sócio-econômico no país. Em evento realizado em 2004, na Semana do Meio Ambiente, para apresentação do Projeto Corporativo Responsabilidade Social Caixa, Marina Silva (jornal da Caixa, 2004), enfatizou que “a Caixa está aliando responsabilidade social e ambiental. Isso nos levará ao desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, à inclusão social”.

Nesse contexto pergunta-se: O objetivo de inclusão social na cidade de Santa Maria, através do programa Caixa Aqui e da distribuição de crédito para desenvolvimento social, está de acordo com o proposto pela Caixa?

Em 2005, uma das questões mais discutidas é a oferta e demanda por crédito no Brasil. O microcrédito passou a ser a alternativa de empréstimo a baixo custo sem necessidade de comprovação de renda, o que vem beneficiando os trabalhadores informais do país. O projeto de inclusão social, Caixa Aqui, pretende - e vem realizando - a inclusão dos menos favorecidos no sistema financeiro e disponibilizando crédito a juros limitados.

Contudo, faz-se necessário o estudo específico em determinada região ou cidade do Brasil. Pretende-se comprovar que o programa Caixa Aqui está beneficiando a população excluída do sistema bancário na cidade de Santa Maria e realizando o desenvolvimento local.

Em contrapartida, a pesquisa demonstrará se a Caixa está atingindo seu objetivo como empresa socialmente responsável naquela cidade.

Busca-se, ainda, como objetivo deste trabalho, identificar quem é o público alvo do projeto Caixa Aqui na cidade de Santa Maria; descrever a situação encontrada em relação ao crédito à população de baixa renda; ressaltar a importância da inclusão social para o desenvolvimento econômico e identificar os benefícios do microcrédito.

Portanto, o presente trabalho visa ressaltar a importância da responsabilidade social e abordar os aspectos de como a Caixa vem tornando-se uma empresa socialmente responsável, enfocando sua política de microcrédito como instrumento de inclusão social. A pesquisa delimita-se à cidade de Santa Maria/RS,

enquadrando a bancarização local e a expansão da conta Caixa Aqui como meio de crescimento sócio econômico na região.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Responsabilidade social

Os primeiros estudos teóricos sobre responsabilidade social, desenvolvidos a partir dos pressupostos conceituais da sociedade pós-industrial, surgem em 1950. Entretanto, é a partir da década de 1970 que o tema ganha destaque. Até os anos 60, o que se entendia por responsabilidade social da empresa dizia respeito às responsabilidades sociais dos homens que as dirigiam. O conceito compreendia o problema da relação entre ética pessoal e ética nos negócios.

Bowen (1957, p. 57) definiu responsabilidade social como “a obrigação do homem de negócios de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores da sociedade”.

Quando surge o conceito de responsabilidade social, no qual as empresas devem responder às demandas sociais para sobreviver, adaptando o comportamento corporativo às necessidades sociais, esse passa a ser entendido como questão fundamental para a continuidade dos negócios na sociedade. O principal argumento é que, apesar de a atividade empresarial ser privada, a companhia presta um serviço público e ela deve, necessariamente, atender aos interesses públicos. Atualmente, conforme Drucker (1975) a responsabilidade social passou a enfatizar a contribuição que a empresa pode prestar para solucionar problemas sociais ou sobre a recuperação do meio ambiente.

As organizações devem exercitar a habilidade de criar novos valores com responsabilidade social, tomando decisões que consideram não só suas necessidades, mas os desejos dos consumidores e os interesses da sociedade.

Segundo o Instituto Ethos de Responsabilidade Social (2000, p. 13)

A noção de responsabilidade social empresarial decorre da compreensão de que a ação empresarial deve, necessariamente, buscar trazer benefícios para a sociedade, propiciar a realização profissional dos empregados, promover benefícios para os parceiros e para meio ambiente e trazer retorno para os investidores. A adoção de uma postura clara e transparente no que diz respeito aos objetivos e compromissos éticos da empresa fortalece a legitimidade social de suas atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas relações.

Responsabilidade social empresarial é uma forma de conduzir os negócios que torna a empresa parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) e conseguir incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos, não apenas dos acionistas ou proprietários.

Empresas que atuam com responsabilidade social estão mais bem preparadas para assegurar a sustentabilidade em longo prazo, tendo em vista seu alinhamento com as novas dinâmicas que permeiam a sociedade e as organizações. Com isso, a gestão empresarial, cuja referência são os interesses somente dos acionistas, torna-se inadequada. Faz-se necessário ter como referência os interesses e contribuições dos *stakeholders*, ou seja, todos os públicos que de alguma forma se relacionam com a empresa.

Segundo Drucker (1975), não se pode afirmar que uma empresa tenha como responsabilidade apenas o desempenho econômico; mas este é o seu primeiro objetivo. Para o autor, seria justo e natural que os mesmos grupos de liderança responsáveis pelo êxito em prover as quantidades para a vida assumam, também, a responsabilidade de prover a qualidade da vida. A responsabilidade social é algo a ser incorporado depois de supridas, razoavelmente, as necessidades econômicas.

Vale lembrar que se criou uma idéia que o gerenciamento da responsabilidade social somente caberia às grandes corporações, em parte pela idéia de que isto seria feito mediante generosas doações em espécie a entidades beneficentes. É possível que esta ação possa fazer parte de um conjunto de ações planejadas da empresa, mas ela por si só faz parte de uma cultura assistencialista. A responsabilidade social está imputada pela sociedade a toda e qualquer empresa, independente de seu porte. A diferença está na abrangência de sua atuação e, portanto, na responsabilidade correspondente. Ainda, naturalmente que prevalece o bom senso, nas expectativas e exigências frente aos compromissos sociais e ao poder de interferência das empresas em função de seu porte e grau organizacional.

A prática demonstra que um programa de responsabilidade social só traz resultados positivos para a sociedade, e para a empresa, se for realizado de forma autêntica. É necessário que a empresa tenha a cultura da responsabilidade social incorporada ao seu pensamento. Desenvolver programas sociais apenas para

divulgar a empresa, ou como forma compensatória, não traz resultados positivos sustentáveis ao longo do tempo. Porém, nas empresas que incorporarem os princípios e os aplicarem corretamente, podem ser sentidos resultados como valorização da imagem institucional e da marca, maior lealdade do consumidor, maior capacidade de recrutar e manter talentos, flexibilidade, capacidade de adaptação e longevidade.

O engajamento à responsabilidade social certamente envolverá, em muitas etapas, custos para a empresa, pelo dispêndio direto em espécie ou pelo uso dos recursos empresariais. Mas esses custos devem ser vistos cada vez mais como investimento, pois estarão criando condições de sustentabilidade do modelo empresarial, estabelecendo uma imagem favorável para a sociedade e criando uma capacidade administrativa capaz de fazer frente aos imprevistos naturais e inerentes à atividade empresarial.

Drucker (1975) ressalta que é justamente em virtude do fato de uma empresa ser bem sucedida no mercado que aumenta sua necessidade de atuação socialmente responsável. Desta forma, a responsabilidade social é um fator importante para que as organizações mantenham sua sustentabilidade.

Atualmente, o processo de globalização e o aumento progressivo de novas tecnologias requerem das organizações uma nova postura e uma nova forma de pensar seu negócio. Tais avanços fazem com que a competitividade entre as empresas aumente e, desta forma, cresce a necessidade de se encontrar diferenciais.

A responsabilidade social apresenta-se como um diferencial competitivo, na medida em que a empresa valoriza um relacionamento ético com seus consumidores e fornecedores e, também, valoriza práticas ligadas ao ambiente interno. A responsabilidade social corporativa é percebida, pela sociedade, como uma questão de postura e de valores das organizações, tendo peso na hora da decisão do consumidor.

Muitas empresas já perceberam que o respeito ao meio ambiente, a preocupação com a valorização do homem e com a cultura estão entre os principais fatores determinantes do sucesso mercadológico. Acredita-se que as empresas que duram são aquelas capazes de agregar valor à sociedade. Agir com responsabilidade social não é fazer filantropia, é mais do que isso, é formar cidadãos também responsáveis. Outro motivo importante além das benesses do mercado, é o

orgulho e a motivação gerada nos funcionários de uma empresa socialmente integrada a comunidade. Mas não basta fazer o bem, é necessário mostrar à sociedade o que se faz e como se faz.

As organizações são responsáveis pelos impactos de suas atividades sobre o meio ambiente físico e social. A busca de excelência pelas empresas passa a ter como objetivo a qualidade nas relações e a sustentabilidade econômica, social e ambiental.

Empresas que trabalham com a perspectiva socialmente responsável, que atuam no sentido de estabelecer uma agenda inclusiva, que buscam alcançar e desenvolver benefícios para a comunidade costumam levar vantagens na disputa de mercado. As empresas demonstram sua responsabilidade social ao comprometer-se com programas sociais voltados para o futuro da sociedade, adotando, assim, uma postura pró-ativa.

Segundo o Instituto Ethos, na responsabilidade social corporativa a ênfase está no exercício da cidadania empresarial, sob a ótica da empresa-cidadã, socialmente responsável. As ações de responsabilidade social corporativa visam inserir as organizações no âmbito social das comunidades e reforçar a atuação de seus parceiros como ONG, associações comunitárias e entidades filantrópicas. A empresa socialmente responsável torna-se cidadã, no sentido de que incorpora novos valores que visam um compromisso social com a melhoria da qualidade de vida da sociedade em geral.

A visibilidade das empresas para o consumidor, parceiros, concorrentes e para a sociedade em geral é cada vez mais significativa, fazendo com que sejam adotadas estratégias e políticas relacionadas à responsabilidade social transparentes à opinião pública.

Um aspecto da responsabilidade social corporativa de extrema relevância, diz respeito aos investimentos sociais no seu público-interno. A produtividade do trabalho cresce em decorrência da maior satisfação, motivação e capacitação dos seus empregados. Atuando com responsabilidade social interna a empresa ganha respeito, admiração e reconhecimento por parte de seus funcionários, sociedade, governo, clientes e outros parceiros. O exercício da responsabilidade social interna não se limita à gestão de benefícios, remuneração e assistência médico-social. Deve-se considerar também o crescimento e desenvolvimento pessoal dos empregados, ambiente de trabalho e integração à comunidade, entre outros.

Froes e Melo Neto (2004) ressalta que, como agentes sociais, empregados e seus dependentes desempenham papéis dentro e fora da empresa e são promotores da responsabilidade social corporativa ao trabalharem como voluntários em programas sociais, ao difundirem valores éticos e assumirem comportamentos sociais responsáveis em seu cotidiano de vida e de trabalho.

A responsabilidade social deve ser vista como uma nova forma de gestão empresarial que norteia as políticas e relações dentro das empresas. Atuar no social com certeza não é uma tarefa fácil. Primeiro a empresa deve definir em que causa atuar e qual contribuição poderá dar. As ações devem ser direcionadas buscando-se uma identidade própria, definindo com clareza os objetivos que se espera alcançar, de forma que a prática possa demonstrar o alcance do que é proposto.

A responsabilidade social empresarial está além do que a empresa deve fazer por obrigação legal. A relação e os projetos com a comunidade ou as benfeitorias para o público interno são elementos fundamentais e estratégicos para a prática da responsabilidade social empresarial. Mas não é só. Incorporar critérios de responsabilidade social na gestão estratégica do negócio e traduzir as políticas de inclusão social e de promoção da qualidade ambiental, entre outras, em metas que possam ser computadas na sua avaliação de desempenho é o grande desafio.

É importante incorporar a prática social como um hábito que faça parte da rotina da empresa, lembrando-se que a empresa faz parte da comunidade.

1.1.1 Responsabilidade social no Brasil

No Brasil, a valorização da responsabilidade social ganhou força na década de 1990 com a ação de entidades não governamentais e institutos de pesquisa. Como exemplo, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) efetua um trabalho na promoção do Balanço Social, instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

O movimento iniciado pelo IBASE foi responsável pelo fortalecimento da sociedade civil, pelo desenvolvimento da sensibilidade cidadã e pela difusão de valores centrais como democracia e justiça. O IBASE em parceria com diversos representantes de empresas públicas e privadas, a partir de inúmeras reuniões e debates com vários setores da sociedade, desenvolveu um modelo para estimular as empresas a divulgar seu balanço social.

O balanço social traz um diferencial para a imagem da empresa que vem sendo cada vez mais valorizado por investidores e consumidores.

Em agosto de 2004 foi aprovada a Resolução CFC n. ° 1.003 que aprova a NBCT 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental, cujo objetivo é estabelecer procedimentos para evidenciação de informações de natureza social e ambiental, extraídos ou não da contabilidade, demonstrando à sociedade a participação e a responsabilidade social da entidade.

Segundo essa norma, entende-se por informações de natureza social e ambiental a geração e a distribuição de riqueza; os recursos humanos; a interação da entidade com o ambiente externo e a interação com o meio ambiente.

A sociedade brasileira passa por um processo de mudança e tem reconhecido que somente a ação do Estado não é suficiente para resolver os problemas sociais, o que gera uma reflexão por parte das pessoas e organizações sobre sua importância e papel a ser desempenhado na sociedade. Considerando-se as profundas desigualdades sociais existentes no Brasil, a responsabilidade social empresarial torna-se mais relevante. A sociedade brasileira espera que as organizações sejam agentes de uma nova cultura e construtoras de uma sociedade melhor.

A temática da responsabilidade social está em franca ascensão no Brasil. Embora o engajamento de empresas em ações sociais não-lucrativas sempre tenha acompanhado a trajetória do capitalismo brasileiro como um fenômeno mais ou menos secundário, na década de 1990 começa a se desenvolver uma preocupação mais sistemática e estratégica das empresas com a questão da responsabilidade social.

1.1.2 Indicadores de responsabilidade social

Segundo Tenório (2004), os indicadores de responsabilidade social corporativa são sistemas de avaliação que permitem às empresas verificar o seu nível de envolvimento com questões sociais.

Além de auxiliar a administração, os indicadores possibilitam a comunicação transparente da organização com seus diversos agentes. Dessa forma, as

corporações reforçam seu compromisso com a ética nos negócios e com a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

Atualmente, os indicadores de responsabilidade social corporativa mais utilizados pelas empresas são: o balanço social, a demonstração do valor adicionado e as certificações de responsabilidade social.

1.1.2.1 Balanço social

O balanço social surgiu com a crescente demanda, por parte da sociedade, de informações a respeito dos impactos que as atividades empresariais exercem sobre os trabalhadores, a sociedade, a comunidade e o meio ambiente. Os relatórios tradicionais priorizam informações de ordem financeira, econômica e patrimonial e não abordam elementos qualitativos ou o fazem superficialmente, sendo, portanto insuficientes para a avaliação do desempenho empresarial.

Segundo Tenório (2004), entre os benefícios proporcionados pela implantação do balanço social destacam-se:

- a) a identificação do grau de comprometimento social da empresa com a sociedade, os empregados e o meio ambiente;
- b) evidenciação, através de indicadores, das contribuições à qualidade de vida da sociedade;
- c) avaliação da administração através de resultados sociais, e não somente financeiros.

O Balanço Social, como estratégia de mudança, de impacto eminentemente social e cultural, tem por objeto demonstrar ao universo de usuários, de forma confiável, uma prestação de contas, para que possam conhecer e avaliar a qualidade dos investimentos, aplicação de recursos e o cumprimento das destinações orçamentárias.

Para Froes e Melo Neto (2004), o Balanço Social é o instrumento de avaliação do desempenho da empresa no campo da cidadania empresarial, pois demonstra todas as ações sociais desenvolvidas em determinado período. Neste instrumento são discriminadas as ações sociais quanto à sua natureza, seja de responsabilidade interna ou externa, à sua especificidade (doações, investimentos) e o valor gasto.

1.1.2.2 Demonstração do valor adicionado

Tenório (2004, p. 53) afirma que “a demonstração do valor adicionado é um relatório que permite identificar quanto de valor uma empresa agrega à sociedade e de que forma ele é repartido entre os agentes”.

A análise da distribuição do valor adicionado identifica a contribuição da empresa para a sociedade e os setores por ela priorizados. Este tipo de informação serve para avaliar o desempenho da empresa no seu contexto local, sua participação no desenvolvimento regional e estimular ou não a continuidade de subsídios e incentivos governamentais. E, em um contexto maior, pode servir de parâmetro para definição do comportamento de suas congêneres.

Segundo a Resolução CFC n. ° 1.010/04, a Demonstração do Valor Adicionado é a demonstração contábil destinada a evidenciar, de forma concisa, os dados e as informações do valor da riqueza gerada pela entidade em determinado período e sua distribuição. As informações devem ser extraídas da contabilidade e os valores informados devem ter como base o princípio contábil da competência.

1.1.2.3 Certificação de responsabilidade social corporativa

A certificação de responsabilidade social corporativa é questão recente no Brasil e no mundo. No Brasil, as empresas estão buscando alternativas para demonstrar seu envolvimento e preocupação com as questões sociais. Segundo Tenório (2004), a forma mais simples de envolvimento é por meio da associação a uma entidade comprometida com os princípios de responsabilidade social. Assim, as empresas associadas se comprometem a seguir um código de conduta que visa normatizar as ações empresariais entre os agentes sociais.

Algumas entidades criaram selos de certificação social que são conferidos aos associados que patrocinam projetos sociais, como ocorre com a fundação Abrinq, que combate à exploração do trabalho infantil.

Também existem entidades que procuram disseminar a prática da responsabilidade social corporativa, como o Instituto Ethos (2000), que desenvolveu metodologia própria de avaliação de ações sociais praticadas pelas corporações. A avaliação consiste na aplicação de questionário que é modelo único aplicável a todas as empresas e composto por conjunto de indicadores qualitativos e

quantitativos que abordam sete dimensões da responsabilidade social corporativa: valores e transparência, público interno, meio ambiente, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e sociedade.

Como ferramentas de análise, os demonstrativos do balanço social e do valor adicionado e os indicadores Ethos de responsabilidade social permitem identificar o nível de atuação e o grau de comprometimento empresarial com as questões sociais, ambientais e éticas. Dessa forma, esses demonstrativos são complementares à análise de desempenho financeiro empresarial, dando uma dimensão social de sua atuação e identificando o grau de adesão da administração aos valores éticos que a sociedade pós-industrial demanda.

1.1.3 O Pacto Global da ONU

Um dos movimentos mundiais pela responsabilidade social empresarial está representado hoje pelo Pacto Global (*Global Compact*), uma iniciativa da ONU anunciada pelo Secretário-Geral Kofi Annan no Fórum Econômico Mundial em Davos, na Suíça, em janeiro de 1999, e lançada formalmente na sede da ONU em julho de 2000.

A proposta do Pacto Global é de que as empresas e outros segmentos da sociedade, em todo o mundo, subscrevam um compromisso composto por dez princípios fundamentais, divididos em quatro áreas: direitos humanos, relações de trabalho, proteção ao meio ambiente e combate à corrupção.

O objetivo do Pacto Global é unir algumas agências das Nações Unidas e atores sociais, para contribuir no avanço da prática da responsabilidade social corporativa, na busca de uma economia global sustentável e inclusiva.

Os princípios do Pacto Global foram desdobrados em oito “Objetivos de Desenvolvimento do Milênio”, definidos pela ONU. Os países signatários da Declaração do Milênio, entre eles o Brasil, devem alcançar os objetivos, considerados como “oito jeitos de mudar o mundo”:

- a) erradicar a extrema pobreza e a fome;
- b) atingir o ensino básico universal;
- c) promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres;
- d) reduzir a mortalidade infantil;
- e) melhorar a saúde materna;

- f) combater o HIV/AIDS, a malária e outras doenças;
- g) garantir a sustentabilidade ambiental;
- h) estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento.

1.2 As Caixas Econômicas

1.2.1 Histórico

Ao domesticar animais selvagens e cultivar plantas agrestes, a inteligência e a energia humana fizeram nascer a agricultura, cuja produção, multiplicando-se a cada safra, acumulava mais cereal do que o necessário para a subsistência do trabalhador primitivo, o que gerou excesso de produção comparativamente ao consumo. Nascia o celeiro, que teria sido a primeira caixa econômica.

Segundo Silva (2004), em meados do século XVIII a situação era a seguinte: a agricultura prosperava, a indústria começava a surgir e o comércio florescia. A burguesia concentrava em suas mãos a prática do comércio e da indústria; a nobreza era hereditariamente constituída para o serviço militar e o patronato agrícola; e a população continuava dividida entre nobreza, burguesia e plebe. Nesse momento começou o endividamento da nobreza, que não tinha dinheiro para fazer frente às necessidades cotidianas. Por isso, passou a contrair empréstimos junto aos capitalistas, na sua maioria judeus, pagando prêmios ou juros exorbitantes.

No século XII, registrou-se, em Veneza, a criação do primeiro banco, que tomou dinheiro em depósito com o objetivo de proteger os portadores de somas volumosas contra o perigo dos salteadores. A causa do surgimento dos primeiros bancos teria sido os interesses dos capitalistas, que precisavam guardar o seu dinheiro com segurança.

A economia individual teria surgido quando o homem primitivo sentiu necessidade de fazer provisões de alimentos para as épocas de escassez. Já a economia social é uma necessidade do homem moderno e teria surgido como instrumento de defesa da população em geral contra a usura.

Para aliviar a população dos excessos inflingidos pelos usuários, surgiram os montes de socorro, que eram fundos financeiros, formados a partir de coletas

coordenadas por beneméritos das Igrejas, com o objetivo de conceder empréstimos às pessoas que necessitavam de pequenas quantias para a sobrevivência diária.

Mas logo surgiu um problema: a insuficiência de recursos. Silva (2004), afirma que embora tivessem uma grande utilidade social, os montes de socorro se revelaram incapazes de atender à demanda de crédito da população, porque dependiam da caridade das pessoas mais abastadas, que faziam as doações para a constituição dos fundos financiadores.

Foi nesse contexto que surgiram as caixas econômicas. Com uma idéia mais avançada, as caixas econômicas combinavam o propósito da concessão de crédito a juros baixos com a formação de fundos para promover a demanda. A partir de então, a doação foi substituída pelo depósito resgatável, originário das pequenas reservas em dinheiro de cada indivíduo. Foi assim que nasceu a poupança e o crédito popular. De forma surpreendente, este tipo de empreendimento social foi cativando homens e instituições, cidadãos e governantes. A iniciativa privada teve participação ativa através de instituições de benemerência e da atuação direta de homens de destaque nas suas comunidades. Os governos também tiveram participação destacada através da ação de reis, ministros e prefeitos.

1.2.2 Surgimento no Brasil

As primeiras caixas econômicas estabelecidas no Brasil não eram instituições de utilidade pública com finalidade social. Organizadas como empresas privadas, visavam auferir lucros e dividendos para os seus controladores e depositantes.

A partir de meados do século XIX, tomou corpo a idéia segundo a qual era necessário proteger o depositante e resguardar as finalidades sociais que haviam motivado o surgimento e consolidação do fenômeno das caixas econômicas. Segundo Silva (2004), a preocupação com a proteção da economia popular motivou a edição de leis, em vários países, dando ao Estado o poder de regulamentar e fiscalizar a constituição e o funcionamento das caixas econômicas.

No Brasil, em 1849 foi editada a primeira lei estabelecendo normas de ordem pública para a captação da poupança popular. Mas depois da edição dessa lei, ainda demorou doze anos para ser criada a primeira caixa econômica na capital

do Império, e vinte e cinco anos para a criação das caixas econômicas nas capitais das províncias. A nova política tinha dois objetivos: dar às caixas econômicas brasileiras uma função social e colocar sob a fiscalização do Estado as operações das empresas privadas que recolhiam as economias populares.

1.2.3 A Caixa Econômica Federal

No ano de 1966, o governo federal formou uma Comissão de Estudos com o objetivo de preparar a criação de uma única instituição para substituir as vinte e duas caixas econômicas autárquicas então existentes. O projeto de unificação teve as seguintes justificativas:

- a) criação de uma nova e única imagem em todo o país;
- b) centralização e uniformização do planejamento, racionalização de procedimentos e aumento de produtividade;
- c) participação efetiva no desenvolvimento brasileiro;
- d) valorização e profissionalização do quadro de funcionários;
- e) criação da maior empresa de crédito da América Latina;
- f) aumento da quantidade de agências;
- g) maior velocidade nos negócios;
- h) redução de despesas e eliminação de múltiplos órgãos administrativos.

Envelhecida e anacrônica, a estrutura composta pelas vinte e duas autarquias e um Conselho Superior não respondia às demandas da sociedade brasileira dos anos 1960. A exemplo dos outros países, o Brasil vivia as conseqüências da industrialização e da migração da população para as cidades, um novo cenário que trouxe muitas mudanças na economia, na política e na vida cotidiana das pessoas e estava a exigir mais agilidade na administração da máquina do Estado.

Natureza jurídica autárquica e estrutura administrativa dispersa em vinte e dois estados da federação, onde cada caixa econômica federal era uma instituição separada das demais, mostrava-se um desenho inadequado ao dinamismo e à complexidade da sociedade brasileira, cuja população tornava-se cada dia mais urbana.

As mudanças eram indispensáveis e urgentes. Então, entre o final da década de 1960 e o início dos anos 1970, ocorreu uma reforma radical. Foi uma espécie de comemoração silenciosa do centenário das caixas econômicas. A mudança atingiu a natureza jurídica, a estrutura administrativa e as operações das caixas econômicas. Foram extintos as vinte e duas autarquias e o Conselho Superior, os quais foram substituídos por uma única instituição financeira sob a forma jurídica de empresa pública federal. A nova organização adotou os modernos princípios da administração de empresas, centralização da gestão estratégica e descentralização das operações, e passou a realizar atividades bancárias típicas e executar serviços e programas sociais delegados pelo governo federal (CAIXA, 2002).

A Caixa Econômica Federal teve a sua criação autorizada no dia 13 de agosto de 1969, com a edição do Decreto-Lei nº 759, uma espécie de carta de princípios que definiu a natureza jurídica e as finalidades da instituição. Já a constituição jurídica e estruturação operacional da Caixa como empresa pública ocorreu através do seu estatuto, editado pelo Decreto nº 66.303, de 06 de março de 1970.

Nos últimos trinta anos o estatuto da empresa sofreu muitas modificações, de modo a permitir que as estruturas organizacional, administrativa e operacional pudessem ser adaptadas constantemente às exigências da sociedade brasileira e do mercado financeiro. Todavia, nesse mesmo período, sempre foram respeitados os princípios básicos estabelecidos na Lei de Unificação das antigas Caixas Econômicas Federais.

1.2.4 A função social das Caixas Econômicas

A função social das Caixas Econômicas, instituições universais, independentemente de serem estatais ou privadas, é papel complementar ao das atividades típicas do poder público. Por isso, elas são consideradas instituições de interesse público.

Em paralelo ao Estado existem vários tipos de instituições exercendo funções em benefício do bem comum, suprimindo carências sociais não atendidas pelo mercado e também não supridas pelo Estado. Em alguns casos, essas instituições

são criadas pelo próprio Estado, sob a forma de autarquias, fundações públicas ou empresas públicas. Em outros casos, é a sociedade civil quem cria e organiza instituições, sob as mais variadas formas jurídicas, tendo como objetivo a defesa dos interesses coletivos e a realização do bem comum.

Segundo Silva (2004), as caixas econômicas podem ser classificadas como uma espécie do gênero de instituições que, independentemente da origem, estatal ou não-estatal, desempenham funções de interesse social. A princípio, elas exerciam atividades humanitárias, trabalhando em prol da erradicação da pobreza – o que seria uma função típica do Estado; ao passar do tempo evoluíram e agregaram novas atividades, passando a realizar operações bancárias com o objetivo de fomentar o desenvolvimento econômico das regiões nas quais estavam instaladas – o que seria uma função típica do mercado.

A função social das caixas econômicas está presente na história destas instituições desde o início, em todos os lugares. A história mostra que o trabalho dos pioneiros foi respaldado pela população dos países europeus e de outros países, como é o caso do Brasil, onde a Caixa Econômica Federal mantém-se ativa há mais de 140 anos.

A razão pela qual as caixas econômicas nasceram é a mesma que tem permitido a sua sobrevivência em todo o mundo: utilização da riqueza coletiva para combater a pobreza individual e trazer o progresso para a comunidade. O desenvolvimento equilibrado da sociedade humana deve ser uma meta, cuja busca se dá através do progresso do indivíduo e, a partir dele, o desenvolvimento da comunidade a que pertence.

Vale lembrar que é necessário não confundir função social com responsabilidade social, nem com assistência social. Silva (2004, p. 95) diz que “função social é a busca do bem comum, atributo que está na razão de ser do ente ou instituição criado ou instituído para atender aos interesses da população em geral”. O atributo da função social impede o ente ou instituição de atender interesses particulares porque a sua existência só se justifica na busca do bem comum. Realizar o bem comum ou o bem-estar de todos os cidadãos é dever do Estado que, se necessário, deve intervir quando certas relações individuais ou mesmo coletivas possam trazer prejuízos ao interesse público.

Segundo o mesmo autor, função social é, portanto, um componente político e não apenas econômico. Consoante esta diretriz, exerce função social o ente ou

instituição que promove o bem da sociedade como um todo e não apenas de parte dela.

Responsabilidade social é uma nova idéia, recentemente incorporada ao vocabulário empresarial, cujo objetivo é integrar as organizações do mundo dos negócios às organizações sociais e às comunidades.

Já a diferença fundamental entre a função social e a assistência social está no fato de que a última faz doações, enquanto a primeira visa proporcionar condições para que a pessoa, por si mesma, possa buscar solução para as suas necessidades. O resgate da auto-estima do indivíduo talvez explique porque instituições como as caixas econômicas têm mais sucesso na execução da sua função do que as organizações assistencialistas.

As caixas econômicas, pela sua dimensão universal, presença e apego às questões sociais, pela sua histórica atuação junto à economia local e regional, em especial, no fomento dos pequenos e médios negócios das comunidades, são referência obrigatória para ajudar a manter a estabilidade em todas as regiões do mundo.

1.3 A Empresa

1.3.1 Histórico

Instituída com o objetivo de fomentar a poupança e conceder empréstimos sob penhor às classes menos favorecidas, as Caixas Econômicas recebiam recursos de todas as classes sociais, desde os mais abastados e nobres, até escravos que ali depositavam suas economias com o intuito de comprar sua alforria.

Em 1915, as Caixas Econômicas ampliaram sua área de atuação, começando a operar com empréstimos sob caução de títulos da dívida pública da União, letras e bilhetes do Tesouro Nacional.

Sua credibilidade, construída principalmente em função do sucesso da caderneta de poupança, favoreceu a criação das carteiras hipotecárias, de consignações, de cobrança e de pagamento. O início das operações de empréstimo comercial e em consignação para servidores públicos, em 1934, deu novo impulso aos negócios das Caixas Econômicas nos estados. No mesmo ano,

institucionalizaram-se as operações hipotecárias com as quais as Caixas já vinham trabalhando desde 1930.

Uma grande reforma administrativa realizada em 1969, transformou as vinte e duas Caixas Econômicas na empresa pública Caixa Econômica Federal. A mudança proporcionou um novo período de expansão, tanto em volume de depósitos, quanto em número de agências.

Como principal agente da política do Governo Federal, posicionamento ainda hoje mantido, a Caixa assumiu a gestão de diversos programas governamentais de fundamental importância para a população, tais como o PIS, o Crédito Educativo, o Programa Nacional de Centros Sociais Urbanos, dentre outros.

Em 1974, a empresa assumiu a missão de executar a política ditada pelo Conselho de Desenvolvimento Social, que instituiu o Fundo de Apoio ao Desenvolvimento Social – FAZ, cujo objetivo era sustentar financeiramente programas e projetos de caráter social, enquadrados nas diretrizes e prioridades da estratégia de desenvolvimento social do país.

Com a absorção do banco nacional de Habitação – BNH, em 1986, a empresa se transformou na maior agência de desenvolvimento social da América Latina. Em função dessa absorção, assumiu também a administração do FGTS, tornando-se o principal agente governamental na execução das políticas nacionais de desenvolvimento urbano, habitação e saneamento.

A Caixa sempre assumiu grandes desafios, a começar pela sua própria missão. Em 1990, um grande desafio lhe é apresentado através do arrojado projeto de centralização das quase 130 milhões de contas do FGTS que se encontravam distribuídas por 76 bancos, com os mais diversos sistemas de arrecadação. O sucesso nesta empreitada consolidou ainda mais a credibilidade da Caixa.

A entrada dos bancos privados no mercado de cadernetas de poupança insere a Caixa num mercado competitivo, distante da cultura de seus monopólios. Assim, em 1991, a Caixa finaliza junto ao Banco Central os procedimentos para seu enquadramento definitivo como banco múltiplo, reforçando sua atuação e aumentando sua abrangência nos diversos segmentos da atividade de intermediação financeira. Novos produtos e serviços são lançados pela Caixa, consolidando sua atuação como banco múltiplo.

O ano de 1995 foi um grande marco para a Caixa, em função da implantação do Programa de Racionalização e Competitividade – PRC, cujo objetivo

era adequar a empresa à realidade do país e às necessidades da população, reforçando o papel da Caixa na execução das políticas econômicas e sociais do Governo Federal.

A Caixa Econômica Federal é posicionada hoje como o agente das políticas governamentais para o fomento e a prestação de serviços. “O banco de uma vida melhor” é hoje o banco do trabalhador, o banco do saneamento, o banco da habitação, o banco da educação, o banco da cultura e do esporte, o banco da cidadania, o banco comercial, o banco do penhor e o banco do município. Todas estas faces voltadas a um só objetivo, qual seja, melhorar continuamente a qualidade de vida da sociedade brasileira.

Como banco do trabalhador, a Caixa é responsável, por delegação do Governo Federal, pela administração dos principais fundos e benefícios garantidos a esse segmento. A empresa atende hoje a mais de 40 milhões de trabalhadores, movimentando mais de 65 milhões de benefícios pagos anualmente aos trabalhadores brasileiros.

O Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS é hoje a principal fonte de recursos para financiamento da habitação popular, infra-estrutura urbana e saneamento básico do país.

O avanço tecnológico tem possibilitado a empresa oferecer melhores serviços a seus usuários. O PIS e o seguro desemprego *on line* são exemplos de como a tecnologia deve estar a serviço dos clientes para melhor atendê-los. Em qualquer agência bancária e sem burocracia, o cliente pode receber seu benefício.

A modernização do sistema de pagamentos de benefícios da Previdência Social, através de cartão magnético, também proporcionou melhoria considerável no atendimento a aposentados e pensionistas.

Como banco do saneamento, a Caixa ratifica ainda mais a sua função social. Através do sistema financeiro de saneamento – SFS, a Caixa atendeu a mais de 4.500 localidades em 3.100 municípios, com sistemas de abastecimentos de água, além de cerca de 700 localidades, em mais de 600 municípios, com sistemas de esgotamento sanitário, no período de 1968 a 1996.

Hoje, mais do que nunca, a qualidade de vida nas cidades brasileiras tem a marca Caixa. Segundo diretrizes do Ministério do Planejamento e Orçamento, a Caixa fiscaliza, acompanha e repassa recursos para milhares de obras e programas

públicos de saneamento básico e infra-estrutura urbana, marcando presença em 82% dos municípios do país.

Atualmente, 70% das obras de saneamento básico e infra-estrutura urbana estão sendo financiadas através da Caixa Econômica Federal. Esta é outra área de atuação onde a Caixa demonstra sua vocação como banco do município.

No período de 1970 a 1994, a Caixa viabilizou investimentos da ordem de quinze bilhões de reais em abastecimento de água, esgotamento sanitário e drenagem urbana, proporcionando uma melhoria significativa no nível de salubridade.

Vários programas de saneamento e infra-estrutura urbana, financiados com recursos do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS e do Orçamento Geral da União – OGU são geridos pela Caixa, objetivando o cumprimento de sua missão maior.

Através do Programa Pró-Moradia, milhares de pessoas são beneficiadas pelo financiamento de urbanização de áreas, da aquisição e produção de lotes urbanizados, de cestas de materiais de construção e produção de conjuntos habitacionais, gerando também novos empregos diretos e indiretos.

Vários outros programas como Programa Ação Social em Saneamento – PASS, Programa de Infra-estrutura – Pró-Infra e Programa Habitar Brasil, todos financiados com recursos do OGU, ratificam a importância do banco do município como função essencial para o cumprimento da missão da Caixa.

O Programa Habitar Brasil tem por objetivo atender as famílias que vivem em áreas ocupadas por subabitações, através de ações integradas de saneamento, habitação e apoio ao desenvolvimento comunitário.

Viabilizando obras de desenvolvimento urbano e habitação, administrando fundos e programas sociais e gerando emprego e renda, a Caixa beneficia a toda população brasileira.

A empresa já proporcionou, desde a sua criação, milhões de postos de trabalho a pessoas de todas as classes sociais. Ciente de que seu desempenho tem reflexos diretos na sociedade, a Caixa busca sua efetividade, melhorando o atendimento, racionalizando processos e modernizando-se tecnologicamente.

1.3.2 Estrutura Organizacional

A Caixa Econômica Federal é uma instituição financeira sob a forma de empresa pública (Caixa, 2002). Instituição integrante do Sistema Financeiro Nacional e auxiliar da execução da política de crédito do Governo Federal, a CAIXA submete-se às decisões e à disciplina normativa do órgão competente e à fiscalização do Banco Central do Brasil.

A administração da CAIXA conta com quatro instâncias: o Conselho de Administração, a Diretoria Executiva, o Conselho Diretor e o Conselho Fiscal.

O Conselho de Administração é o órgão superior que define a orientação das políticas e dos negócios da Caixa. Ele é composto por sete membros, dentre os quais o Presidente da empresa.

A administração da CAIXA compete à Diretoria Executiva. Ela pode ter entre dez e trinta membros, sendo o Presidente nomeado e demissível pelo Presidente da República. Os Vice-Presidentes, nove ao todo, também são nomeados e demissíveis pelo Presidente da República.

O Conselho Diretor é formado pelo Presidente e Vice-Presidentes. São indicados pelo Ministro da Fazenda, confirmados pelo Conselho de Administração e nomeados pelo Presidente da República. O cargo de Diretor é privativo de empregados da ativa do quadro permanente da CAIXA.

O Conselho Fiscal é integrado por cinco membros efetivos e respectivos suplentes. Todos são escolhidos e designados pelo Ministro de Estado da Fazenda.

Vinculada ao Ministério da Fazenda, a Caixa submete-se às decisões e disciplina normativa do Banco Central e às normas do Conselho Monetário Nacional. A empresa integra o Sistema Financeiro Nacional – SFN; o Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo – SBPE; e a Associação Brasileira de Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança – ABECIP. É, ainda, Membro do Comitê de Instituições Financeiras Federais – COMIF, estando suas contas e operações sujeitas ao exame e julgamento do Tribunal de Contas da União e da Secretaria de Controle Interno do Ministério da Fazenda.

Nos últimos anos, a Caixa vem passando por uma série de reestruturações com o objetivo de tornar-se mais ágil, moderna e competitiva. Para isso, a empresa conta com mais de 55.000 empregados, além de estagiários e prestadores de serviço, distribuídos entre as suas mais diversas unidades: Matriz, Escritórios de

Negócios, Gerências de Filiais e Agências, que compõem a atual estrutura organizacional:

Matriz: localizada em Brasília – DF, é a sede do comando da empresa, responsável pela tomada de decisões estratégicas, sendo constituída por Diretorias, Superintendências, Gerências e Coordenadorias Nacionais.

Gerências de Filiais: atuam, em nível regional, como uma extensão dos processos desenvolvidos pela Matriz, dando apoio logístico aos Escritórios de Negócios e Agências.

Escritórios de Negócios: ligados à Matriz, os setenta e cinco Escritórios de Negócios hoje distribuídos pelo país são responsáveis pela supervisão das mais de 1.900 agências no Brasil. Dependendo do tamanho e do volume de negócios das suas unidades vinculadas, podem ter de cinco a seis membros de decisão: um Superintendente de Negócios e demais Gerentes de Mercado, cada um responsável por um tipo de carteira de negócios da empresa. Além dos cargos de nível decisorial do Escritório de Negócios, há os empregados de nível de assessoramento.

Agências: as agências situam-se no nível operacional da empresa, estando vinculadas aos Escritórios de Negócios, tendo como função a execução dos planos traçados pelos níveis superiores, sendo encarregadas da realização dos negócios da empresa e, desta forma, tendo uma grande importância nos resultados da organização.

Todas as agências da Caixa Econômica Federal contam com um Gerente Geral, responsável pela agência, e com gerentes de relacionamento/atendimento, segundo o tamanho, localização ou o tipo de agência.

1.3.3 Negócio

O negócio da Caixa Econômica Federal está baseado no tripé:

- Desenvolvimento Urbano: implementação de programas nacionais de habitação, saneamento e infra-estrutura urbana;
- Transferência de Benefícios: pagamento e arrecadação de programas sociais;
- Serviços Financeiros: captação de recursos sob as formas de depósitos e fundos de investimentos e na aplicação, como empréstimos e financiamentos, a pessoas físicas e jurídicas; arrecadação de tributos e

assemelhados, recebimento de concessionárias de serviços públicos, arrecadação de convênios com entidades e prestação de serviços de transferência de fundos.

1.3.4 Missão

A Caixa Econômica Federal, através de suas unidades, procura cumprir a sua missão, qual seja:

“Promover a melhoria contínua da qualidade de vida da sociedade, intermediando recursos e negócios financeiros de qualquer natureza, atuando, prioritariamente do fomento ao desenvolvimento urbano e nos segmentos de habitação, saneamento e infra-estrutura, e na administração de fundos, programas e serviços de caráter social, tendo como valores fundamentais:

- direcionamento de ações para o atendimento das expectativas da sociedade e dos clientes;
- busca permanente de excelência na qualidade de serviços;
- equilíbrio financeiro em todos os negócios;
- conduta ética pautada exclusivamente nos valores da sociedade;
- respeito e valorização do ser humano.”

1.3.5 Objetivo

Desde o início do ano de 2003, com a sua nova administração, a Caixa Econômica Federal estabeleceu como seu objetivo ser o maior banco popular do Brasil.

1.3.6 Estratégias

Para cumprir seu principal objetivo, a Caixa estabeleceu as seguintes estratégias:

- ampliar a representatividade da Caixa nos comitês e órgãos reguladores;
- criar e fomentar parcerias estratégicas;
- atuar no aperfeiçoamento da gestão dos riscos;

- rever os produtos de captação, buscando o alongamento do *duration* das operações;
- desenvolver e implementar Política de Participação Estratégica;
- reavaliar e reprecificar o portfólio de produtos e serviços de acordo com a política de segmentação e relacionamento com o cliente, buscando o equilíbrio econômico-financeiro e resultado pelo perfil de clientes e mercados locais;
- atuar na corretagem de seguros;
- financiar oferta;
- diversificar e impulsionar negócios com os Governos Estadual e Municipal;
- impulsionar canais alternativos, oferecendo conveniência aos clientes e contribuindo para o equilíbrio econômico-financeiro das operações;
- expandir a capacidade de atendimento, para atender às necessidades e expectativas dos clientes;
- estruturar e sedimentar o serviço de custódia de títulos mobiliários;
- disponibilizar o “balcão” CAIXA como um viabilizador de negócios;
- atuar na administração de ativos habitacionais securitizáveis;
- atuar na assistência técnica, orientação e acompanhamento dos projetos de Desenvolvimento Urbano com a remuneração adequada;
- financiar soluções de energia alternativas;
- intensificar o desenvolvimento de produtos e serviços específicos para baixa renda;
- estruturar e implantar projetos de financiamentos em Desenvolvimento Urbano e Habitação Social.

1.3.7 Diretrizes

Para que os objetivos da empresa sejam cumpridos através das estratégias macro traçadas, o Escritório de Negócios Santa Maria estabeleceu as diretrizes que devem ser adotadas pelas suas unidades, através de um compilamento dos planos estratégicos elaborados pelas próprias agências:

- atender com excelência, buscando concretizar negócios em cada atendimento, despertando na equipe a atitude necessária para encantar

o cliente, tendo sempre presente os conceitos de marketing, fidelizando os clientes encarteirados;

- internalizar nos profissionais o espírito do resultado, transformando-os em empreendedores, com vistas a realização de negócios éticos e rentáveis, promovendo a conscientização e comprometimento da equipe com o resultado, enfatizando a importância de cada um e de todos no alcance dos resultados de cada unidade, estimulando a equipe para o auto-desenvolvimento;
- aumentar a participação da CAIXA no mercado regional na captação, prestação de serviços e aplicação de recursos financeiros, atuando expressivamente na captação, contatando clientes potenciais cujos recursos estejam na concorrência, implementando visitas a pessoas físicas e jurídicas, promovendo e aumentando parcerias com empresas, divulgando os nossos diferenciais;
- viabilizar o aumento da produtividade individual e coletiva dos empregados, revisando constantemente processos de trabalho, promovendo a “quebra” de paradigmas, maximizando o uso dos recursos, valorizando o esforço individual através do reconhecimento do trabalho;
- despertar o espírito de Gestor em todos os integrantes da equipe, através da liderança educadora, acompanhando e controlando o resultados, construindo uma relação de confiança e comprometimento entre os líderes e a equipe, oportunizando aos membros da equipe liberdade para criar e apresentar idéias, implementado rotina de *feedback* para todos os membros da equipe.

1.3.8 Recursos humanos

A Caixa conta hoje com mais de 55.000 empregados em seu quadro próprio, além de estagiários e prestadores de serviços. A seleção para fazer parte da empresa Caixa Econômica Federal é realizada através de concurso público em nível nacional.

Para o aperfeiçoamento constante, crescimento e desenvolvimento de seus funcionários, a Caixa, além de treinamentos periódicos, disponibiliza treinamentos

via intranet, através da Universidade Corporativa Caixa. Os funcionários são sempre estimulados a realizar os cursos disponíveis até mesmo durante o expediente bancário. Da mesma forma, a Universidade Caixa abre espaço para a publicação dos trabalhos realizados pelos seus funcionários em nível de qualificação (Pós-Graduação, Mestrado, Doutorado), como também está em constante atualização e realizando parcerias com diversas instituições para a oferta de cursos das mais diferentes áreas.

Outra oportunidade de crescimento/desenvolvimento que a empresa oferece foi lançada no final do ano de 2003. Trata-se de um programa de incentivo à graduação dos seus funcionários, em que a Caixa participa com 70% do valor do semestre para quem tiver interesse em cursar uma faculdade e ainda não teve a oportunidade. Para isso, é feita uma seleção criteriosa dos inscritos no programa no departamento de Recursos Humanos na Matriz da empresa, em Brasília – DF.

Além disso, a empresa também tem um Programa de distribuição dos lucros, chamado PRX, o qual é pago anualmente aos seus funcionários no mês de Março. Para complementar, também são lançadas campanhas de incentivo anuais, que distribuem prêmios (em dinheiro ou em produtos) às unidades que atingem o resultado esperado ou o superam em relação às metas da empresa em campanhas de resultados.

1.3.9 Recursos materiais

Quanto aos Recursos Materiais, a Caixa Econômica Federal, por ser uma empresa pública, deve cumprir certas normas e procedimentos específicos e burocráticos. Todos os seus recursos, independente para quais fins se destinam devem estar provisionados no orçamento anual da empresa.

Cada Escritório de Negócios recebe dotação mensal e específica para certas atividades, tais como: treinamento e desenvolvimento, reuniões de negócios, pagamento de horas extras, diárias e despesas de deslocamentos dos funcionários lotados em suas agências vinculadas. A gestão desses recursos fica a cargo de cada Escritório de Negócios, sendo facultada a solicitação de suplementação orçamentária à Matriz quando necessidade imperiosa.

As unidades não têm alçada nem capacidade para dispor de recursos para fins que julgarem necessários. Todas as despesas devem ser solicitadas aos seus Escritórios de Negócios, que, por sua vez, avaliarão a relevância do recurso e, se julgarem pertinente, encaminharão à Matriz.

A empresa também conta com a contratação de serviços terceirizados em todas as suas unidades para os setores de atendimento (estagiários e prestadores de serviço), *back office* (retaguarda das agências), onde são realizadas as atividades de processamento e autenticação de documentos, copa, cozinha, limpeza, vigilância, arquivo, distribuição, logística, suprimentos, recepção e telefonia.

1.3.10 Recursos financeiros

A Caixa Econômica Federal registrou, no ano de 2004, lucro líquido de mais de R\$ 1 milhão, o que propiciou uma rentabilidade em torno de 19% do seu Patrimônio Líquido. A empresa também encerrou o ano devidamente enquadrada no limite operacional previsto no Acordo de Basiléia, registrando capital próprio no montante equivalente a 14,1% dos ativos ponderados segundo o risco, para uma exigência de, no mínimo, 11,0%. O Índice de Imobilização chegou a 0,56 para um Índice máximo permitido de 0,70.

Atualmente, a empresa possui mais de 4 milhões de clientes com contas-correntes, e saldo em poupança por volta de R\$ 150 bilhões, sem mencionar os recursos que estão aplicados em outros tipos de investimentos.

1.4 Responsabilidade social na Caixa

Há 143 anos a Caixa trabalha na construção de um Brasil melhor para todos os brasileiros. O compromisso com a promoção e melhoria contínuas da qualidade de vida da sociedade, o fomento ao desenvolvimento sustentável e a administração de fundos, programas e serviços de caráter social, são a marca da responsabilidade social da empresa desde a sua fundação.

Em dezembro de 2003, a Caixa reforçou sua missão social aderindo ao Pacto Global da ONU e assumindo compromissos que contribuirão com os objetivos propostos pela ONU e seus países membros. Esses compromissos incluem, dentre outras, ações de influência nas linhas de crédito, melhoria da rede de atendimento,

criação de emprego, programa Fome Zero, formação profissional, inserção da juventude no mercado de trabalho e apoio ao programa de inclusão digital do governo federal.

No dia 03 de junho de 2004, foi lançado o Projeto Corporativo Responsabilidade Social Caixa, que tem como objetivo implementar políticas de ações de cidadania em todas as unidades da Caixa, consolidando o modelo de uma empresa socialmente responsável e incorporando em suas diretrizes os princípios fundamentais do Pacto Global.

A atuação da Caixa abrange operações de caráter social, como o atendimento ao trabalhador, através da gestão dos recursos do FGTS; o pagamento de benefícios do INSS e do Seguro Desemprego; o financiamento do Crédito Educativo; operacionalização de programas como o Bolsa-Família e outros.

O acesso a todos os brasileiros aos benefícios sociais pagos pelo Governo Federal está sendo democratizado por intermédio do Cartão do Cidadão. Dessa forma, qualquer trabalhador pode dispor desse cartão magnético para ter acesso, em qualquer lugar do país aos seus benefícios. Para os trabalhadores com deficiência visual, a Caixa disponibiliza esse cartão em alto-relevo.

Nos últimos anos, a Caixa vem passando por um processo de modernização que visa adequá-la às exigências do mercado e às necessidades dos clientes. Dessa forma, a reformulação de suas instalações e a disponibilização de serviços integrados e automatizados ao trabalhador traduzem a busca pela agilidade e competitividade na prestação de serviços.

Considerando que a primeira responsabilidade social deve existir com relação aos empregados da empresa, a Caixa desenvolveu a Universidade Corporativa Caixa, projeto cuja missão é desenvolver o potencial de seus empregados, por meio de um portal virtual, disponível na sua Intranet e Internet.

Neste sentido, a Caixa vem investindo em cursos de especialização em nível de pós-graduação, além de empenhar-se na área da saúde promovendo campanha de controle do tabagismo no ambiente de trabalho e o Programa de Readaptação ao Trabalho, com o objetivo de oferecer suporte técnico e administrativo para o restabelecimento dos empregados que apresentam dificuldade de reintegração à equipe após afastamento por motivos de saúde ou acidente de trabalho.

No intuito de dar transparência às suas ações, a Caixa vem divulgando seu Balanço Social, registrando as ações voltadas para a responsabilidade social de

forma que a sociedade possa avaliar seus resultados e o direcionamento de seus recursos.

A Caixa propicia a melhoria das condições de vida da população, através de suas linhas de financiamento e repasses de recursos do Governo Federal para habitação, saneamento e infra-estrutura urbana.

Desta forma, a Caixa vem assumindo sua responsabilidade social apoiando o Estado no cumprimento de seus objetivos quer seja na área de habitação, desenvolvimento regional e universalização do acesso bancário.

A Caixa, por meio de parcerias com entidades públicas, privadas e da sociedade civil, reuniu forças para solucionar problemas da comunidade, buscando maior qualidade de vida à população, seja por meio do acesso à moradia, melhoria das condições de infra-estrutura ou do incentivo à geração de emprego e renda.

A parceria entre a Caixa e diversas instituições governamentais e não-governamentais, coordenada pelo UNICEF, com os objetivos de erradicar o trabalho infantil em lixões e reduzir o impacto ambiental produzido pela disposição inadequada de lixo urbano, por meio de ações educativas e campanhas publicitárias é um exemplo de iniciativa e de responsabilidade social.

Para desenvolver projetos de recuperação do meio ambiente, a Caixa firmou parceria com a Agência Nacional de Águas, prestando consultoria em gestão financeira com a finalidade de viabilizar investimentos em sistemas de tratamento de esgotos domésticos.

No sentido de viabilizar a multiplicação de experiências bem sucedidas, a Caixa adota estratégias que valorizam a qualidade dos projetos sociais, como o “Programa Caixa Melhores Práticas em Desenvolvimento Local”, que premia, divulga, estimula e financia prefeituras, empresas, ONGs, e a população em geral, no desenvolvimento de projetos para resolver problemas locais de infra-estrutura, moradia e treinamento de mão-de-obra.

A Caixa incentiva seus fornecedores e parceiros, especialmente as construtoras, a aderirem aos compromissos que ela adota perante a sociedade. Utiliza critérios voltados à responsabilidade social na escolha de seus fornecedores, exigindo, certos padrões de conduta nas relações com os trabalhadores e com o meio ambiente.

A Caixa vem auxiliando também no desenvolvimento de pequenas empresas, através de linhas de crédito específicas que financiam as micro e as

pequenas empresas, gerando emprego e renda, como é o caso do PROGER – Programa de Geração de Emprego e Renda, que foi instituído pelo Ministério do Trabalho com vistas ao financiamento de Planos de Negócios de Pessoas Físicas e Jurídicas.

Metade da arrecadação das Loterias da Caixa é repassada para programas sociais do governo federal. Só nos últimos quatro anos, as áreas de educação, esporte, saúde, cultura e previdência social foram beneficiadas com seis bilhões de reais.

A Caixa apoia a ONG – Moradia e Cidadania, criada em 2000 e comprometida em apoiar e melhorar a condição de vida de milhares de famílias de baixa renda.

A Moradia e Cidadania teve origem no Comitê da Ação da Cidadania dos Empregados da Caixa, formada em 1993 e com a constatação de que o caráter de personalidade jurídica ajudaria na execução dos projetos, permitindo a ampliação de suas atividades, o Movimento se transformou em uma ONG, com abrangência nacional.

A ONG, com o propósito de intensificar o desenvolvimento das suas atividades sociais, segmentou as suas ações em dois campos distintos: estruturais e emergenciais, passando, assim, a constituir diretrizes da organização.

Em 2001 a ONG – Moradia e Cidadania foi reconhecida pelo Ministério da Justiça como Organização de Interesse Social e como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP).

O objetivo da entidade é promover ações, principalmente nas áreas de educação digital, moradia para baixíssima renda e microcrédito, além de assistência social, saúde, combate à fome, esportes e meio ambiente.

A ONG – Moradia e Cidadania firmou convênio com a Caixa, a Fundação Instituto Tecnológico do Estado de Pernambuco e o Movimento de Apoio e Incentivo Social para implementação de um projeto-piloto para construção de casas destinadas à população de baixa renda e desenvolvimento de tecnologias alternativas para construção de baixo custo e melhoria de habitabilidade.

Dentre diversas ações executadas pela ONG – Moradia e Cidadania, destaca-se a implementação da política de microcrédito.

Conforme o Relatório Anual da CAIXA (2004, p. 40), a Caixa através da ONG tem como objetivo atender, de maneira sustentável, grande parcela da

população brasileira hoje sem acesso ao sistema financeiro formal, por meio do estabelecimento de uma linha de atuação voltada ao microfinanciamento.

Ainda em relação à expansão do microcrédito, com as contas populares Caixa Aqui, em 2004 quase dois milhões de pessoas passaram a ter acesso aos serviços bancários essenciais.

Ressalta-se, desta forma, a importância da responsabilidade social para a Caixa, bem como da política de microcrédito como forma de inclusão social.

1.5 Microcrédito

1.5.1 Conceitos

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa – SEBRAE (2004), o microcrédito é uma modalidade de financiamento que busca permitir o acesso dos pequenos empreendedores ao crédito. Utiliza-se de metodologia própria voltada ao perfil e às necessidades dos empreendedores, estimulando as atividades produtivas e as relações sociais das populações mais carentes, gerando, assim, ocupação, emprego e renda.

Barone e Lima (2002) dizem que o microcrédito é um instrumento de incentivo às atividades econômicas de pequeno porte, que visa criar e manter ocupações, aumentar a renda, viabilizar o acesso às instituições bancárias oportunizando a inserção econômica da população beneficiada.

1.5.2 Histórico

No século XIX, os trabalhadores, artesãos, pequenos industriais, pequenos produtores agrícolas e camponeses europeus tinham dificuldades para obter empréstimos nos bancos privados, por não se enquadrarem nas normas de concessão de crédito adotadas por aquelas instituições.

Sem acesso ao sistema de crédito bancário, esses pequenos empreendedores ficavam sujeitos a juros abusivos e outras exigências cobradas de pequenos emprestadores locais.

Buscando suprir a escassa oferta de crédito aos pequenos empreendedores,

começaram a surgir as primeiras cooperativas de crédito, que, com o passar dos anos, foram inspirando a criação de instituições de microcrédito.

Segundo Fontes (2003), com o intuito de obter recursos financeiros a preços mais baixos, elementos de diversos grupos profissionais e de empreendedores começaram a se agrupar em torno de cooperativas de crédito, como forma de se protegerem da exploração financeira de instituições bancárias, públicas e privadas e de agiotas dos mais diferentes tipos.

Neste contexto, essas entidades creditícias começaram a surgir e a se difundir por diversos países, demonstrando, na prática, que essas iniciativas poderiam amenizar o problema da dificuldade de acesso ao crédito aos pequenos.

A primeira manifestação de microcrédito da qual se tem notícia data de 1846, denominada Associação do Pão, as Sociedades Raiffeisen, foram fundadas, no sul da Alemanha por Wilhelm Raiffesen, que era pastor protestante e prefeito da cidade de Flammersfeld, com o objetivo de conceder crédito para pequenos agricultores e camponeses que estavam se destruindo nas mãos de agiotas.

Com o passar do tempo, a associação cresceu e se transformou em uma Cooperativa de Crédito para a população pobre, sendo a precursora dos bancos do povo.

Em 1864, após a fundação de várias dessas sociedades, Raiffesen, com o intuito de buscar mais objetividade, começou a transformar essas caixas de socorros em sociedades de crédito. O sucesso dessas instituições estimulou a fundação de outras cooperativas de crédito, denominadas caixas rurais, que se tornaram mundialmente conhecidas com seu nome.

Muito embora essas cooperativas sejam conhecidas como predominantemente rurais algumas das suas características influenciaram as instituições de microcrédito hoje existentes, das quais, segundo BORGES, citamos:

- os créditos são concedidos com o objetivo de propiciar o crescimento e o desenvolvimento dos pequenos empreendedores, que ficam excluídos do sistema bancário convencional;

- as cooperativas não objetivam lucros e não distribuem as sobras. Os excedentes de recursos originam-se de um percentual do movimento financeiro da cooperativa e destinam-se a formar um fundo de reservas, garantia suplementar dos negócios, característica que lhes permite praticar taxas de juros mais baixas que as do mercado.

Na mesma época em que Raiffeisen fundava as caixas rurais. Surgia na Alemanha outra cooperativa de crédito, denominada Banco Popular de Schule-Delitzsch.

Esse banco destinava-se a atender as necessidades de crédito dos trabalhadores, pequenos comerciantes e empreendedores industriais da zona urbana alemã, que passavam por situação de grande dependência econômica e dificuldades financeiras.

Em 1845 surge a primeira cooperativa de crédito, chamada de Banco Popular. Esses Bancos Populares cobravam juros pelos créditos concedidos e tinham a possibilidade de cobrar uma taxa sobre esses empréstimos, para a formação de um fundo próprio.

Suas características eram similares às das caixas rurais e das atuais instituições de microcrédito, devido ao fato de terem sido criadas para atender o interesse de pequenos comerciantes, industriais, trabalhadores e artesãos, com facilidades na concessão do crédito, além de praticarem taxas de juros acessíveis.

A denominação “*Caisses Populares*”, ou bancos do povo, surgiu em 1900 no Canadá, quando um jornalista da Assembléia Legislativa de Quebec, com a ajuda de 12 amigos reuniu o montante de 26 dólares canadenses para emprestar aos mais pobres.

O grande marco que desenvolveu, difundiu e serviu de modelo para popularizar o microcrédito nasceu da experiência iniciada em 1976 em Bangladesh, pelo Professor e economista Muhamad Yunus.

Observando que os pequenos empreendedores da pequena aldeia de Jobra, localizada próxima à Universidade Chittagong, onde lecionava eram reféns dos agiotas, pagando juros extorsivos e, mesmo assim, pagando corretamente, o professor Yunus começou a emprestar a essas pessoas pequenas quantias com recursos pessoais.

A experiência foi tão bem sucedida que, com o passar do tempo, obteve ajuda de bancos e instituições privadas, criando, em 1978, o Grameen Bank (“Banco da Aldeia”) e o modelo atual de microcrédito, que pode ser definido como sistema de crédito diretamente relacionado ao combate à pobreza, através do financiamento aos micro-produtores, via grupos solidários, que prestam garantia mútua dispensando a garantia tradicional dos bancos. As mulheres representam 96% dos clientes. Doze milhões de cidadãos de Bangladesh já foram atendidos pelos

programas do Grameen.

A experiência do Grameen gerou a revolução do microcrédito no mundo, onde hoje existem programas nele espelhados em sessenta países, inclusive alguns considerados ricos, como o Canadá, França e Estados Unidos.

Existem algumas características que ajudam a definir o microcredito e que são universais:

- empréstimos sem exigência de garantias: a exigência de colaterais consiste na maior barreira ao acesso dessa população aos serviços financeiros, dessa forma, a ausência de garantias reais torna possível o acesso aos pobres, sendo considerada a maior característica individual do microcrédito em todo o mundo;

- taxas de juros sustentáveis: em muitos países uma característica que define o microcrédito é que as taxas de juros praticadas são determinadas de forma a assegurar sua viabilidade ao longo do tempo;

- cobrança sistemática: a boa pratica do microcrédito se caracteriza por uma atenção redobrada ao calote, sendo que um dia de atraso no pagamento de uma parcela do empréstimo é motivo para o cliente ser contatado;

- agentes de crédito: utilizado por programas de microcrédito em todo o mundo, é um profissional treinado na metodologia específica do microcrédito, sendo considerado elemento fundamental para o sucesso de uma instituição de microfinanças. Geralmente são os agentes que identificam, preparam e fazem o acompanhamento e cobrança dos empréstimos através de visitas aos clientes. Em algumas instituições brasileiras esse profissional é chamado de gerente de carteira;

- empréstimos pequenos e sucessivos: normalmente os empréstimos começam com valores muito pequenos que vão sendo aumentados à medida que novos empréstimos vão sendo tomados, em função do comportamento nos empréstimos anteriores e do desempenho do cliente;

- aval solidário: tanto em Bangladesh como em muitos países da América Latina, os programas de microcrédito iniciaram com mecanismos de garantias em grupo, normalmente compostos de cinco membros, para compensar a ausência de garantias reais. Muitos desses programas evoluíram para os empréstimos individuais ou mantêm as duas modalidades.

- atividades produtivas: o principio do microcrédito é de oferecer financiamento aos que trabalham por conta própria no setor informal. Todos os

clientes têm que provar a existência de um negócio e de uma fonte de renda. A maioria das Instituições de Microfinanças brasileiras exige pelo menos um ano de atividade no negócio, mas já existem algumas que exigem apenas seis meses. Não se financia consumo;

- não setorial: diferentemente de muitas modalidades de crédito, o microcrédito não é destinado a um setor específico, podendo ser financiadas todas as atividades comerciais, industriais ou de serviços, desde que não sejam consideradas atividades ilegais.

1.5.3 Ação econômica com forte impacto social

O impacto positivo do microcrédito nas situações de pobreza é amplamente reconhecido. Ao permitir o acesso continuado ao crédito para negócios com capital próprio mínimo (razão pela qual não alcançam empréstimos junto ao sistema financeiro tradicional e pagam juros muito elevados a agiotas), fortalece-se o empreendimento e aumenta-se a renda das famílias. Desse processo, muitas vezes, resulta a volta do filho para a escola, a construção de novos cômodos na casa e a melhoria da qualidade da alimentação familiar.

De fato, o microcrédito vem apoiando modelos alternativos de geração de ocupação e renda para o segmento mais pobre da população, firmando-se como elemento importante de estratégias destinadas a enfrentar a pobreza e a exclusão social. Isso faz com que ele se constitua em alternativa às tendências mais gerais da sociedade contemporânea de concentração da renda e ampliação das disparidades sócio-econômicas.

1.5.4 O Público-alvo do microcrédito

Conforme expõe Parente (2002), para compreender a lógica do microcrédito é preciso primeiro conhecer as características do segmento microempresarial e conhecer as razões pelas quais os bancos convencionais não se dispõem a atendê-lo e lhe prestar serviços financeiros.

A mesma autora diz que uma característica comum do público-alvo do microcrédito é a exclusão social, conceito difícil de definir, visto estar atrelado ao modo de vida das sociedades de consumo ocidentais.

Parente (2002, p. 42) continua afirmando que:

A pobreza é outra condição típica que essa clientela tem em comum, mas também aqui se encontra um teor de relatividade e variabilidade, dependendo dos países e dos critérios adotados para defini-la. É que a maioria dos estudos sobre pobreza toma por base o conceito de “linha de pobreza” ou seja, o nível de renda a partir do qual uma pessoa é considerada pobre e passa a ser contada nas estatísticas populacionais na rubrica de “pobres”.

Buscando melhor qualificar a expressão “pobreza” e aproveitando para relacionar outra característica do público-alvo do microcrédito, utiliza-se como enfoque de pobreza a dificuldade de acesso aos bens e serviços mínimos adequados a uma sobrevivência digna – acesso que pode ser facilitado pela renda do trabalho ou complementado por programas públicos de bem-estar social. Quanto à renda do trabalho, deve-se analisar não apenas o nível de renda, mas também a estabilidade no tempo tanto da renda quanto da atividade que permite auferi-la. Ou seja, diante disso, podemos incorporar mais uma característica do público alvo do microcrédito: a instabilidade da atividade econômica e da renda que ela gera.

Outro fator que se deve enfatizar é que depois da estabilização da economia, os bancos estão tendo que redirecionar seu foco para o uso do crédito, e esta é uma das maneiras mais eficazes para bancarizar a população de baixa renda com bom resultado financeiro.

1.5.5 A demanda por microcrédito no Brasil

No Brasil, a primeira cooperativa de crédito surgiu em 1902, em Nova Petrópolis, município do interior do Rio Grande do Sul, criada pelo Padre jesuíta Theodor Amstadt juntamente com um grupo de colonos alemães, entretanto, a primeira experiência brasileira em microcrédito no modelo criado e difundido mundialmente pelo Professor Muhamad Yunus teve início em 1973, através do Projeto UNO - União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações, lançado em Recife, Pernambuco, sendo a primeira cidade da América Latina onde uma instituição de microfinanças adotou taxas de juros que cobriam o custo do crédito e

realizou análises e aprovações de crédito rápidas, características consideradas essenciais para a sobrevivência e crescimento institucional.

A UNO era uma organização não governamental especializada em microcrédito e capacitação para trabalhadores de baixa renda do setor informal, e suas operações eram lastreadas por uma espécie de “aval moral”. Os recursos iniciais vieram de doações internacionais, posteriormente, incrementados por outras linhas de crédito.

Ao longo dos anos 80 e 90 é que as instituições de microfinanças começaram a ganhar mais escala e projeção nacional, crescendo o interesse dos governos municipais e estaduais, que começaram a apoiar a criação de ONG's, especializadas em microfinanças.

Segundo estudo efetuado pela Caixa Econômica Federal em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD e com a Agência Brasileira de Cooperação – ABC, (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2002) existe um total máximo equivalente a 13,5 milhões de pequenos empreendimentos que são demandantes potenciais de microcrédito.

Ainda segundo os estudos mencionados, recorrendo-se a hipóteses razoáveis sobre a relação entre renda e probabilidade de aceitação da solicitação, deduz-se que, em termos de número de clientes, ter-se-ia um total de 5,8 milhões de clientes exercendo demanda efetiva, dos quais 4,6 milhões seriam trabalhadores por conta própria e 1,2 milhões seriam pequenos empresários. Com isso, o montante total da demanda por microcrédito pode atingir cerca de R\$ 11,4 bilhões, dos quais R\$ 7,4 bilhões seriam provenientes de unidades produtivas chefiadas por trabalhadores por conta própria, e R\$ 4 bilhões de unidades chefiadas por pequenos empregadores; um total impressionante que equivale a, aproximadamente, 1% do PIB do Brasil.

A política de microcrédito pode ser vista como uma estratégia de mudança social, na medida que possibilita que pessoas, até então excluídas social e economicamente, possam alcançar a cidadania.

Conforme Barone (2002), a indústria de microfinanças no Brasil, até 1994, era praticamente inexistente. A emergência das instituições de microfinanças somente ocorreu após a estabilização macroeconômica de 1994, quando cresceu o interesse dos governos estaduais e municipais em apoiar a criação de ONGs especializadas em microcrédito. Em 1996, o BNDES passou a apoiar o

fortalecimento das organizações existentes, através do Programa de Crédito Produtivo Popular e, em 1998, o Banco do Nordeste passou a atuar com 50 agências especializadas do Programa CrediAmigo.

Um marco importante nessa trajetória foi a iniciativa de revisão do marco legal, articulada pelo Conselho da Comunidade Solidária, que culminou com três decisões relevantes: a chamada nova lei do terceiro setor (Lei 9.790/99), que inclui o microcrédito como uma das finalidades das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIPs; a não sujeição das OSCIPs à lei de usura (que limita os juros a 12% a.a.); e a criação, pelo Conselho Monetário Nacional, de uma nova entidade jurídica: a Sociedade de Crédito ao Microempreendedor – SCM, que regulamenta a participação da iniciativa privada na indústria de microfinanças (Resolução 2.874).

Segundo Caldas a maior parte dos programas de microcrédito surgidos no Brasil em meados dos anos 90 tem em comum o objetivo de combater a pobreza e o desemprego, por meio do fortalecimento das atividades econômicas de pequeno porte, substituindo as formas assistencialistas de atender a população de menor poder aquisitivo e paternalistas de atender a parcela populacional que se relaciona com os detentores do poder local.

Barone e Lima (2002) afirmam que, a despeito das iniciativas citadas, a indústria de microfinanças no Brasil ainda é muito pequena e frágil. Segundo o autor, as razões para isso estariam concentradas tanto em deficiências de gestão, envolvendo desde a falta de visão de futuro, pouco conhecimento de estratégias de mercado e de sistemas de informação contábil, operacional e gerencial, e formação insuficiente de recursos humanos, quanto na baixa produtividade dos agentes de crédito dessas entidades.

1.5.6 Microempréstimo simplificado

Através da Medida Provisória nº 122, de 25 de junho de 2003, que gerou a Lei nº 10.735, de 11 de Setembro de 2003, o governo estabeleceu o direcionamento de parcela dos depósitos à vista captados pelas instituições financeiras para operações de microempréstimo. Assim, os bancos vão ser obrigados a aplicar parte de seus recursos em operações de microcrédito, possibilitando o acesso ao crédito, inclusive nas instituições privadas, de parcela da população que hoje tem

dificuldades de acesso às linhas tradicionais dos bancos. As condições da operação foram definidas por meio da Resolução BACEN 3.112, de 31 de Julho de 2003.

Esta definição corrige uma das grandes falhas do sistema financeiro brasileiro, até o atual governo, era a ausência de linhas de crédito de pequeno valor e custos razoáveis. As pessoas de baixa renda muitas vezes acabavam tendo que recorrer a agiotas, pagando juros altíssimos e correndo riscos até físicos, sempre que necessitavam de recursos para aquisição de algum bem, pagamento de contas ou despesas inesperadas.

1.5.6.1 Criação de contas especiais simplificadas de depósitos à vista

Um dos sintomas mais evidentes da exclusão financeira e social é o virtual bloqueio ao acesso de grande parcela da nossa sociedade sequer aos serviços mais básicos providos pelos bancos, como a mera abertura e manutenção de uma conta corrente. Sem condições de comprovação de renda, impossibilitados de arcar com taxas e tarifas, sem ter como fornecer os dados para preenchimento de cadastro bancário, boa parte de nossa população não detinha condições mínimas de inserção econômica.

Por intermédio da Resolução do Conselho Monetário Nacional nº 3.104, o governo facultou aos bancos com carteira comercial, aos bancos comerciais e à Caixa Econômica Federal a abertura, sem burocracia, de contas especiais simplificadas para a população de baixa renda que não possua outra conta de depósito à vista, a serem movimentadas exclusivamente por meio de cartão magnético.

Esta iniciativa possibilita a ampliação do acesso da população ao sistema financeiro, propiciando a melhoria das condições de obtenção de crédito, de realização de poupança e de aquisição de produtos financeiros, além da maior comodidade para pagamento de contas e para liberação de recursos para pessoas beneficiadas por programas governamentais de interesse social.

A Caixa Econômica Federal, como parte de sua estratégia de atendimento ao segmento de clientes de baixo poder aquisitivo, tem atuado fortemente na ampliação de seus produtos microfinanceiros, especialmente no que diz respeito à promoção da inclusão bancária e à disseminação de sua atuação em Microcrédito.

2 METODOLOGIA

O foco de uma pesquisa consiste em qualquer tema que necessite de melhores definições, precisão, revisão, esclarecimento do que já existe sobre o assunto, segundo Cervo e Bervian (1996), o planejamento da pesquisa envolve uma metodologia, que possui duas fases: a) a fase de investigação, que engloba a escolha do assunto, e a formulação de problemas, e b) a fase de comunicação, que engloba a coleta e análise dos dados, estrutura do relatório, redação, e apresentação. Nesse capítulo são abordados os procedimentos adotados para o desenvolvimento da pesquisa, desde o método escolhido, coleta e tratamento de dados.

O problema de pesquisa é determinante para selecionar o tipo de pesquisa a ser realizada. Para a análise e acompanhamento dos resultados da inclusão social através do programa Caixa Aqui, faz-se necessária uma ampla coleta de informações. Para obtenção de dados da pesquisa foram utilizadas ferramentas como literatura impressa, jornais, livros, outros trabalhos de pesquisa correlatos, serviços de busca na INTERNET e aplicação de questionários.

Segundo GIL (2002, p. 41) “as pesquisas podem ser classificadas com base em seus objetivos e nos procedimentos técnicos utilizados”.

Segundo a classificação com base em seus objetivos a pesquisa pode ser Exploratória, Descritiva ou Explicativa. Pretende-se utilizar neste trabalho o Método Descritivo, que consiste na descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São utilizadas técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.

Ainda segundo o mesmo autor (2002), com base nos procedimentos técnicos utilizados, as pesquisas estão divididas em dois grandes grupos de delineamentos: aqueles que se valem das chamadas fontes de papel e aqueles cujos dados são fornecidos por pessoas. No primeiro grupo, estão a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. No segundo, estão a pesquisa experimental, a pesquisa *ex-post facto*, o levantamento e o estudo de caso.

Neste trabalho foi utilizada a pesquisa bibliográfica juntamente com o levantamento. Gil (2002) destaca que a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos, enquanto que o levantamento caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer.

Utilizou-se bibliografia da área de responsabilidade social, economia, desenvolvimento social, *marketing* e crédito, e realizou-se um levantamento de dados de pessoas que abrem uma conta simplificada Caixa Aqui nas agências da cidade de Santa Maria.

2.1 Instrumento de coleta de dados

O instrumento de pesquisa coletou os dados informados pelos clientes da conta simplificada Caixa Aqui, que segundo Richardson (1985), o meio mais freqüente consiste em abordar pessoas utilizando um questionário fechado com frases - respostas, as quais são associadas escalas. Este tipo de instrumento requer uma coleta prévia junto à literatura, neste caso a partir da revisão bibliográfica, complementada com um estudo que antecede à pesquisa, denominado exploratório, com o auxílio de entrevistas com pessoas que possam contribuir com informações sobre o caso estudado.

O questionário instrumento da pesquisa foi composto por perguntas fechadas baseadas no perfil de clientes da Caixa Econômica Federal a nível nacional e com o objetivo de identificar a população que se torna cliente Caixa Aqui na cidade de Santa Maria. Tal perfil foi pesquisado em relatórios de anos anteriores, 2003 e 2004, disponíveis nos arquivos da Empresa.

2.2 Técnicas de coleta de dados

As técnicas de coleta de dados mais freqüentes são a entrevista face a face, correio e telefone. A aplicação do questionário por telefone e via correio foi descartada em razão da inexistência de cadastro. O método de entrevista face a face foi considerado o mais adequado, no entanto era inviável dispor de tempo para aplicar todos os questionários necessários. Optou-se então, pela aplicação de

questionários a novos clientes da conta Caixa Aqui quando da abertura da conta nas agências da cidade de Santa Maria, pelo próprio atendente empregado Caixa.

Foram entregues 350 questionários no total e obteve-se o retorno de 252, correspondendo ao esperado de 250.

Em poder dos questionários definitivos, devidamente respondidos, os mesmos foram processados e elaboraram-se tabelas e gráficos onde variáveis foram adicionadas e retiradas do estudo, buscando reduzir ou simplificar a estrutura da base de dados, sem perder informações, classificando e criando grupos e estabelecendo relações entre as variáveis.

2.3 População

A presente pesquisa foi feita com a população composta por novos clientes que abriram uma conta simplificada Caixa Aqui, nas agências da cidade de Santa Maria, no período de maio a junho de 2005.

2.4 Critérios para seleção da amostra

O critério utilizado para seleção da amostra quanto ao número de clientes, iniciou-se com a consulta aos relatórios anuais da Caixa Econômica Federal identificando o número de contas simplificadas abertas num determinado período. Outro aspecto observado foi o perfil dos usuários da referida conta. Logo após, foram identificadas as contas simplificadas cadastradas na cidade de Santa Maria, fazendo-se um levantamento mensal. O resultado encontrado foi uma média de 250 contas simplificadas Caixa Aqui abertas por mês.

Para atingir a proposta da pesquisa, foram aplicados 350 questionários com perguntas fechadas junto à clientela de baixa renda, "Segmento Essencial", das agências da cidade, vinculadas ao Escritório de Negócios Santa Maria.

3 DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO

3.1 O Balanço Social

As ações sociais praticadas pelas empresas vêm tornando-se, nos últimos tempos, uma das alternativas de diferenciação positiva. A experiência mostra que as empresas voltadas para causas sociais não apenas alavancam as vendas de seus produtos, como também reforçam a sua imagem de marca, tornando-se simpáticas ao público, cada vez mais voltado para o social.

Observa-se uma preocupação crescente das empresas em vincular sua imagem à noção de responsabilidade social. A nova postura da empresa cidadã baseada no resgate de princípios éticos e morais passou a ter natureza estratégica. Daí a importância da elaboração e divulgação do balanço social, instrumento valioso para medir como vai o exercício da responsabilidade social nos empreendimentos. Esta necessidade, decorrente de um lado pela pressão crescente da sociedade sobre a empresa, com preocupação constante com os aspectos sociais envolvidos em suas decisões, de outro lado, uma considerável insegurança quanto ao papel futuro da empresa na sociedade.

O Balanço Social interno como ferramenta de gestão da empresa, não só tem sua aplicação na área social dos recursos humanos, mas também contribui para melhorar outros aspectos, tais como estrutura organizacional, informação e comunicação, produtividade, eficiência, etc. Externamente, a organização presta contas à comunidade em que está inserida quanto aos benefícios oferecidos, justificando a importância de sua existência neste contexto, bem como atende, de forma clara e objetiva, clientes que só adquirem produtos de empresas socialmente e ecologicamente corretas.

3.1.1 O Balanço Social dos bancos

O Sistema Financeiro Nacional pontifica entre um dos principais fatores da atividade econômica no Brasil. As inúmeras mudanças ocorridas neste segmento, resultantes da estabilidade monetária e da abertura da economia, culminaram em

relevantes alterações no setor, e, em conseqüência, levaram os bancos a buscar, cada vez mais, a otimização de seus resultados, mediante a aplicação de técnicas e procedimentos, visando garantir, em especial, sua credibilidade, condição primeira para operar com seus produtos e serviços. Aliados às forças competitivas, surgem os deveres com a proteção ambiental como desafios adicionais, fazendo uma conexão entre os efeitos ambientais e os resultados financeiros dos negócios.

A cada dia que passa, nos vários setores da sociedade moderna, observa-se que os bancos, como empresa, também deveriam dispensar especial atenção para a dimensão social, assim, o aspecto do balanço social dos bancos pode representar a valiosa contribuição dos banqueiros para o desenvolvimento econômico e social do país.

O Balanço Social pode constituir-se nessa ferramenta, objetivando possibilitar à sociedade o conhecimento das ações empresariais de interesse social realizadas pelos bancos. Estas ações podem, ainda, serem processadas por meio da divulgação de um conjunto de informações econômicas e sociais das entidades.

Uma curiosidade encontrada nos balanços sociais dos Bancos é que estes deixam de divulgar os aspectos negativos dos resultados diretos e indiretos, o que pode por em risco um dos aspectos importantes de sua análise que é a transparência.

Inicialmente pode parecer paradoxal a hipótese de fazer constar em um documento como o Balanço Social os danos causados pela organização à sociedade, ao meio ambiente e aos funcionários. Mas a palavra “balanço” pressupõe as partidas e contrapartidas, a discriminação dos direitos e obrigações e, especialmente, o estabelecimento de um resultado, seja ele positivo ou negativo.

3.1.2 O Balanço Social da Caixa Econômica Federal

Conforme Anexo II, até o momento, a Caixa publicou seu último Balanço Social referente ao primeiro semestre de 2004. Ressalta-se que a CAIXA teve seu Balanço social de 2003 como destaque do Centro-Oeste, obtendo o terceiro lugar no prêmio oferecido pela BOVESPA, Instituto Ethos, IBASE e outras entidades nacionais. A seguir algumas projeções para o período.

A Receita Líquida do primeiro semestre de 2004, em relação ao ano de 2003, alcança o índice de 42,34%. A Receita Operacional do primeiro semestre de

2004, em relação ao ano de 2003 alcança o índice de 40,37%. Até o momento a folha de pagamento apresenta um índice de 54,13% quando comparado ao ano de 2003.

Com relação aos indicadores sociais internos e considerando-se o percentual da Folha de Pagamento Bruta, os índices constantes do balanço até o momento, apresentam variação positiva de 6,40%, quando comparados ao ano de 2003. Em relação à receita líquida, a variação entre os percentuais apresenta um índice 36,00% superior a 2003, o que se explica pela combinação do aumento dos Indicadores Sociais Internos com redução da Receita Líquida.

Com relação aos indicadores sociais externos, os percentuais apresentados nos dois balanços 2003 e 2004 em relação ao Resultado Operacional aumentaram em 21,80%, e em relação à Receita Líquida aumentaram 16,20%, em função do resultado inferior da RL e do RO. Especificamente se considerado o valor total de Contribuições para a sociedade, apresentados nos dois balanços, observa-se que o primeiro semestre de 2004 superou em 17,10% o resultado do ano de 2003, no que diz respeito a volume. Em relação aos percentuais de RO e RL, verifica-se um aumento de 191,80% e 166,70%, respectivamente.

Considerando-se os indicadores ambientais até o momento, o valor equivale a 80,08% do valor destinado em 2003, observando-se aumento desse montante. Em relação à RO e RL, verificamos que os percentuais apresentados se encontram dobrados.

Com relação aos indicadores do corpo funcional, o crescimento líquido do número de empregados apresenta um acréscimo de 5,90%, considerando-se as quantidades de 2003 e 2004. A quantidade de admissões no primeiro semestre de 2004 supera o número total do ano de 2003 em 31,90%. Não foi possível estabelecer uma relação entre o número de terceirizados para apuração da quantidade nos anos de 2003 e 2004, foram utilizados critérios diferentes pela área gestora. O número de estagiários no primeiro semestre de 2004 supera em 9,00% a quantidade de 2003. O número de empregados com mais de 45 anos foi reduzido em 2004, em relação a 2003, no percentual de 15,54%. A quantidade de mulheres em relação aos dois anos, aumentou em 5,50%. O percentual de cargos gerenciais ocupados por negros e mulheres não apresentou alteração. A quantidade de portadores de deficiências ou necessidades especiais permaneceu estável.

Com relação às informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial, considerando que o número de acidentes ocorridos no primeiro semestre de 2004 equivale a 59,12% da meta estabelecida para o ano de 2004, é possível supor que a meta estabelecida será ultrapassada. Nota-se, ainda, que o crescimento do número de empregados foi de 5,90%, o que demonstra um descompasso entre o número de acidentes e o crescimento de empregados.

Vale lembrar que o Balanço Social da Caixa, que deve ser de domínio público, não era divulgado em seu portal *web* (*intranet e internet*) até 2003. Atualmente, existe uma área especialmente responsável por este tipo de publicação.

3.2 Caixa Aqui

O foco social pressupõe ser a Caixa banco de acesso a milhões de famílias desbancarizadas. Para aumentar a bancarização da população de baixa renda, a Caixa iniciou o credenciamento de estabelecimentos comerciais em dezembro de 2000, em localidades onde não existiam agências bancárias e nem casas lotéricas. Esses estabelecimentos são hoje conhecidos como correspondentes bancários.

Em seu discurso de posse, Jorge Mattoso, atual Presidente da Caixa, disse:

Buscaremos também ampliar a captação de recursos necessária para sustentar a concessão de crédito. Será necessário não só recuperar o espaço histórico da caderneta de poupança, perdido devido à expansão da 'indústria de fundos', mas também aumentar a captação de depósitos à vista. Nesse sentido, um programa de ampliação do acesso bancário da população brasileira 'sem conta' e do microcrédito será um compromisso nosso.

A maioria das pessoas pertencentes às classes menos favorecidas não tem acesso a uma conta bancária, são excluídas do sistema. Elas não têm acesso à saúde, à educação de qualidade, a serviços de esgoto, etc.

Para a Caixa, bancarizar essas pessoas é de extrema importância, porque a empresa deve fazer parte da construção social e política deste mercado. É sua vocação, como pode ser visto na sua missão.

Estudos recentes demonstram que existem no Brasil cerca de vinte e três milhões de pessoas com conta corrente ou conta poupança, ou seja, bancarizados.

Utilizando informações do IBGE, pode-se inferir que há no Brasil mais de vinte e cinco milhões de domicílios sem acesso a bancos, conforme tabela abaixo:

TABELA 1 – Domicílios por classe de renda com e sem acesso a bancos

Faixas	Brasil (milhões)	Índice de Bancarização	Com acesso (milhões)	Sem acesso (milhões)
Até 2 SM	10,2	0%	0,0	10,2
De 2 a 5 SM	14,5	20%	2,9	11,6
De 5 a 10 SM	9,5	63%	6,0	3,5
Total	34,2		8,9	25,3

Fonte: Censo 2000, PNAD 1999, segundo critérios BCG.

3.2.1 Correspondentes bancários

Em 2003 a Caixa Econômica Federal lançou um novo tipo de conta, batizada de Conta Eletrônica Caixa Aqui, que promove o acesso de famílias brasileiras a produtos e serviços financeiros.

Já se pode dizer que o resultado do programa de correspondente bancário, estabelecido por iniciativa do Banco Central, foi um sucesso sem precedentes. A permissão aos bancos para se associarem a mercadinhos, padarias, farmácias, casas lotéricas e outros pontos comerciais para oferecer serviços aumentou em mais de 40 mil o número de postos de atendimento bancário no País.

Segundo a Superintendente de Desenvolvimento e Estratégias Empresariais da Caixa, Maria Fernanda Coelho, o correspondente bancário tem como objetivo criar condições favoráveis para fomentar e democratizar o acesso aos produtos e serviços financeiros de forma a promover a inserção social dos cidadãos excluídos por renda ou por localização geográfica.

A criação de correspondentes bancários ou agências alternativas foi regulada há dois anos pelo Banco Central, através da Circular 2.978 que se baseia na Resolução 2.707/2000 do Conselho Monetário Nacional.

Em novembro de 2001, o padeiro e proprietário da Panificadora Dois Irmãos o "seu" Ridaildo Barros de Oliveira, de 26 anos tornou-se o "banqueiro de Solidão", pequena cidade encravada num vale do sertão de Pernambuco, a 412 km da capital Recife. Ele e a mulher, dona Maria Anemília, de 25 anos, passaram a ser os responsáveis por realizar as operações no equipamento instalado pela Caixa Econômica Federal na panificadora (Revista Gente da Caixa, 2002)

Na mesma época, na cidade de Normandia - um dos pontos mais altos do país, situado no estado de Roraima aos pés do Pico da Neblina, na fronteira com a Venezuela foi instalado o segundo correspondente bancário da Caixa, batizado como "CAIXA Aqui".

O CAIXA Aqui passou a fazer parte da vida de todos os brasileiros. Com um projeto arrojado a Caixa implantou o projeto em 100% das cidades brasileiras, incluindo cerca de 10 mil casas lotéricas, padarias, supermercados, farmácias, lojas de material de construção e até cartórios. Hoje são mais de 20 mil pontos de atendimento, onde a população pode obter benefícios como o Bolsa-Escola e o Bolsa-Alimentação do Governo Federal, as aposentadorias do INSS, PIS e ainda efetuar o pagamento de contas, como água, luz e telefone (Caixa Econômica Federal, Guia Caixa Aqui, 2004). Há também estabelecimentos autorizados a abrir contas correntes e de poupança. Cada beneficiário dos programas sociais do Governo recebe um cartão magnético que é lido pelo terminal do correspondente bancário, que se comunica com os sistemas centrais e autoriza o pagamento, de forma barata e segura.

Para os usuários, os serviços de pagamento e recebimento de contas nestes estabelecimentos são muito mais simples e cômodos. O ponto de venda fica perto de casa, não há fila, porta-giratória e nem a atmosfera sisuda das agências bancárias. E para os bancos, se associar a um estabelecimento comercial fica muito mais barato do que abrir uma agência, ou mesmo instalar uma máquina de auto-atendimento.

Segundo José Lima (Revista Gente da Caixa, 2004), os Correios, em parceria com o Bradesco, criaram o Banco Postal no Brasil, onde são oferecidos serviços financeiros básicos, como abertura de contas, depósitos, saques, recebimentos, pagamentos, concessão de empréstimos e cobrança de títulos, entre outros. Com a implementação do Banco Postal, o Bradesco passou a ter uma rede de atendimento bancário do Brasil, com mais de 9.500 pontos. Contudo, não há

instituição melhor posicionada para aproveitar esta oportunidade do que a Caixa, com sua rede de distribuição.

Assim, o acesso das famílias aos bancos está se tornando realidade, mudando uma situação anterior que espelhava de forma contundente a concentração de renda na sociedade brasileira. A rede bancária tradicional concentrava-se geograficamente no Sudeste contando com 60% do total de agências, enquanto que cerca de 2.100 municípios brasileiros sequer tinham qualquer tipo de atendimento bancário local.

TABELA 2: Atuação dos correspondentes bancários

Quantidade de Operações	Dezembro 2002	Junho 2004
Pontos de Atendimento	14.166	26.755
Depósitos	5.578.789	29.448.757
Saques	12.091.707	42.911.590
Operações de Crédito	46.364	384.526
Pagamentos	26.605.558	49.285.306
Recebimentos	277.202.813	443.419.899
Outros Serviços	415.047	17.518.644

Fonte: Revista da Caixa agosto 2004.

Com esta enorme cobertura nacional o correspondente bancário também traz em seu bojo um forte processo de inserção social e cidadania, seja pela possibilidade da transferência direta dos benefícios governamentais aos cidadãos ou pela melhoria da qualidade de vida, pelo aumento da auto-estima e a criação de oportunidades de renda.

3.3 A conta Caixa Aqui

Com o objetivo de bancarizar a população de baixa renda e, conseqüentemente promover a inclusão social, a Caixa criou a conta simplificada Caixa Aqui.

Lançada experimentalmente em alguns municípios em abril de 2003, a Conta Eletrônica pôde ser aberta, inicialmente, em agências da Caixa que atendem as regiões das periferias de São Paulo (SP), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF) e Curitiba (PR), contudo a operação foi estendida para toda a sua rede de agências em todo o país.

Segundo o presidente da Caixa, Jorge Mattoso (Jornal da Caixa), uma significativa parcela da população tem estado distante dos serviços bancários. A Conta Eletrônica Caixa Aqui é um passo importante na direção de possibilitar a inclusão social dessas pessoas, que somam vinte e cinco milhões de famílias em todo o país.

Por ser uma modalidade de conta voltada para o público não bancarizado, a Conta Eletrônica é bastante simplificada. Na abertura, são exigidos apenas o CPF, documento de identificação e comprovante de endereço ou declaração de próprio punho sobre local em que reside. Não há quantia mínima para iniciar - com menos de dez reais, por exemplo, é possível tornar-se cliente. A movimentação é feita somente por meio de cartão magnético, dispensando os talões de cheque e tarifas bancárias, desde que obedecidos os limites mensais de transações – quatro saques e quatro extratos no mês. A conta permite a realização de saques, depósitos e consultas de saldo tanto nas agências como nos correspondentes bancários da Caixa. O cliente poderá fazer até quatro movimentações durante o mês sem nenhum ônus. Não é preciso fazer comprovação de renda. As contas eletrônicas permitem uma movimentação mensal máxima de três mil reais (Manual Normativo Caixa, 2004).

Uma das vantagens é que a Conta Eletrônica possibilita que muitos trabalhadores possam receber seus salários através de crédito direto em conta. Esses trabalhadores podem sacar seu dinheiro em uma lotérica, ou na padaria, mercado, farmácia, credenciados à rede Caixa Aqui, sem precisar deslocar-se para o município vizinho, promovendo a circulação de recursos e o desenvolvimento local.

Possuir uma conta bancária pode até parecer pouca coisa para quem a teve durante toda a vida. Mas ter uma conta bancária é motivo de orgulho e sentimento de dignidade por parte das pessoas que até pouco tempo atrás estavam segregadas do sistema bancário.

Até o momento, mais de 2,8 milhões de contas já foram abertas (Jornal da Caixa). Muitos desses correntistas conseguiram, inclusive, pela primeira vez, receber crédito bancário pagando taxas de juros bastante inferiores às cobradas por agiotas ou financeiras, antes as únicas opções de dispunham.

TABELA 3: **Contas simplificadas abertas.**

BANCOS	Número de Contas Simplificadas em 31/12/2004
CEF	2.542.063
Banco do Brasil	887.754
Banco Popular do Brasil	1.050.887
BNB	120.142
BASA	17.802
TOTAL	4.618.648

Fonte: Banco Central

3.4 Crédito Caixa Aqui

No ano internacional do microcrédito, a Caixa espera expandir o seu projeto de bancarização para que mais pessoas de baixa renda possam ter acesso ao crédito.

Aos clientes detentores de contas Caixa Aqui por prazo superior a três meses é oferecida uma modalidade de micro-empréstimo simplificado, caracterizada por um crédito pré-aprovado de pequeno valor, a um custo compatível com o público de baixa renda.

O objetivo do crédito Caixa Aqui é efetuar a bancarização do público de baixa renda por meio da concessão de limite de crédito rotativo à pessoa física detentora da conta, para constituir ou reforçar a provisão de fundos.

O crédito de duzentos reais é disponibilizado na conta por prazo de quatro meses, podendo ser renovado. Ele é operado com taxa prefixada e encargos postecipados, debitados mensalmente, sendo que os créditos feitos na conta, no mesmo dia de sua realização ou liberação, servem para cobertura do uso do limite de crédito.

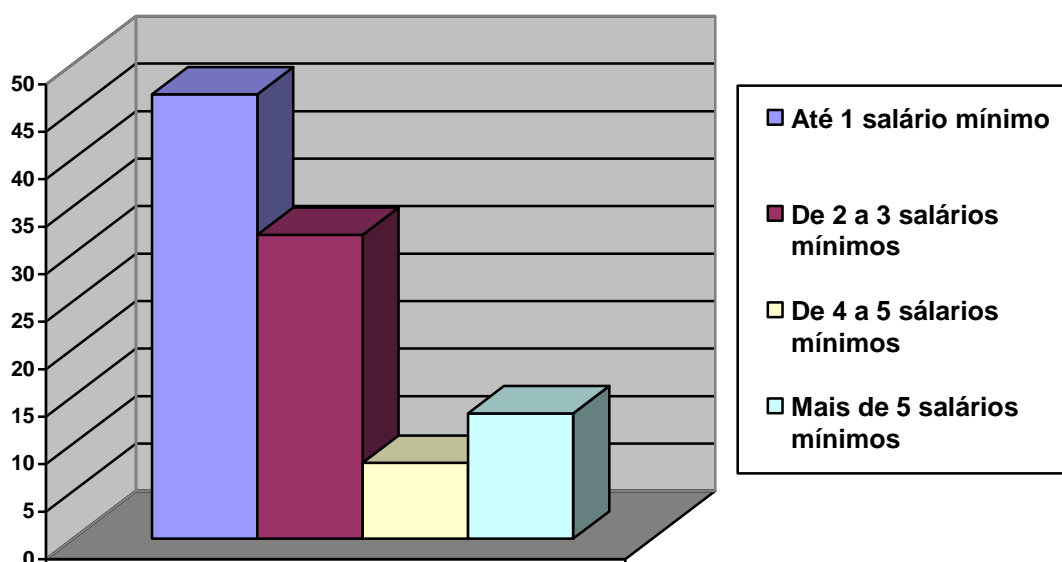
Todo cliente Caixa Aqui pode obter o crédito, basta ser maior de 18 anos e não ter restrições cadastrais.

O crédito pode ser utilizado através do cartão magnético, sendo que o valor da tarifa é de 2% sobre o valor disponibilizado. A tarifa é descontada na conta no dia da liberação do crédito e a cada renovação do contrato. Sobre o valor utilizado a Caixa cobrará juros efetivos mensais de 2%. Os juros serão descontados na conta, no primeiro dia útil do mês seguinte ao da utilização do crédito.

3.5 A inclusão social através da Conta Caixa Aqui na cidade de Santa Maria/RS

Com o propósito de averiguar se a estratégia de inclusão social através da bancarização e de maior atenção à população de baixa renda da Caixa está sendo implementada com êxito na cidade de Santa Maria, foram realizadas pesquisas com clientes que abriram uma conta simplificada Caixa Aqui no período de maio a junho de 2005. Os resultados podem ser conferidos abaixo:

GRÁFICO 1: Renda dos entrevistados



O GRÁFICO 1 confirma o alcance dos objetivos da Caixa quando do lançamento da Conta Eletrônica Caixa Aqui, ou seja, atender às expectativas da população de baixa renda e não bancarizados. De acordo com os resultados apresentados, pode-se notar que a maioria dos clientes detentores do produto auferem uma renda bem inferior se comparado aos demais entrevistados.

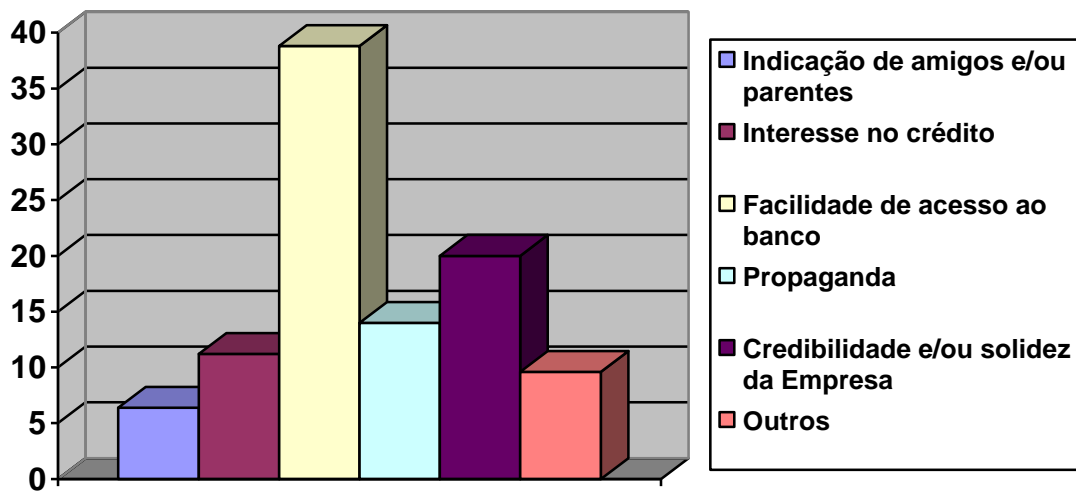
Vale lembrar que a pesquisa também demonstrou que todos os clientes “Caixa Aqui” trabalham, sendo que a grande maioria vive da renda informal, como pode ser visto a seguir:

TABELA 4: Idade dos Clientes X Atividade Formal

Idade	Atividade Formal		Total
	Sim	Não	
16 a 25 anos	28,88% (13)	71,12% (32)	100% (45)
26 a 34 anos	36,36% (4)	63,64% (7)	100% (11)
35 a 44 anos	26,86% (18)	73,14% (49)	100% (67)
45 a 54 anos	31,03% (9)	68,97% (20)	100% (29)
55 a 64 anos	29,41% (5)	70,59% (12)	100% (17)
65 anos ou mais	25,92% (21)	74,08% (60)	100% (81)
Total	28,00% (70)	72,00% (180)	100,00% (250)

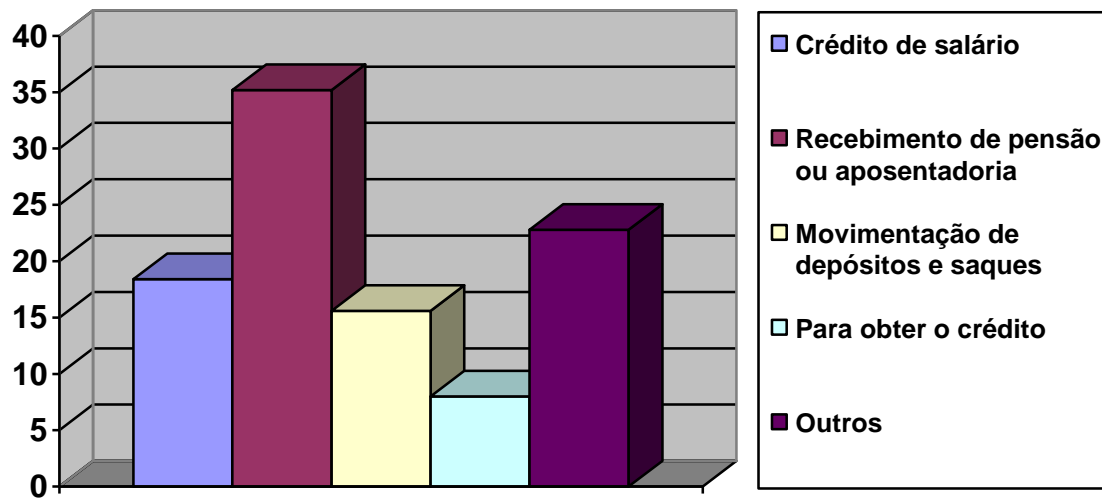
Analisando-se a atividade informal hoje no país, pode-se perceber que a cidade de Santa Maria não está fora do geral. Como pode ser observado, a diferença entre o percentual de trabalhadores com carteira profissional assinada e os que trabalham informalmente é drástica. De qualquer forma, a conta Caixa Aqui, pela simplicidade para sua abertura – dispensando a comprovação de renda -, atinge todo tipo de público, tornando possível o acesso ao banco.

GRÁFICO 2: Razões para a abertura da Conta Caixa Aqui



O gráfico demonstra que as pessoas levam em consideração, quando da abertura de uma conta, a facilidade de acesso, que é o que a Caixa busca como imagem: o banco de acesso a todos, pois a Empresa, por ser uma executora das políticas do governo federal, representa para a população um aspecto que denota confiança nos seus produtos e serviços.

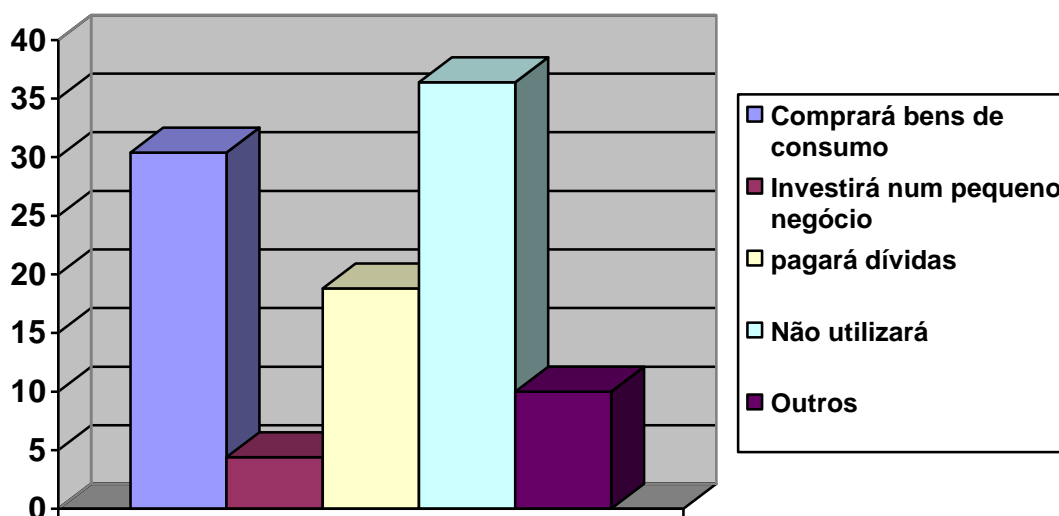
GRÁFICO 3: Utilização da conta



Como a maioria dos entrevistados possui renda informal, a conta Caixa Aqui é pouco utilizada para crédito de salário, destacando-se como conta para crédito de aposentadoria ou pensão. Muitos dos clientes são aposentados e pela primeira vez têm a oportunidade de acesso a uma conta bancária.

Cabe ressaltar que um dos motivos mais lembrados pelos entrevistados foi a oportunidade de utilizar a conta para que “o dinheiro esteja em segurança”.

GRÁFICO 4: Utilização do crédito



A partir desse gráfico, pode-se perceber que a maioria dos clientes Caixa Aqui não utilizará o crédito que porventura será disponibilizado para contratação. Esse dado confirma o estado atual do crédito Caixa Aqui no país.

A ampliação do crédito disponível, tida como uma das condições para o crescimento econômico, não foi acompanhada pela concessão de empréstimos bancários para a baixa renda.

Números dos relatórios da Caixa mostram que o banco, até final de 2004, havia oferecido crédito para 789.505 correntistas da conta Caixa Aqui. No entanto, só 180.918 contrataram a operação, ou seja, mesmo tendo acesso ao crédito, só 22,9% dos correntistas da conta Caixa Aqui quiseram contratar o empréstimo. Dos R\$ 157 milhões oferecidos pela Caixa, só R\$ 36 milhões foram usados.

Em Santa Maria, os relatórios também demonstram que do crédito disponibilizado, somente 25,9% foram contratados.

A explicação, segundo o Superintendente Nacional de Empréstimos da Caixa, Jorge Pedro de Lima Filho (Jornal da Caixa), é que "as pessoas sabem que não precisam pegar dinheiro emprestado só porque existe oferta de crédito. Têm consciência de que só devem emprestar quando há necessidade".

Quanto à fidelização do cliente, a pesquisa demonstrou que os novos usuários - 87% - da Conta Caixa Aqui pretendem adquirir outros produtos da Caixa.

Essa é uma grande oportunidade de desenvolver e otimizar ainda mais o acesso ao sistema financeiro.

Após a realização da pesquisa, foram utilizados os relatórios das metas da Caixa na cidade de Santa Maria para evidenciar se as agências da cidade estão cumprindo com a meta proposta.

A Caixa estabeleceu que no ano de 2005, as agências de Santa Maria deveriam realizar a abertura de 4.838 contas simplificadas Caixa Aqui. Essa meta está distribuída entre quatro agências segundo seu porte e localização.

Até o momento, apenas 26,7% da meta foi realizada, totalizando a abertura de 1.291 contas. Para que a Caixa alcance seu objetivo, será necessário que, até o final do ano, sejam abertas mais 3.547 contas na cidade de Santa Maria, totalizando 100% da meta.

CONCLUSÃO

Essa pesquisa propiciou o aprofundamento das questões sociais que envolvem a Caixa Econômica Federal, grande empresa que, através da sua história, demonstra que as empresas que se perpetuam no mercado são aquelas capazes de gerar e transferir valores à sociedade.

Com seu principal objetivo institucional de financiar o desenvolvimento urbano e social de modo a contribuir para melhorar a qualidade de vida da população brasileira, a Caixa é hoje o maior banco de rede de atendimento do Brasil. A empresa vem mantendo o seu foco como agente de fomento nas áreas de habitação – preferencialmente para os segmentos de menor renda, infra-estrutura urbana e prestação de serviços sociais. Ao longo dos seus 143 anos de atividade, a Instituição vem ampliando o seu objetivo social e hoje participa da vida de quase todos os brasileiros, cumprindo com sua missão.

Nos últimos anos, a Caixa vem demonstrando grande engajamento com a questão da responsabilidade social, recebendo vários prêmios e sendo reconhecida pela sociedade.

O grande desafio da Caixa é equacionar o paradoxo de apresentar resultados financeiros positivos sem perder de vista sua função social estabelecida pelo Estado, possuindo o desafio de fazer negócio com uma base heterogênea de dezoito milhões de clientes, sendo que destes, quatorze milhões estão inseridos na faixa de renda que vai até cinco salários mínimos, representando, aparentemente, baixo retorno para qualquer instituição financeira que atue no varejo no mercado bancário.

A exclusão social é uma realidade e a Caixa, como agente executora dos programas sociais do governo federal, não poderia ficar isenta. Tendo como estratégia unir a Conta Simplificada, o Microcrédito e a ampliação da rede de atendimento para formar o maior programa de inclusão bancária do país, a Caixa é hoje a grande responsável pelo acesso dos menos favorecidos no sistema bancário.

A partir da estratégia de bancarização e de um atendimento mais individualizado também às classes menos favorecidas da população, pode-se inferir que a Caixa está cumprindo com seu papel social, ou seja, justificando a sua existência perante a sociedade.

Contudo, estudando uma determinada região, e neste caso a cidade de Santa Maria, pode-se concluir que ainda faltam alguns elementos para que a inclusão bancária esteja de acordo com o proposto pela Caixa.

Evidenciou-se que a meta de bancarização não está sendo realizada pelas agências da cidade, não atingindo o percentual desejado para o primeiro semestre de 2005.

Sugere-se que o aspecto da bancarização seja revisto. A divulgação da Conta Caixa Aqui deve conter estratégia de comunicação didática, já que o público-alvo demonstra resistência em se relacionar com bancos. As campanhas publicitárias devem destacar a promoção da cidadania e dignidade às pessoas de baixa renda, respeitadas e tratadas como clientes do sistema bancário. Sugere-se também, adequar o produto a características regionais, a fim de minimizar os impactos das diferenças culturais regionais, determinadas pela atuação em âmbito nacional e a pluralidade de culturas no Brasil, pois sua estratégia e táticas são desenhadas de forma única para todo o país.

O acesso às novas tecnologias, para esse público, não só é dispendioso, como também de difícil assimilação. É preciso, portanto, reinventar estruturas de custos, formar alianças e bases locais de apoio, automatizar os processos em larga escala e fazer um árduo trabalho de comunicação. Isso porque não só os clientes, mas também os funcionários da Caixa Econômica Federal precisam conhecer minuciosamente o produto em questão.

Também se sugere uma campanha de abertura de contas simplificadas juntamente com o cadastro de CPF para a população carente de Santa Maria. Através da divulgação na mídia, pode-se estipular uma data para ação conjunta das agências da cidade. Já foi comprovado que uma ação desse tipo é válida e traz grandes resultados, como pôde ser visto em outras cidades do Brasil (Jornal eletrônico da Caixa).

No mês de maio de 2005, a Caixa criou o “Guia Caixa para uma vida melhor” que consiste num programa de racionalização de gastos e eliminação de desperdícios. O Guia é destinado aos novos clientes da Conta Caixa Aqui e aos moradores das comunidades carentes. Todas as agências receberam o material para distribuição, e o Escritório de Negócios Santa Maria recebeu 250 unidades para promover evento com a participação do público de baixa renda. Esse material pode

ser utilizado em campanhas locais, promovendo a idéia de cidadania e destacando a importância das pequenas ações.

Desde o último mês, com o percentual desejado de abertura de contas simplificadas ainda não realizado, as agências e o Escritório de Negócios de Santa Maria estão organizando reuniões para divulgação da conta Caixa Aqui. A prefeitura já foi contatada para a realização de evento com os beneficiários de programas assistenciais.

O acesso ao crédito deve ser estimulado pois cria um círculo que amplia o rendimento das famílias e, conseqüentemente, o consumo. Assim o setor produtivo investe mais, aumentam os índices de produtividade e o desenvolvimento local.

Com novos projetos de publicidade e divulgação da Conta Caixa Aqui, espera-se atingir o objetivo proposto pela Caixa no ano de 2005, realizando a inclusão social na cidade de Santa Maria e, conseqüentemente, gerando renda e desenvolvimento comunitário.

A partir das experiências vivenciadas na Empresa e através de pesquisa realizada nos seus arquivos, conclui-se que a Caixa Econômica Federal vem cumprindo com a sua função social. No entanto, ainda existe um longo caminho para atingir o índice de bancarização desejado, tanto em âmbito nacional quanto regional. Somente com uma campanha publicitária adequada à população de baixa renda e com ações e projetos locais é que a meta de inclusão social no Brasil e na cidade de Santa Maria será alcançada.

BIBLIOGRAFIA

A CAIXA. **Caixa Econômica Federal**. Disponível em: <<http://www.caixa.gov.br> > Acesso em 31 mar 2005.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BARONE, Francisco Marcelo; LIMA, Paulo Fernando. **Introdução ao microcrédito**. Brasília: Conselho do Comunidade Solidária, 2002.

BOWEN, Howard R. **Responsabilidades sociais dos homens de negócio**. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1957.

BUENO, Eduardo. **Caixa: uma história brasileira**. Brasília: Caixa Econômica Federal, 2002.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL. **Caixa Aqui**. Brasília: Caixa Econômica Federal, 2002.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL. **Estatuto da Caixa Econômica Federal**: Decreto n.º 4371 de 11.09.2002. Brasília: Caixa Econômica Federal, 2002.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL. **Relatório anual 2004**: uma rede para o progresso. Brasília: CEF, 2005.

CALDAS, Eduardo L. **Da experiência do microcrédito à microfinança**. 2002. Disponível em: <http://www.polis.org.br/publicações/artigos.html>. Acesso em 02 mar 2005.

CALDAS, Janete. Correspondentes bancários. **Revista Gente da Caixa**, Brasília, ano 2, n. 4, p. 28-29, mar. 2002.

CERVO, AL. e BERVIAN, P.A. **Metodologia científica**. São Paulo: Cultura, 1996.

DRUCKER, Peter F. **Administração, tarefas, responsabilidades, práticas**. São Paulo: Pioneira, 1975.

FONTES, Ângela M. Mesquita et al. **A Expansão das microfinanças no Brasil**. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Administração Municipal/Fundação Ford, 2003.

FROES, Cesar e MELO NETO, Francisco Paulo de. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. 2 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002

INDICADORES ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL 2000. **Instituto Ethos**. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>> Acesso em 22 mar 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL. **Microfinanças no Brasil**. Disponível em <www.ibam.org.br> Acesso em: 30 mai 2005.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Mercado de trabalho – conjuntura e análise nº 19**. Brasília: IPEA, 2002.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Futura, 2001.

LIMA, José. Caixa Aqui: acesso para todos os brasileiros. **Revista Gente da Caixa**, Brasília, ano 4, n. 15, p. 15-16, ago. 2004.

MARQUES, Mario Osório. **Escrever é preciso: o principio da pesquisa**. 4 ed. Ijuí: Unijuí, 2001.

MATTOSO, Jorge. **O Brasil desempregado**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999.

PARENTE, Silvana. **Microfinanças: saiba o que é um Banco do Povo**. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2002.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1985.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO À MICRO E PEQUENA EMPRESA. SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa. Brasil, 2004. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 19 nov. 2004.

SILVA, Getulio Borges da. **Caixas econômicas: a questão da função social**. 1 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

SOARES, Rinaldo Campos. **Empresariedade & ética: o exercício da cidadania corporativa**. São Paulo: Atlas, 2002.

TENORIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

TURABIAN, Kate L. **Manual para redação: monografias, teses e dissertações**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

VELLOSO, João Paulo dos Reis. **Economia do conhecimento, crescimento e inclusão social**. Rio de Janeiro: Jose Olympio, 2004.

YUNUS, Muhammad. **O banqueiro dos pobres**. 1º ed. São Paulo: Editora Ática, 2000.

Economia global e exclusão social: pobreza, emprego, estado e o futuro do capitalismo. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

ANEXO I

**PESQUISA DE OPINIÃO REALIZADA JUNTO
AOS CLIENTES DE BAIXA RENDA (Segmento Essencial e Atendimento)
DA CAIXA ECONÔMICA FEDERAL**

1. Sexo

() Masculino

() Feminino

2. Idade

() 16 a 25 anos

() 26 a 34 anos

() 35 a 44 anos

() 45 a 54 anos

() 55 a 64 anos

() 64 anos ou mais

3. Estado Civil

() Solteiro (a)

() Casado (a)

() Separado (a)/Divorciado (a)

() Outros

4. Escolaridade

() Ensino Fundamental

() Ensino Médio

() Ensino Superior

() Outro. Qual? _____

5. Você trabalha?

() Sim

() Não

6. Se você trabalha, a sua atividade é registrada em Carteira Profissional?

() Sim

() Não

7. Renda

() Até 1 salário mínimo

() De 2 a 3 salários mínimos

() De 4 a 5 salários mínimos

() Mais de 5 salários mínimos

8. Você já conhecia a Conta Caixa Aqui?

() Sim

() Não

9. Você tem conta em outro banco?

() Sim

() Não

10. Por que você abriu a conta Caixa Aqui?

() Indicação de amigos/parentes

- Interesse no crédito
- Facilidade de acesso
- Propaganda
- Credibilidade/solidez da empresa
- Outros. Qual? _____

11. Você utilizará a conta para:

- Crédito de salário
- Recebimento de pensão ou aposentadoria
- Apenas para movimentação de depósitos e saques
- Para obter o crédito
- Outros. Qual? _____

12. Quanto à utilização do crédito você:

- comprará bens de consumo
- Investirá num pequeno negócio
- pagará dívidas
- não utilizará
- outros. Qual? _____

13. Você tem ou pretende ter outros produtos da Caixa?

- Sim
- Não

ANEXO II