

Data: 30/06/2008 00:21:25 [1073 Palavras]

Publicação: Gazeta Mercantil (Brasil)

Idioma: Português-Brasil

Autor: Gazeta Mercantil

Global Business Perspectives, 30 de Junho de 2008 - Há aproximadamente 30 anos, o professor de economia Muhammad Yunus fez o seu primeiro empréstimo de US\$ 27 para um grupo de 42 mulheres para que elas pudessem expandir os seu negócio de fabricação de móveis de bambu.

Após o sucesso do empréstimo inicial, Yunus percebeu que mesmo uma quantia pequena de dinheiro poderia mudar as vidas de pessoas e pensou: por que não continuar? Desde então, os pequenos empréstimos sem garantias, conhecidos como microcrédito, têm beneficiado 100 milhões de pessoas em todo o mundo. Com 94% de toda a renda mundial concentrada nas mãos de apenas 40% da população, Yunus decidiu que era hora de fazer algo voltado para os 60% remanescentes. Bancos comerciais não ofereciam esse tipo de empréstimo aos pobres e, na época, as mulheres representavam apenas 1% dos tomadores de empréstimos em Bangladesh.

Yunus fundou o Grameen Bank (Village Bank, ou Banco dos Pobres) com a metade dos tomadores de empréstimos composta por mulheres. Inicialmente, Yunus afirmou que muitas mulheres tinham medo de pegar dinheiro emprestado e diziam não entender nada de finanças. Todavia, não era a voz delas que Yunus ouvia, mas sim a voz de uma história de negligências. Ele estava determinado a remover este medo gradativamente e, então, começou a notar algo extraordinário. Quando o dinheiro era emprestado às mulheres, elas mostravam-se não apenas melhores devedoras, mas também investiam uma parte maior dos seus salários em casa.

Atualmente, 97% dos 7,5 milhões de devedores do banco Grameen Bank são mulheres. Yunus discorda daqueles que defendem que o microcrédito é bom, mas apenas para aqueles que possuem instintos empreendedores. Ele acredita que todas as pessoas são empreendedoras, mas nós vivemos em sociedades onde nem todos tiveram chance para dar vazão aos seus talentos - todo mundo possui esta habilidade, mas nem todos tiveram a felicidade de descobri-la.

Em fevereiro de 2008, o Grameen Bank abriu uma filial nos Estados Unidos, na cidade de Nova York, a primeira em um país desenvolvido. O banco planeja oferecer US\$176 milhões em empréstimos nos próximos cinco anos, alcançando os 28 milhões de americanos que não têm contas em bancos e outros 44,7 milhões que têm acesso limitado às instituições financeiras.

No mundo dos negócios, Yunus diz que há apenas um princípio: ganhar dinheiro. Entretanto, ele defende que os seres humanos são multifacetados, gostam de ganhar dinheiro, mas também gostam de ajudar os outros. A próxima grande idéia de Yunus assenta-se no investimento social e a sua primeira iniciativa neste sentido será a produção de iogurte para milhões de pobres em Bangladesh por meio de uma parceria com a Danone firmada em 2006. Yunus diz que um dólar doado à caridade pode ser usado apenas uma vez, mas a grandeza de um investimento de cunho social é o fato de que ele prolonga a vida daquele dólar ao criar instituições extremamente necessárias e eficientes. A escritora da Insead Knowledge, Rahilla Zafar, entrevistou Yunus sobre os seus esforços.

Você se surpreendeu com o alcance do microcrédito, que foi bem sucedido mesmo em lugares completamente diferentes de Bangladesh?

Sim e não. Aconteceu muita coisa desde que nós começamos. Naquela época eu e os meus alunos não fazíamos idéia da dimensão que isso tomaria, estava muito além da nossa imaginação. Mas, ao mesmo tempo, ainda não foi longe o suficiente. Afinal de contas, passaram-se 31 anos e já foi demonstrado que é algo que pode ser feito e que é importante para a vida das pessoas. Pode funcionar em todas circunstâncias, ambientes, especificidades nacionais, mas ainda não foi institucionalizado; ainda é feito por organizações não-governamentais (ONGs) e não faz parte do sistema financeiro formal. De forma que, ao mesmo tempo, ainda trata-se de uma experiência frustrada.

Qual é o futuro do microcrédito em um lugar como a cidade de Nova York?

Trata-se ainda do mesmo conceito: pequenos empréstimos para atividades que geram renda de maneira sustentável, de modo que as pessoas possam investir em um negócio autônomo com geração de receita e aproveitar os seus talentos pessoais. Assim, essas características básicas continuam sendo as mesmas onde quer que você vá, seja Nova York ou um pequeno povoado em um país pobre, não importa. As pessoas precisam de dinheiro e o microcrédito oferece isso a elas, por meio da prestação de um serviço.

Com lojas como a Wal-Mart, os tomadores de empréstimos nos EUA vêem-se obrigados a produzir produtos diferentes daqueles presentes nos países em desenvolvimento?

As pessoas fazem coisas que não tem qualquer relação com a Wal-Mart. Uma estilista de moda, por exemplo, sabe fazer roupas que agradam pessoas como ela, assim ela recebe encomendas. Ela faz vestidos de noiva ou de festa. Então, isso não tem nada a ver com o que os outros fazem, é algo mais pessoal. Ou alguém que trabalha com flores, as pessoas contratam o seu serviço porque gostam dos seus arranjos.

Você acredita que o microseguro se tornará mais acessível, especialmente em lugares onde o microcrédito têm mostrado-se um sucesso?

Tudo isso é necessário, qualquer serviço que esteja ao alcance dos ricos também deve estar disponível aos pobres. Não deve haver distinção entre um serviço voltado para os ricos e outro para os pobres. Apenas o

tamanho é diferente. Ao passo que uma pessoa abastada toma um empréstimo de US\$ 1 milhão, uma pessoa mais humilde pode fazer um empréstimo entre US\$ 100 e US\$ 1 mil. Um seguro é um seguro, um seguro de saúde deve ser o mesmo e isso vale para qualquer serviço que você possa mencionar. Mas, ele deve ser oferecido aos pobres que não têm acesso a eles.

No futuro, nós continuaremos a ver iniciativas como a parceria Grameen-Danone?

Certamente, este é um mundo completamente novo que se está abrindo e todos devem participar. Pode ser realizado em qualquer lugar; há inúmeros problemas onde investimentos se fazem necessários. Por exemplo, 50 milhões de pessoas nos Estados Unidos não possuem seguro-saúde. Ajudá-los poderia ser um investimento social. Em Bangladesh, milhões sofrem com a subnutrição e o iogurte oferece nutrientes vitais que não estão presentes na sua dieta diária. A Grameen-Danone decidiu recuperar o seu investimento, mas não receber dividendos. O iogurte é vendido com um valor nominal; o objetivo é promover um grande impacto social e não dar lucro. Isso pode ser feito no mundo inteiro com relação a questões como pobreza, moradia, água potável, qualquer problema que você cite.

(Gazeta Mercantil/Caderno A - Pág. 12)(The New York Times)