

**CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO JOSÉ**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

JULIANA LOPES BOMFIM DA SILVA  
DANIELA LONGOBUCCO TEIXEIRA BALOG

**O MARKETING DE RELACIONAMENTO ABORDADO PELOS  
BANCOS COMUNITÁRIOS AOS MICROEMPREENDEDORES DAS  
COMUNIDADES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO: O CASO DO  
BANCO MUMBUCA – MARICÁ-RJ**

Rio de Janeiro

2021.2

**O MARKETING DE RELACIONAMENTO ABORDADO PELOS BANCOS  
COMUNITÁRIOS AOS MICROEMPREENDEDORES DAS COMUNIDADES DO  
ESTADO DO RIO DE JANEIRO: O CASO DO BANCO MUMBUCA – MARICÁ-RJ**

**THE RELATIONSHIP MARKETING ADDRESSED BY COMMUNITY  
BANKS TO MICROENTREPRENEURS IN THE COMMUNITIES OF THE STATE OF  
RIO DE JANEIRO: THE CASE OF MUMBUCA BANK – MARICÁ-RJ**

**Juliana Lopes Bomfim da Silva**

Graduanda do Curso de Administração do Centro Universitário São José.

**Daniela Longobucco Teixeira Balog**

Prof. Me. em Administração.

## **RESUMO**

O principal objetivo desse artigo foi explorar a interação do Banco Mumbuca (banco comunitário referência, localizado na região de Maricá, no estado do Rio de Janeiro) com os microempreendedores da região e sua rede de relacionamento. Nesse artigo, foi apresentado um contexto histórico de como surgiu o conceito de bancos comunitários de desenvolvimento, criado pelo economista Muhammad Yunus, em Bangladesh, país asiático que vive em constante crise econômica e sanitária, onde pequenos produtores locais dependiam de empréstimos concedidos de forma clandestina e perigosa, por meio da agiotagem. Alinhado a esse contexto, foi relatado como o empreendedorismo por necessidade é uma realidade recorrente no Brasil nos dias atuais e como um determinado grupo de empreendedores possui dificuldade no processo de tomada de crédito. Nesse

artigo, foi contada a história da criação do Banco Mumbuca, no ano de 2014, com seu objetivo inicial: Ser um meio de efetivação para pagamentos de um programa municipal de transferência de renda, criado pelo então prefeito Washington Quaquá, inspirado no Programa Bolsa Família, criado pelo governo de Luiz Inácio Lula da Silva. Foram abordados tópicos como: a concessão do microcrédito através do Banco Comunitário de Desenvolvimento em um cenário o qual os microempreendedores enfrentam dificuldades na relação com os bancos tradicionais e foram explícitos os métodos de abordagens desse banco, através de reuniões, palestras e multirões de cadastramento de novos comerciantes parceiros. Também foi relatado a expansão da aceitação de sua moeda social, a chamada Mumbuca, nos comércios do município de Maricá ao longo dos últimos anos e a transição do antigo meio de pagamento, via cartão, para a atual forma utilizada pela grande maioria dos BCDs brasileiros: a plataforma E-dinheiro, o que gerou um aumento significativo no uso e na aceitação da moeda.

**Palavras-chave: Bancos Comunitários de Desenvolvimento; Marketing de Relacionamento; Finanças solidárias.**

## **ABSTRACT**

The main objective of this article was to explore the interaction of Mumbuca Bank (community bank reference, located in the region of Maricá, in the state of Rio de Janeiro) with micro-entrepreneurs in the region and their relationship network. In this article, a historical context of how the concept of community development banks emerged, created by economist Muhammad Yunus, in Bangladesh, an Asian country that lives in constant economic and sanitary crisis, where small local producers depended on clandestine loans. In line with this context, it was reported how entrepreneurship out of necessity is a recurrent reality in Brazil today and how a certain group of entrepreneurs has difficulty in the process of taking credit. In this article, the story of the creation of Banco Mumbuca, in 2014, was told, with its initial objective: To be a means of effecting payments for a

municipal income transfer program, created by previous Mayor Washington Quaquá, inspired by the Bolsa Família Program, created by the government of Luiz Inácio Lula da Silva. Were discussed topics as: the granting of microcredit through the Community Development Bank in a scenario in which microentrepreneurs face difficulties in the relationship with traditional banks and the methods of approach of this bank were made explicit, through meetings, lectures and task force of registration of new partner merchants. It was also reported the expansion of acceptance of this social currency, called Mumbuca, in businesses in the municipality of Maricá over the past few years and the transition from the old means of payment, via card, to the current form used by the vast majority of Brazilian CDBs: the E-Dinheiro platform, which generated a significant increase in the use and acceptance of the currency.

**Keywords: Community Development Banks; Marketing of relationship; Solidarity finance.**

## **INTRODUÇÃO:**

Nos últimos anos, o Brasil foi um dos países com o maior aumento de registros de microempreendedores no mundo, liderando o ranking do BRICS, superando até mesmo grandes potências como os Estados Unidos e a China. Desses novos empreendedores, muitos afirmam empreender por necessidade, alegando escassez de recursos e a falta de oportunidades de emprego (GEM, 2020/2021).

Atualmente, o modelo de Microempreendedor Individual (MEI), corresponde a mais da metade das empresas registradas formalmente no banco de dados do SEBRAE. O Rio de Janeiro é o segundo Estado com maior número de inscritos, ficando atrás apenas do Estado de São Paulo (SEBRAE, 2021). E a tendência é que essa quantidade aumente, pois em 2021, o Brasil registrou a maior taxa de declaração de habitantes que possuem vontade de abrir o seu próprio negócio entre os 65 países analisados. Um crescimento considerável em relação aos anos anteriores. Grande parte dessas decisões foram influenciadas pela Pandemia. (GEM, 2020/2021 p. 91).

Simultaneamente, a cidade do Rio de Janeiro concentra a maior população de favelas do Brasil. A favela da Rocinha e a comunidade do Rio das Pedras, respectivamente, são a primeira e a terceira maiores favelas do País. São mais de 1,3 milhões de pessoas morando em favelas em toda a cidade (IBGE, 2010).

Tendo em vista esses fatores, os microempreendedores locais, conhecidos pela determinação, criatividade e resiliência para adaptarem-se às demandas locais, estão em constante crescimento no mercado, e pessoas que jamais pensariam em atuar em certas áreas, estão migrando, seja pelo empreendedorismo por necessidade, seja pela realização de um sonho, ou até mesmo pela demanda local.

De acordo com uma pesquisa realizada com microempreendedores da favela da Rocinha, um dos principais desafios ao empreender é o acesso ao crédito. Por não possuírem recursos financeiros para investir um capital social, recorrem a instituições financeiras. Devido aos grandes juros e taxas, é difícil realizar uma organização financeira capaz de suprir à demanda de pagamento (BRAZÃO, 2015). Isso, quando há o fornecimento de crédito, o que não ocorre para todos.

E pela dificuldade na obtenção de crédito, surge o conceito dos Bancos Comunitários. Criado por Muhammad Yunus, em Bangladesh, país asiático conhecido pela escassez de recursos, os Bancos Comunitários operam de maneira contrária aos bancos tradicionais: eles vão até seus clientes e oferecem o microcrédito. Yunus acredita e afirma em sua obra que uma pessoa que não tem oportunidades, quando a recebe, faz de tudo para mantê-la (YUNUS, 2006).

Os Bancos Comunitários de Desenvolvimento (BCD), como também são chamados, chegaram ao Brasil em 1998, com a criação do Banco Palmas, no Ceará, que atualmente é um BCE de referência para os mais de 100 Bancos Comunitários atuantes no País.

Um dos maiores problemas relatados pelos BCDs no Brasil é a dificuldade em constituir fortes ligações com redes econômicas e de relacionamento em seu meio atuante. Dentre as adversidades relatadas, as principais em comum são: A prospecção de parceiros comerciais e a aceitação e associação dos moradores da região onde o serviço é ofertado (GOMES, 2019). Essa dificuldade de relacionamento será abordada e investigada nesse trabalho, demonstrando que, ao mesmo tempo que os Bancos Comunitários têm perspectiva social, eles também precisam utilizar técnicas de gestão e comunicação eficazes para que as entidades possam vigorar (SINGER, 2003). Daí surge a importância do Marketing de Relacionamento aplicado aos Bancos Comunitários de Desenvolvimento, sendo utilizado na batalha pela fidelidade do cliente (MCKENNA 1993, p. 46), relacionado principalmente, à confiança (MORGAN e HUNT, 1994).

Portanto, a questão norteadora para esse trabalho é: como os Bancos Comunitários se relacionam com esses microempreendedores para fornecer o microcrédito?

Como objetivo geral, pesquisar a respeito das técnicas utilizadas para abordar esse público, aplicar confiabilidade e segurança, e realizar um trabalho benéfico para ambas as partes.

A pesquisa tem como objetivo específico entender se essa abordagem é direcionada e inclusiva. O objetivo específico também envolve a verificação das metodologias de inclusão e relacionamento com o público-alvo, com um estudo

aprofundado sobre a criação de estratégias para ações de relacionamento com esses clientes.

Esse artigo busca contribuir para com a compreensão dos mecanismos de microcrédito e como transformá-lo em ferramentas poderosas de alavancagem para o desenvolvimento e a inclusão social no Brasil, combatendo a pobreza e a desigualdade social no país.

A problemática desse trabalho está baseada nas dificuldades que os microempreendedores locais, moradores de comunidades na cidade do Rio de Janeiro encontram em utilizar serviços bancários no modelo tradicional, na concessão de crédito, de modo geral. O que o levou a ter essas dificuldades? Alinhado a um embasamento de contexto histórico que já é conhecido. E trazer não apenas quais as facilidades que o Banco Comunitário poderá trazer para o usuário, como também as estratégias de relacionamento abordadas por eles.

## **1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **1.1. CONTEXTO HISTÓRICO**

O conceito de Bancos Comunitários surge através do economista asiático - ganhador do prêmio Nobel da Paz – Muhammad Yunus, principalmente em seu livro “O banqueiro dos pobres”. Nessa obra, Yunus se baseia em sua própria história, que a partir de seu árduo trabalho combatendo pobreza, realizou uma intervenção psicossocial, e assim utilizou alguns conceitos e ações que podem ser analisados sob a visão da Psicologia Comunitária. O autor foi um dos criadores do Grameen Bank, primeiro banco do mundo especializado no microcrédito, que é utilizado como ferramenta para englobar as classes mais desfavorecidas do país, com o objetivo de redução da pobreza social de Bangladesh, terra natal do autor, e País que vive em constante crise econômica e sanitária (YUNNUS, 2006). O contexto histórico se inicia numa situação a qual enquanto Yunus dava aulas em uma universidade local, pessoas morriam de fome nas calçadas,

portanto, algo precisava ser feito. Ele então implantou essa realidade local à sua didática em sala de aula através de estudos de caso e começou a levar seus alunos para realizarem pesquisas de campo junto a população vizinha, com o intuito de demonstrá-los as necessidades dessas pessoas e realizar uma análise do que precisava ser feito naquele local. Após essa análise de mercado, ocorreu a descrita “Fase Experimental”, a qual Yunus desenvolve a teoria de que as pessoas não devem ir aos bancos, e sim, os bancos devem ir até as pessoas, diferentemente do sistema adotado pelos bancos tradicionais. E é nesse ponto onde que esse artigo investigará: Quais as estratégias utilizadas por esses bancos para oferecer o microcrédito ao microempreendedor?

Nessa obra, Yunus também menciona o processo de internacionalização da ideia de concessão do microcrédito aos pobres, abordando o impacto na vida dessas pessoas que, em muitas das vezes, apenas precisam de um financiamento para romperem o ciclo da pobreza ou de empréstimos com fontes clandestinas e perigosas. A partir desses empréstimos é constatado o empoderamento dos microempreendedores que necessitam dele, a conscientização da tomada de crédito, o valor e a capacidade do gerenciamento de uso da moeda e a formação de novas lideranças munidas com recursos de compras.

A principal ideia defendida por Yunus em “O Banqueiro dos Pobres” é a de que muitas pessoas possuem talentos, capacidades e habilidades que podem e devem ser exploradas, e que a concessão de recursos financeiros nesses casos, pode ser um fator imprescindível para a realização deles.

## **1.2 NEGÓCIOS SOCIAIS E MECANISMOS DE FINANCIAMENTO**

Para a construção desse trabalho, foi realizada uma análise do livro *A Economia Solidária em Territórios Populares: Uma Pesquisa exploratória sobre o tecido socioprodutivo em quatro comunidades do Rio de Janeiro*, produzido pelo Projeto Rio Economia Solidária (RIO ECOSOL), em conjunto com a Prefeitura do Rio de Janeiro e a Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes). Para a realização desse projeto, foram selecionados o Núcleo de Solidariedade Técnica da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Soltec/UFRJ), através da Fundação Coppetec, da Universidade, o Centro de Ação Comunitária (Cedac) e o Instituto Palmas, responsável pelo gerenciamento do

Banco Palmas, um dos cases de Banco Comunitário de maior sucesso no País e responsável pela inserção de um Banco Comunitário no Conjunto Habitacional da Cidade de Deus, o qual será o objeto de estudo desse TCC. O objetivo dessa pesquisa foi mapear e identificar as atividades produtivas existente nas comunidades exploradas, com o intuito de desenvolver a economia solidária local como uma oportunidade alternativa e econômica nessas comunidades. Propósito similar à proposta oferecida por Muhammad Yunus, em Bangladesh, como o próprio descreve em “O Banqueiro dos Pobres”.

Uma das metas estratégicas estabelecidas pelo projeto é a de combater a violência urbana presentes fortemente nessas comunidades, através da geração de renda e emprego, fortalecimento de princípios e práticas de solidariedade. As iniciativas destacadas pelo projeto foram: o desenvolvimento de ações visando a construção de alternativas através da economia solidária; a identificação dos empreendimentos locais e suas formas de trabalho individuais e coletivas; o estímulo à formação de redes solidárias através do fortalecimento dos princípios de autogestão e auto-organização; o fomento a processos de desenvolvimento local sustentável; e o apoio e fortalecimento das práticas de comercialização (ALVEAR, 2012). O trabalho ficou dividido em duas linhas de frente: A formação de empreendedores em noções, princípios e valores da economia solidária; e a pesquisa com empreendedores daqueles quatro territórios, avaliando o grau de cooperativismo existente naquelas regiões. O estudo foi diretamente realizado com 940 empreendedores, moradores daquelas quatro comunidades, consolidando informações, evidenciando desafios e realizando análises cruzadas entre as regiões e registrando as lições aprendidas a partir dessas pesquisas. Além do registro de considerações finais, onde são indicadas alternativas para o prosseguimento do projeto de economias solidárias em territórios populares.

A Obra Bancos Comunitários do Preventório e Saracuruna - Experiências pioneiras de financiamento e extensão universitária no Rio de Janeiro – realizada por meio de parceria entre a Incubadora de Empreendimentos em Economia Solidária da Universidade Federal Fluminense (lees/UFF), moradores dos bairros de Saracuruna, em Duque de Caxias, e Preventório, em Niterói, e Ampla Energia, atual Enel Distribuição Rio, empresa responsável pelo fornecimento de energia em 66 municípios do Estado do Rio de Janeiro, incluindo Niterói e grande parte do município de Duque de Caxias.

Diferentemente dos casos mais comuns de Bancos Comunitários conhecidos no Brasil e no mundo, esse banco foi criado com o apoio de recursos de uma empresa de capital privado, se tornando o primeiro Banco Comunitário do Brasil a receber esse tipo de investimento inicial e apoio contínuo. As áreas escolhidas para a implementação desses bancos (a comunidade do Preventório, em Niterói e o Parque Esperança, na região de Saracuruna, em Duque de Caxias), foi concretizada principalmente por conta do comércio local e pela organização comunitária. Esse projeto também contou com uma consultoria fornecida pelo Instituto Banco Palmas durante 18 meses, através de visitas técnicas presenciais e apoio e orientação via telefone e digital.

Atualmente, o banco da região de Saracuruna não exerce mais suas funções. Ele encerrou suas atividades em 2013, por falta de articulação política. Já o Banco da Comunidade do Preventório continua exercendo suas funções. De início, muitos dos moradores não sabiam do que se tratava esse banco, alguns até pensavam se tratar de um banco de sangue, mas através da boa divulgação desse banco, suas propostas e benefícios sociais de impactos causados através da concessão do microcrédito, e das ações propostas por Yunus de que “o banco deve ir até seus clientes”, a proposta oferecida pelo banco chegou até seu público-alvo, obtendo o seu grande objetivo: o desenvolvimento local, fomentado pelo banco.

O livro *Impacto em Renda do Microcrédito*, aponta o microcrédito como “uma atividade marginal na economia brasileira” (MONZONI, 2008), mesmo sendo concedido com muita falta de acessibilidade, medido pela oferta de demanda nacional potencial, a concessão de microcrédito tem grande potencial de crescimento no Brasil. A análise realizada por Monzoni demonstrou que em dois anos, em média, a renda do microempreendedor de São Paulo quase dobra, porém, como mencionado por Yunus em Bangladesh, o fator trabalho está disponível, porém, faltam recursos de investimento financeiro. E através dessa renda concedida pelo microcrédito, o microempreendedor e sua família podem ser impulsionados para um novo patamar de renda. Esse livro foi desenvolvido para que os gestores públicos possam ter um olhar positivo sobre a utilização do microcrédito no País, visto como uma política de geração de renda, e para que o setor financeiro em geral, possa ter uma nova ótica de que o microcrédito alinhado

a uma boa orientação pode trazer como resultado, novos clientes com um bom histórico de crédito ao sistema bancário tradicional.

Também foram utilizados como objeto de pesquisas textos e artigos extraídos do Google Acadêmico, tais como: o artigo conjunto de Ariádne Scalfoni Rigo, Genauto Carvalho de França Filho e Leonardo Prates Leal: Bancos Comunitários de Desenvolvimento na Política Pública de Finanças Solidárias: Apresentando a Realidade do Nordeste e Discutindo Proposições. O trabalho retrata a realidade do conjunto dos Bancos Comunitários da Região Nordeste do Brasil, no cenário da política pública de finanças solidárias. Tal pesquisa consistiu em um levantamento, diagnosticando 26 Bancos Comunitários de Desenvolvimento desta Região, em meados de 2012. Os estudos apontaram os BCDs como grandes aliados de tecnologias sociais estruturadas a uma política pública de finanças solidárias que almeja alcançar as pessoas mais desfavorecidas economicamente. O Artigo Bancos Comunitários e Desenvolvimento Territorial: Analisando as Singularidades destas Experiências de Microfinanças Solidárias, de Jeová Torres Silva Júnior, que conta o resultado da propagação das experiências de 8 bancos comunitários do Estado do Ceará entre os anos de 2005 e 2006, através de uma Avaliação sobre a Implantação de Bancos Comunitários para o Desenvolvimento Territorial no Estado, realizada no primeiro semestre de 2007.

Alinhados ao sujeito de pesquisa desse trabalho, os artigos “Bancos Comunitários de Desenvolvimento como Instrumento de Políticas Públicas: O Caso do Banco Cidade de Deus – Rio de Janeiro/RJ” e “Análises dos Fatores para Implantação e Consolidação de um Banco Comunitário em Território Popular: O Caso Comunitário da Cidade de Deus”. Ambos tiveram o mesmo Banco Comunitário como objeto de pesquisa: O Banco Comunitário de Desenvolvimento da Cidade de Deus, sob diferentes óticas e diretrizes de trabalho, onde consolidaram análises de fatores para implementação e consolidação de um banco comunitário em território popular, como é citado pelo autor do segundo texto.

Na abordagem de Marketing de Relacionamento aplicada aos Bancos Comunitários foram utilizados textos de Bogmann falando acerca de fidelização e interdependência, fatores indispensáveis para a formação de um relacionamento de sucesso e duradouro com confiança e segurança de todos os lados. Nesse caso, partindo

do lado dos BCDs, dos moradores e dos comerciantes dos locais onde esses serviços são oferecidos.

As ODS da ONU também foram fundamentais para a realização desse artigo. Os tópicos de “Trabalho descente de crescimento econômico”, “Redução das desigualdades” e “Cidades e comunidades sustentáveis”, como aponta o IPEA (2018), enquadram-se no trabalho a ser pesquisado.

Ademais, um portfólio de matérias de importantes e renomados jornais como a CNN foram objetos de pesquisa desse trabalho.

## **2. METODOLOGIA**

O método utilizado nessa pesquisa é a abordagem qualitativa, considerada uma grande aliada nos estudos que tem por finalidade captar a argúcia, as motivações, os desejos, e as atitudes dos envolvidos no processo. Segundo Vergara (2005), essas são informações que podem oferecer um caráter subjetivo, único e individual, que vai além do que uma pesquisa quantitativa pode oferecer.

A finalidade dessa pesquisa é considerada exploratória e descritiva, e quanto aos meios, foram utilizadas técnicas de análises documentais, em jornais, livros, periódicos, documentários, sites e relatórios de bancos comunitários localizados na Região Sudeste do Brasil, além da utilização da Análise Documental (LÜDKE E ANDRÉ 2012).

A técnica de Análise Exploratória da Pesquisa de Minayo (2000), foi essencial para a realização dessa pesquisa, uma vez que, é necessária a compreensão da escolha do assunto a ser explorado, além do reconhecimento da complexidade do objeto de estudo, com a ciência de seu impacto social.

A técnica da coleta de dados através de conteúdos disponibilizados nas redes sociais do Banco Mumbuca e em outros artigos sobre o assunto também foi de suma importância para a realização desse projeto, pois ela possibilitou a construção da realidade através de seus registros ao longo da história e de acontecimentos declarados nesse projeto, numa linha de tempo delimitada e específica (MAY,2004).

O Banco Mumbuca, banco comunitário referência que atua em Maricá-RJ foi selecionado para a unidade de análise, para delineamento da pesquisa e observação sobre as pesquisadas (VIEIRA E ZOUAIN, 2004), método que define que as unidades em questão sejam descritas de forma correta e essencial, avaliando criteriosamente, suas especificidades e sua unicidade.

De início, a intenção no que tange aos sujeitos de pesquisa, seria uma análise mais ampla, envolvendo outros Bancos Comunitários de Desenvolvimento que atuam no estado do Rio de Janeiro, porém, não foram encontradas amostra de dados suficientes para a análise de outros BCDs, pois até o presente momento da pesquisa, não existiam dados suficientes na internet para a realização dessa apuração de dados. Também foram realizados contatos com representantes de outros bancos, através de telefone e e-mail, porém, a autora do texto não obteve êxito nas respostas

A análise de conteúdo de Laurence Bardin (1977), proveu o apoio para o plano de análise das sequências de tarefas e atividades assumidas nessa pesquisa, possibilitando, a manifestação das três etapas básicas presentes nesse projeto:

- 1) a pré-análise;
- 2) a exploração do material;
- 3) e o tratamento de dados e interpretação. (BARDIN, 1977).

### **3. O BANCO MUMBUCA**

Criado em 2014, durante a gestão do antigo prefeito de Maricá Washington Quaquá (PT), o Banco Mumbuca surgiu como um meio de efetivação para o pagamento de um programa municipal de transferência de renda, inspirado no Programa Bolsa Família, criado em 2004, assinada pelo então Presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e implementado por esse Governo. A proposta do programa era a realização de pagamentos mensais no valor de 80 reais a famílias que possuísem o somatório de renda familiar em até 3 salários mínimos (VICENTE, 2019).

Inversamente aos tradicionais costumes dos bancos comunitários de desenvolvimento, que geralmente iniciam a implementação de seu dinheiro através de

cédulas, o Banco Mumbuca já entrou no mercado com a sua moeda digital, realizando o intermédio de venda entre consumidores que possuíam o benefício e o comércio local de mercados e farmácias cadastrados no Banco como parceiros comerciais.

Inicialmente a moeda digital era utilizada via cartão. Já nos dias atuais, a moeda é utilizada através da plataforma E-dinheiro (plataforma também utilizada por muitos bancos comunitários brasileiros), com o objetivo de promover maior aceitação entre os comerciantes parceiros.

Nessa transição, foram realizadas reuniões e palestras para a apresentação da nova plataforma, com o intuito de conscientizar e alcançar um maior número de usuários, entre comerciantes e consumidores. Estratégia que efetivamente se concretizou e foi bem sucedida, visto que, no ano 2018, após a sua implementação, o número de estabelecimentos locais que aceitavam a moeda Mumbuca cresceu em mais de 1000%, em um período de 2 anos. Com uma nova condição adotada pelo banco: ao aderir o uso da Plataforma E-dinheiro, qualquer comércio registrado no município de Maricá poderia usufruir da aceitação da Mumbuca, sendo parceiro registrado do Banco Mumbuca, ou não.

E esse número não para de crescer. De acordo com o Banco Mumbuca, no mês de dezembro de 2021, o banco conta a aceitação de sua moeda social em 12.390 estabelecimentos locais credenciados e que aceitam a moeda. Dentre eles mercados, salões de beleza, restaurantes, lojas de materiais de construção, vestuário, serviços, entre outros, que retroalimentam as economias do município.

Tabela 1 – Média de Comércios Credenciados ao Banco Mumbuca

Ano	Número de comércios credenciados ao Banco Mumbuca
2016	136
2017	140
2018	1.491
2019	2.853
2020	8.972
2021 (até setembro)	12.390

Fontes: VICENTE, Guilherme Calixto; DA SILVA, Luna Yukiko Kaneta.

Bancos Comunitário de Maricá –Banco Mumbuca, São Paulo - SP: FGV, 2019.

Balanço 2018 – 2021 – Termos de Colaboração 02/2017 e

04/2019 Firmado entre a Prefeitura de Maricá-RJ e o Instituto E-Dinheiro Brasil

Para registrar-se, o comércio não precisa ser formalizado, ou seja, ele não é obrigado a dispor de um CNPJ, porém, o banco busca enfatizar a importância da formalização posterior aos empreendedores informais, demonstrando os benefícios de estar em dia com as obrigações legais que uma pessoa jurídica deve ter. Porém, para realizar a leitura do cartão físico, o comerciante precisa dispor de um smartphone, com a funcionalidade NFC, que custa no mínimo, por volta de 800 reais. Em 2019, o Banco oferecia cerca de 300 smartphones para a realização dessas leituras, o que era uma ajuda, mas não suportava a quantidade demandada. O mesmo relata que havia uma lista de espera em caso de devolução do telefone, mas o acontecimento era bem raro.

A estrutura do banco conta com o apoio de 4 sedes, localizadas no centro de Maricá, Inoã, Itapuaçu e Cordeirinho. De acordo com o Secretário de Economia Solidária, Adalton Da Motta Mendonça, o Banco Mumbuca é o banco com maior presença na cidade, tanto no aspecto de contas registradas quando em unidades físicas, havendo indícios de possibilidade de tornar-se competitivo com bancos tradicionais como o Banco Itaú e o Banco Bradesco (VICENTE, 2019).

### **3.1 – RELACIONAMENTO: BANCO MUMBUCA X EMPREENDEDORES LOCAIS**

O trabalho de Vicente e Kaneta (2019) registra um grande esforço por parte da equipe do banco de registrar comerciantes, através de reuniões, eventos e multirões de cadastramento, como foi o caso da Primeira Reunião com Comerciantes, realizada em dezembro de 2017, a qual compareceram 58 comerciantes de várias localidades do município de Maricá, todos registrados no Banco Mumbuca. Dos assuntos debatidos na reunião, é possível destacar: A melhora na fiscalização nos comércios a fim de verificar o aumento abusivo nos preços; Como a extensão do programa de aceitação da Mumbuca para todo o comércio poderia prejudicar o Microempreendedor; A possibilidade de empréstimos de smartphones a empreendedores que não poderiam adquiri-los naquele momento; A dificuldade em realizar compras e vendas em locais sem acesso a internet;

As vantagens da migração do sistema de maquininhas de cartão da Mumbuca para o aplicativo do E-dinheiro, tendo em vista que os empreendedores não sofrerão com as maquininhas quebradas, pois tudo será realizado via celular; A sugestão do uso do sistema de maneira offline e sua operação após o sistema voltar (como em casos onde a rede de internet é escassa); E a oferta de vantagens relevantes para o comerciante que aceitar se tornar um “Correspondente Mumbuca”, que possui vantagens, como por exemplo, ter um desconto na taxa de administração de 0,25%. Ao invés de pagar 2% de taxa, ele paga apenas 1,75% de taxa administrativa.

Dentre as iniciativas de relacionamento com os comerciantes, de acordo com o balanço do banco entre 2018 e 2021, destacam-se: A capacitação da equipe técnica nas ferramentas tecnológicas e de gestão; A implementação de uma estratégia de gestão e governança; Campanhas de comunicação e visibilidade do Banco Mumbuca; Estruturação de um programa de microcrédito: implantação de metodologias de crédito, treinamento de uma equipe de agentes e supervisores de crédito e capacitação dos tomadores (cirandas, educação financeira, outros); Visitação aos comerciantes porta a porta; Criação e distribuição de material publicitário; Adesivação dos comércios com logos e marcas do Banco Mumbuca; Reunião com o setor empresarial mostrando as vantagens do Mumbuca E-dinheiro; Reuniões nos bairros com usuários e empreendedores (Mumbuca Móvel); Criação de uma estratégia de comunicação voltado para uma identidade local: “Esse é nosso, é de Maricá”; Participação em feiras e eventos; Abertura de contas de usuários de comerciantes de forma ágil e simplificada; Agilidade no atendimento durante a pandemia presencial e virtual; Assiduidade nos pagamentos e demais transações realizadas em Mumbuca E-dinheiro.

### **3.2 – O MUMBUURED**

O MumbuCred é uma carteira de crédito produtivo a juro zero, e sem taxa de administração, financiada por aproximadamente 60% do consumo total dos usuários da moeda Mumbuca. Os empréstimos são realizados em moeda Mumbuca, fomentando a retroalimentação da moeda no ciclo, ou seja, gerando mais compras no local. O

empréstimo é concedido a empreendedores e cooperativas locais, organizadas em grupos coletivos de 03 a 10 pessoas, que atuam nos setores da economia de maneira tanto formal quanto informal, de forma digital, o que barateia os custos da operação, eliminando despesas com impressões, pagamentos de boletos, entre outros. Graças a essa operação, é possível o consumo e a implementação de mais mumbucas, gerando mais crédito a juro zero à população e gerando receita localmente a partir do consumo dos munícipes, legitimando a lógica do desenvolvimento endógeno e solidário, e sem que seja necessário recorrer a aos bancos comerciais externos, com altas taxas de juros.

O MumbuCred pode beneficiar diversos setores da economia como: Marcenarias, sapatarias, carpintarias, artesanatos, gráficas, padarias, produções de alimentos, ambulantes, vendedores em geral, mercadinhos, papelarias, armarinhos, bazares, farmácias, armazéns, restaurantes, lanchonetes, feirantes, pequenos lojistas, açougueiros, salões de beleza, oficinas mecânicas, borracharias, entre outros.

Dentre os financiamentos possíveis estão: Capital de giro, financiamento de máquinas, equipamentos e pequenas reformas que melhorem os locais de produção.

Para ter a acesso ao microcrédito, os interessados devem comparecer as Cirandas, que são oficinas realizadas duas vezes ao mês, onde os futuros tomadores de crédito se conhecem e são informados sobre as regras e a filosofia solidária do MumbuCred.

O crédito produtivo concedido para a fomentação de um negócio, tem uma espécie de “carimbo” e não está disponível para transferências e saques. Ele é efetivamente destinado para o uso de compras para o empreendimento. O valor varia entre R\$100,00 e R\$2.000 por integrante do grupo, a avaliar pela necessidade e sua pontualidade financeira. Em caso de inadimplência, é cobrado juros de 0,25% ao dia e após 90 dias, os integrantes do grupo são negativados no SPC.

Além disso, os participantes são submetidos ao chamado “Aval Solidário”, ou seja, os participantes do grupo são avalistas uns dos outros. E no dia do pagamento, se um integrante do grupo não possuir recurso para pagar, os demais integrantes do grupo se solidarizam e pagam por ele. Cada grupo é obrigado a escolher um líder, que tem a responsabilidade jurídica de realizar todos os pagamentos do grupo. Dessa forma, não

há condições para pagamentos individualizados, uma vez que, a parcela é efetivada coletivamente em nome do grupo.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A implementação do Banco Mumbuca foi de suma importância para a região de Maricá. Práticas como o incentivo do uso do comércio local, programas de distribuição de renda e políticas públicas aplicadas a região, contribuem para a ascensão da qualidade de vida dos moradores da região.

Posso considerar que três grupos de sujeitos sofrem impactos positivos com a atuação do banco no município: Os empreendedores locais, os cidadãos e a prefeitura.

Dentre as principais vantagens do uso da Mumbuca para o empreendedor, o banco assegura: Segurança; Praticidade; Controle do Fluxo de Financeiro de ponta-a-ponta; Diminuição da circulação de moeda em espécie; Menor custo em relação às outras alternativas de recebimento (tendo em vista que, as outras maquininhas de cartão de débito e crédito possuem uma taxa média de 2% a 7%, dependendo do tipo da compra, enquanto o Banco Mumbuca oferece uma taxa de 2% para comerciantes não cadastrados e 1,75% para clientes cadastrados); Repasse antecipado de recursos para o estabelecimento (enquanto em outras modalidades de pagamento utilizando cartão, o comerciante demora dias para receber o seu repasse, e caso deseje o adiantamento, deve pagar a mais por isso); E o aumento da clientela. Pode-se observar também, a maior facilidade para a concessão de crédito para fomentação de seu próprio negócio, em um cenário onde muitos microempreendedores possuem seu crédito negativado pelas grandes empresas de concessão de créditos e bancos, os quais possuem juros maiores. Observa-se um microempreendedor mais adaptado a receber seus clientes, contando com uma infraestrutura mais adequada e receptiva.

Além da segurança e da praticidade, os cidadãos podem se beneficiar através do acesso aos serviços financeiros, mesmo sem uma conta bancária ou cartão de crédito ou débito, tais como saldo, extrato, resgate, depósito pagamentos e transferência. E

também podem contar com o controle de seus próprios gastos e de seus familiares e ainda economizar em taxas de serviços bancários.

A prefeitura pode contar com o pagamento de benefícios sociais via celular, como foi feito com o programa de distribuição de renda na época da criação do banco e como estão realizando o abono natalino dos servidores públicos do ano de 2021 e o pagamento de vale transporte e outros tipos de bonificação. Além da inclusão financeira da população carente, que antes era excluída do sistema bancário e agora poderá usufruir de serviços financeiros, tais como transferência e pagamentos online. A prefeitura de Maricá também poderá investir na manutenção da riqueza no Município.

A metodologia possibilitou o alcance dos objetivos, pois através das análises dos materiais, foi possível chegar até o grande questionamento da pesquisa: Quais as estratégias utilizadas por esses bancos para chegar até o microempreendedor?

Portanto, sugerem-se algumas sugestões para que poderiam contribuir para a melhoria dessa relação entre bancos comunitários e os comerciantes, são elas: (1) maior abrangência na concessão do MumbuCred. Mesmo sendo uma boa ótima forma de empréstimo, ainda existem usuários que empreendem sozinho e não se encaixam nos requisitos de tomada de crédito (2) criação de mais programas de incentivo ao consumo local, como realizado no Programa Casa Melhor, que consiste na concessão de crédito a juro zero para compras de materiais de construção para reformas realizadas em lojas de materiais de construção locais- esse programa pode ser estendido a outras áreas de negócios; (3) um maior investimento na adesão de smartphones com leitor NFC para empréstimo aos microempreendedores que não possuem condições de adquirir um, além de um mapeamento de prioridade de acordo com o poder aquisitivo dos requerentes; (4) a criação de programas de educação financeira para pessoas que já empreendem e tem interesse de aconselhamento profissional; (5) o banco poderia promover reuniões frequentes de ouvidoria de seus parceiros comerciais, abrindo um espaço de acolhimento de dúvidas, críticas e sugestões, que devem ser analisadas criteriosamente, para constante desenvolvimento do banco.

Também foi observado que esse campo ainda pode ser mais explorado, visto que, é um assunto em constante evolução, mudanças e novas descobertas. Pesquisas em campo podem ser de suma importância para o estudo desse relacionamento. Durante o

ano de 2021, após o impacto da Covid-19 do Brasil, muitas comunidades brasileiras estão tentando reestruturar sua economia através da implantação de bancos comunitários locais, como é o caso do Banco Comunitário Itajaí, no município de Cabo Frio, Rio de Janeiro.

Para futuras pesquisas, sugere-se a exploração da temática em relação aos programas específicos realizados pelo banco, como: O Mumbucred, programa que oferece uma carteira de crédito produtivo a juro zero; O Programa Casa Melhor, que oferece uma linha de crédito para reformas de moradias; O Programa Solidário Agrícola, que auxilia pequenos produtores agrícolas a fomentarem seus negócios como por exemplo, na aquisição de insumos e maquinários, entre outros.

## REFERÊNCIAS

ACONTECEU – 1º Reunião com Comerciantes. Instituto E-Dinheiro Maricá, 2021. Disponível em: < <https://institutoedinheiromarica.org/aconteceu1>>. Acesso em: 04/12/2021 às 18:50.

ACONTECEU – Prefeito Fabiano Horta abre sua conta no Banco Mumbuca. Instituto E-Dinheiro Maricá, 2021. Disponível em: < <https://institutoedinheiromarica.org/aconteceu2> >. Acesso em: 04/12/2021 às 18:59.

AGUIAR, Estrela. G10 Bank promete ser o Banco Digital das Favelas. CNN Brasil Business, 2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/03/04/g10-bank-promete-ser-o-banco-digital-das-favelas-brasileiras>>. Acesso em: 27/04/2021.

ALVEAR, Celso Alexandre Souza, et al. **A Economia Solidária em Territórios Populares: Uma Pesquisa exploratória sobre o tecido socioprodutivo em quatro comunidades do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Núcleo de Solidariedade Técnica da UFRJ / Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário, 2012.

BALANÇO 2018 a 2021. **Termos de Colaboração** 02/2017 e 04/2019. Firmado entre a Prefeitura de Maricá – RJ e o Instituto E-Dinheiro Brasil. 2021.

BALOG, D. *et al.* **Negócios Sociais E Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro, RJ: UNIGRANRIO, 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRAZÃO, Flávio Abner-Cahn Alvarenga. **Empreender em Favelas? Vantagens e Desvantagens na Perspectiva de Empreendedores da Rocinha**. PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2015.

BOGMANN, Itzhak Meir. **Marketing de relacionamento: estratégias de fidelização e suas implicações financeiras**. São Paulo: Nobel, 2000.

FRANÇA, Bárbara Heliadora. **Bancos comunitários do Preventório e Saracuruna - Experiências pioneiras de financiamento e extensão universitária no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Editora da UFF. 2013.

GIL, A. C. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Julia da Silva. **Tecendo Redes: Uma análise sobre o Banco Comunitário de Pureza – Bebida Velha/RN e a sua relação com seus beneficiários**. Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN. Natal, Rio Grande do Norte, 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Brasileiro de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

JÚNIOR, Jeová Torres Silva. **Bancos Comunitários e Desenvolvimento Territorial: Analisando as Singularidades destas Experiências de Microfinanças Solidárias**. VI

CONFERENCIA REGIONAL DE ISTR PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, Salvador de Bahía, Brasil. Organizan: ISTR y CIAGS/UFBA. 8 a 11 Novembro de 2007.

LÜDKE, Menga, ANDRÉ, Marli E.D.A.. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986

MEDEIROS, Amanda Cristina. **Bancos Comunitários de Desenvolvimento Como Instrumento de Políticas Públicas: O Caso do Banco Cidade de Deus – Rio de Janeiro/RJ**. Fundação Getúlio Vargas - Escola Brasileira De Administração Pública E De Empresas. Rio de Janeiro, Brasil. 2014.

MENDES, Victor. **Muhammad Yunus, Uma Oportunidade para os Pobres (2007)**.

Youtube, 20/05/2012. Disponível em: <<https://youtu.be/Md12zaRCCnA>>.

McKENNA, Regis. **Marketing de relacionamento: estratégias bem-sucedidas para a era do cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes, 1994.

MONZONI, Mario. **Impacto em Renda do Microcrédito**. São Paulo. Peirópolis. 2008

MORGAN, Robert M.; HUNT, Shelby. **The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing**. Journal of Marketing, 1994.

MUMBRUCRED – Crédito a Juro Zero. Instituto E-Dinheiro Maricá, 2021. Disponível em: <<https://institutoedinheiromarica.org/mumbu-cred>>. Acesso em 04/12/2021 às 21:00.

NOVAS Linhas de Crédito. Instituto E-Dinheiro Maricá, 2021. Disponível em: <<https://institutoedinheiromarica.org/novas-linhas-credito>>. Acesso em: 04/12/2021 às 22:40.

ORIENTE, Anderson Carlos Nogueira. **Análises dos fatores para implantação e consolidação de um banco comunitário em território popular: o caso do banco comunitário da Cidade de Deus.** – Rio de Janeiro: UFRJ/COPPE, 2019.

PRINCIPAIS Vantagens, Instituto E-Dinheiro Maricá, 2021. Disponível em: <<https://institutoedinheiromarica.org/vantagens>>. Acesso em 04/12/2021 às 19:36.

REDE de Aceitação. Instituto E-Dinheiro Maricá, 2021. Disponível em: <<https://institutoedinheiromarica.org/comercios>>. Acesso em: 04/12/2021 às 17:00.

RESGALA, Gustavo. **Práticas de finanças solidárias como práticas urbanas: uma análise das ações dos bancos comunitários de desenvolvimento** / Gustavo Resgala. – UFMG/Escola de Arquitetura e Urbanismo, 2019.

RIGO, Ariádne Scalfoni, FILHO, Genauto Carvalho de França e LEAL, Leonardo Prates. **Bancos Comunitários de Desenvolvimento na Política Pública de Finanças Solidárias Apresentando a Realidade do Nordeste e Discutindo Proposições.** *Desenvolvimento em Questão*, Editora Unijuí, ano 13, n. 31, p. 70-107 jul./set, 2015.

SINGER, Paul. **A recente ressurreição da economia solidária no Brasil.** In: **Boaventura de Sousa Santos (Org.). Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em Administração.** São Paulo: Atlas, 2005.

VICENTE, Guilherme Calixto; DA SILVA, Luna Yukiko Kaneta. **Bancos Comunitário de Maricá – Banco Mumbuca,** São Paulo - SP: FGV, 2019.

VIEIRA, M. M.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa Qualitativa em Administração.** Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.

YUNUS, M., & JOLIS, A. **O banqueiro dos pobres**. São Paulo: Ática. 2006

YUNUS, M.; MOINGEON, B.; LEHMANN-ORTEGA, L. **Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience**. *Long Range Planning*, v. 43, n. 2-3, p. 308-325, abr., 2010.

YUNUS, M. **Criando um negócio social: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.