

ABRIL, 2018

FIRGUN: COMO FACILITAR O ACESSO AO CRÉDITO PRODUTIVO E À EDUCAÇÃO FINANCEIRA?¹

TAJLA MEDEIROS²

Com modelo de negócio ainda incipiente no Brasil, a Firgun promovia o empréstimo coletivo e a educação financeira. O objetivo era ajudar as pessoas de classes econômicas mais baixas a realizarem seus sonhos.

1 Caso elaborado a partir de fontes publicadas e entrevistas com os sócios da Firgun. Revisão ortográfica e gramatical pela Discovery – Formação Profissional Ltda. – ME.

2 Gestora da base de estudos de caso do Sebrae Nacional, é formada em Comunicação Social – Jornalismo e mestranda em Design de Informação.

© 2018. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

INFORMAÇÕES GERAIS

Fundada em 2016 e sob gestão dos sócios Fábio Hideki Takara e Lemuel Simis, a Firgun era uma plataforma de P2P *lending* que conectava empreendedores das classes C, D e E que precisavam de capital a pessoas dispostas a emprestar pequenas quantias, que seriam devolvidas sem correção monetária. Além da retenção de até 3% do valor das transações, a Firgun também buscava monetizar com porcentagem sobre uso de cartões pré-pagos e cursos de educação financeira. Estava em fase inicial de operação e a meta era, até 2020, estabelecer uma movimentação financeira média de R\$2 mi ao mês, gerando faturamento de R\$ 40mil/mês para Firgun e beneficiando diretamente a vida de, pelo menos, 650 pessoas/mês.



OS SÓCIOS FÁBIO HIDEKI TAKARA E LEMUEL SIMIS.

INTRODUÇÃO

Inspirando-se com realidades mais igualitárias

O empreendedor Fábio Hideki Takara (29) era paulista e havia crescido em Guarulhos. Ele fazia parte da terceira geração brasileira de uma família descendente de japoneses. Com uma infância de privações, foi para o Japão aos 12 anos e só voltou ao Brasil com 16.

Fábio tinha o sonho de fazer a faculdade na Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP), e conseguiu. A aprovação era

concorrida, a Poli oferecia um total de 750 vagas para o curso de Engenharia. A cada ano, cerca de 12 mil candidatos se inscreviam no vestibular para a carreira. A relação candidato/vaga era superior a 15.

Durante a faculdade em Engenharia, teve a oportunidade de realizar um intercâmbio na Bélgica, no quarto ano de faculdade. Lá percebeu que a infância não precisava ser tão sofrida, nem a luta por educação de qualidade tão concorrida.

“Fiquei chocado como as pessoas tinham facilidade de acesso a tudo; como a saúde, a educação e o acesso a serviços básicos em geral eram democratizados”, contou. E isso o motivou, mais tarde, a buscar uma solução de negócio social que atuasse com a inclusão de renda.

Fazendo o que gostava

Ao voltar para o país, Fábio concluiu a faculdade e chegou a trabalhar por dois anos na **ABB no Brasil**, empresa renomada na área de tecnologias de energia e automação.

Buscando novos desafios profissionais, participou do programa **Liderança Na Prática**, da Fundação Estudar, e teve contato com negócios sociais pela primeira vez. O programa possuía dois modelos, o de 16 e o de 32 horas de conteúdo, ambos divididos em dois módulos, que ocorriam com o espaço de um mês entre um e outro. Nesse intervalo, os potenciais líderes eram desafiados a dar um salto na carreira profissional, a colocar os conhecimentos adquiridos no primeiro módulo em prática para exercitar sua capacidade de realização. E foi aí que a ideia da Firgun começou a nascer.

“Lá aprendi o quanto era importante fazer o que se gosta”, contou Fábio, que, assim que terminou o segundo módulo do programa, aproveitou que havia saído da empresa em que trabalhava e começou a empreender com a Firgun, que ofereceria três serviços: inspirado no **Kiva**¹, microcrédito para empreendedores; inspirado no **Nubank**, cartão pré-pago; e, ainda, cursos de educação financeira.

Com o modelo de negócio pronto e em operação já há alguns meses, Fábio cooptou Lemuel Simis para sócio, com o objetivo de atuar de forma mais efetiva na estratégia de comunicação.

CONTEXTO DO PROBLEMA

A questão do acesso ao crédito

O contexto do problema social que a Firgun queria ajudar a resolver era similar ao da SmartMEI: a exclusão bancária e financeira das classes econômicas mais baixas da população, que acabava afetando as oportunidades de crescimento dos empreendimentos de pequeno porte. Enquanto a SmartMEI melhoraria o perfil do empreendedor para que ele tivesse mais chance de adquirir crédito, a Firgun focava em facilitar o acesso ao crédito via empréstimo coletivo.

De acordo com pesquisa da Federação Brasileira de Bancos (Febraban)², 40% da

população não possuía conta bancária em 2014. As regiões mais desbancarizadas seriam as Norte e Nordeste.

O difícil acesso ao crédito pelos pequenos negócios também era um ponto de atenção. O Sebrae divulgou³ que 84% dos pequenos negócios não teriam tomado empréstimos no primeiro semestre de 2017 e que quase a metade deles (49%) jamais teria conseguido financiamento como pessoa jurídica. Os principais entraves seriam a alta taxa de juros (48%), a falta de garantias reais (20%) e a falta de fiador (16%). Oitenta por cento dos pequenos negócios entrevistados no estudo nunca tinham acessado uma linha de financiamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), principal instrumento de concessão de crédito para as micro e pequenas empresas.

Não à toa, estudo do BID e da Finnovista sobre as *fintechs* da América Latina e do Caribe (2017) demonstrou que uma em cada quatro startup financeiras via as micro e

pequenas empresas como principais clientes, independentemente de já estarem ou não bancarizadas⁴. De acordo com o estudo, pouco mais da metade das Fintechs da região atuavam ou como plataformas de financiamento alternativo (25,6%) ou com soluções de pagamentos (25,2%). Isso poderia significar uma resposta às limitações e deficiências do sistema financeiro tradicional.

Baixa educação financeira

Outro problema que a Firgun visava solucionar estava relacionado à alfabetização financeira do brasileiro.

Um relatório divulgado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)⁵ no final de 2016 sobre conhecimento, atitude e comportamento financeiro em 30 países apontou que o Brasil ficou 1,2 ponto percentual abaixo da média. No quesito “conhecimento financeiro”, menos da metade dos adultos brasileiros conseguiu acertar a pontuação mínima desejada de pelo menos cinco dos sete itens avaliados na pesquisa.

O Brasil ficou abaixo da média das notas dos 30 países em quase todas as questões, exceto as relativas à importância de diversificar investimentos, ao valor do dinheiro no tempo e às questões referentes a risco e retorno.

Outro ponto preocupante para os brasileiros ressaltado na pesquisa foi o fato de, no Brasil (e em outros países como Polônia, África do Sul e Tailândia), as pessoas que consideraram ter um nível alto ou muito alto de conhecimento financeiro atingiram uma média de pontuação similar àquelas que achavam que tinham conhecimento financeiro mediano. Isso sugeriria um grande nível de autoconfiança, podendo levar a maior vulnerabilidade a fraudes, por exemplo.

SOLUÇÃO

Analisando a viabilidade jurídica

Com R\$ 16 mil, retirados do próprio bolso, os sócios começaram o investimento na empresa. Os gastos foram, principalmente,

com pesquisa e seleção do primeiro empreendedor a ser financiado, elaboração do vídeo institucional e contratação de advogados.

Por meio da consulta a advogados, os sócios perceberam que deveriam ter dois CNPJ. Para atuar com empréstimo coletivo sem custos de transações, uma atividade regulada pelo Banco Central, era preciso criar uma associação. Dessa forma, conseguiriam atuar em parceria com a MOIP – instituição de pagamento, emissora de moeda eletrônica e instituidora de arranjo de pagamentos regulamentados pelo Banco Central do Brasil. Ela que seria responsável pelas transações financeiras. Para emissões de cartões e oferta de outros serviços financeiros que gerassem receita para a Firgun, era preciso criar empresa limitada. Assim, tinham uma estrutura mista.

Viabilidade financeira com produtos e serviços de baixa margem de lucro

A Firgun funcionava com um modelo de calda longa, buscando obter escala na oferta de

produtos e serviços que possuíam baixa margem de lucro.

A) *P2P lending*

Em relação ao principal serviço oferecido, o empréstimo coletivo, o trabalho maior ficava na fase de selecionar o(a) empreendedor(a) a ser beneficiado(a) e contar sua história por meio de vídeo didático e interessante. Ainda assim, a oferta do serviço era facilmente escalável, acreditavam os sócios.

A plataforma funcionava como um *crowdfunding* de ideias empreendedoras. Mas no lugar das recompensas, o doador recebia o dinheiro que emprestou.

Sobre o empréstimo, a Firgun retinha até 3% do valor total, a título de taxa de administração. Também como em um *site* de financiamento coletivo, a ideia da Firgun era funcionar como *marketplace*, reunindo vários projetos interessantes em plataforma digital para escolha do usuário que quisesse apoiar uma boa ideia.

Para diluir o risco de quem emprestava o dinheiro, cada pessoa poderia emprestar até R\$ 400 mil.

B) Cartão pré-pago

A Firgun estudava oferecer cartões para os microempreendedores por meio de parceria com a **Moip**. Ainda em análise, a ideia era que o cartão não tivesse taxas e a monetização incidisse apenas sobre o uso do cartão, com uma parte da taxa da transação destinada à Firgun.

Também em parceria com a Moip, seriam viabilizadas máquinas de cartão para os empreendedores apoiados pelo projeto, com taxa apenas sobre as transações.

C) Educação financeira

Em relação aos cursos de educação financeira, os sócios ainda estavam prospectando clientes pagantes. A ideia era prover cursos básicos de educação financeira a preços acessíveis para os empreendedores beneficiados. "Para além de financiar o

microempreendedor também o educamos em relação às finanças pessoais e da empresa, dando segurança para que este atue de forma autônoma e esteja financeiramente capacitado”, contou Fábio.

Os cursos também seriam oferecidos a ONGs que trabalhassem com pessoas em estado de vulnerabilidade social ou a empresas que quisessem capacitar os colaboradores.

A primeira financiada

“Firgun é uma palavra de origem hebraica, que significa 'compartilhar momentos de alegria e fortuna com outras pessoas, com o coração puramente generoso e sem ciúmes' e também pode ser 'um sentimento de prazer genuíno ou orgulho pelas conquistas de outra pessoa, sem ciúmes'”, relatou Fábio. E era com esse sentimento que Fábio contava a história de Maria, a primeira beneficiada pelo microcrédito coletivo.

Maria da Consolação Pimentel era empreendedora desde seus 16 anos, na área de corte e costura. Ela comandava a **Aba Pai**

Confecções, no Capão Redondo (SP), trabalhando sob encomenda e fornecendo para grifes locais. A demanda havia aumentado e ela não estava conseguindo dar conta com a infraestrutura disponível à época. Ela havia sido indicada para Firgun pela **ONG A Banca, por meio do projeto de Aceleradora de Negócio com Impacto da Periferia (NIP)**.

“Ficamos impressionados com o perfil dela. Ela é conectada com a comunidade e focada em passar o conhecimento que tem para os demais. Não gosta de desperdícios e aproveita qualquer retalho para fazer roupas de bebê ou *patchworking*”, contou Fábio.

Fizeram, então, o vídeo para divulgar o financiamento de Maria. A divulgação foi toda espontânea, por meio de grupos de WhatsApp e Facebook.

Com os R\$ 4 mil adquiridos, que foram emprestados por 38 pessoas, Maria começou a expandir sua pequena fábrica de costura. Antes da Firgun, ela havia ido ao banco pedir a mesma quantia e tinha ficado assustada

com a quantidade de juros que teria que pagar. Com o empréstimo sem juros, ela realizou a reforma do ateliê e já estava pagando as dez parcelas de R\$ 400, valor que era distribuído entre os apoiadores de acordo com os valores emprestados.



MARIA DA CONSOLAÇÃO PIMENTEL, PRIMEIRA FINANCIADA PELA FIRGUN, ERA EMPREENDEDORA DESDE SEUS 16 ANOS.

RESULTADOS DE NEGÓCIO

Metas de médio prazo

Até 2020, a Firgun queria estabelecer uma média de movimentação financeira ao mês de

R\$2 mi, gerando faturamento mensal de R\$ 40 mil e impactando a vida de cerca de 650 pessoas/mês.

Apostando na escalabilidade, os sócios também queriam modelar metodologia de educação empreendedora para captar “Fellows Firgun”, indivíduos que replicariam o conteúdo dos cursos de educação financeira. “Esperamos ter 30 *fellows* ministrando aulas para 900 pessoas por mês, o que corresponde a um faturamento mensal de R\$180.000 para a Firgun”, contou Lemuel.

Também pensavam em monetizar de outras formas, como com loja virtual na plataforma para vender itens produzidos pelos financiados, processo no qual ficariam com uma comissão das vendas realizadas.

RESULTADOS SOCIAIS

Inclusão financeira e produtiva das classes C, D e E

O negócio de Fábio e Lemuel estava alinhado ao 8º Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) – Emprego Digno e Crescimento Econômico. Mais especificamente aos itens 8.3, que incentivava a formalização e o crescimento de micro, pequenas e médias empresas; e 8.10, que tratava da expansão do acesso aos serviços bancários, financeiros, e de seguros para todos.

Ainda sem indicadores de mensuração do impacto social, Fábio e Lemuel acreditavam que, ao possibilitar acesso a crédito sem juros para microempreendedores e ao passar ensinamentos sobre educação financeira, esses indivíduos seriam capazes de identificar e se engajar em atividades que representariam um incremento às rendas familiares.

O objetivo era que o público beneficiado fosse das classes C, D e E. “Queremos elevar o conhecimento desse público, que compõe mais da metade da população brasileira, sobre juros, inflação, investimentos, poupança e sonhos. Afinal, educação financeira não é apenas economizar, é saber fazer escolhas que podem mudar vidas”, acreditavam os sócios.

**Vencedora Incluir 2017 na categoria
“Ideia Inovadora”**



<http://financiamentos.firgun.com.br/>

NOTAS DE FIM

¹ O Nubank emitia e gerenciava cartão de crédito e não cobrava anuidade ou tarifas. Já o Kiva era uma organização que permitia o empréstimo de pequenas quantidades a pequenos negócios ou a iniciativas empreendedoras em países em desenvolvimento.

² FEBRABAN – FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS.

Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária. São Paulo: Febraban, 2014. Disponível em:

<[http://www.febraban.org.br/7Rof7SWg6qmyvwJcFwF7I0aSDf9jyV/sitefebraban/Pesquisa%20FEBRABAN%20de%20Tecnologia%20Banc%20ria%20-%202014%20\(2\).pdf](http://www.febraban.org.br/7Rof7SWg6qmyvwJcFwF7I0aSDf9jyV/sitefebraban/Pesquisa%20FEBRABAN%20de%20Tecnologia%20Banc%20ria%20-%202014%20(2).pdf)>. Acesso em: 20 de março de 2018.

³ AGÊNCIA SEBRAE. Juros e burocracia prejudicam acesso de pequenos negócios ao crédito. **ASN**, 1º set. 2017. Disponível em:

<<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/juros-e-burocracia-prejudicam-acesso-de-pequenos-negocios-ao-credito,e10d51158cd3e510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 20 de março de 2018.

⁴ BID; FINNOVISTA. **Inovações que não sabia que eram da América Latina e o Caribe.** [s.l.]: BID; Finnovista, 2017.

⁵ OECD – ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **OECD/INFE**

International Survey of Adult Financial Literacy

Competencies. Paris: OECD, 2016. Disponível em:

<<http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD-INFE-International-Survey-of-Adult-Financial-Literacy-Competencies.pdf>>. Acesso em: 20 de março de 2018.