

LIFT *papers*

Revista do Laboratório
de Inovações Financeiras
e Tecnológicas

#4 | ABRIL 2022

LIFT Papers

Revista do Laboratório de Inovações
Financeiras e Tecnológicas

Número 4 | Abril 2022

Editor-Chefe da Revista

André Henrique de Siqueira, PhD

Editor-Adjunto da Revista

Aristides Andrade Cavalcante Neto, MSc
Rodrigo de Azevedo Henriques

Corpo Editorial da Revista

Danielle Sammyres Figueirôa Alves Teixeira

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca do Banco
Central do Brasil

LIFT Papers / Banco Central do Brasil. N. 4,
(abril 2022). Brasília: Banco Central do Brasil,
2020.

Semestral
Disponível em:
<https://revista.liftlab.com.br>
ISSN 2675-2859

1. Inovação Tecnológica – Brasil. 2. Sistema
Financeiro – Brasil. 3. Crédito. I. Banco Central do
Brasil.

CDU 336.7:004.738.5

Presidente do Banco Central do Brasil

Roberto Campos Neto

Presidente da Fenasbac

Paulo Renato Tavares Stein

Comitê Executivo LIFT 2021

DIRAD – Coordenação LIFT
Aristides Andrade Cavalcante Neto
André Henrique de Siqueira

FENASBAC – Coordenação LIFT
Rodrigo Henriques

DIORF
Cesar de Oliveira Frade

DEPEP
Ricardo Schechtman

DIPOM
Marcos Nascimento Silvino

DIREC
João Paulo Resende Borges

Parceiros de Tecnologia – Edição 2021 (por ordem alfabética)

AWS
Celer
Cielo
IBM
Instituto Fenasbac
Microsoft
Multiledgers
Oracle
R3
RTM

Plataforma de Investimento e Gestão de Nanonegócios

Hugo Brito¹

João Ignácio Brito²

O presente relatório explica a jornada de criação da Plataforma de Investimento e Gestão de Nanonegócios (Grana Solidária), uma solução que visa usar a possibilidade criada pela Resolução do BCB nº 4.656, editada em abril de 2018, para viabilizar crédito por meio da modalidade Sociedade de Empréstimo entre Pessoas (SEP) – Jurídicas e/ou Físicas – com foco nos micro e nanoempreendedores brasileiros, sendo estes últimos geralmente de baixa renda e que empreendem por necessidade.

Na aceleração promovida pelo LIFT, a plataforma passou por revisões processuais e conceituais visando torná-la um produto mais competitivo e eficaz.

Neste relatório será possível entender a pesquisa que embasou o desenho inicial da Grana Solidária, a construção da plataforma básica e conhecer os principais desafios envolvidos na construção de um produto que inova pela característica de busca da cobertura total da jornada desses empreendedores. Será também possível entender os passos trilhados durante o LIFT e os seguintes, após a aceleração.

1 hugo_brito@granasolidaria.com.br

2 jaonascimentobrito@gmail.com

1 Objetivo

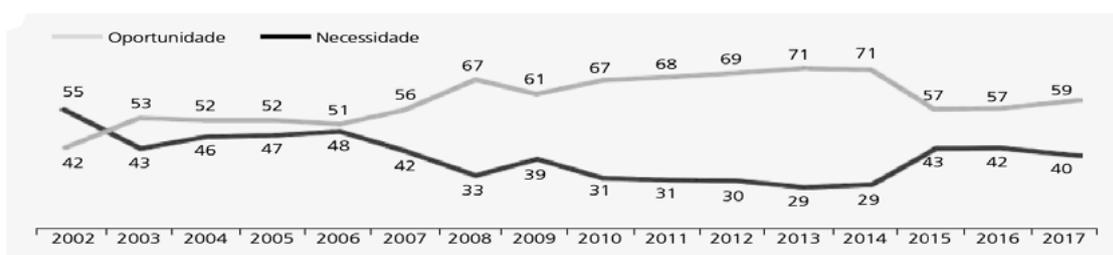
A plataforma tem como objetivo liberar o potencial dos mais pobres para criar melhores condições de vida para si e para suas famílias. A empresa fará isso por meio da implementação de uma forma de acesso descomplicado ao microcrédito, pela modalidade SEP, e da disponibilização de uma estrutura que incluirá uma rede de parceiros de capacitação e acompanhamento empreendedor, tudo atrelado a um processo de nanogestão de alimentação simples e que gerará os indicadores necessários para garantir ao máximo o sucesso de cada nanoempreendimento.

2 Fundamentação Teórica

2.1 Brasileiro, um empreendedor nato

A máxima de que o brasileiro é um empreendedor por natureza é comprovada. Segundo a pesquisa Empreendedorismo no Brasil, de 2017, 36 entre cada 100 brasileiros adultos, ou seja, com idades entre 18 e 64 anos, conduzia alguma atividade empreendedora. Em números absolutos, isso significava mais de 49 milhões de pessoas. Destes, mais da metade – cerca de 27 milhões – eram empreendedores iniciais. Mas ao olhar esse número mais de perto, infelizmente, não se vê uma nação de pessoas que querem gerar riqueza. O que temos no Brasil é uma grande parcela de empreendedores que entra na atividade de trabalhar em algo próprio por falta de oportunidade para gerar o sustento pessoal e das famílias, ou por causa da necessidade de complementar a renda. Essas pessoas são os chamados “Empreendedores por Necessidade”. Conforme mostra a pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a quantidade de empreendedores por necessidade aumenta quando há uma crise econômica e, portanto, menos emprego e menos renda (Figura 1).

Figura 1



Fonte: GEM, IBGE, Banco do Brasil e Ipeadata.

* A soma pode não totalizar 100% pelo fato de que em alguns empreendimentos não é possível distinguir se é por oportunidade ou por necessidade.

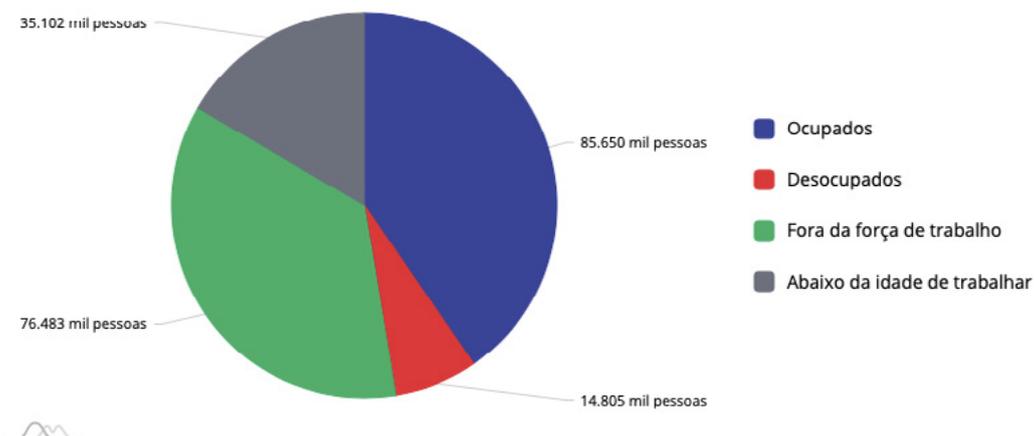
2.2 Pandemia

Com a pandemia de covid-19, o desemprego disparou e, com base no comportamento histórico relatado pela pesquisa mostrada acima, obviamente o número de pessoas que vão buscar o empreendedorismo por necessidade aumenta, principalmente no que chamamos de nanoempreendedorismo, aquele em que a pessoa procura alguma atividade na qual

possa atuar de forma autônoma, por exemplo, na venda de lanches ou na pintura de paredes. No primeiro trimestre de 2021, o desemprego já atingia mais de 14 milhões de pessoas (Figura 2).

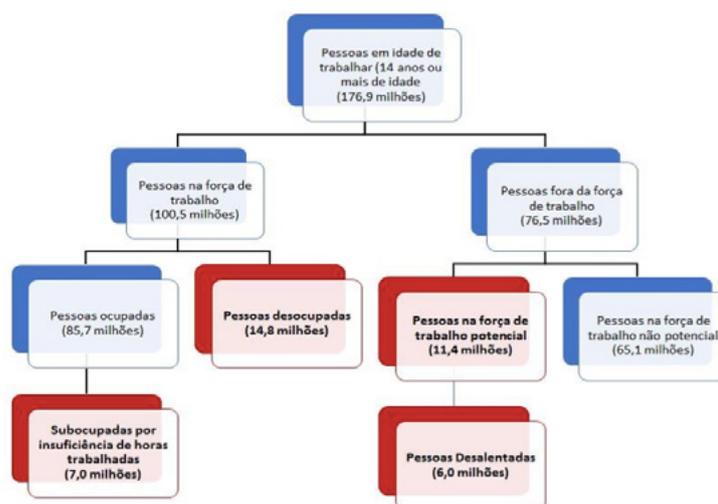
Figura 2

População brasileira, de acordo com as divisões do mercado de trabalho, 1º trimestre 2021



Analisando-se as pessoas enquadradas como “Fora da Força de Trabalho” (Figura 3), o retrato fica ainda mais preocupante. Isso porque nesse universo estão os brasileiros da chamada força de trabalho potencial, aqueles prontos para trabalhar, como os recém-formados, e a classe dos chamados “desalentados”, pessoas que já desistiram de procurar trabalho porque não acharam ou porque foram enquadradas pelo mercado no grupo de pessoas muito jovens ou muito velhas, ou então que não possuem qualificação para as vagas disponíveis. Esse grupo soma 6 milhões de pessoas.

Figura 3



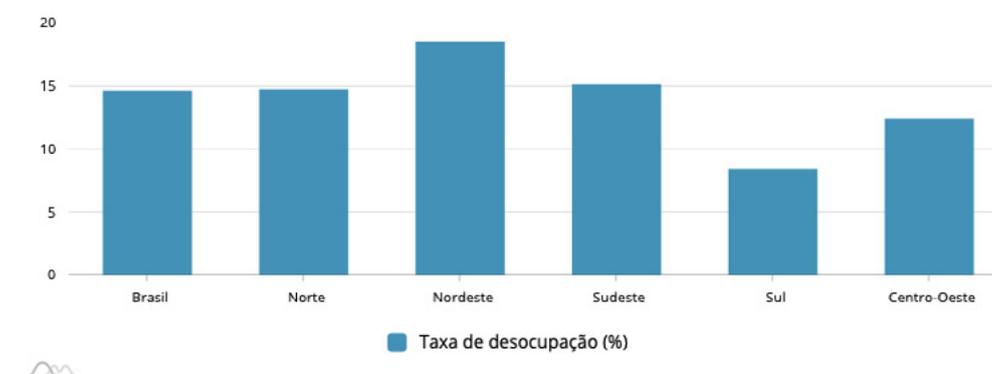
Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua). Brasil - 1º trimestre de 2021.

2.3 Nivelando por baixo

O retrato do mercado de trabalho de nosso país, que já trazia problemas, foi agravado pela pandemia. Segundo a Pesquisa Nacional por Domicílios (Pnad), a já conhecida discrepância de oportunidades entre as regiões do Brasil, que continua como historicamente capitaneada pelo Nordeste, traz um preocupante sinal da queda da atividade econômica, com a região Sudeste, maior empregadora do país, assumindo o segundo lugar (Figura 4).

Figura 4

Taxa de Desocupação no Brasil e nas Grandes Regiões, 1º trimestre 2021



2.4 O crédito

Segundo estudo da Endeavor, 80% do crédito no Brasil é viabilizado por quatro instituições: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Itaú e Bradesco. Aliada a essa polarização do capital, a dificuldade para acessar esse dinheiro é um grande entrave. Outro caminho, como o financiamento pelo BNDES, poderia ser uma saída mas, infelizmente, não é bem assim. Em estudo feito pela Fiesp no ano de 2018, é possível notar-se que, de 403 empresas que procuravam acesso a esse tipo de financiamento, 45% não conseguiram aprovar o crédito por problemas relacionados à exigência de documentos ou à necessidade de apresentar um número muito alto de garantias (Figura 5)

Figura 5

IMPEDIMENTOS PARA APROVAÇÃO DO CRÉDITO	PEQUENAS	MÉDIAS	GRANDES
Excesso de exigências quanto a documentação	66%	64%	56%
Falta de garantias ou exigências de garantia muito elevadas	47%	50%	61%
Problemas apontados na documentação da empresa	41%	33%	17%
Falta relacionamento com o banco, há exigências de reciprocidade	36%	33%	33%
Linha de crédito fechada ou não fornecida pelo banco operador	34%	41%	39%
Problemas financeiros da empresa	31%	22%	33%
Custos de garantias muito elevados	27%	33%	39%
Redução no limite disponível para financiamento	25%	26%	33%

Fonte: Pesquisa Decontec/FIESP - Idéia Inteligência. Elaboração: Decontec/FIESP. Nota: resposta múltipla.

2.5 Dificuldade de crédito para os iniciantes

Se empresas enfrentam dificuldade em conseguir dinheiro para os negócios, fica óbvia a dificuldade para pessoas simples, desempregadas na sua maior parte, conseguirem acesso ao dinheiro a fim de empreender de forma individual. Uma dona de casa que é exímia fazedora de bolos, por exemplo, e pensa em comprar um forno maior, uma batedeira ou até os insumos para fazer seus produtos, ou então outra pessoa que sabe que na praça de seu bairro há mercado para colocar um carrinho de venda de pipocas, porém veem o sonho de vencer pelo trabalho impedido pela falta de acesso ao crédito. Para piorar, os que conseguem com parentes, ou obtêm de parcelas rescisórias do último emprego ou coisa parecida, muitas vezes veem a alegria do sonho realizado se desfazer pela incapacidade de tomar decisões simples de gestão.

2.6 O microcrédito

O indiano Muhammad Yunus, filho de empresários do ramo de jóias no país, em seu livro *Bank to the Poor* (1998), conta como foi a jornada de criação do chamado Microcrédito e do Grameen Bank. Durante uma crise de fome que atingiu a Índia, enquanto ele ainda lecionava economia na Universidade de Bangladesh, Yunus resolveu deixar os muros da universidade e ir ver de perto o que acontecia. Ele começou a visitar as comunidades do entorno e, aos poucos, foi percebendo que toda a teoria e o conhecimento adquiridos eram, sem dúvida, uma base valiosa, mas não bastavam para entender a pobreza e a fome, nem mesmo ali tão perto da academia. Havia o que ele chamou de um “borrão” no entendimento causado pelo próprio acúmulo de conhecimento, o que chamou de efeito “*Bird’s Eye View*”, ou seja, uma visão generalista, de cima, como a gerada pela “Visão de um Pássaro Voando”, que deixava os detalhes literalmente “borrados”.

No entendimento do professor, esses pedaços distorcidos da imagem eram, naturalmente, preenchidos por extrapolações do próprio conhecimento, e esse preenchimento gerava teorias que culminavam em modelos e ações que buscavam normalizar os comportamentos e fenômenos, o que deixava justamente as pessoas e os efeitos da pobreza sobre elas difusas. Foi então que Yunus propôs uma nova abordagem, que batizou de “*Worm’s Eye View*”, ou seja, a “Visão pela Ótica de uma Minhoca”, de perto e com olhar na vida real, o mais caso a caso possível. Passou, então, a colocar seus alunos de Economia em contato com as comunidades e, em pouco tempo, percebeu que, em sua maioria, as pessoas das comunidades do entorno da universidade precisavam de pouco dinheiro para pôr a vida em condições de girar novamente. Viu também que não era o assistencialismo o caminho para o resgate daquelas pessoas da extrema pobreza, e que era preciso permitir que elas próprias o fizessem pelo trabalho. Eram, em sua maioria, mulheres sozinhas, com talentos para o artesanato e a culinária, sem condições dignas de manter suas famílias e que, no desespero, acabavam por alimentar um sistema de empréstimos feitos por pessoas que tinham mais recursos, em esquema de agiotagem.

O dinheiro dos empréstimos era usado para o trabalho, mas os juros cobrados mantinham as pessoas presas no sistema, sem conseguir evoluir, realimentando tudo numa relação de dependência. O professor, então, resolveu fazer um teste e, com os próprios recursos, emprestou uma quantia de menos de 50 dólares para um grupo de pessoas de uma comunidade, com juros baixos, e propôs que trabalhassem e pagassem quando possível. Em pouco tempo, à medida que essas pessoas conseguiram produzir dinheiro com trabalhos como a confecção de cestas, elas começaram a pagar e o dinheiro retornou inteiramente. Nascia, naquele momento, o microcrédito.

2.7 Um banco para os pobres

O professor Yunus conta em seu livro a grande dificuldade que teve para conseguir que instituições bancárias comprassem a ideia, até que, com amigos de um banco rural e do governo, conseguiu emplacar as suas primeiras operações. O sistema de “Visão de Minhoca” foi mantido e intensificado, com a montagem de uma rede de promotores que passavam os dias, como ele fazia no início, andando pelas comunidades e interagindo com quem precisava de empréstimo e com os clientes já usuários da instituição. O sistema de monitoramento confirmou-se como essencial para correções rápidas de rumo no sentido de preservar o ecossistema de crédito criado.

Durante o processo, algumas vezes detectava-se, por exemplo, a necessidade de pequenas reinjeções de dinheiro cirúrgicas em membros dos grupos de tomadores. Esses balanceamentos evitavam efeitos, como uma inadimplência generalizada por conta de um membro de determinado grupo não poder pagar e os outros não conseguirem o dinheiro para suprir o valor faltante. A falta de capacidade individual de honrar a parcela do empréstimo - *default* - caso não fosse tratada pela “Visão de Minhoca”, teria um efeito devastador, minando grupos inteiros em um *default* coletivo. No livro, Yunus relata o caso de uma senhora, hoje um dos maiores exemplos de sucesso, que precisou de 12 pequenos empréstimos extras durante sua jornada, na maioria para suprir problemas de causas externas, como a perda do telhado em uma forte chuva ou o adoecimento de filhos e dela própria, algo que, sem o “Olhar de Minhoca”, teria, fatalmente, impedido que ela atingisse a qualidade digna de vida a que chegou.

2.8 De pessoa para pessoa

Com a Resolução nº 4.656, de 26 de abril de 2018, o Banco Central do Brasil regulamentou o empréstimo entre pessoas, por meio da chamada Sociedade de Empréstimo entre Pessoas (SEP), físicas ou jurídicas, em que valores de até R\$ 15.000,00 (quinze mil reais) poderiam ser emprestados mediante o uso de uma plataforma eletrônica. Uma pouco antes do início da pandemia do novo coronavírus, no início de 2020, nascia a ideia da Plataforma de Investimento e Gestão de Nanonegócios (Grana Solidária), que iria buscar o investimento em pessoas de baixa renda, como fez o Grameen Bank indiano, dando a elas a possibilidade de melhorar suas condições de vida por meio do trabalho individual.

A possibilidade de pessoas emprestarem para pessoas, dada pela resolução, colocou o pilar fundamental do pensamento da futura empresa, ou seja, permitir que uns investissem nos outros, e assim como no banco indiano, o sucesso dos tomadores se transformaria no sucesso dos investidores que, por meio da plataforma, teriam a “Visão de Minhoca”, vendo bem de perto cada empreendedor e seus projetos. Para completar a construção da ideia, a análise da pesquisa *Ecossistema do Investidor Brasileiro*, feita anualmente pela B3, fez com que lembrássemos mais uma vez do professor Yunus. Como ele alertava em seu livro, não podíamos ser pegos pela tendência de moldar em nossas cabeças nem o investidor, nem o tomador. Foi possível ver, pelos dados da pesquisa, que existia, também na esfera do investidor, outro caminho a perseguir.

Quase 70% das pessoas entrevistadas já tinham alguma forma de investimento, na sua maioria poupança, e apenas 19% das pessoas não tinham algum valor nesse tipo de aplicação. Também estava retratado no estudo que os entrevistados não eram tão jovens – 54% tinha 42 anos, em média, e acreditavam que para evoluir para outros produtos era necessário ter mais dinheiro, o que levava 60% dos pesquisados a investir sempre nos

mesmos produtos financeiros. Para terminar, foi possível ver que 56% dos investidores brasileiros pertenciam à classe C e, na sua maioria, 53%, estavam na região Sudeste.

..... 3 Visão Geral

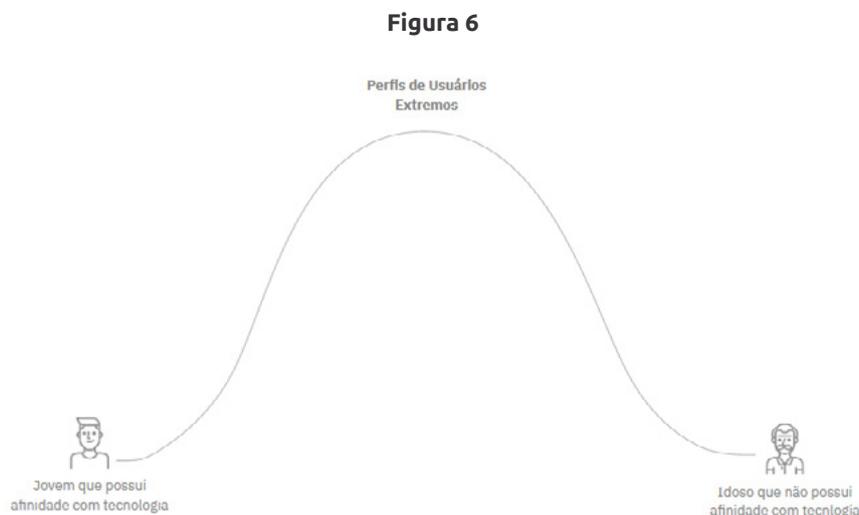
Para enxergar mais de perto, com a ajuda da empresa baiana Cubos, que direcionou a pesquisa por meio do seu braço financeiro, a Flint, partiu-se para o desafio de fazer um processo de imersão em meio a uma pandemia, com pesquisas e entrevistas que deram base para o desenho do produto que foi escolhido para a aceleração pelo LIFT Lab.

3.1 Entendendo o investidor

Na pesquisa, feita em um universo 126 respostas em que foi aplicada ponderação estatística, foi possível se chegar às seguintes conclusões:

- A maioria das pessoas com tendência a investir era um pouco mais jovem que as presentes na pesquisa da B3, e estavam entre 25 e 35 anos.
- A classe social se confirmou como predominantemente C.
- A maioria dos respondentes possuía familiaridade com o hábito de investir. Um fato importante é que a soma dos que tendiam a investir chegava a 73% do universo pesquisado.
- Foi possível observar que surgia a característica de se investir em produtos com um pouco mais de risco, no universo pesquisado.

Visando aprofundar o entendimento sobre o comportamento do provável investidor x o perfil dos chamados “sonhadores”, os nano e futuros microempreendedores, *target* social da plataforma, partimos para a exposição de duas personas. Elas foram criadas a partir de entrevistas por WhatsApp e ligações telefônicas. O *target* utilizado foi o de empreendedores/pessoas que querem abrir um negócio e classificados como de baixa renda. O recrutamento de entrevistados focou-se em buscar a área fora dos chamados perfis extremos de usuários, trazendo, assim, menor contaminação e maior variedade nas respostas. Para esta pesquisa, considerou-se como os dois perfis extremos o jovem que possui afinidade com tecnologia e o idoso que não possui afinidade alguma com tecnologia, conforme gráfico a seguir (Figura 6):



Os principais dados capturados pelas entrevistas de possíveis empreendedores foram transportados para duas personas, as quais foram expostas aos anteriormente entrevistados como investidores. A descrição de cada uma dessas personas é a seguinte:

PERSONA 1 - Francisca

Mulher de 30 anos, moradora da periferia de Salvador. Cabeleireira profissional desde os 20 anos, ela trabalhou em diversos salões de beleza da cidade. Atualmente, Francisca tem o sonho de abrir o seu próprio salão de beleza, o Salão da Fran. Mas, para isso, ela precisa de um investimento inicial que não possui. Conseguir esse valor é bastante difícil para ela, tendo em vista que a sua renda é baixa e os empréstimos oferecidos pelos bancos são bastante abusivos.

PERSONA 2 - João

João é um jovem de 30 anos, que vive no Itaipara, bairro de classe média/alta de Salvador, e é formado em gastronomia. João está juntando dinheiro para realizar o seu sonho de abrir um restaurante de culinária italiana, porém o investimento inicial é alto e ainda falta muito para João ter todo o dinheiro em mãos.

As conclusões da exposição dessas personas aos prováveis investidores são:

- A motivação principal para ajudar João, perfil característico dos microempreendedores de provável sucesso foi o retorno financeiro.
- Mesmo com essa característica, 19,8% dos entrevistados mostrava interesse por investimentos que tivessem o fator “impacto social”.
- A maioria, 49,2%, mesmo com a possibilidade de sucesso de um empreendedor jovem e com formação como João, não investiria nele.
- Já em relação à persona Francisca, o comportamento foi diferente. 50,8% investiria nela e outros 24,6% afirmaram que, inclusive, doariam para Francisca.
- Ao serem expostos à persona Francisca, 61,1% dos entrevistados colocaram o “impacto social” como principal fator mobilizador do investimento.

Para confirmação das hipóteses, partiu-se para um MVP Fake Door, com o objetivo de avaliar o interesse dos investidores na solução, bem como entender sobre o perfil destes. A estratégia adotada foi a criação de uma página no Facebook e postagens no Instagram com o intuito de impulsionar diferentes *copy*s redirecionando para determinadas *landing pages*. Nessa etapa, criou-se a marca e a identidade visual da Grana Solidária. A marca traz a junção de botões de ON, que formam elos de uma corrente, reforçando a característica de conexão almejada pela empresa (Figura 7).

Figura 7



Os *Copys* foram criados para testar qual proposta de valor convertia mais para o público de investidores, com anúncios baseados em quatro ideias centrais extraídas das pesquisas:

- **Geração de impacto social:** entendemos como impacto social a ideia de auxiliar a transformação de outras vidas sem passar a ideia de assistencialismo.
- **Investimento em modalidade nova:** a ideia era passar a sensação de “novidade” por meio da demonstração do investimento P2P, porque havia uma hipótese traçada de que pessoas que são “fanáticas” por investimentos, iriam ser adotantes iniciais da modalidade.
- **Investimento simples e rápido:** em que se exploraria o fato de não ser um banco, portanto, com a desburocratização dos processos.
- **Comece investindo com pouco dinheiro:** já que, nas pesquisas realizadas, foi possível observar que muitas pessoas acreditam que é preciso muito dinheiro para iniciar no mercado de investimentos, e isso não corresponde à realidade.

Depois de várias rodadas de análise, decidiu-se reduzir o número de variáveis e depurar a pesquisa, mantendo apenas uma pessoa de base em cada peça e variando os *copys* (Figura 8). Para cada um dos anúncios, foi criada uma *landing page* que permitiu o rastreamento do que atraía mais o investidor. A versão mais atraente confirmava mais uma vez a teoria. As pessoas eram movidas pelo impacto social (Tabela 1).

Figura 8



Tabela 1 - Resumo de dados (Facebook)

Nome do anúncio	Cliques no link (resultados)	Impressões	Conversão	CPC
<i>simples-sem-burocracia</i>	12	2192	1%	1.13
<i>modalidade-p2p</i>	6	1231	0%	0.93
<i>impacto-social</i>	49	3669	1%	0.73
<i>baixos-valores</i>	15	2335	1%	0.96

3.2 Visão geral do produto

Chegou-se, então, ao desenho do que deveria ser a plataforma, trazendo a capacidade de conectar investidores com propósito a nanoempreendedores, na busca de uma “Visão de Minhoca”, mais próxima dos negócios e processos para permitir atuar no ecossistema de forma rápida para a sua manutenção, buscando como meta sempre o sucesso de cada nano e micronegócio. Devido à complexidade do projeto, decidiu-se por dividi-lo em duas ondas - Crédito e Sistema de Nanogerenciamento, sendo este último batizado em homenagem ao professor Yunus de Gerenciamento Visão de Minhoca (GVM).

3.2.1 Fase 1 - Crédito

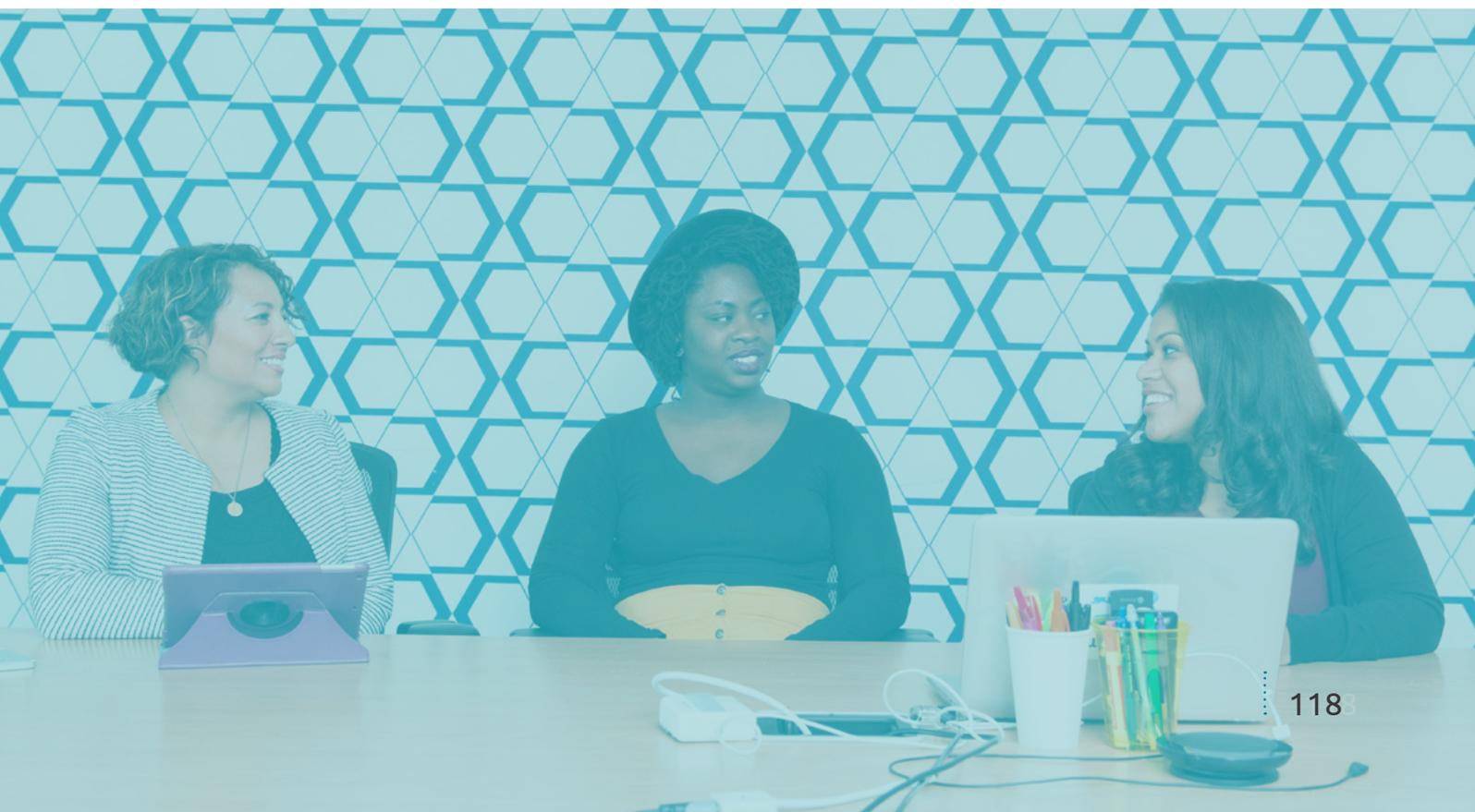
Nessa fase, o foco foi dar à empresa a capacidade de conectar as pessoas, permitindo o acesso ao crédito, com as seguintes subdivisões:

- *Credit Score* de *Onboarding* do tomador.
- Plataforma de inscrição individualizada dos projetos.
- Plataforma de gerenciamento e ajuste dos projetos.
- Acesso à capacitação para os empreendedores visando maior eficiência.
- Montagem de infraestrutura logística para os empreendimentos.

3.2.2 Fase 2 - GVM

Nessa etapa, o foco foi na definição de formas de auxiliar no gerenciamento dos negócios, seguindo a seguinte subdivisão de ações:

- Formatação de *clusters* de negócios para desenho de sistema de gerenciamento.
- Criação de fluxo de informações para nanogerenciamento.
- Criação da plataforma GVM.





3.2.3 Caso de uso

3.2.3.1 *Onboarding* do sonhador e Cadastro de projeto de empreendedorismo

Primeiramente, o usuário que busca financiamento para empreender cadastra os dados pessoais e responde às perguntas do chamado *Score GS*, de viés social (Figuras 9, 10 e 11). No processo de cadastro, não há checagem imediata, sendo a jornada de inscrição, em duas telas, totalmente realizada por todos os possíveis empreendedores.

Os dados passam por três *scores*, que cobrem a visão financeira e social e que depois ficam visíveis para os investidores.

Figura 9

The image shows a registration form with the following fields and labels:

- PARTE 1 DE 2**
- INFORMAÇÕES**
- A placeholder for a profile picture with the text "Adicionar Foto" below it.
- Nome Completo** (Nome Completo)
- Data de Nascimento** (Data de Nascimento)
- Número de Telefone** (Número de Telefone)
- CEP** (CEP)
- CPF** (CPF)
- Email** (E-mail)
- Senha** (Senha)
- Confirmar senha** (Senha)

Figura 10

PARTE 2 DE 2
QUESTIONÁRIO

Você planeja complementar a renda ou quer trabalhar pra você mesmo?

Complementar a renda

Trabalhar para mim

Você está trabalhando ou está desempregado?

Trabalhando

Desempregado

Você quer mudar de ramo ou continuar com a profissão que tem?

Mudar

Continuar

O negócio que quer montar é fixo, uma banca de lanches por exemplo, ou ambulante como um carro de lanches?

Fixo

Ambulante

Vai ser no seu bairro mesmo?

No meu bairro

Outra região

Figura 11

Já fez ou está fazendo algum curso de empreendedorismo ou de investimento pessoal?

Sim

Não

Qual é o seu sonho?

Descreva o seu sonho para nós conhecermos um pouco do seu projeto. Esse é o primeiro passo para ganhar o apoio de pessoas que acreditam em você e na sua ideia. O valor estimado não é o valor final que será publicado. Essas informações poderão ser editadas entrando em contato com a Grana Solidária.

Meu sonho é...

Valor estimado

Digite um valor

Antes de prosseguir, leia o [Termo de consentimento do usuário](#).

Finalizar cadastro

 Contato via Whatsapp
(71) 98703-3795

3.2.3.2 Desenho do nano/micronegócio

A partir das informações passadas na inscrição, a plataforma entra em contato com o futuro empreendedor na busca de dados para levantar a necessidade de investimento e o encaixe de cada tipo de negócio nos modelos presentes nos “clusters” do GVM. São perguntas como número de horas de trabalho, experiência prévia no ramo de negócio, uso de insumos residenciais, dentre outras. Os clusters da GVM são assim divididos:

- **Negócios perecíveis:** Aqueles que possuem alto impacto de perda de produto/estoque, como venda de lanches, sanduíches, sucos e gêneros alimentícios de perecimento rápido.
- **Negócios depreciáveis:** Os que possuem impacto programado de perda de produto/estoque, por exemplo, venda de produtos industrializados, como salgadinhos, refrigerantes etc.
- **Serviços:** Empreendimentos que não sofrem pressão de depreciação de estoque e são regidos pela oferta/procura, como animadores de festas, cabeleireiros, lava-jatos etc.

Obs.: É possível montar um cluster mix dos dois primeiros para negócios em que há tanto produtos de perecimento rápido quanto programado.

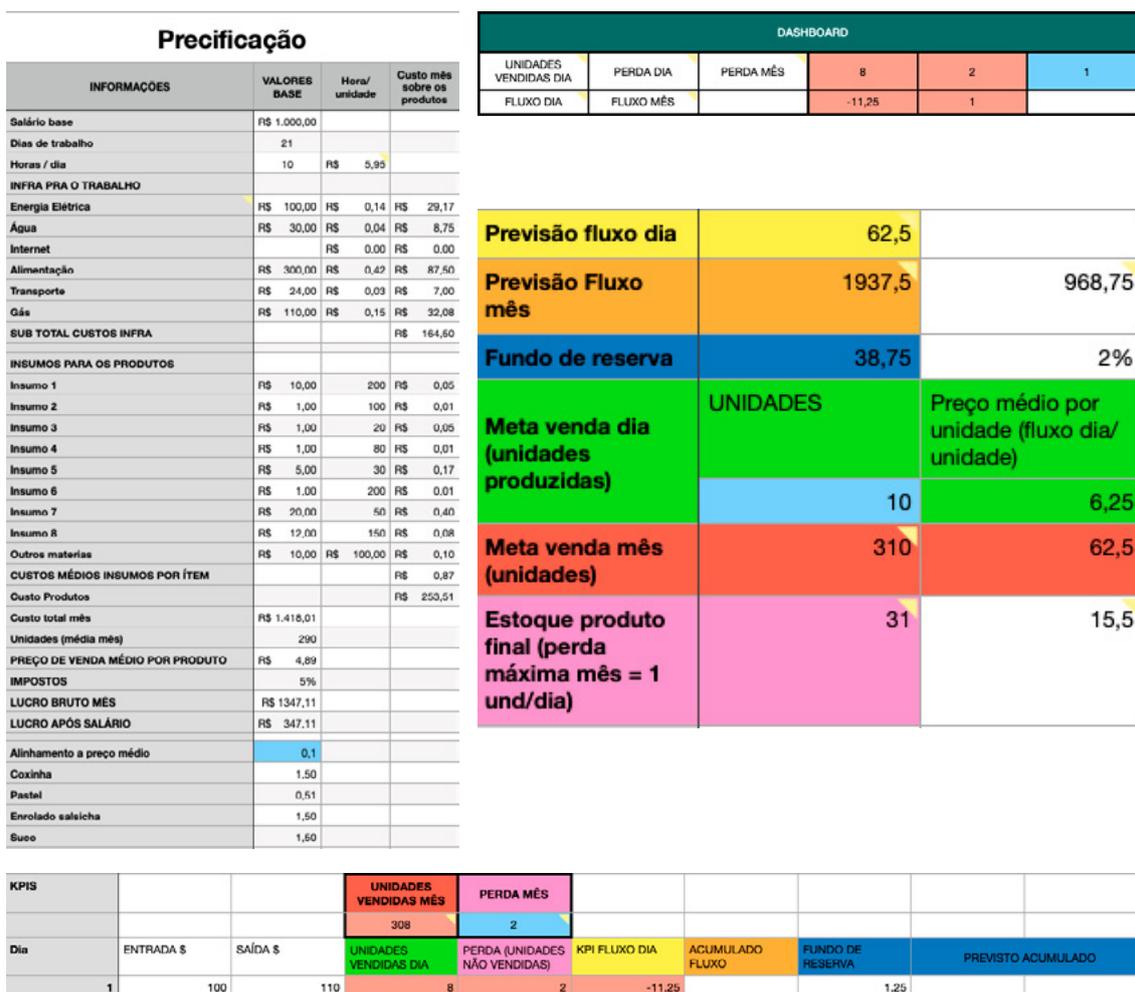
GVM

O sistema de Gerenciamento Visão de Minhoca (GVM) é composto de um conjunto de planilhas que vão desde a precificação até o gerenciamento de indicadores de performance de cada cluster de negócio, que é, então, controlado por indicadores definidos, como o controle de perda para os negócios enquadrados como “perecíveis”, o de encaixe para os definidos como “depreciáveis” e o número de atendimentos por dia para os do grupo de “serviços”. A seguir, o exemplo de duas dessas planilhas de controle (Figura 12):





Figura 12



3.2.3.3 Onboarding do investidor

O usuário acessa a plataforma, toma conhecimento do funcionamento e, então, cadastra-se, respondendo se deseja investir de forma recorrente ou pontual, informando também o quanto pretende investir. Logo após, ele recebe os avisos, reiterando os detalhes sobre o investimento, como a ausência de garantia e que, para redução de risco, ele deve investir de forma pulverizada. Em seguida, ele passa a visualizar os projetos disponíveis com os scores, e pode, então, sinalizar quanto pretende colocar em cada um dos projetos. A seguir as telas de cadastro e visualização do investidor (Figuras 13 e 14).

Figura 13 - Cadastro

Nome Completo
Nome Completo

Data de Nascimento
Data de Nascimento

Número de Telefone
Número de Telefone

CEP
CEP

CPF
CPF

Email
E-mail

Senha
Senha

Confirmar senha
Senha

Possui experiência com investimentos?
 Sim
 Não

Modalidade de investimento
 Pontual
 Recorrente

Quanto deseja investir?

Figura 14

PÁGINA DOS SONHOS

4 cotas disponíveis 40 dias restantes

 **ygof verde barretto dos santos**
 Cota: R\$250,00
 Baixo risco

Meta: R\$1000 (2% arrecadado)

[Ver projeto](#)

3.2.3.4 Matching

Quando o valor determinado para cada empreendimento é atingido pela soma das intenções de investimento, o sistema gera o *matching* e, tanto empreendedor quanto investidor são avisados. O investidor, caso seja o primeiro investimento, é encaminhado para a abertura de conta digital. Tanto o novo cliente quanto os mais antigos, que já possuam conta digital, são avisados da necessidade de disponibilizar o valor a ser investido na conta. O *matching* é monitorado pela gestão da plataforma e, assim que ocorre, são disparadas as mensagens para depósito dos recursos e assinatura dos contratos. Após o *cash in* e a assinatura dos contratos, é iniciado o processo chamado de “Materialização” dos empreendimentos. A seguir, um exemplo da tela de monitoramento presente na seção de Administrador da plataforma (Figura 15).

Figura 15

KAIOA MARX DOS REIS DA SILVA	Pendente	800	-	-	0%	-	0 apoiadores
ARIANO SUASSUNA DOS SANTOS	Aprovado	600	Médio	1000	100%	43	1 apoiador
WILIIAN SHAKESPEARE DA SILVA	Aprovado	500	Baixo	1000	100%	42	1 apoiador
DEXTER HOLLAND DA SILVA	Aprovado	1000	Médio	2000	100%	42	1 apoiador

3.2.3.5 Assinatura do contrato de financiamento

É gerado um contrato para cada investidor/sonhador e a assinatura é digital.

Abaixo, a página resumo do termo (Figura 16):

Figura 16

QUADRO RESUMO	
GRANA SOLIDARIA	Sociedade de Empréstimo entre Pessoas S.A.
CNPJ	INSERIR
ENDEREÇO	INSERIR
TOMADOR DO CREDITO	INSERIR
CNPJ / CPF	INSERIR
ENDEREÇO	INSERIR
INVESTIDOR	INSERIR
CNPJ / CFP	INSERIR
ENDEREÇO	INSERIR
INFORMAÇÕES GERAIS DO CONTRATO	
QUANTIDADE DE CONTRATO DE CRÉDITO BANCÁRIO	INSERIR
NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO DA SOLICITAÇÃO	INSERIR
VALOR LÍQUIDO LIBERADO AO SOLICITANTE	INSERIR
IMPOSTOS	INSERIR
TARIFA GRANA SOLIDÁRIA	INSERIR
TAXA DE JUROS	INSERIR
CUSTO EFETIVO TOTAL	INSERIR
PARCELAS	INSERIR
DATAS DE OPERAÇÃO	INSERIR
DEPOSITÁRIO	INSERIR
QUADRO DE LISTA DE CONTRATOS DE CRÉDITO BANCÁRIO ASSINADAS	
IDENTIFICADOR DE CADA CONTRATO DE CREDITO BANCARIO	
VALOR DE CADA CONTRATO DE CRÉDITO BANCÁRIO	

Por ser expressão da verdade, firmo o presente instrumento em conjunto com os AVALISTAS, se houver, conforme assinatura (s) digital (is) a seguir.

Salvador, [data da emissão: DD/MM/AAAA].
[Nome/Razão Social SOLICITANTE].

[Nome/Razão Social AVALISTA 1, se houver].

[Nome/Razão Social Cônjuge AVALISTA, se houver].

3.2.3.6 Pagamento das parcelas do financiamento

Após 30 dias do fechamento do contrato de financiamento, inicia-se o pagamento das parcelas. O administrador da plataforma informa quando faltarem cinco dias, na véspera e no dia do pagamento, via e-mail e/ou mensageiro eletrônico, oportunidade em que também avisa que o valor referente à parcela que deverá estar disponível na conta digital. Caso o pagamento não ocorra em dia, o empreendedor recebe novo aviso e, caso não quite a parcela em 24 horas, ele recebe contato direto da plataforma para regularizar o débito. Caso a regularização não aconteça no prazo máximo de 10 dias, é acionada uma empresa de cobrança. No caso de inadimplência o investidor também é avisado. A cada pagamento por parte do empreendedor, é feito *split* de pagamento em que o investidor tem o valor creditado em sua conta digital, abatido da taxa de serviço da plataforma.

..... 4 Escopo do Protótipo

Ao final da aceleração pelo LIFT Lab, a plataforma apresenta as seguintes funcionalidades:

1. Cadastramento dos empreendedores e de suas ideias de projetos.
2. Ajuste de escopo de cada empreendimento por parte do administrador da plataforma.
3. Exibição dos projetos apresentando indicador de risco lançado manualmente.
4. Cadastramento dos investidores com opção por investimento pontual ou recorrente.
5. Possibilidade, por parte dos investidores, de escolher quais projetos apoiar, informando o valor pretendido a ser direcionado para cada um deles.
6. Implementação de conta digital e sistema de TKPP (Plataforma Eletrônica de Pagamentos) white label da Rede Celer, para fazer os fluxos de pagamento, além de oferecer aos empreendedores serviços como máquinas portáteis de pagamento por débito e crédito (em produção pelo parceiro).
7. Migração da plataforma para o ambiente nuvem da Oracle, onde será possível buscar a automação dos processos visando à escala do produto pós-MVP (em andamento com parceiro).
8. Controle manual de indicadores GVM por meio de planilhas alimentadas por mensagens de WhatsApp enviadas pelos empreendedores. A partir dessas planilhas, ocorrerão disparos de ações, também manuais durante o MVP, conforme os três tipos de controles de negócios, os chamados “Flags”, que são os indicadores do que ser feito em cada caso, e que assumem três cores, sendo AZUL quando a meta de cada indicador está entre 95% e mais de 100% previsto, AMARELO quando esta está entre 80% e 95% do previsto e VERMELHO quando abaixo de 79,99% do previsto para cada indicador.

Os próximos passos a serem trilhados pela plataforma, logo após o o processo de aceleração do LIFT Lab, estão assim previstos:

1. Disponibilização na página de cada projeto a ser apoiado dos 3 *scores* com indicações de Baixo, Médio e Alto Risco e as explicações sobre cada um deles.
2. Novo processo de escolha de projetos, por parte dos empreendedores, que passarão, além de ter a possibilidade de desenhar o próprio projeto, a ter acesso a um cardápio pré-ajustado de empreendimentos já formatados. A escolha por formatar o próprio projeto incidirá na necessidade de um ciclo de desenho do empreendimento a ser feito em conjunto com a plataforma e, só após esse processo, o projeto passará a figurar como disponível para investimento.
3. Novo processo de investimento, com a disponibilização também da escolha por ranqueamento automático onde a plataforma fará o direcionamento dos recursos para os projetos mais bem ranqueados na combinação dos *scores*.
4. Automação do GVM.
5. Integração e automação do processo de análise de crédito.
6. Integração e automação do processo de abertura de conta digital.
7. Definição dos indicadores e procedimentos em relação ao crédito, levantamento de curva de inadimplência etc.
8. Implementação de possibilidade de “*inforcement*”, em que empreendedores poderão ser “apadrinhados” por outros durante o processo de financiamento, ou por empreendedores com processo finalizado e, também, por investidores ou grupo de investidores. Haverá balanceamento do *score* com base no nível de “*inforcement*”.

4.1 Tecnologias gerais do protótipo

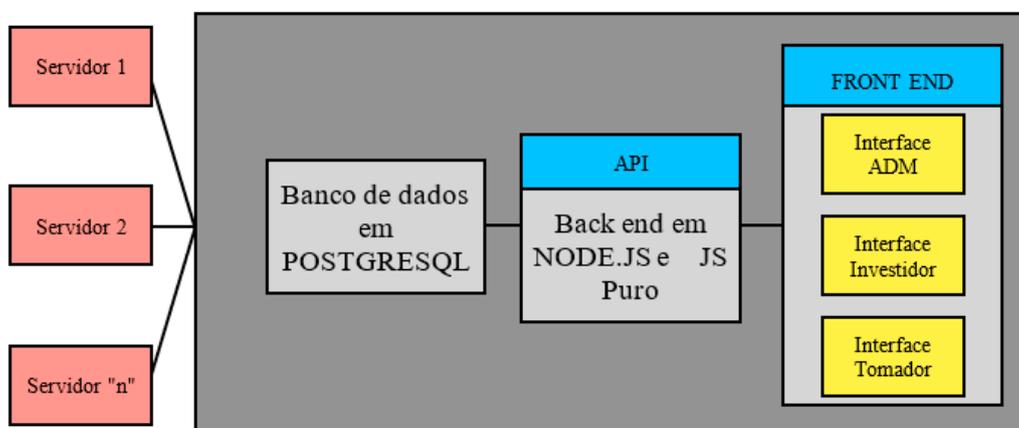
Com o uso de tecnologias modernas e eficientes, consegue-se montar uma aplicação eficaz, além de, com isso, um sistema com migração relativamente simples e altamente escalável. Usando conceitos como REST (Representational State Transfer), que nada mais é que um termo que representa diretrizes universais para comunicação em/entre aplicações e tecnologias extremamente atuais, buscou-se não só atender às expectativas da equipe mas, principalmente, às dos usuários.

De forma sucinta, algumas tecnologias e padrões/técnicas usadas na plataforma são:

- API (Application Programming Interface), módulo central que acessa a base de dados e que é manipulado por dois front-ends (duas molduras diferentes para o mesmo quadro) por meio de uma comunicação codificada usando HASH (verificação de integridade de informações), trazendo segurança e funcionalidade.
- React (biblioteca JavaScript focada em experiência e interface do usuário) como front-end, além de HTML, CSS e o próprio JavaScript puro.
- Node.js ambiente *open source* para a execução de código javascript diretamente nos servidores.
- Arquitetura MVC (Model; View; Controller), padrão de arquitetura de desenvolvimento que isola de forma bem definida as regras de negócio da interface, permitindo modificações na apresentação sem precisar alterar as regras de negócio.
- Banco de dados PostgreSQL.
- *Containers*: “pacotes” de código e dependências que englobam tudo o que é necessário para executar o código, permitindo, assim, que o sistema seja executado por desenvolvedores em qualquer máquina, sem a necessidade de download de dezenas de pacotes e tecnologias.
- Kubernetes (sistema em código aberto com modelo de desenvolvimento democrático) utilizado para gerenciamento e automatização dos *containers*, implementado por ferramentas internas de parceiro (cubos/flint).

4.2 Estrutura

A estrutura básica da aplicação é representada a seguir (Figura 17).



..... 5 Características Inovadoras

A plataforma traz como principais inovações os seguintes pontos:

- SEP - Utilização do Financiamento entre Pessoas Jurídicas e Físicas para simplificar o acesso ao crédito.
- *Credit Score* triplo para embasar e dar mais segurança à decisão dos investidores.
- Rotinas na concessão de crédito que diferenciam a plataforma dos principais concorrentes P2P, dando, além de maior segurança na decisão dos investidores, maior apoio e aumento de capacidade de sucesso dos empreendedores.
- GVM - Sistema de Nano/Microgerenciamento dos empreendimentos.

..... 6 Contribuição para o Sistema Financeiro Nacional

A plataforma encontra-se alinhada com a Agenda BC#, promovendo inclusão, por meio da possibilidade de levar a pessoas de baixa renda o acesso ao crédito. Essas pessoas também terão acesso a um acompanhamento de nanogestão e de educação empreendedora e financeira, o que, simultaneamente, conecta a plataforma a dois outros pilares da Agenda BC# - Educação e Competitividade. A possibilidade de enxergar o processo de ranqueamento e de acesso ao crédito, equipamentos e insumos, tanto pelo viés do empreendedor quanto pelo do investidor, conectará a plataforma a mais um pilar da Agenda BC#, a transparência.

..... 7 Restrições

7.1 Âmbito jurídico/contábil/financeiro

Para a autorização da operação de SEP, o Banco Central - Resolução 4.656/BCB, Seção I, art. 26 e art. 29, inciso II - exige recolhimento do capital social, que juntamente com o patrimônio líquido deve somar R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais). Na mesma resolução, a empresa que operar como SEP deve ser uma S/A. Ambas as necessidades exigem montante que depende da entrada de investidores e/ou de geração de caixa compatível. Devido a isso, a empresa estuda um caminho alternativo para início da operação do MVP por meio de Operações Ativas Vinculadas (OAV).

7.2 Âmbito tecnológico/logístico/produto

Devido ao processo de pivotagem conceitual em diversas esferas da plataforma, durante a aceleração LIFT, boa parte do sistema já em operação precisará ser refeito, no novo ambiente Oracle, e com o uso das ferramentas presentes nele. Mesmo antes da evolução, já com as funcionalidades agregadas durante a aceleração LIFT, será possível rodar o MVP trazendo validações para o desenho inicial da plataforma.

..... 8 Conclusão

O agravamento do cenário econômico do Brasil, que já vinha em deterioração e teve o processo acelerado com a pandemia do novo coronavírus, mostrou ser cada vez mais necessária a presença de agentes que possibilitem acesso a crédito e produção de renda nas classes mais pobres.

A Plataforma de Investimento e Gestão de Nanonegócios (Grana Solidária) encaixa-se nessa necessidade, especialmente no pós-pandemia, em que já é possível ver em pesquisas, como a última Pnad, que empreender por necessidade continuará sendo uma realidade cada vez mais presente e, para muitas famílias, questão de sobrevivência, tendo em vista que o processo de redução da renda do trabalhador na faixa dos 50% mais pobres continua na trajetória descendente iniciada em 2014, e na contramão do crescente custo de vida no país.

A plataforma sai do LIFT com uma clareza ainda maior da sua missão, e fortalecida por parcerias e conceitos que a farão mais forte para enfrentar o desafio de melhorar a vida dessas pessoas e, com isso, impactar positivamente na sociedade e na economia.

