

O MICROCRÉDITO COMO FERRAMENTA DE DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO PARA OS EMPREENDEDORES E SEUS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O CREDIAMIGO EM PETROLINA-PE

THE MICRO-CREDIT AS A TOOL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT FOR THE ENTREPRENEURS AND THEIR SMALL ENTERPRISES: A CASE STUDY ON CREDIAMIGO IN PETROLINA-PE

EL MICROCRÉDITO COMO HERRAMIENTA DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO PARA LOS EMPRESARIOS Y SUS PEQUEÑAS EMPRESAS: UN ESTUDIO DE CASO SOBRE CREDIAMIGO EN PETROLINA-PE

Fernanda Mirelle Gomes Rodrigues¹, Juliana de Sá Nunes Burgo Xavier², Wellington Dantas de Sousa,³ João Carlos Hipólito Bernardes do Nascimento⁴, Juliana Reis Bernardes⁵

RESUMO

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a contribuição socioeconômica do programa CREDIAMIGO para os empreendedores e seus pequenos empreendimentos do município de Petrolina-PE, identificando, além disso, os aspectos referentes ao perfil dos clientes antes e após adquirirem o empréstimo. O estudo utilizou da metodologia descritiva e procedimentos

bibliográficos e de campo para identificar informações sobre o perfil dos clientes no período considerado. Como instrumento de coleta de dados, foi utilizado um questionário com perguntas objetivas que serviram para atender aos objetivos da pesquisa. Os resultados evidenciam que os clientes tiveram uma evolução no seu empreendimento e no desenvolvimento socioeconômico através do CREDIAMIGO. Sendo assim, ele é relevante nas suas proposições de inclusão financeira destinado a indivíduos não beneficiados por outras formas de crédito mais convencionais, e de fato, tem contribuído para o fortalecimento dos negócios e das atividades produtivas dos pequenos empreendimentos, contribuindo, inclusive, para o desenvolvimento socioeconômico dos empreendedores.

¹ Formada em Administração de Empresas Faculdade de Ciências Aplicadas de Petrolina-PE, Pós graduando em Controladoria e Finanças pela Universidade Cândido Mendes. Atua como Analista Financeira.

² Graduada em Administração pela Faculdade de Ciências Aplicadas de Petrolina-PE, Pós Graduando em Gestão de Pessoas pela Uniandrade. Atua como Analista de RH.

³ Discente do Mestrado Profissional em Ciências Contábeis na área de concentração Contabilidade Pública pela Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE). E-mail: wellington@moscamed.org.br

⁴ Bacharel em Ciências Contábeis, Mestre em Contabilidade na área de concentração Contabilidade Gerencial pela Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE) e Doutorando em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). jchbn1@gmail.com

⁵ Discente do Mestrado Profissional em Administração e desenvolvimento empresarial da Universidade Estácio de Sá. E-mail: jureis3d@hotmail.com

Palavras-chave: Microcrédito;
CREDIAMIGO; Empreendedorismo.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the socio-economic contribution of CREDIAMIGO program for entrepreneurs and their small enterprises in the city of Petrolina-PE, identifying also the aspects relating to customer profiles before and after acquiring the loan. The study used the descriptive methodology and bibliographic procedures and field to identify information about the customer profile over the period. As data collection instrument, used a questionnaire with objective questions that served to meet the research objectives. The results showed that customers had an evolution in their enterprise and socioeconomic development through CREDIAMIGO. Therefore, it is relevant in their propositions of financial inclusion for individuals not benefit from other forms of more conventional credit, and in fact, has contributed to the strengthening of business and productive activities of small enterprises, contributing even to the socioeconomic development of entrepreneurs.

Descriptors: Microcredit;
CREDIAMIGO; Entrepreneurship.

RESUMEN

Este estudio tuvo como objetivo analizar la contribución socioeconómica de programa CREDIAMIGO para los empresarios y sus pequeñas empresas en la ciudad de Petrolina, identificando también los aspectos relacionados con los perfiles de los clientes antes y después de adquirir el préstamo. El estudio utilizó la metodología descriptiva y procedimientos bibliográficos y de campo para identificar información sobre el perfil de los clientes durante el período. Como instrumento de recolección de datos, se utiliza un cuestionario con preguntas objetivas que sirvieron para cumplir con los objetivos de la investigación. Los resultados mostraron que los clientes tenían una evolución de su empresa y el desarrollo socioeconómico a través CREDIAMIGO. Por lo tanto, es relevante en sus proposiciones de inclusión financiera de las personas se beneficien de otras formas de crédito más convencional, y de hecho, ha contribuido al fortalecimiento de las actividades comerciales y productivas de las pequeñas empresas, contribuyendo incluso a el desarrollo socioeconómico de los empresarios.

Palabras clave: Microcrédito;
CREDIAMIGO; Emprendimiento.

1. INTRODUÇÃO

Em meio à exclusão social vivenciada pela grande acumulação capitalista financeira, o microcrédito surge como um instrumento inovador e uma alternativa em termos de medidas de geração de renda e trabalho. A grande parte dos programas de microcrédito surgidos no Brasil tem em comum o objetivo de contribuir para o combate a pobreza e o desemprego, através do fortalecimento de atividades econômicas de pequenas extensões (NERI, 2008)

O microcrédito constitui-se em um modelo de política pública que atende tanto às demandas de instrumentos de combate à pobreza, quanto às políticas de fomento do empreendedorismo, de apoio às micro e pequenas empresas e de geração de emprego e renda.

Pode-se observar que é crescente o contingente de pessoas que procuram montar seus próprios negócios, na sua grande maioria de natureza familiar, motivados pelas transformações sócio-econômicas que o país e o mundo passam nos últimos anos. Esse movimento criou uma forte demanda por mecanismos de oferta de crédito

popular fora das instituições financeiras tradicionais (BC, 2007).

O conceito de microcrédito funciona em pelo menos 25 países em desenvolvimento e essa tem sido uma experiência muito bem sucedida. Na América Latina, o crédito produtivo popular começou a ser difundido nas últimas duas décadas e hoje são inúmeras organizações que movimentam carteiras de crédito de milhões de dólares (BC, 2007).

A importância do financiamento aos micro e pequenos empreendimentos formais e informais no Brasil se justifica em função da grande quantidade de estabelecimentos de pequeno porte, do crescimento do setor informal da economia, do crescimento do desemprego e pela dificuldade de acesso ao crédito produtivo (CAVALCANTE, 2003). Nesse contexto, a presente pesquisa apresenta o seguinte questionamento: qual a contribuição socioeconômica do programa CREDIAMIGO para os empreendedores e seus pequenos empreendimentos no município de Petrolina-PE?

No contexto da problemática proposta o presente estudo apresenta como objetivo analisar a contribuição do programa CREDIAMIGO para os

empreendedores e seus pequenos empreendimentos do município de Petrolina-PE. Para tanto, o presente estudo adotou como metodologia a pesquisa descritiva, bibliográfica e de campo, utilizando questionário com questões objetivas a fim de identificar o perfil dos clientes do CREDIAMIGO, a situação e o ramo do seu empreendimento, as mudanças que ocorreram na sua vida, econômica e financeira antes e após adquirir o empréstimo.

A presente pesquisa mostra-se ser de grande relevância no momento em que oportuna analisar a contribuição e o perfil sócio-econômico dos micro empreendedores beneficiários do programa de micro crédito CREDIAMIGO para a sociedade. A constituição desse trabalho inicia-se com fundamentação teórica, que aborda informações sobre a história do microcrédito, chegada do microcrédito ao Brasil, a extensão social e combate à pobreza, empréstimo solidário e a arte de empreender, Bancos do povo no Brasil e CREDIAMIGO no Banco do Nordeste. Adiante é apresentada a metodologia utilizada na realização da pesquisa, seguindo com a análise e discussão dos dados e por fim, as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 HISTÓRICO DOMICROCRÉDITO

O microcrédito teve início a partir do século XIX na Europa, mais precisamente em 1846 no Sul da Alemanha. Era uma época de muito inverno, e muito fazendeiros da região precisavam contrair empréstimos com agiotas para assim produzirem. Daí um pastor também daquela localidade que atendia pelo nome Raiffensem criou uma associação chamada “associação do pão” e com esta, cedia farinha de trigo para os fazendeiros fabricarem e comercializarem seus pães e, com o lucro, pagarem suas dívidas (MORAES et al., 2008). Tal atividade deu tão certo que acabou transformando-se em uma cooperativa de crédito para população mais desprovida.

A partir daí, várias outras práticas surgiram, porém, a que mais teve destaque internacionalmente foi à experiência realizada pelo professor Muhammad Yunus no ano de 1976, em Bangladesh. Após observar que os pequenos empreendedores das aldeias nos arredores da universidade onde lecionava eram reféns dos agiotas, Yunus começou a emprestar quantias do próprio bolso (BARONE, 2003).

Vendo o sucesso de sua ação, o professor decidiu criar o Grameen Bank (Banco da aldeia), em 1978, sendo esta nomeada a primeira instituição financeira a trabalhar com microcrédito no mundo. “As primeiras operações restringiam-se a pequenas quantias e sem a cobrança de juros, devido ao fato de, contar apenas com a ajuda de outros bancos privados e internacionais através de financiamentos e doações” (RIBEIRO, RODRIGUES E REIS, 2011, p.03).

O ato lhe rendeu o Prêmio Nobel da Paz, em 2006, devido à grande contribuição do programa para o desenvolvimento econômico e social daquele país, que muito fez, contribuindo para tirar pessoas da extrema pobreza. De acordo com Almeida (2009, p.51), desde a fundação Grameen Bank, diversos outros bancos no mundo todo foram criados adjetivando atender a uma demanda por microcréditos. Cita-se o:

Bank Rakyat na Indonésia fundado em 1984, um ex-banco rural e deficitário que o governo local transformou em um eficiente banco de microcrédito; Bancosol na Bolívia fundado em 1986. Banco privado comercial que se especializou no

atendimento a microempresas e que, a exemplo do Grameen Bank, tem como principal característica o trabalho de visitação dos agentes aos microempreendedores; Corposol na Colômbia fundado em 1988, uma entidade civil sem fins lucrativos especializada no atendimento de microempresários, entre outros.

Foi preciso surgir o Grameen Bank, para que outros programas de microcrédito viessem surgir em vários países .

2.2 CHEGADA DO MICROCRÉDITO AO BRASIL

Segundo Carneiro (2010), as origens do microcrédito no Brasil remontam ao final da década de 1950, quando Dom Helder Câmara criou uma carteira de empréstimos no Rio de Janeiro para que os excluídos sociais pudessem iniciar uma atividade produtiva. Sendo este o método encontrado pela igreja católica com a intenção de contribuir na solução de problemas sociais nas comunidades carentes.

De fato, a iniciativa mais publicada na literatura como sendo origem de tal atividade no Brasil é a

União Nordestina de Assistência a pequenas Organizações, mais conhecida como programa UNO, em 1973, contando com a participação do empresariado e bancos locais, sendo implantadas em Recife e Salvador.

A UNO foi criada especificamente para desenvolver um programa de crédito e capacitação para micro-empresendimentos populares, particularmente no setor informal. Tratava-se de uma associação civil, sem fins lucrativos (ALMEIDA, 2009). Ainda de acordo com Carneiro (2010), “outra experiência se deu em Porto Alegre (RS) pelo Centro de Apoio aos pequenos Empreendimentos Ana Terra (CEAPE/RS), que atualmente atua com doze centros em vários estados brasileiros. Trabalhando de forma independente, mas todos utilizando da mesma metodologia dos grupos solidários e do crédito orientado”.

A etapa mais recente da evolução institucional do microcrédito no Brasil é a participação de instituições financeiras tradicionais. Nesse segmento de mercado "Destacando-se iniciativas de organizações públicas (Banco do Brasil, Banco do Nordeste) e privados (Bancos comerciais e Sociedades de Crédito)" (MORAES, 2010, p. 51)

2.3 A EXTENSÃO SOCIAL, MICROCRÉDITO E COMBATE À POBREZA.

O Microcrédito, segundo Neri (2008, p. 33), “promove uma espécie de choque de capitalismo nos pobres, permitindo aos desprovidos de dinheiro, o acesso ao capital produtivo. Com recursos e confiança, o pobre consegue realizar investimentos que podem servir de porta de saída estrutural da pobreza”. Diante disso, o microcrédito torna-se uma opção para aqueles que querem mudar de vida e que tem um espírito empreendedor, porém, não tem conhecimento e muito menos capital para montar um pequeno negócio.

Para Yunus (1999) apud Neri (2008), que fundou o Banco Grameen e é o pioneiro do microcrédito, “o direito ao crédito financeiro deveria ser um direito universal, devido ao seu imenso potencial de impacto social, pois, segundo ele, de alguma forma eles já possuem uma habilidade geradora de renda, faltando-lhes apenas capital para concretizar ou dinamizar essa capacidade”. Néri (2001) explora múltiplas dimensões do crédito como alavanca de combate à pobreza citando efeitos desencadeadores como: i) melhora na utilização dos ativos da família, ii) aumento na capacidade de

geração de renda e iii) melhora na habilidade dos pobres em lidar com as flutuações de renda.

Partindo da premissa de que diversas alternativas são apontadas no contexto da literatura como forma de combate à pobreza, sendo que o crescimento econômico aparece praticamente em todas as suas citações. O aumento do nível de atividade produtiva, geralmente medido pelo PIB, tem efeito direto sobre a redução da pobreza absoluta, evidenciando pelos aumentos e reduções do número de pobres ao longo dos anos 80, acompanhando diretamente os movimentos dos ciclos econômicos de curto prazo (ROCHA, 1995).

Sendo assim, a geração de emprego é uma das maneiras de buscar a redução da proporção de pobres neste país. Nesse sentido vários programas de geração de renda são lançados ao longo de décadas; ação motivada no Brasil, principalmente, pela onda de desemprego que vem gerando. Segundo Rocha (1995), é nesse contexto que o microcrédito ganha corpo nas políticas públicas em resposta a esse questionamento, pois boa parte desses programas de microcrédito tem como objetivo principal o combate a pobreza, como é o caso do CREDIAMIGO.

2.4 EMPRÉSTIMO SOLIDÁRIO E A ARTE DE EMPREENDER

Para Barone (2002, p.14), o microcrédito, especificamente, refere-se a concessão de empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e microempresas, que normalmente não possuem acesso formal ao sistema financeiro tradicional, principalmente, por não terem como oferecer garantias reais. É um crédito específico voltado à produção (capital de giro e investimento), e é concedido com o uso de metodologia específica.

Pode-se notar que o segredo de tal mecanismo se dá devido ao fato de que vizinhos se conhecem melhor e, sabem da capacidade de pagamento uns dos outros do que uma financeira na qual jamais poderia ter conhecimento. Se tornando vizinhos ou pessoas da comunidade em co-signatários de empréstimo, mistificam-se problemas de assimetria informacional entre emprestadores e tomadores.

O uso de associações em tal processo pode aumentar o poder de pressão para que os empréstimos sejam pagos, utilizando-se para isso o capital social dos indivíduos e, no caso de inadimplência, recorrendo a punições que podem envolver desde penas coletivas subjetivas, como perda de

capital simbólico dentro da comunidade (BARONE, 2002). De acordo com Maes (2006), o acesso aos serviços de crédito e de depósito é uma forma de fornecer aos pequenos empreendedores, meios para executar um papel ativo na economia.

Empreendedor, segundo Leite (2000, p.554), “é alguém que aplica dinheiro com nova capacidade de produzir riqueza. Uma pessoa que inicia e desenvolve um negócio”. Drucker apud Leite (2000, p. 105) afirma que “quase todo o conhecimento convencional a respeito do chamado espírito empreendedor está totalmente errado. Esse espírito, na percepção dele, nada mais é do que uma disciplina e como tal pode ser aprendida”.

De acordo com Santos (2009), evidências empíricas sugerem que no segmento dos micros empreendimentos informais com baixos níveis de faturamento e com precariedade dos negócios, a massificação do acesso ao crédito depende de instituições especializadas em microfinanças que: possuam estrutura de governança; realize uma análise de risco eficiente frente à falta de registros contábeis formais e o “caixa único” do negócio e da família; possuam incentivos apropriados para inibir a seleção

adversa e o risco moral; utilizem mecanismos de garantias adequados; e operem com custos compatíveis com os pequenos volumes das operações.

A escassez de crédito é muito mais severa para os micros e pequenos empreendimentos. Com isso, há uma restrição considerável de sua capacidade produtiva, que ocasiona um impacto negativo na geração de receitas e na ampliação de suas atividades, cuja consequência é o surgimento de um ciclo econômico-financeiro restritivo (CAVALCANTE, 2004, p.43).

De acordo com Cavalcante (2003), muitos empreendedores não têm garantias reais, e nem uma gestão eficiente, os mesmos acabam passando por um processo de exclusão, sendo assim, o microcrédito surge como uma alternativa de atender os micros empreendedores que não tem acesso ao sistema financeiro tradicional.

Pode-se observar que um empreendedor nada mais é do que uma pessoa na qual está em um negócio por conta própria; ele organiza, administra e assume o risco da gestão do empreendimento. Para poder ser um

empreendedor bem sucedido é preciso saber administrar. As oportunidades para se empreender nos diversos setores da economia são muitas, e o Microcrédito pode ser um pontapé inicial para muitos se tornarem donos do seu próprio negócio.

Ainda de acordo com Cavalcante (2003), o microcrédito pode ser entendido como uma alternativa viável de política pública de geração de emprego e renda, constituindo-se como proposta capaz de ampliar as oportunidades para realização de negócio dos micros empreendimentos formais e informais no contexto global.

2.5 BANCOS DO POVO NO BRASIL

No Brasil, ainda se confunde muito a definição de microcrédito com crédito popular, essa confusão dá-se segundo Monzoni (2008, p.31), “devido ao fato de bancos públicos federais de grande porte, principalmente, o Banco Popular, do Banco do Brasil, ter como produtos, créditos de pequena monta voltados, teoricamente, à população de baixa renda”. Além disso, o próprio governo federal contribui quando classifica tal programa em suas campanhas de comunicação como microcrédito.

Os chamados “bancos do povo”, no Brasil, não são como o Banco Grameen, em Bangladesh. Esta denominação pode ser traduzida como “banco das aldeias”. Lá, como cá, os indigentes se concentram em zonas rurais. Mas, lá os agentes itinerantes do banco vão em seus domicílios. No Brasil, a maioria dos bancos espera o povo ir a suas agências, nas cidades maiores.

No Brasil, a iniciativa apareceu, nos anos 90, com a participação do Terceiro Setor. No começo de 2002, existiam 67 OSCIP de microcrédito e 24 SCM. Além disso, com governos populares sendo eleitos para as administrações municipais e estaduais, houve a implantação de “Bancos do Povo” para apoiar a geração de ocupação e renda. O BNB fez a opção de criar uma OSCIP, o Instituto Nordeste Cidadania, para operar diretamente o microcrédito. O Instituto fazia a análise de crédito, o assessoramento empresarial e o acompanhamento dos pagamentos, focando a região rural do semi-árido nordestino. OBNB atuava nos mesmos moldes da maioria das OSCIP voltadas ao microcrédito produtivo

orientado, isto é, com grupos de aval solidário e agentes de crédito itinerantes, muitos dos quais eram agrônomos terceirizados (COSTA, 2010, p.11).

Por isso, na era neoliberal (1990-2002), havia a expectativa que o microcrédito se desenvolvesse pelo país como atividade do setor privado. Os neoliberais achavam que haveria mercado, sem dúvida, pois a grande maioria da população não tinha acesso bancário. Seria perfeitamente factível que instituições financeiras privadas atuassem, exclusivamente, na atividade do microcrédito, explorando a ampla base de clientes em potencial.

2.6 CREDIAMIGO BANCO DO NORDESTE

O CREDIAMIGO é o maior Programa de Microcrédito Produtivo Orientado da América do Sul, que facilita o acesso ao crédito a milhares de empreendedores pertencentes aos setores informal ou formal da economia (microempresas, enquadradas como Microempreendedor Individual, Empresário Individual, Autônomo ou Sociedade Empresária) (BNB, 2013).

Segundo o BNB, o CREDIAMIGO faz parte do Crescer - Programa Nacional de Microcrédito do Governo Federal - uma das estratégias

do Plano Brasil sem Miséria para estimular a inclusão produtiva da população extremamente pobre.

O Programa atua de maneira rápida e sem burocracia na concessão de créditos em grupo solidário. Grupo solidário consiste na união voluntária e espontânea de pessoas interessadas em obter o crédito, assumindo a responsabilidade conjunta no pagamento das prestações. A metodologia do aval solidário consolidou o CREDIAMIGO como o maior programa de microcrédito do país, possibilitando o acesso ao crédito a empreendedores que não tinham acesso ao sistema financeiro (BNB, 2013). Ainda de acordo com o BNB (2013), “associado ao crédito, o CREDIAMIGO oferece aos empreendedores acompanhamento e orientação para melhor aplicação do recurso, a fim de integrá-los de maneira competitiva ao mercado”.

3 METODOLOGIA

A *pesquisa* descritiva, no entendimento de Gil (1999), tem como objetivo principal estabelecer relações entre as variáveis, determinar a população ou fenômeno. Uma das características é a padronização de coletas de dados: questionário e observação sistemática em grupo de

estudos e opinião. Segundo Rodrigues (2006, p. 90), “na pesquisa descritiva, o pesquisador estuda as relações entre as variáveis de um determinado fenômeno sem as manipular; ou seja, constata e avalia as relações à medida que as variáveis se manifestam espontaneamente”.

Quanto aos procedimentos, são os que “referem-se à maneira pela qual se conduz o estudo e, portanto, se obtêm os dados” (Beuren, 2008, p. 83). Nesse aspecto, Gil (1999) contribui informando que o elemento primordial para identificar um delineamento é a metodologia adotada para coletar os dados. Nesse aspecto, o procedimento adotado é a pesquisa bibliográfica e de campo. A bibliográfica é feita com base em dados já existentes, ou seja, em artigos e publicações que foram divulgadas, como exemplo, livros, periódicos, teses, relatórios, sites especializados da internet.

A pesquisa bibliográfica está relacionada a um estudo apoiado em outras fontes confiáveis. Cervo et al (2007, p. 60) afirma e define-a como:

A pesquisa que procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos, livros, dissertações e teses, buscando conhecer

e analisar as contribuições culturais e científicas do passado sobre determinado assunto, tema ou problema.

A pesquisa de campo, segundo Andrade, (2001, p.127) é “aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar ou ainda, descobrir novos fenômenos ou relações entre eles”.

A pesquisa de campo foi composta por micro empreendedores da cidade de Petrolina-pe, que são clientes ativos do programa CREDIAMIGO. Para Marconi e Lakatos (1996), a pesquisa de campo é a fase realizada após os estudos bibliográficos. Não se deve confundir a pesquisa de campo com a simples coleta de dados. Para o autor, a pesquisa de campo é um procedimento que conta com controles adequados e objetivos que são planejados e que discriminam suficientemente o que deve ser coletado (TRUJILLO, 1974 *apud* MARCONI e LAKATOS, 1996).

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A fim de realizar a pesquisa, a população base do estudo foi formada

por clientes do CREDIAMIGO do Banco do Nordeste em Petrolina-PE. De acordo com o estudo feito no CREDIAMIGO da agência do Banco do Nordeste em Petrolina-PE, foi constatado que existem 12.400 famílias atendidas, sendo, este total dividido entre Santa Maria e todos os povoados, Agrovilas e assentamentos; Lagoa Grande, Vermelhos, Nova Descoberta e todos os seus assentamentos; Afrânio, Rajada, Pau Ferro, Dormentes e todos os assentamentos e vilas de Afrânio e Dormentes; e na Cidade de Petrolina, todos os projetos de irrigação e vilas e assentamentos. Sua taxa de juros é de apenas 0,4% e a de inadimplência é de 0,5%, sendo tais dados considerados baixos em relação a empréstimos em bancos convencionais. Os valores mais solicitados pelos clientes variam entre R\$ 1.000,00(mil reais) a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais). O valor mínimo é de

R\$ 100,00 (cem reais) e o máximo R\$ 15.000,00(quinze mil reais).

Petrolina-PE é uma das cidades de Pernambuco em que o programa CREDIAMIGO funciona desde 1998. O município está localizado na mesorregião do São Francisco, foi criada em 1870. De acordo com o IBGE a população estimada de 2013 do município é de 319.893 habitantes. Segundo Mattar (1994), uma população determina o tamanho de uma amostra, com população finita variável nominal ou ordinal, podendo-se considerar o cálculo da técnica de amostragem probabilística aleatória simples com reposição, ou seja, cada elemento da população em estudo tem igual probabilidade de ser incluído na amostra que foi definida com base na equação seguinte:

$$A = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{((n-1) \cdot E^2) + (Z^2 \cdot P \cdot Q)} \quad (\text{Eq. 01})$$

Sendo:

A = Tamanho da amostra.

Z = Nível de confiança. Cálculo estatístico que mostra o quanto a

amostra é representativa do universo.

P = Taxa de proporcionalidade. Estimativa da verdadeira proporção de um dos níveis da

variável escolhida. Significa a percentagem com que o fenômeno se verifica.

Q = Complemento de proporcionalidade. **1 – P**. Logo, a percentagem complementar “**Q**” é igual a 50% (**Q = 1-0,50**).

N = Tamanho da População.

E = Margem de erro. É o erro máximo permitido e arbitrado em função do rigor exigido pelo teste. Quanto maior o rigor, menor o erro máximo permitido e maior o tamanho da amostra. Dessa forma, obteve-se a seguinte amostra:

Z = 1,645 (Nível de confiança de 90%)

P = 0,50

Q = 1- 0,50

E = 10

N = 12.400

A = $\frac{(1,645)^2 \times (0,5) \times (1-0,5) \times (12.400)}{[(12.400-1) \times (0,10)^2] + [(1,645)^2 \times (0,5) \times (1-0,5)]}$

$[(12.400-1) \times (0,10)^2] + [(1,645)^2 \times (0,5) \times (1-0,5)]$

A = $\frac{2,706 \times 0,5 \times 0,5}{x 12.400}$

$(12.399 \times 0,01) + (2,706 \times 0,5 \times 0,5)$

A = 67 clientes (tamanho da amostra, considerando a aplicação da fórmula proposta).

Segundo Mattar (1994), a amostra considera um erro máximo de 10%, caracterizando um nível de confiabilidade de 90% sobre as características da população. Os entrevistados, de acordo com o cálculo, compreendem um total de 67 clientes ativos. Eles foram entrevistados na própria sede da agência bancária.

A intenção da pesquisa não era identificar o cliente, e sim coletar informações de como era a sua vida antes e após adquirir o empréstimo do CREDIAMIGO. Sendo assim, os questionários foram aplicados no período entre 19/09/2013 a 08/10/2013. Os questionários aplicados continham 14 (catorze) questões, sendo algumas delas com múltiplas alternativas. Os dados obtidos foram tabulados utilizando Microsoft Excel, a partir dos quais se geraram gráficos e tabelas que serviram para análise a luz dos autores.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Após o levantamento dos dados adquiridos com alguns dos clientes, foi possível obter informações quanto ao perfil, e as melhorias que o programa de microcrédito proporcionou. Sendo assim, os dados obtidos foram tabulados através de gráficos para proporcionar uma melhor análise dos resultados. A pesquisa mostrou no gráfico 1 que a maioria desses clientes é do sexo feminino com 66% (44), sendo 34% (23) de homens e, conforme pesquisas já realizada por Néri (2008), tanto o programa CREDIAMIGO como a maior

parte de programas de microcrédito, tem como clientes predominantes mulheres. Segundo Wajnman (1998), as situações ocupacionais específicas que permitiram o crescimento da atividade feminina é a de conta própria no comércio de mercadorias, cujo crescimento deveu-se, sobretudo, ao aumento de comércio ambulante de cosméticos, gêneros alimentícios, entre outros. Conforme o gráfico 01, tal fato que pode ser explicado devido ao aumento do ingresso da mulher no mercado de trabalho e que também serve como complemento da renda familiar.

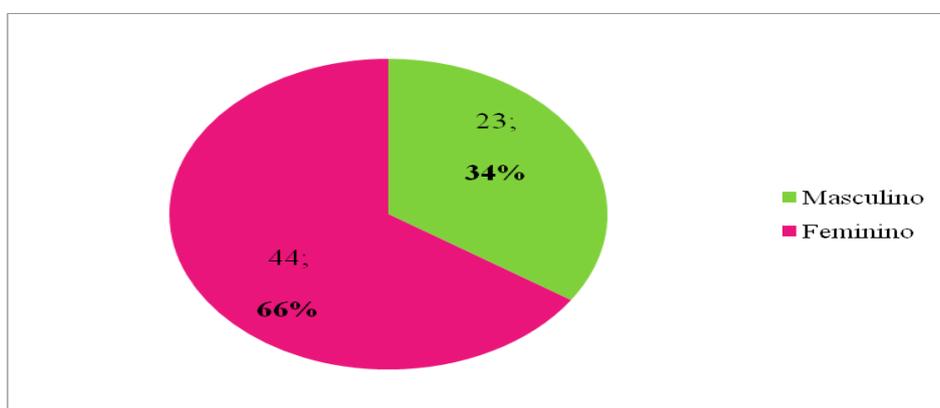


Gráfico 1-Gênero
Fonte: dados da Pesquisa (2013).

O gráfico 02, adiante, mostra que tal atividade é, na maioria das vezes, informal, dado que 64% dos entrevistados estão no setor informal. Esse dado corrobora com os dados

publicados por Santos e Góis (2001), pois os clientes do CREDIAMIGO são pessoas que trabalham por conta própria, sendo empreendedores atuantes em geral no setor informal da economia.

Conforme determinou a amostra, os gráficos têm como referência os dados de 67 pessoas entrevistadas, sendo apresentados os dados quantitativos e percentuais, respectivamente.

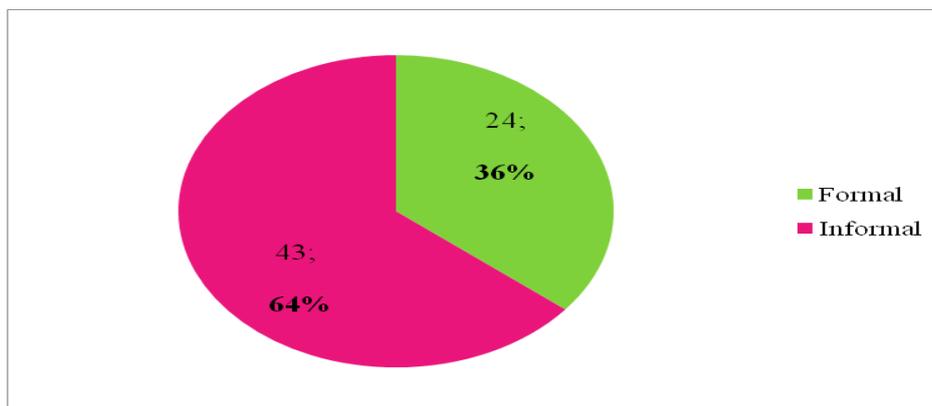


Gráfico 2-Estrutura do Negócio

Fonte: dados da Pesquisa (2013).

Nota-se que, de acordo com o gráfico 03, a seguir, o ramo de atividade que tem maior representatividade no CREDIAMIGO é o de comércio representando 82% do valor total, sendo um dado bem expressivo. O de serviço

apesar de ter sido pouco representativo, está em ascendência. O trabalho publicado por Néri (2008) mostra que 92% dos clientes entrevistados do programa CREDIAMIGO atuam no setor de comércio.

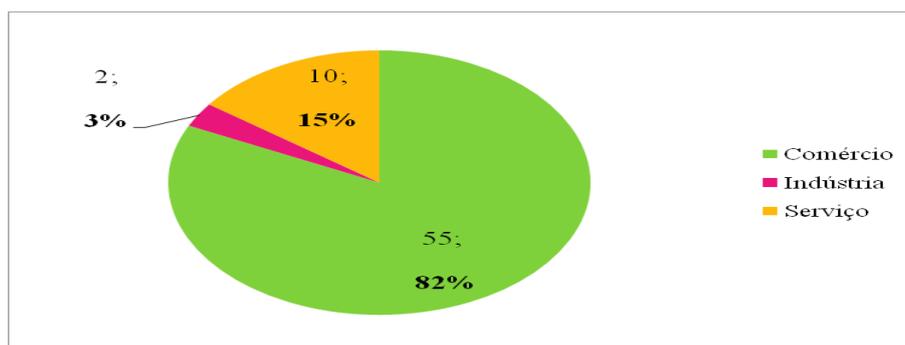


Gráfico 3-Ramo de Atividade

Fonte: dados da Pesquisa (2013).

O Setor de atividade mais recorrente é o de vendas em geral, por ser um tipo de negócio bem abrangente

e, em segundo lugar vem outros, sendo representado por: cabeleleiras,

costureiras, confeitadeiras, chaveiros e etc.

Como mostra o gráfico 04.

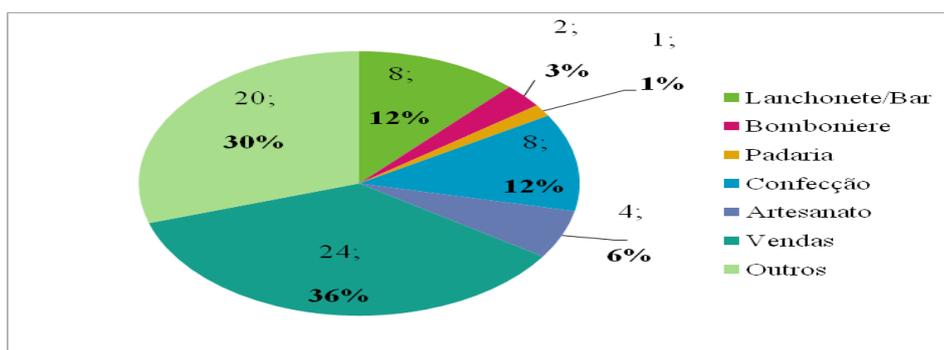


Gráfico 4-Setor de Atividade

Fonte: dados da Pesquisa (2013).

O gráfico 05 mostra que a maior quantidade de pessoas, ou seja, 29 clientes que contratam o CREDIAMIGO, está na faixa dos 20 a 35 anos, ou seja, são pessoas que na maioria das vezes já tem uma família e vê no CREDIAMIGO uma opção para

iniciar ou ampliar um negócio próprio, ou até mesmo para ampliar sua renda. Vale ressaltar que para Néri (2008), essa é uma variável relevante na medida em que remete à experiência, o que contribui para abertura de negócios próprios.

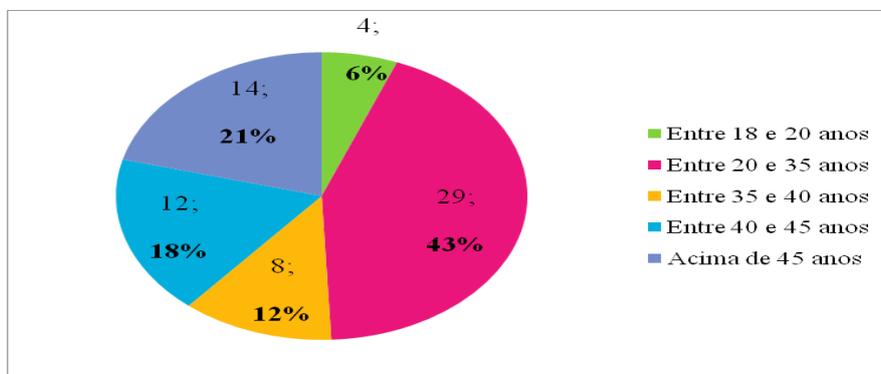


Gráfico 5- Faixa Etária

Fonte: dados da Pesquisa (2013).

No gráfico 06, a maioria das pessoas só tem no máximo ensino médio completo, ou seja, não tiveram oportunidade ou talvez não se interessaram para fazer uma faculdade e obter um conhecimento mais específico de como gerir um negócio. Com o

CREDIAMIGO eles vão ter a oportunidade de ter o capital para investir nos negócios e ainda terão algumas dicas e acompanhamento de profissionais que vão auxiliá-los em como levar adiante seu empreendimento.

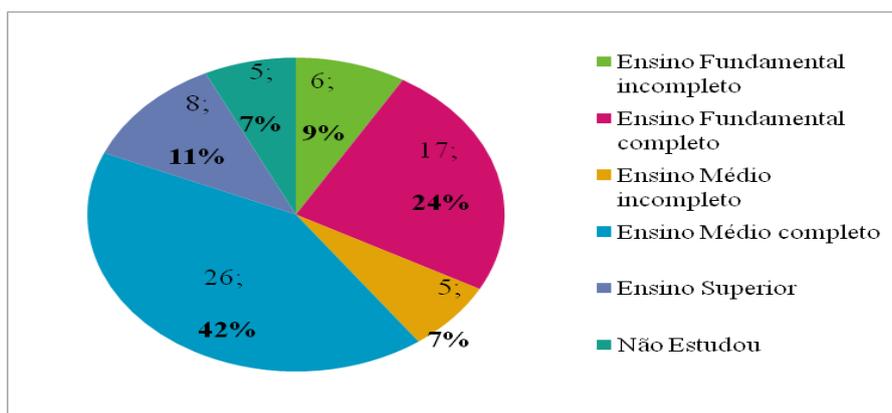


Gráfico 6- Nível de Escolaridade

Fonte: dados da Pesquisa (2013).

O gráfico 07 aponta que a maioria dos empreendedores tem seus negócios em suas próprias residências e, portanto, confirmando o dado de maior quantidade de informais do gráfico 02. Por ser mais acessível para eles, pois, são negócios pequenos e sairia mais

dispendioso o aluguel ou a compra de um imóvel. Vale destacar que, segundo Lage (2005), a participação dos empreendimentos que funcionam no domicílio do cliente tem aumentado com queda na participação dos que funcionam em lojas e oficinas.

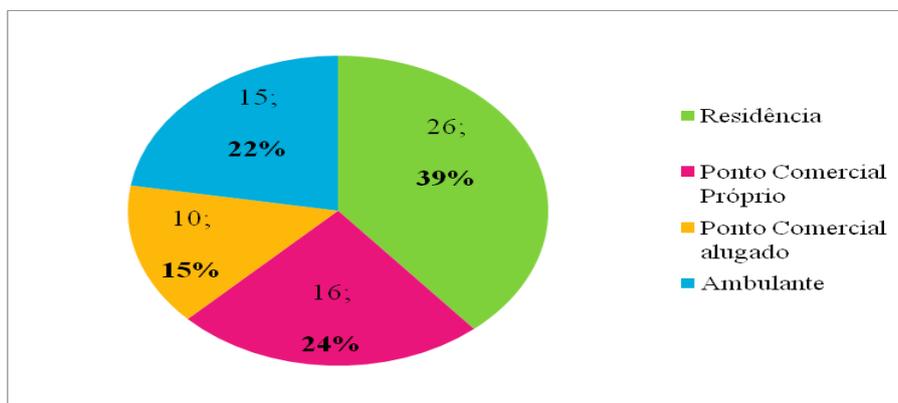


Gráfico 7-Localização do Empreendimento

Fonte: dados da Pesquisa (2013).

No gráfico 08 pode-se notar que a renda está em ascensão. A que teve maior representatividade foi a renda entre 1 e 3 salários mínimos e logo em segundo lugar entre 3 e 5 mínimos,

levando em consideração aos baixos salários ofertados no mercado de trabalho e ainda, tendo como parâmetro o nível de escolaridade destas pessoas, o salário pode ser satisfatório.

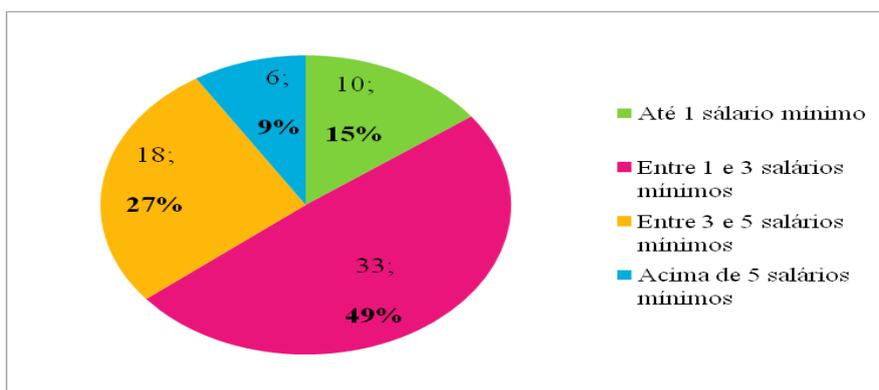


Gráfico 8-- Renda Média Mensal

Fonte: dados da Pesquisa (2013).

Analisando o gráfico 09, nota-se que 51% das pessoas já estão no CREDIAMIGO de 1 a 2 anos, isso mostra que os clientes estão bastante

satisfeitos e já podem ser considerados assíduos e fiéis, levando em consideração o prazo de renovação que é de 3 em 3 meses.

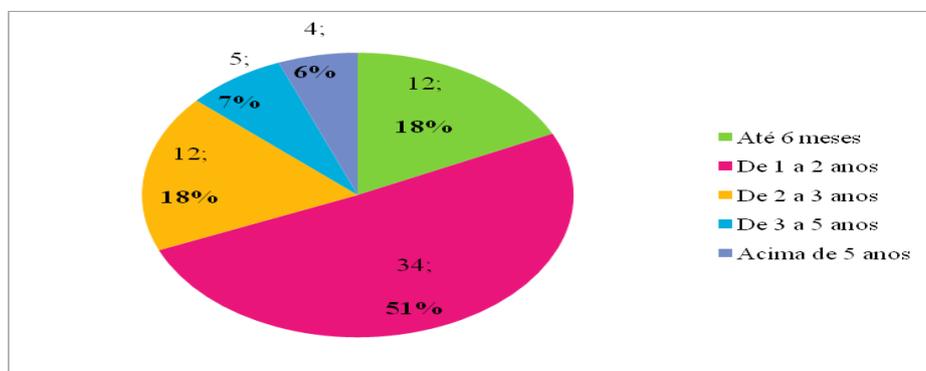


Gráfico 9-- Há quanto tempo utiliza o CREDIAMIGO

Fonte: dados da Pesquisa (2013).

O CREDIAMIGO contribuiu para aumentar as vendas em 67% dos casos, demonstrando ser um instrumento de grande importância para os pequenos empreendedores, pois, com o CREDIAMIGO, segundo relatos de

clientes, eles puderam ampliar o empreendimento, melhorando a estrutura, tendo mais estoque, podendo fazer promoções, dar descontos melhores aos clientes, confeccionaram cartões, fazer propagandas, ofertar

brindes etc. e, com isso, aumentaram os clientes e, conseqüentemente, as

vendas. Resultados que podem ser vistos no gráfico 10.

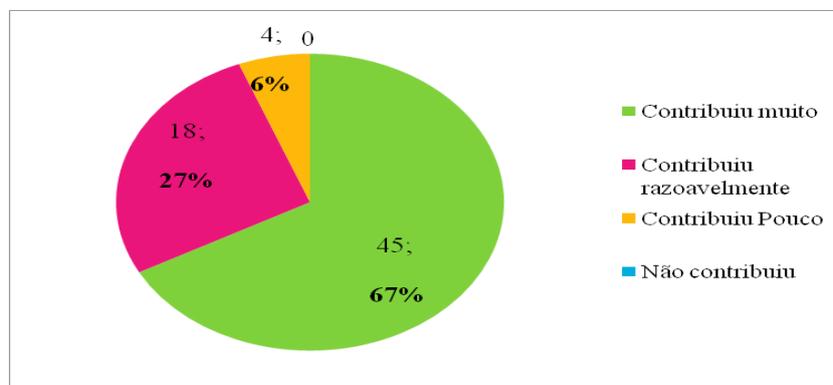


Gráfico 10-O CREDIAMIGO contribuiu para aumentar as vendas do seu negócio.
 Fonte: dados da Pesquisa (2013).

No gráfico 11, pode-se notar que 3%, ou seja, a minoria tinha uma vida ótima antes do CREDIAMIGO, à maioria com 46% tinha uma vida

razoável, podendo concluir que suas vidas ficaram melhor depois que seus empreendimentos começaram a participar do programa.

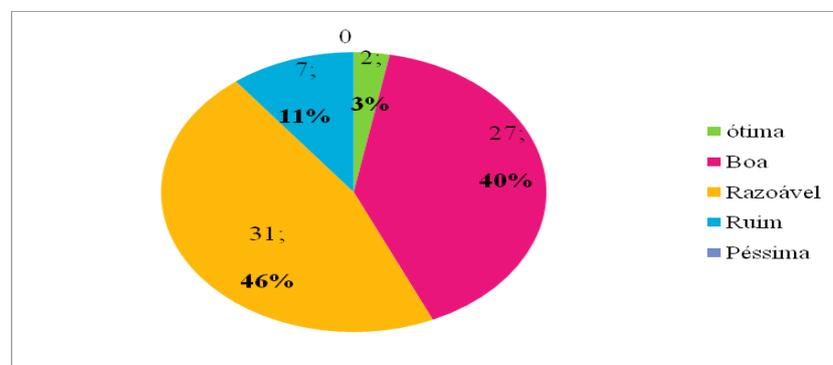


Gráfico 11-Como era sua vida antes do CREDIAMIGO
 Fonte: dados da Pesquisa (2013).

Tabela 01 – Comparativo das mudanças ocorridas na vida dos clientes antes e após o CREDIAMIGO.

DESCRIÇÃO	NÃO	SIM
O CREDIAMIGO lhe possibilitou adquirir	21%	79%

máquinas/equipamentos para o seu negócio?		
O CREDIAMIGO lhe abriu as portas para o mercado de trabalho?	10%	90%
O CREDIAMIGO contribuiu para que lhe desse uma condição de vida melhor, podendo assim, pagar uma escola particular para seus filhos?	46%	54%

Fonte: dados da Pesquisa (2013)

O quadro revela que, após adquirir o CREDIAMIGO, os clientes tiveram uma mudança para melhor, tanto na sua vida pessoal, como também no empreendimento, pois, com ele veio à oportunidade de comprar máquinas e equipamentos entre outras coisas para o melhor desenvolvimento do seu negócio, podendo até, em alguns casos, formar um estoque bastante significativo, pois antes, segundo relatos, havia a necessidade de estoque, porém, não tinham capital para a sua realização.

O CREDIAMIGO ainda possibilitou segundo os entrevistados, abrir as portas para o mercado de trabalho em um percentual de 90%, representado por 53 pessoas, mostrando para eles uma condição de sobrevivência melhor, engajando até familiares, pois são negócios muitas vezes simples, mas, que traz consigo a necessidade de mais de uma pessoa

trabalhando, chegando a envolver na maioria das vezes até três pessoas.

Em relação à questão pessoal, alguns dos entrevistados não possuíam filhos, assim, explicando o fato de apenas 54% ou seja, 36 deles terem dito que conseguiram pagar uma escola particular para seus filhos, sendo um dado considerado relevante em consideração aos que disseram que ainda não tiveram como, representados por 46% do total (31). Diante disso, pode se considerar que o CREDIAMIGO não tem contribuição apenas na vida do tomador do crédito, mas sim, em todas as pessoas que compõe a família, pois, se um pai adquire a condição de colocar o filho em uma escola particular, ambos estarão desfrutando de tais resultados, tendo em vista que a educação pública no Brasil possui muitas deficiências a sanar e, enquanto isso não acontece, os pais vão à busca de outras formas de

proporcionar uma educação de qualidade para seus filhos.

5. CONSIDERAÇÕES

FINAIS

O presente artigo apresentou uma breve contextualização da história do Microcrédito e do CREDIAMIGO na cidade de Petrolina-PE, mostrando a contribuição que tal programa trouxe para os pequenos empreendedores da cidade. De acordo com o estudo realizado pode-se inferir que, de fato, o crédito contribuiu sobremaneira na questão socioeconômica.

A maioria das pessoas entrevistadas, tomadoras do crédito são empreendedores informais atuando no ramo de pequeno comércio, comprovando assim, que o programa vem focalizando a população mais carente e que, provavelmente, não teriam acesso ao sistema financeiro tradicional. Os empréstimos são rápidos e fáceis e quase não tem burocracia.

A satisfação por parte dos questionados é notória, visto que muitos deles só conseguiram enxergar as oportunidades depois do CREDIAMIGO, alguns até relataram que não conseguiriam, pelo menos por enquanto, viver sem o crédito, pois, com ele veio à chance de adquirir equipamentos, máquinas e até reformar

o seu negócio e os mostrou o que é ter uma visão de mercado através das orientações.

O programa deu sua contribuição positiva para o crescimento dos entrevistados, melhorando, principalmente, as suas vendas, atraindo mais clientes e evoluindo a renda familiar, tendo como principal fator o aquecimento da economia regional, e consequentes mudanças na vida dessas pessoas e demais familiares, trazendo a oportunidade de lazer, educação e saúde.

Assim, pode-se concluir que o Programa de Microcrédito CREDIAMIGO vem exercendo com eficácia seu papel dentro da sociedade e que, realmente contribui para o rumo dos negócios e contribui socioeconomicamente na vida dos clientes, e consequentemente, para o fortalecimento de apoio de emprego e renda aos micro empreendedores.

Como limitação da presente pesquisa, pode-se citar que a amostra é composta por clientes apenas de Petrolina-PE pois foi restrito, e seus resultados não podem ser generalizados para outras regiões. Por fim, pesquisas futuras poderão investigar os impactos do crédito sobre a performance do negócio verificando assim os possíveis

benefícios derivados do acesso ao crédito.

REFERÊNCIAS

1. ALMEIDA, Wilton Luiz Mota. **O sistema de microcrédito como estratégia de redução da pobreza: uma avaliação no âmbito dos municípios nordestinos**. Dissertação de Mestrado. Sergipe, 2009.
2. ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à Metodologia do trabalho Científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 5ed. São Paulo: Atlas, 2001.
3. BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S/A - A, <http://www.bnb.gov.br>. Acesso: 25/08/2013.
4. BARONE, F.M. et al. **Introdução ao microcrédito**. Brasília: Comunidade Solidária, 2002.
5. BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade – Teoria e Prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
6. CARNEIRO, Ercila Ribeiro. **Microcrédito como ferramenta de combate à pobreza e Incentivo à inclusão social: o caso do fundo ver-o-sol de Belém Do Pará**. Dissertação de mestrado FGV. Rio de Janeiro, 2010.
7. CAVALCANTE, André Bezerra. **Microcrédito: uma alternativa de crédito produtivo para o micro e pequeno empreendedor**. Disponível: <http://integracao.fgsp.br/ano5/15/indox.htm>. Acesso: 29 de agosto de 2013.
8. CAVALCANTE, A.B. **Microcrédito: Uma Alternativa de Política Pública Local de Crédito Produtivo para o Micro e Pequeno Empreendedor**. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 27, 2003, Atibaia SP. **Anais...** Atibaia SP: ANPAD, 2003.
9. CERVO et al. **Metodologia Científica**. 6ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 60p.
10. COSTA, Fernando Nogueira da. **Microcrédito no Brasil**. São Paulo. 2010.
11. GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
12. LAGE, Janaína. 2005. **A economia informal urbana, segundo IBGE**. In: Folha on line. Rio de Janeiro. 19/05/05. Disponível em: Artigo microcrédito (Juazeiro do Norte).pdf - Foxit Reader 2.3 - [Artigo microcrédito (Juazeiro do Norte).pdf].
13. LEITE, Emanuel. **O Fenômeno do Empreendedorismo: Criando Riquezas**. Recife: bagaço, 2000. 554p.
14. MAES, J. **Microfinance service for very poor people: promising approaches from the Field**. 2006.
15. MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo, Atlas. 1996.
16. MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

17. MICHALISZYN, M. S; TOMASINI, R. **Pesquisa Orientações e Normas para Elaboração de Projetos, Monografias e Artigos Científicos.** 4ª ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2008.
18. MONZONI, M. **Impacto em renda no microcrédito.** São Paulo: Peirópolis: GV Ces- Centro de Estudos em Sustentabilidade/ FGV- EASP, 2008.
19. MORAES, Jevane mendonça. **Microcrédito uma ferramenta de combate a pobreza e inclusão social: um estudo de caso do projeto Amazônia Florescer.** Dissertação de mestrado FGV. Rio de Janeiro, 2010.
20. MORAES, Zisleide Soares, et al. **O microcrédito como instrumento de desenvolvimento social e econômico.** universidade Federal de Sergipe. 2008.
21. NERI, Marcelo. **Microcrédito, o ministério nordestino e o Grameen brasileiro: Perfil e performance dos clientes do CREDIAMIGO.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.
22. RIBEIRO, Kleber Ávila. RODRIGUES, Anne Karinne Gomes de Barros, REIS, Mona Mirelle Castro. **A Importância do Microcrédito para o Desenvolvimento Econômico e Social: o caso do CREDIAMIGO no município de Juazeiro-ba.** Facape, 2011.
23. ROCHA, Sonia Poverty Lines for Brazil. **Governabilidade e Pobreza os Desafios dos Números.** Rio de Janeiro: IPEA, fev. 1995. Disponível: <http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/eventos/forumbnb2009/docs/o-microcredito.pdf>. Acesso: 25 de Agosto de 2013.
24. RODRIGUES, A.J. **Metodologia científica. Completo e essencial para a vida universitária.** São Paulo: Avercamp, 2006.
25. SANTOS, Arnaldo; GOES, Francisco F de. **Microcrédito e desenvolvimento regional.** Fundação Paulo Bonavides. Instituto para o desenvolvimento de estudos econômicos, sociais e políticas públicas. Fortaleza: Premium, 2011.
26. SANTOS, C.A. dos. **Crédito para os pequenos negócios: o duplo desafio de ampliar a oferta e reduzir custos. Perspectivas e desafios para inclusão financeira no Brasil: visão de diferentes atores:** Brasília: Banco Central do Brasil, 2009.
27. WAJNMAN, S, QUEIROZ, B., LIBERATO, V. **O crescimento da atividade feminina nos anos noventa no Brasil.** Anais do XI Encontro Nacional de Estudos Populacionais. Abep, v. 2, p. 2.429-2.454, 1998.

Sources of funding: No
Conflict of interest: No
Date of first submission: 2015-02-10
Last received: 2015-02-10
Accepted: 2015-03-26
Publishing: 2015-04-30