



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CENTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO

LEANDRO MARTINS VIEIRA

MICROCRÉDITO E MICROEMPREENDEDOR:
O CASO DO CREDIAMIGO NA REGIÃO DO VALE DO JEQUITINHONHA –
MINAS GERAIS

Belo Horizonte
2015

LEANDRO MARTINS VIEIRA

**MICROCRÉDITO E MICROEMPREENDEDOR:
O CASO DO CREDIAMIGO NA REGIÃO DO VALE DO JEQUITINHONHA –
MINAS GERAIS**

Dissertação apresentada ao Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração – CEPEAD – da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Administração.

Área de Concentração: Finanças

Orientador: Prof. Dr. Francisco Vidal Barbosa

Belo Horizonte
2015

Ficha Catalográfica

V657m
2015

Vieira, Leandro Martins.
Microcrédito e microempreendedor [manuscrito]: o caso do Crediamigo na região do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais / Leandro Martins Vieira. – 2015.
133 f. : il., gráfs, tabs.

Orientador: Francisco Vidal Barbosa.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Pós Graduação e Pesquisas em Administração.
Inclui bibliografia (f. 116 -123) e apêndices.

1. Microfinanças – Teses. 2. Empreendedorismo – Jequitinhonha, Rio, Vale (MG e BA) – Teses. Empreendedorismo – Minas Gerais – Teses. I. Barbosa, Francisco Vidal. II. Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Pós Graduação e Pesquisa em Administração. III. Título.

CDD: 658.403

Elaborada pela Biblioteca da FACE/UFMG – NMM060/2015



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Departamento de Ciências Administrativas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração

ATA DA DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO do Senhor **LEANDRO MARTINS VIEIRA**, REGISTRO N° 562/2015. No dia 09 de abril de 2015, às 09:00 horas, reuniu-se na Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, a Comissão Examinadora de Dissertação, indicada pelo Colegiado do Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração do CEPEAD, em 23 de março de 2015, para julgar o trabalho final intitulado "**Microcrédito e Microempreendedor: o caso do Crediamigo na região do Vale do Jequitinhonha - Minas Gerais**", requisito para a obtenção do **Grau de Mestre em Administração**, linha de pesquisa: **Finanças**. Abrindo a sessão, o Senhor Presidente da Comissão, Prof. Dr. Francisco Vidal Barbosa, após dar conhecimento aos presentes o teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra ao candidato para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores com a respectiva defesa do candidato. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do candidato e do público, para julgamento e expedição do seguinte resultado final:

APROVAÇÃO;

() APROVAÇÃO CONDICIONADA A SATISFAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS CONSTANTES NO VERSO DESTA FOLHA, NO PRAZO FIXADO PELA BANCA EXAMINADORA (NÃO SUPERIOR A 90 NOVENTA DIAS);

() REPROVAÇÃO.

O resultado final foi comunicado publicamente ao candidato pelo Senhor Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 09 de abril de 2015.

NOMES

ASSINATURAS

Prof. Dr. Francisco Vidal Barbosa.....
ORIENTADOR (CEPEAD/UFMG)

Prof. Dr. Poueri do Carmo Mario.....
(CEPCON/UFMG)

Prof. Dr. Bruno Pérez Ferreira.....
(CEPEAD/UFMG)

Prof. Dr. Antônio Dias Pereira Filho.....
(CEPEAD/UFMG)

Prof. Dr. Ricardo Viana Carvalho de Paiva.....
(Centro Universitário UNA)

“Good economic theory must give the people the chance to use their talents to build their own lives. We must get away from the traditional route where the rich will do the business and the poor will depend on private or public charity.”

(MUHAMMAD YUNUS)

AGRADECIMENTOS

Finalmente, após esta jornada de pouco mais de dois anos de trabalho intenso, eis aqui a dissertação. E digo “a”, e não “minha”, porque sem o trabalho daqueles que me precederam e me mostraram o caminho que eu deveria traçar nada disso seria possível.

Primeiramente a **Deus**, criador de todas as coisas, desse planeta, destas pessoas que nele habitam e sustentáculo para aqueles que, mesmo com todas as durezas da vida, buscam n’Ele a esperança de dias melhores.

Aos meu pai **Luiz Altamiro**, que teve que ouvir minhas lamentações e reclamações e me apoiou na execução deste trabalho, ora com opiniões relevantes, ora com a revisão do texto e, em algumas, como o “meu” Crediamigo, quando meus recursos financeiros eram insuficientes. À minha mãe, **Wilma**, por todo carinho, paciência e cuidado vinte quatro horas por dia, sete dias por semana. Aos meus irmãos, **Ana Luísa**, que também me emprestou seu ouvido para eu falar por horas, e **Gabriel**, principalmente pelas caronas e companhia ao Mineirão. À minha prima **Úrsula**, pela revisão em inglês. E, claro, à minha avó **Dona Leopoldina** e a todos os meus **tios e primos**.

Um agradecimento especial ao **Prof. Dr. Francisco Vidal Barbosa**, que foi mais que um orientador, um amigo e um exemplo pessoal e profissional que terei como inspiração na carreira acadêmica.

A **todos os professores** do Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração (CEPEAD) da FACE UFMG. Em especial, ao **Prof. Dr. Bruno Pérez**, por todas as dicas e orientações.

A todos os **funcionários da FACE**, representados aqui por **Vera** e **Érika**, da secretaria do CEPEAD, que sempre me ajudaram em todas as minhas demandas.

Aos amigos do EICIS e do Projeto Incluir: **Márcia, Mônica, Conceição, Angelina, Romante, Naira, Danilo, Elton, Daniel, Tatielle, Sthepanie, Luiz e Carol Salomão**, além da **Daliane**, que nem todos os alfajores do mundo pagariam toda ajuda que me deu, e a **Eliana Torga**, por sempre compartilho sua experiência comigo.

Aos meus amigos e colegas do CEPEAD, em especial **Carolina Magda, Sabrina Amélia, Lorena e Milena**, que tornaram todos os momentos de trabalho e estudo mais fáceis, pela simples amizade natural que surgiu nesses dois anos de convivência.

Aos amigos para vida toda, como **Mariana Coelho** (provavelmente, sem seu incentivo eu teria desistido antes mesmo de começar). A toda turma do Chatêau: **Solano, Marina, Raquel, Michelle, Ana Rosa, Danilo, Suelen, Lélío, Raul e Júlia**. E a outras amizades especiais como, **Déborah, Ellen e Louise**.

A uma pessoa que passou a fazer parte da minha vida nos momentos finais deste trabalho e hoje é imprescindível, minha namorada **Flávia Januzzi**. Obrigado pelo companheirismo, incentivo e amor que tem me dedicado.

Não posso me esquecer das pessoas que contribuíram efetivamente para a realização deste trabalho, como **os funcionários da Casa da Glória em Diamantina** e a **Professora Doutora Mariana Lacerda**, que cederam o local como área de descanso e trabalho. A todos os funcionários do Crediamigo, como **Ubiratan** e **Elizete** que abriram às portas para mim. A toda a **população** sofrida e batalhadora **do Vale do Jequitinhonha**. À **Ana Carolina**, que me ajudou na coleta de dados, sem a qual provavelmente, demoraria mais uns meses para aplicar todos os questionários.

E, por fim mas não menos importante, um agradecimento de coração ao **Júlio César**, que acreditou em mim e me apoiou bastante na realização deste trabalho. Hoje o considero como um amigo que fiz nessa jornada. A seus pais **Altamiro** e **Vera Lúcia**, que acolheram um desconhecido em sua residência, e me proporcionaram uma companhia agradável.

VIEIRA, Leandro Martins. **Microcrédito e Microempreendedor:** o caso do Crediamigo na Região do Vale do Jequitinhonha – Minas Gerais. 2015. 133f. Dissertação (Mestrado em Administração), Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Abr. 2015.

RESUMO

O microcrédito tem despertado o interesse de governantes e estudiosos do mundo inteiro, devido a sua suposta capacidade de combater a pobreza e de criar oportunidades de desenvolvimento econômico em áreas tradicionalmente pouco favorecidas economicamente. O interesse aumentou ainda mais quando, em 2006, Muhammad Yunus, criador do *Grameen Bank*, foi laureado com o Prêmio Nobel da Paz. No Brasil, diversas políticas voltadas para o chamado “microcrédito produtivo orientado” vêm sendo intensificadas desde o final da década de 1990, com destaque para o Crediamigo, do Banco do Nordeste. Após esse período, uma série de estudos nacionais e internacionais vem buscando compreender a dimensão do fenômeno dos microfinanciamentos e seu impacto na melhora da condição de vida dos tomadores e na sustentabilidade financeira das instituições de microfinanças. Todavia pouco se tem estudado a respeito dos microempreendimentos que utilizam este tipo de financiamento. Este trabalho busca esclarecer como o microcrédito influencia a promoção do empreendedorismo no Vale do Jequitinhonha. A escolha deste local foi motivada pelos baixos indicadores sociais da região, tornando-a uma das mais pobres e menos desenvolvidas do Brasil, e por causa do elevado número de mulheres chefes de família e sua baixa escolaridade, o que as tornam alvos preferenciais para a utilização de microcrédito com base nas metodologias geralmente associadas a esse tipo de empréstimos. Para explicitar este fenômeno, foi realizado estudo com base em métodos mistos com triangulação concomitante, em que a etapa quantitativa foi composta por um *survey* com 182 microempreendedores que utilizaram o microcrédito e foram atendidos pelo Crediamigo. Os dados coletados foram agrupados por meio da *cluster analysis*, visando encontrar similaridades entre os microempreendedores. Já a etapa qualitativa foi realizada por meio de estudo de casos em que as entrevistas semiestruturadas foram realizadas por meio de análise de conteúdo. A partir dos dados coletados, foi traçado um perfil socioeconômico dos empreendedores pertencentes a cada um dos quatro agrupamentos encontrados e feita a classificação dos tipos de negócios tendo em vista a aplicação dos recursos obtidos no microfinanciamento. A análise dos dados permitiu constatar que o microcrédito exerce uma influência positiva na lucratividade e na geração de fluxo de caixa nos negócios, uma vez que permite aos empreendedores comprar mercadorias, acumular insumos e gerar a formação de capital de giro em condições melhores do que aquelas que possuíam anteriormente. Porém, a mesma relação não foi encontrada na geração de empregos, já que grande parcela é composta por trabalhadores individuais.

Palavras-chave: Microcrédito, Vale do Jequitinhonha, Microempreendedores, *Cluster Analysis*

VIEIRA, Leandro Martins. **Microcredit and Micro-Entrepreneur:** The case of Crediamigo in the Region of the Vale do Jequitinhonha - Minas Gerais. 2015. 133f. Dissertation (Master's in Administration), Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, April 2015.

ABSTRACT

Microcredit has awakened the interest of rulers and scholars from all over the world due to its supposed capacity to fight poverty and create economic development opportunities in areas traditionally less-favored economically. This interest increased even more when Muhammad Yunus, founder of the Grameen Bank, was awarded the Nobel Peace Prize in 2006. In Brazil, several policies toward productive microcredit have been intensified since the late 1990s, highlighting the Crediamigo from Banco do Nordeste. Since then, a number of national and international studies have sought to understand the dimension of the phenomenon of microfinance and its impact on improving the living conditions of the borrowers and the financial sustainability of microfinance institutions. However, little has been studied about the microenterprises that utilize this type of financing. This paper seeks to clarify how microcredit influences the promotion of entrepreneurship in Vale do Jequitinhonha. The choice of this location was motivated by the low social indicators in the region, making it one of the poorest and least developed regions in Brazil, and because of the high number of women who are the heads of their households and their low level of education, which make them prime targets for the use of microcredit based on the methodologies usually associated with this type of loans. In order to explain this phenomenon, a study was conducted based on mixed methods with concomitant triangulation, where the first quantitative research was consisted of a survey of 182 micro-entrepreneurs who used microcredit and were attended by Crediamigo. The collected data was grouped by means of cluster analysis, aiming to find similarities among micro-entrepreneurs. The qualitative research was done through a case study where the semi-structured interviews were conducted by means of content analysis. It was made, from the collected data, a socioeconomic profile of the entrepreneurs belonging to each one of the four groups found, as well as the classification of the types of businesses aiming at the application of the resources gotten in microfinance. The data analysis made it possible to verify that microcredit has a positive influence on the profitability and cash flow origination in businesses once they enable entrepreneurs to buy merchandising, to accumulate inputs, and to originate floating stock in better conditions than they used to have before. However, the same listing was not found in employment generation, since a big part of it is composed of individual workers.

Keywords: Microcredit, Vale do Jequitinhonha, Micro-Entrepreneurs, Cluster Analysis

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Representação do crédito	22
Figura 2: Ciclo da intermediação financeira	24
Figura 3: Existe uma taxa de juros que maximiza o retorno do banco.....	30
Figura 4: Saldo das operações de crédito em relação ao PIB (%).....	35
Figura 5: Conceito de microfinanças, microcrédito e microcrédito orientado.....	36
Figura 6: O triângulo do microcrédito.....	37
Figura 7: Dimensões do caminho da performance social.....	45
Figura 8: Projeto de triangulação concomitante.....	60
Figura 9: Representação gráfica da distância	66
Figura 10: Seleção do algoritmo de agrupamento.....	67
Figura 11: Exemplo de dendograma	68
Figura 12: Mesorregião do Vale do Jequitinhonha	74
Figura 13: Boxplot das variáveis padronizadas.....	82
Figura 14: Comportamento das distâncias euclidianas	83
Figura 15: Dendograma dos clusters formados.....	83

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Comparativo Vale do Jequitinhonha 1	19
Tabela 2: Comparativo Vale do Jequitinhonha 2	19
Tabela 3: Indicadores de sustentabilidade	77
Tabela 4: Indicadores de alcance	78
Tabela 5: Indicadores produtividade por assessores de crédito.....	78
Tabela 6: Comparativos de produtos unidade capelinha / crediamigo	80
Tabela 7: Estatísticas descritivas da variável valor do financiamento	84
Tabela 8: Contratação de serviços bancários em outras instituições (entrevistas)	86
Tabela 9: Quantidade de financiamentos contratados	87
Tabela 10: Frequência de realização de instrumentos de qualificação.....	89
Tabela 11: Motivação para abertura do negócio	97
Tabela 12: Faturamento, lucro e lucratividade	105
Tabela 13: Uso do empréstimo.....	106
Tabela 14: Avaliação impactos do financiamento	108

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Classificação de risco de crédito	26
Quadro 2: Fatores de risco	27
Quadro 3: Tipos de garantias	28
Quadro 4: Principais metodologias de avaliação social das IMFs	43
Quadro 5: Objetivos e técnicas de pesquisa	61
Quadro 6: Situações Relevantes para diferentes estratégias de pesquisa	70
Quadro 7: Perfil dos entrevistados	72
Quadro 8: Modalidade de financiamento	84
Quadro 9: Análise matricial modalidade de financiamento (entrevistas)	85
Quadro 10: Contratação de outros financiamentos em instituições bancárias distintas	85
Quadro 11: Análise matricial I - contratação de financiamentos em outros bancos	86
Quadro 12: Número de vezes que recorreram ao financiamento do Crediamigo	87
Quadro 13: Quantidade de parcelas do último contrato de financiamento	88
Quadro 14: Instrumentos de orientação ao microempreendedor	88
Quadro 15: Município de residência	90
Quadro 16: Localização (Urbana ou Rural)	91
Quadro 17: Relação de clientes por gênero	92
Quadro 18: Distribuição dos entrevistados por idade	92
Quadro 19: Distribuição dos entrevistados por nível de escolaridade	93
Quadro 20: Distribuição dos entrevistados por estado civil	94
Quadro 21: Classificação de classe social segundo ABEP (2014)	95
Quadro 22: Se o negócio é a atividade principal	96
Quadro 23: Análise matricial de atividade principal	96
Quadro 24: Grau de formalização	97
Quadro 25: Análise matricial relativa à formalização	98
Quadro 26: Quantidade de pessoas que trabalham no empreendimento	98
Quadro 27: Análise matricial sobre geração de emprego	99
Quadro 28: Local de funcionamento	99
Quadro 29: Tempo de existência do negócio	100
Quadro 30: Análise matricial sobre sustentação do negócio	101
Quadro 31: Setor do negócio	101
Quadro 32: Análise matricial setores de atividade	102
Quadro 33: Aplicação do lucro do negócio	102
Quadro 34: Administra os rendimentos do negócio separado do dinheiro pessoal	103
Quadro 35: Análise matricial controle financeiro	104
Quadro 36: Análise matricial faturamento	105
Quadro 37: Análise matricial sobre uso do financiamento	107
Quadro 38: Análise matricial satisfação dos clientes	110

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEP	Associação Brasileira de Empresas de Pesquisas
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BCB	Banco Central do Brasil
BNB	Banco do Nordeste do Brasil
CERISE	Comité d'Echange, de Réflexion et d'information sur les Systèmes d'Epargne-Credit
CGAP	Consultative Group to Assist The Poor
FJP	Fundação João Pinheiro
FSS	Financial self-sufficiency
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IMF	Instituição de Microfinança
INEC	Instituto Nordeste Cidadania
MEI	Micro Empreendedor Individual
M-CRIL	Micro Credit Rating International Ltd.
MPO	Microcrédito Produtivo Orientado
ONG	Organização Não Governamental
OSCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
OSS	Operational self-sufficiency
PAC	Postos de Atendimento Cooperativo
PIB	Produto Interno Bruto
PNMPO	Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
ROA	Return on asset
ROE	Return on equity
SCM	Sociedade de Credito ao Microempreendedor
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SFN	Sistema Financeiro Nacional
SPI	Social Performance Indicators Initiative
SPTF	Social Performance Task Force
TAC	Taxa de Abertura de Crédito
THE-MIX	Microfinance Information Exchange
UNCDF	United Nations Capital de Development Fund

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	Tema da pesquisa	16
1.2	Problema de pesquisa.....	17
1.3	Objetivo geral	17
1.3.1	Objetivos específicos.....	18
1.4	Justificativa e relevância da pesquisa	18
1.5	Estrutura do trabalho	20
2	REFERENCIAL TEÓRICO	22
2.1	Crédito: aspectos conceituais e teóricos	22
2.1.1	Riscos e suas tipologias.....	25
2.1.2	Assimetria de informação e restrição de crédito	29
2.1.3	Colaterais alternativos	32
2.1.4	Mercado de crédito no Brasil.	34
2.2	Microcrédito e microfinanças.....	35
2.3	Origens do microcrédito	39
2.4	Sustentabilidade nas microfinanças.....	41
2.4.1	Viabilidade financeira	41
2.4.2	Desempenho social.....	43
2.5	Características e tecnologias das microfinanças.....	46
2.5.1	Aval solidário	46
2.5.2	Incentivos dinâmicos ou progressivos.....	47
2.5.3	Calendário de pagamentos regulares e empréstimos rápidos	47
2.5.4	Foco nas mulheres	48
2.5.5	Contato direto e pessoal dos agentes	48
2.6	Marco legal sobre microcrédito no Brasil	48
2.6.1	Instituições da sociedade civil.....	51
2.6.2	Programas de governos locais	52
2.6.3	Sociedades de Crédito ao Microempreendedor	53
2.6.4	Programas de bancos comerciais.....	53
2.6.5	Cooperativas de crédito	54
2.7	Formação do capital social como princípio básico do microcrédito	54
2.8	Empreendedorismo	55
2.9	Empreendedorismo, desemprego e crescimento econômico.....	56

3	METODOLOGIA	59
3.1	Delineamento da pesquisa	59
3.2	Etapa quantitativa.....	61
3.2.1	Coleta de dados	61
3.2.2	Seleção da amostra	62
3.2.3	<i>Cluster Analysis</i>	63
3.2.4	Limitações da pesquisa (etapa quantitativa).....	69
3.3	Etapa qualitativa	69
3.3.1	Estudo de caso	69
3.3.2	Seleção da amostra e coleta de dados.....	71
3.3.3	Limitações da pesquisa (etapa qualitativa).....	72
4	CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO.....	74
4.1	Vale do Jequitinhonha	74
4.2	Crediamigo (Banco do Nordeste).....	75
4.2.1	Crediamigo Filial Capelinha – Minas Gerais	79
5	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	82
5.1	Definição dos clusters.....	82
5.2	Resultados da análise	84
5.3	Perfil socioeconômico nos <i>clusters</i>.....	90
5.4	Caracterização dos negócios apoiados pelo microcrédito.....	95
5.5	Mudanças percebidas após os financiamentos	108
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	111
	REFERÊNCIAS	116
	APÊNDICE A - Questionário de coleta de dados.....	124
	APÊNDICE B - Perguntas norteadoras entrevista semiestruturada	129
	ANEXO A: Critério de Classificação Econômica Brasil - ABEP	130

1 INTRODUÇÃO

1.1 Tema da pesquisa

Diversas regiões do Brasil sofrem com a falta de emprego e de oportunidades de desenvolvimento econômico. Uma das causas deste fenômeno está relacionada ao racionamento de crédito para pessoas que desejam empreender, mas não conseguem financiar seus negócios, por não possuírem garantias tangíveis para oferecer às instituições financeiras. O microcrédito tem sido uma ferramenta bastante utilizada para a promoção econômica e social em países em desenvolvimento, principalmente após a criação do *Grameen Bank*, em Bangladesh, em 1983 (NERI, 2008). Vários fóruns de discussões, envolvendo governos e Organizações não governamentais (ONGs) vêm se interessando cada vez mais pelo tema. Diversos trabalhos foram publicados no Brasil sobre microcrédito, como o de Barone et al. (2008), Neri (2008) e Martins (2008). Esse interesse ocorre devido à possibilidade de melhorar as condições de vida dos menos favorecidos, de possibilitar o aquecimento econômico e de promover maior circulação financeira. Iniciativas como o Crediamigo e a atuação de agências de desenvolvimento regionais e bancos estatais brasileiros, têm desde a década de 2000, investido cada vez mais na promoção do microcrédito, buscando a sustentabilidade financeira dos programas e tentando romper com a necessidade de subsídios públicos, orientação que levou as iniciativas que ocorreram em décadas anteriores ao fracasso (NERI, 2008).

Apesar de os investimentos em programas de microcrédito serem considerados uma importante ferramenta para o desenvolvimento econômico e o combate ao desemprego em regiões pobres, não se sabe se a utilização desses recursos ocorre de forma eficiente nem sobre seus impactos nos pequenos negócios.

Para compreender a influência do microcrédito na promoção do empreendedorismo local, foi escolhida a região do Vale do Jequitinhonha, Minas Gerais. A opção se justifica diante do quadro de problemas relacionados à seca e ao estigma de pobreza da região. Devido ao baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), 0,668 (PNUD, 2013), o Vale se apresenta como uma região com poucas oportunidades de desenvolvimento econômico no curto prazo, o que leva à oportunidade de promover programas voltados para o microcrédito, buscando melhorar a qualidade de vida da população.

1.2 Problema de pesquisa

O microcrédito – no âmbito das microfinanças - não são uma solução mágica capaz de resolver todos os problemas relacionados à pobreza e à inexistência de oportunidades de trabalho e de geração de renda. De acordo com Hulme & Mosley (1996), o microcrédito pode ajudar a combater a pobreza, contudo a grande maioria dos programas atuais é menos eficiente do que poderia ser. Em alguns casos, devido à concessão equivocada de recursos, pode até mesmo agravar a pobreza de indivíduos ou comunidades (HULME; MOSLEY, 1996; ROGALY, 1996; WRIGHT, 1999). Rogaly (1996) explica que as Instituições de Microfinanças (IMFs) possuem cinco grandes falhas:

- Incentivam a alocação de recursos para um único setor
- Microcrédito sem orientação é irrelevante para os mais pobres
- Utilização de uma definição simplista sobre pobreza
- Há uma grande ênfase na escala e no volume dos financiamentos
- Falta de aprendizagem e correção por meio das mudanças.

O debate sobre os benefícios ou não do microcrédito é relativamente novo e não conclusivo. A maioria dos estudos relacionados se concentra nas IMFs ou na melhora da condição de vida dos tomadores de recursos. Este estudo visa explicar como ocorre a alocação desses recursos oriundos de programas de microcrédito nos micronegócios e mostrar os benefícios desta iniciativa.

É relevante compreender a utilização e aplicação dos recursos do microcrédito. Não só pelo potencial de transformação na vida das famílias tomadoras de recursos, bem como a capacidade de geração de empregos e desenvolvimento das comunidades. Além de fornecer indicadores que possam orientar as instituições financiadoras na maior efetividade de seus programas. Diante dessa realidade surge a seguinte questão: **Como a disponibilidade do microcrédito influencia os microempreendimentos no Vale do Jequitinhonha?**

1.3 Objetivo geral

Avaliar a maneira como o microcrédito pode influenciar o desenvolvimento dos micronegócios no Vale do Jequitinhonha.

1.3.1 Objetivos específicos

- a) Traçar o perfil socioeconômico dos usuários do microcrédito no Vale do Jequitinhonha
- b) Tipificar as operações de microcrédito no Vale do Jequitinhonha.
- c) Avaliar os negócios criados com a ajuda do microcrédito e a sustentação deles.
- d) Examinar a utilização das tecnologias nas microfinanças.
- e) Identificar a utilização de instrumentos de capacitação e treinamento para os microempreendedores no chamado “Microcrédito produtivo orientado.”

1.4 Justificativa e relevância da pesquisa

As microfinanças exercem um papel fundamental no desenvolvimento de áreas em que as oportunidades não são abundantes. Com isso, o microcrédito desempenha papel importante na promoção social, a partir de três características chaves (UNCDF, 2006):

- Ajuda às famílias mais pobres a satisfazer suas necessidades básicas e a proteger-se contra riscos econômico-sociais
- Melhora o bem-estar dessas famílias
- Promove a equidade entre gêneros, uma vez que está associado ao empoderamento feminino.

O microcrédito ajuda a combater a pobreza, uma vez que promove acesso ao capital produtivo aos menos favorecidos. Desde que associado a uma orientação e capacitação adequadas, pode gerar uma organização local que será ferramenta primordial à promoção social. Ao fornecer o capital material a uma pessoa pobre, seu sentido de dignidade é fortalecido, e isso pode ajudar a capacitar a pessoa a participar da economia e da sociedade (OTERO, 1999). Com isso o papel das IMFs é prestar serviços financeiros para aqueles considerados excluídos do mercado tradicional (LITTLEFIELD; ROSENBERG, 2004). A partir do preenchimento dessa lacuna de mercado de uma forma financeiramente sustentável, uma IMF pode se tornar parte do sistema financeiro formal de um país e, assim, acessar os mercados de capitais para financiar suas carteiras de empréstimos. Com isso possibilitando ampliar sua atuação para fornecer capital produtivo para o maior número de pessoas (OTERO, 1999).

A escolha do Vale do Jequitinhonha foi motivada principalmente pelos baixos índices relacionados a qualidade de vida e o desenvolvimento humano na região.

Tabela 1: Comparativo Vale do Jequitinhonha 1

Local	Taxa de analfabetismo 18 ou mais	População acima de 25 anos com ensino superior	Trabalhadores por conta própria (%)	População que é empregadora (%)	Trabalhadores formais (%)
<i>Brasil</i>	10,4	11,1	21,9	2,0	58,0
<i>Minas Gerais</i>	8,8	10,6	20,3	2,0	62,0
Distrito Federal	3,7	24,0	16,2	1,9	71,6
Maranhão	22,5	5,4	28,1	1,0	33,2
Vale do Jequitinhonha	23,4	5,3	18,8	1,1	37,2

Fonte: Elaborada pelo autor, a partir da PNUD (2013).

A Tabela 1 apresenta um comparativo entre o Vale do Jequitinhonha, o Brasil, o estado de Minas Gerais, o Distrito Federal e o estado do Maranhão, em termos de taxa de analfabetismo (18 anos ou mais), população acima de 25 anos com ensino superior, trabalhador por conta própria, de população empregadora e percentual de trabalhadores formais. O Distrito Federal e o Estado do Maranhão foram incluídos por se tratarem das unidades da federação com maior e menor IDH, respectivamente. Os indicadores do Vale são bastante semelhantes ao do estado do Maranhão, com taxas de analfabetismo acima de 20%. Paralelamente, o percentual da população acima de 25 anos com curso superior completo é bastante baixo, pouco mais de 5%. Provavelmente, isso explica o fato de apenas 1% dos moradores possuir negócios que geram empregos, índice que representa a metade da média nacional e estadual. Com isso, somente 37% dos trabalhadores são formalizados.

Tabela 2: Comparativo Vale do Jequitinhonha 2

Local	Rendimento médio dos ocupados em R\$	Taxa de desocupação - 18 anos ou mais	% de trabalhadores do setor público - 18 anos ou mais	% de trabalhadores sem carteira assinada - 18 anos ou mais	Percentual de mães chefes de família, sem fundamental completo e com pelo menos um filho menor de 15 anos de idade
<i>Brasil</i>	1.265,19	7,4	5,7	19,9	17,4
<i>Minas Gerais</i>	1.165,54	6,3	6,7	19,5	14,9
Distrito Federal	2.581,69	7,6	13,9	14,8	14,7
Maranhão	735,96	8,6	6,3	28,1	26,9
Vale do Jequitinhonha	574,04	7,7	9,5	30,8	27,7

Fonte: Elaborada pelo autor, com base na PNUD (2013).

A Tabela 2 apresenta os indicadores de emprego e renda. A taxa de desemprego no Jequitinhonha é comparável à das médias dos outros estados, entretanto uma parcela de 30% dos empregados não possui carteira assinada. O rendimento médio dos trabalhadores da região é bem mais baixo daquele do Maranhão: R\$ 574,04 mês (PNUD, 2013). Esses dados foram coletados no ano de 2010, quando o salário mínimo era de R\$ 510,00 segundo a Lei 12.255, de 15 de junho de 2010 (BRASIL, 2010).

O indicador que mais chama a atenção na Tabela 2 está relacionado ao percentual de mulheres que são mães, não completaram o ensino fundamental, são chefes de família e possuem pelo menos um filho menor que quinze anos. No Vale do Jequitinhonha, esse índice situa-se em torno de 28%. Este dado é bastante preocupante uma vez que essas mulheres têm poucas possibilidades de ascensão social, devido à pouca escolaridade e às dificuldades de conciliar o sustento da família com o trabalho doméstico. Uma vez que os principais programas de microcrédito pelo mundo incentivam a participação de mulheres, a região torna-se um local interessante para se promover os microfinanciamentos produtivos.

É importante ressaltar, contudo que as fragilidades das condições socioeconômicas encontradas no Vale do Jequitinhonha tornam a região um importante local de estudo. Devido ao isolamento territorial e à distância dos grandes centros urbanos, faz-se necessário implementar políticas de desenvolvimento local para criar maiores oportunidades de negócios, geração de empregos e oferta de produtos e serviços nos municípios.

1.5 Estrutura do trabalho

Além desta Introdução, este trabalho compõe-se de mais cinco seções.

A segunda seção - Referencial teórico - foi construída utilizando-se itens relacionados ao tema proposto e organizado sob a forma de “pirâmide invertida”. Essa técnica de redação consiste na hierarquização das informações do mais geral para o mais específico (ZAMITH, 2010). Ou seja, a ordem de apresentação dos tópicos segue essa premissa, em que primeiramente são apresentados os conceitos relacionados à concessão de crédito. O segundo e terceiro itens são “Microfinanças e microcrédito” e origens dessas políticas respectivamente. Segue-se apresentando a “Sustentabilidade nas microfinanças”, as “Características e tecnologias das microfinanças” e o “Marco legal sobre microcrédito no Brasil”, O “Formação do capital social como princípio básico do microcrédito”, “Empreendedorismo” e “Empreendedorismo, desemprego e crescimento econômico”.

A terceira seção – Metodologia – divide-se em três partes: delineamento da pesquisa; à etapa quantitativa do trabalho; etapa qualitativa.

A quarta seção – Caracterização do Objeto de Estudo – contempla o Vale do Jequitinhonha e o Crediamigo (Banco do Nordeste).

A quinta seção – Apresentação e análise dos resultados – seguindo a estratégia de triangulação concomitante, ilustrada por Creswell (2007), os dados das etapas quantitativas e qualitativas são exibidos simultaneamente com o intuito de realizar uma validação mútua.

A sexta seção – Considerações finais – contém as conclusões derivadas dos resultados encontrado. Com isso, espera-se contribuir significativamente para o entendimento do fenômeno do microcrédito na realidade de Minas Gerais e, também, do Brasil.

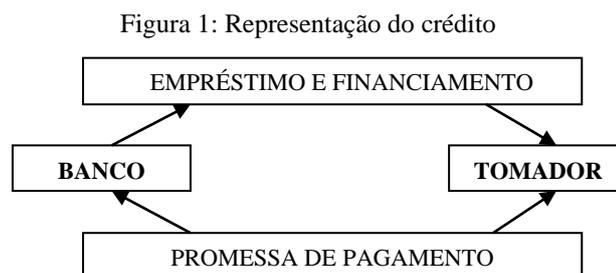
2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Crédito: aspectos conceituais e teóricos

A promoção do crédito assume grande importância para o desenvolvimento socioeconômico de um país ou região. Silva (2006) destaca que existem evidências da concessão de crédito nas ruínas da antiga Babilônia, tendo sido encontrado registros de um compromisso firmado por fazendeiro de que deveria pagar juros para remunerar quem lhe concedera empréstimo até o período da colheita.

A palavra crédito tem origem no latim *creditu*, podendo assumir vários significados, com base no contexto analisado (SILVA, 2006). O *Oxford Dictionary of Finance and Banking* traz cinco definições para a palavra: a) reputação e situação financeira da pessoa ou organização; b) soma de dinheiro que um comerciante ou empresa cede a um cliente antes de exigir pagamento; c) financiamento de membros do público para compra de bens e serviços com dinheiro emprestado de empresas de finanças, bancos e outros emprestadores de dinheiro; d) entrada na lateral direita de um demonstrativo contábil, geralmente mostrando uma venda ou um passivo; e) um pagamento em uma conta (LAW; SMULLEN, 2008). As três primeiras definições são mais adequadas à conjuntura analisada. Elas reforçam a definição de outros autores, por exemplo, entrega de um valor presente mediante uma promessa de pagamento (SILVA, 2006). Ou, segundo Schrickel (1995), vontade ou ato de alguém ceder parte do seu patrimônio a um terceiro, de forma que o pagamento das parcelas retorne integralmente, após decorrido o tempo estipulado.

Ou seja, o crédito está associado à expectativa de retorno do valor cedido. Com isso, qualquer crédito está associado ao risco (SCHRICKEL, 1995). Os bancos não são os únicos fornecedores de financiamento, mas sua atividade principal é a intermediação financeira, sendo responsáveis por colocar à disposição do cliente tomador certa quantia em forma de crédito, mediante a promessa de recebimento numa data futura (Figura 1) (SILVA, 2006).



Fonte: Silva (2006 p. 39)

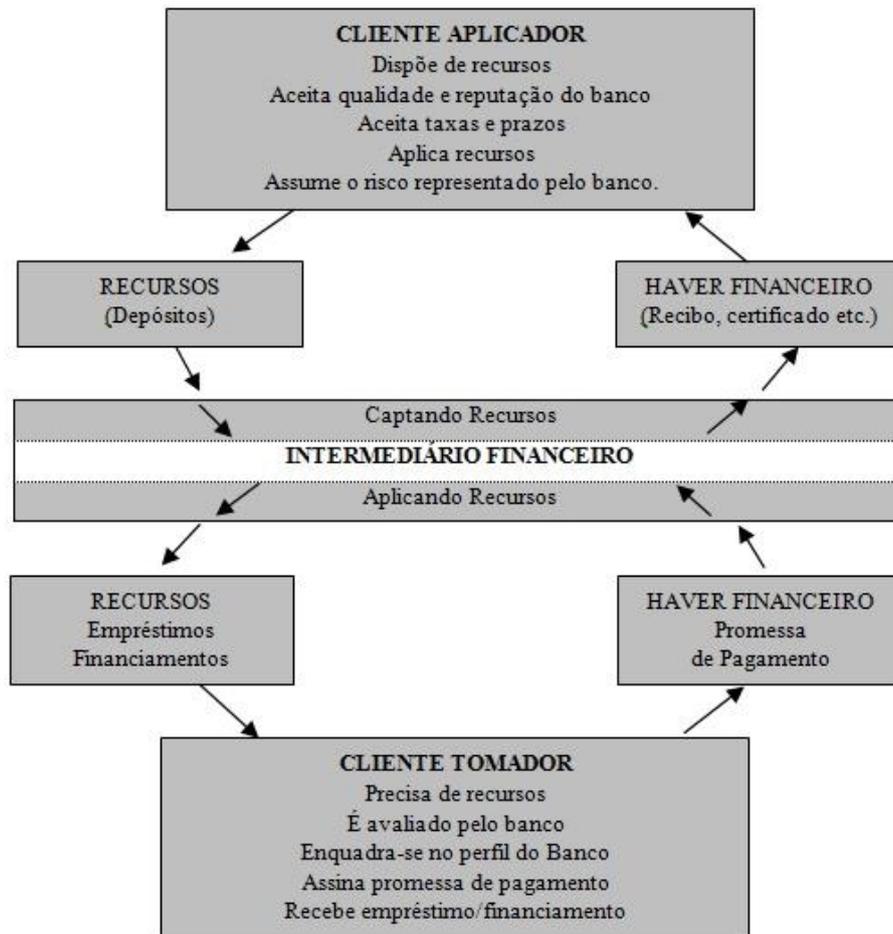
As instituições financeiras podem disponibilizar crédito para pessoas tanto físicas como jurídicas. No primeiro caso, ajudam-nas a anteciparem a compra de bens de consumo ou, mesmo, de bens duráveis, como moradia, permitindo o aquecimento da economia e o aumento dos níveis de emprego. No segundo caso, permitem a elas aumentar seu nível de atividade. Entretanto, a má utilização do crédito pode levar os indivíduos e as empresas a um elevado grau de endividamento, comprometendo a sua capacidade de pagamento ou, mesmo, a aceleração do consumo, pressionando os preços e gerando um processo inflacionário (SILVA, 2006).

Silva (2006) explica que o crédito pode ser de grande importância para os diversos tipos de negócios, por exemplo, no comércio, onde o financiamento atua como um facilitador da venda, permitindo ao consumidor adquirir um produto sem a necessidade de possuir no momento da compra o montante total necessário. O mesmo ocorre na indústria, mas também ela se beneficia das linhas de crédito para a aquisição das máquinas e dos insumos necessários à produção.

No segmento bancário é que o crédito assume a maior importância, sendo esta atividade a principal do processo de intermediação financeira. O cliente que possui recursos excedentes disponibiliza o seu capital ao banco para que ele o aplique e retorne ao tomador num prazo determinado, acrescido de juros. Nesta etapa, quem assume o risco é o cliente, que deve buscar informações a respeito de solidez, reputação, liquidez e rentabilidade do banco (SILVA, 2006).

A outra etapa está relacionada ao chamado “cliente tomador”, que é importante para fechar o ciclo de intermediação financeira. Este usuário capta o recurso do banco e o aplica conforme suas necessidades. Neste caso, o risco é inerente à instituição financeira, que é responsável por analisar individualmente a situação cadastral e a capacidade de pagamento do utente (SILVA, 2006). A Figura 2 mostra o processo de intermediação financeira.

Figura 2: Ciclo da intermediação financeira



Fonte: (SILVA, 2006 p. 41)

Neste contexto de intermediação financeira, cabe aos bancos assumir os seguintes papéis conforme listado por (SILVA, 2006):

- Volume de recursos – captam diferentes montantes e aplicam conforme a necessidade dos tomadores.
- Adequação de prazos – captam com prazos variados e aplicam adequando a realidade dos clientes que necessitam do crédito.
- Diversificação de riscos – por meio da diversificação das aplicações, é possível diminuir sensivelmente os riscos.
- Maior liquidez – cabe ao intermediador ter a capacidade de converter os ativos ofertados em dinheiro.
- Menor custo – os intermediários financeiros são capazes de produzir ativos financeiros a um custo inferior àquele que pessoas físicas seriam capazes de produzir.

O mercado de crédito no Brasil é regulamentado pelo Sistema Financeiro Nacional (SFN). Pode ser composto por instituições bancárias e não bancárias. Os principais operadores listados, conforme o BCB (2014), são:

- a) Bancos Comerciais – bancos tradicionais que captam recursos à vista.
- b) Caixas Econômicas – além da captação à vista, conseguem recursos por meio de operações ativas e da prestação de recursos. Não têm o lucro como objetivo principal.
- c) Bancos de Investimentos – oferecem recursos no médio e no longo prazos e não podem captar recursos à vista.
- d) Bancos de Desenvolvimento – atuam por meio da captação de recursos públicos e oferecem financiamento em longo prazo.
- e) Sociedades de Arrendamento Mercantil – realizam as chamadas “operações de *leasing*”, em que o cliente adquire um bem num processo semelhante ao da locação, com a possibilidade de adquirir o bem no final do contrato.
- f) Bancos Múltiplos – atuam em duas ou mais carteiras diferentes de serviços listados nos itens anteriores.
- g) Agências de Fomento – obtêm recursos públicos das esferas federal, estadual ou municipal, visando ao repasse para empresas.
- h) Bancos Cooperativos – tipo especial de banco comercial que atua por meio de cooperativas e de seus cooperados.

2.1.1 Riscos e suas tipologias

Toda e qualquer operação de crédito está relacionada à existência de risco. Por mais criteriosa que possa ser realizada a análise do cliente para a liberação de recursos a possibilidade de não pagamento jamais deve ser ignorada. No segmento bancário existem cinco grupos de riscos, conforme listados por Silva (2006):

- Risco de mercado – tipo de risco causado por incertezas no mercado, por exemplo, taxas de juros, câmbio, valor das ações ou *commodities*.
- Risco de crédito – provocado pela possibilidade de não recebimento de um valor financiado pelo intermediário financeiro contratado por um tomador.
- Risco legal – comumente associado a dispositivos legais, mudanças de legislação ou alteração na jurisprudência. Neste caso são considerados dois tipos. O primeiro relaciona-se ao risco da legislação, em que podem ser criadas leis ou ocorrer violação de regulamentos vigentes, o que pode provocar perdas

decorrentes de pagamentos de indenizações ou sanções. O segundo é de ordem tributária, o qual geralmente, ocorre devido a interpretação inadequada no recolhimento dos impostos.

- Risco de liquidez – corresponde à possibilidade de falta de recursos necessários para a execução de compromissos, devido a um controle inadequado das aplicações, receitas e despesas, ou mesmo, à falta de capacidade de converter uma opção ou bens rapidamente a preço adequado.
- Risco de conjuntura – associado a fatores externos à organização. Geralmente, a mudanças políticas, sociais e macroeconômicas do país ou, mesmo, do exterior.

Este trabalho, por focalizar o microcrédito, concentra-se principalmente no chamado “Risco de crédito”. Ou seja, a probabilidade de que o pagamento não ocorra pode ser considerada como 1 (um) menos a esperança do recebimento (SILVA, 2006). O maior risco que pode ocorrer numa operação de crédito é o desconhecimento sobre quem é o tomador e as aplicações que ele pretende fazer com os recursos (SCHRICKEL, 1995). Por isso, é importante que a avaliação do possível receptor seja elaborada de forma criteriosa, evitando que se assumam riscos desnecessários por parte do intermediário financeiro. O Banco Central do Brasil (BCB) por meio da resolução 2.682, de 21 de dezembro de 1999, determinou a criação de um sistema de avaliação, ou *rating*, como forma de graduar a carteira de crédito das instituições financeiras (SILVA, 2006).

Quadro 1: Classificação de risco de crédito

Classe de Risco	AA	A	B	C	D	E	F	G	H
Provisionamento	0,0%	0,5%	1,0%	3,0%	10%	30%	50%	70%	100%

Fonte: (SILVA, 2006 p. 52)

Com base na classificação apontada no Quadro 1, os devedores passaram a ser ranqueados pelo risco de crédito. Com isso, a análise de crédito adquiriu caráter proativo, e não mais reativo, como era adotado (AMARAL JR; TÁVOR JR, 2010). Neste caso, a classificação AA é aquela considerada risco 0%, indo até o nível H, em que a probabilidade de não pagamento é de certa, na ordem de 100%.

A Resolução 2.682/99 separa a classificação de risco em dois critérios. Primeiro, risco intrínseco, ou risco do cliente, que se relaciona às condições de pagamento do próprio cliente

tomador. O segundo, risco da operação, analisa a natureza, a finalidade, o valor e a garantia, levando em consideração a liquidez e a insolvência (SILVA, 2006). Os fatores analisados são apresentados no Quadro 2:

Quadro 2: Fatores de risco

<p>Devedor/Garantidor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Situação econômico-financeira - Grau de endividamento - Capacidade de geração de resultado - Fluxo de caixa - Administração e qualidade dos controles - Pontualidade e atrasos de pagamento - Contingências - Setor de atividade econômica
<p>Operação</p> <ul style="list-style-type: none"> - Natureza e finalidade - Suficiência e liquidez das garantias - Valor

Fonte: (SILVA, 2006 p. 52)

No âmbito do risco intrínseco, geralmente, são analisados os chamados “Cs do crédito”. Esta análise permite verificar dois elementos fundamentais em que se baseiam a “confiança” na concessão de crédito: a) a vontade do devedor em liquidar suas obrigações conforme os termos contratados; b) a habilidade do tomador em assim fazê-lo (SCHRICKEL, 1995). Nestes dois grupos, o caráter e a capacidade fazem parte do primeiro grupo e capital e condições, do segundo grupo. Há, ainda, um quinto C, chamado de “colateral”, que é complementar aos elementos anteriores.

- Caráter –está relacionado à vontade ou à intenção do tomador de cumprir os termos de contrato. Segundo afirma Schrickel (1995), é o aspecto mais crítico em qualquer concessão de crédito, independente do montante. O prestador deve fazer um minucioso levantamento dos antecedentes do cliente o que diminui, mas não elimina o risco de não pagamento futuro.
- Capacidade –está relacionado à propensão do tomador em honrar seus pagamentos. Cabe ao prestador analisar as condições da empresa ou da pessoa física em honrar seus pagamentos com base em critérios técnicos, que podem levar em consideração questões socioeconômicas ou características pessoais e empresariais.

- Capital – refere-se à situação econômico-financeira da empresa, considerando os bens e recursos disponíveis para saldar suas dívidas (SCHRICKEL, 1995; SILVA, 2006). No caso das pessoas físicas, esta análise é um pouco mais complicada, porém nas empresas geralmente é realizada com base na análise de demonstrativos contábeis.
- Condições – circunstâncias de micro e macrocenários em que o tomador está inserido (SCHRICKEL, 1995). Cabe ao intermediário financeiro fazer a correta leitura do momento em que os empréstimos estão sendo feitos e as perspectivas futuras para o prazo de duração do contrato.
- Colateral – está relacionado às garantias, geralmente tangíveis, oferecidas no momento do financiamento. Usualmente, é usado como fator atenuante no caso de eventual enfraquecimento de alguns dos elementos anteriores (SCHRICKEL, 1995).

Inserido no conceito do Colateral está a questão das garantias. Elas existem para gerar um comprometimento pessoal ou patrimonial por parte do tomador e servir como um “pronto-socorro” para o intermediário financeiro, uma vez que este tem algo que possa ser tomado para ser usado como parte ou totalidade dos pagamentos não realizados. Segundo a classificação usada por Schrickel (1995), as garantias podem ser classificadas conforme o Quadro 3, ilustrado por Dzioubanov (2012):

Quadro 3: Tipos de garantias

Categorias	Tipo de garantia	
Garantias pessoais	Aval: é a garantia oferecida por um terceiro, que, por isso, se torna devedor solidário do tomador.	Fiança: quando o terceiro (fiador) também se torna responsável pelo pagamento do empréstimo em caso de não cumprimento do contrato pelo cliente
Garantias reais	Hipoteca: utilização de bens como garantia de não pagamento	Penhor: utilização de um valor ou algo guardado como depósito
	Caução: vinculação de depósitos em espécie na instituição bancária até a quitação das obrigações	Alienação Fiduciária: a transferência da propriedade para o fornecedor do financiamento durante o período do contrato

Fonte: Adaptado de (DZIOUBANOV, 2012)

Existem diversos tipos de garantias conforme demonstrado pela Quadro 3. Cabe ao intermediário financeiro analisar qual delas é mais apropriada para cada tipo de contrato.

Entretanto, no caso do microcrédito, na grande maioria das vezes, o tomador não possui bens hipotecáveis ou nenhum tipo de garantia física, tornado comum a utilização do chamado “Aval solidário”, em que são formados grupos de tomadores no qual todos são responsáveis pelos financiamentos de todo o grupo.

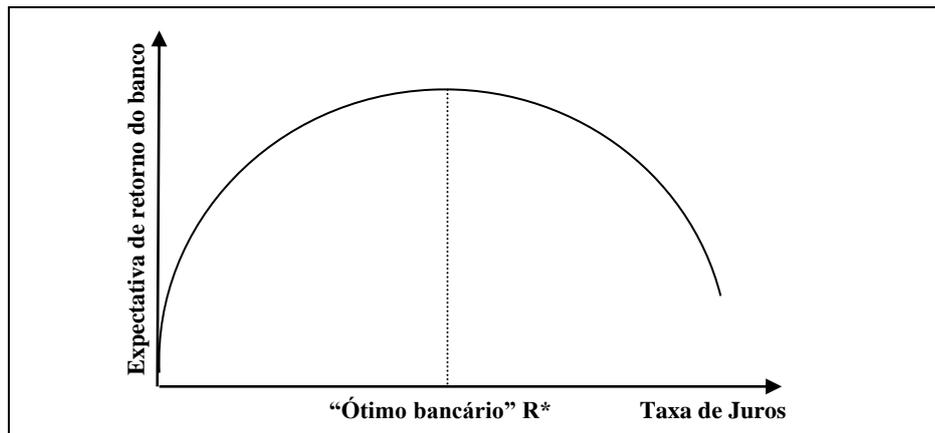
2.1.2 Assimetria de informação e restrição de crédito

O racionamento de crédito é um fenômeno percebido e bastante debatido nos meios acadêmicos (HODGMAN, 1960). Isso contraria o princípio básico da economia de que, havendo equilíbrio entre oferta e demanda, os preços irão cair quando a demanda está baixa e subir quando há excesso de demanda, não havendo racionamento (STIGLITZ; WEISS, 1981). Entretanto, o racionamento de crédito existe e implica a abundante demanda por empréstimos. Com efeito, este fato é atribuído a problemas de assimetria de informações entre demandantes e ofertantes de crédito (NERI, 2008).

A definição da expressão racionamento de crédito está, geralmente, associada às seguintes circunstâncias: a) alguns solicitantes de crédito, mesmo possuindo características semelhantes a outros, não recebem empréstimos ainda que se predisponham a pagar uma taxa de juros maior; b) certos indivíduos, em determinada oferta de crédito, não o conseguem independente da taxa de juros, mas poderiam conseguir quando há uma oferta maior (NERI, 2008); c) alguns ou todos os tomadores recebem uma quantidade de recursos inferior a sua demanda (JAFFEE; RUSSELL, 1976); d) alguns potenciais tomadores não solicitam empréstimos por conhecerem os custos de transação e a pouca probabilidade de obterem êxito (BESTER, 1985).

O equilíbrio no mercado de crédito pode ser notado quando existe racionamento de recursos, em que tomadores e bancos buscam maximizar seus lucros, sendo que os primeiros agem com base na escolha de projetos e os últimos através da taxa de juros cobrada junto aos tomadores (STIGLITZ; WEISS, 1981). Mesmo existindo pessoas ou entidades dispostas a pagar uma taxa superior à taxa de equilíbrio, isso não é interessante para os fornecedores, uma vez que o risco é superior e, por consequência, a inadimplência é maior (NERI, 2008) (Figura 3):

Figura 3: Existe uma taxa de juros que maximiza o retorno do banco



Fonte: (STIGLITZ; WEISS, 1981 p, 394)

Dada a necessidade de avaliar as fontes de crédito, a tomada de decisão na concessão do empréstimo condiciona o desafio da informação assimétrica (AZEVEDO; SHIKIDA, 2004). Esta assimetria ocorre quando duas partes estão transacionando algo e uma detém mais informação que a outra, podendo ser: a) *ex-ante*, em relação ao que está sendo negociado (seleção adversa); ou b) *ex-post*, em relação ao comportamento do indivíduo após a assinatura do contrato (risco moral) (STIGLITZ, 1989). Além disso, no mercado de crédito o devedor possui informações mais privilegiadas em relação ao credor, uma vez que conhece melhor a viabilidade do seu projeto financiado e pode avaliar suas intenções na condução do empreendimento e as reais condições de pagamento (AKERLOF, 1970).

Assim, para o vendedor, ou prestador, seu lucro depende não apenas do preço cobrado (taxa de juros), mas também da devolução da soma inicialmente emprestada. Do lado do tomador, sua capacidade de pagar o empréstimo depende do projeto financiado com o empréstimo e de sua disposição a pagar (BRAGA; TONETO JR, 2000 p.72).

De acordo com Stiglitz; Weiss (1981), na chamada “seleção adversa” da taxa de juros ocorre devido a probabilidade diferente de cada tomador conseguir arcar com suas dívidas. Ou seja, o retorno da instituição financeira está atrelado à capacidade de triagem dos “bons” ou dos “maus” tomadores. Entretanto, mesmo com a taxa de juros servindo como um desses mecanismos, existe um *trade-off* entre o valor da taxa, o risco e a probabilidade de pagamento, o que pode afetar o lucro do banco (NERI, 2008).

É compreensível, portanto que a demanda por financiamento suplante a oferta. Neste cenário, os tomadores estariam dispostos a pagar uma taxa mais alta, elevando, assim, os juros e igualando a oferta (NERI, 2008). Todavia, o número elevado de solicitações faz com que os agentes tenham dificuldades para obter informações, e optando por restringir as linhas de

crédito (STIGLITZ, 1989). Dessa feita, não existe competição que levaria a oferta a igualar a demanda, tornando o crédito racionado (NERI, 2008).

Se realmente existisse um mercado em que as informações fossem acessíveis e gratuitas, o credor teria condições mais adequadas de selecionar os riscos, estipulando as ações que o tomador deveria empreender, e as controlaria (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Porém, os agentes financeiros não possuem recursos para monitorar todas as ações do tomador (NERI, 2008). Conseqüentemente, os bancos criam contratos cujos termos incentivam os financiados a cumprir os objetivos das instituições. Dentre os diversos mecanismos para salvaguardar da inadimplência os tomadores, podem-se destacar (BRAGA; TONETO JR, 2000):

- a) monitoramento constante das operações de financiamento, conseqüentemente, aumentando o custo de verificação;
- b) maior rigor e necessidade de apresentação de garantias reais que possam ser executadas no caso de não pagamento.

Contudo, a utilização desses instrumentos vem acompanhada do aumento do custo de transação e gera a exclusão daqueles que não possuem tais garantias. Muitas vezes, os micros e os pequenos empresários, sejam eles formalizados ou não, são atingidos pelo racionamento do crédito (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). E, mesmo para o agente financeiro, esses colaterais podem não ser interessantes, uma vez que a maioria deles possui pouca liquidez (BRAGA; TONETO JR, 2000).

Diante das restrições impostas pelo mercado de crédito tradicional, uma grande parcela dos indivíduos ou de empresas acaba desistindo de seus projetos de crédito ou busca financiamento de meios não institucionalizados, como familiares, amigos ou, mesmo, agiotas (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Portanto, o fato acaba sendo um grande limitador para o crescimento e o aumento dos níveis de emprego nos países em desenvolvimento, em que o setor informal e as microempresas são grandes geradores de emprego e renda. Assim, o mercado de crédito pode não estar cumprindo seu papel de fomentador do crescimento (BRAGA; TONETO JR, 2000).

2.1.3 Colaterais alternativos

A diminuição da assimetria de informação é um passo essencial para a promoção do crédito produtivo popular no Brasil, levando o financiamento a camadas menos favorecidas da população (NERI, 2008). A percepção deste problema levou instituições financeiras de desenvolvimento ligadas aos governos ou organismos internacionais a criarem programas para preencher essa lacuna (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Isso gerou a criação de duas vertentes. A primeira, ligada aos governos, que, mesmo buscando atender o público de baixa renda, mantinha os processos no que tange a garantias, solicitação de empréstimos e controles financeiros, tal como nos bancos tradicionais. Isso acabou afastando os potenciais tomadores que não se enquadravam nos pré requisitos. A segunda, era representada por ONGs que possuíam um caráter unilateral no social, e não visava à sustentabilidade financeira dos programas (IBAN, 2001).

Segundo Morduch (1999), os programas de financiamento com viés unicamente social não tiveram continuidade principalmente, devido às elevadas taxas de inadimplência, superiores a 50%, aos elevados subsídios e aos desvios de verbas pelos governos.

A mudança no paradigma na atuação das instituições de financiamento ocorreu pela influência da linha de pensamento da chamada “Escola de Ohio” desenvolvida pela Universidade de Ohio, Estados Unidos, que inspirou os quadros do Banco Mundial e alterou a condução das políticas de crédito aos menos favorecidos (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). A ideia central consistia, principalmente, na crítica à atuação da ação estatal como instituição financiadora. Defendia a atuação do mercado e o fechamento de qualquer instituição financeira incapaz de gerar a sustentabilidade (HULME; MOSLEY, 2005). As ideias principais desta corrente foram resumidas por Hulme; Mosley (2005) da seguinte maneira:

- a) Crença de que o crédito desempenha o papel de facilitador e não de liderança no processo de desenvolvimento econômico. Consequentemente, os serviços financeiros devem ser fornecidos para atender às necessidades existentes, e não aquelas antes da demanda.
- b) Crença na eficácia das instituições financeiras informais nos países em desenvolvimento (agiotas informais, associações de poupança e crédito, comerciantes, amigos e parentes) em satisfazer as necessidades de financiamento, tendo maior facilidade de acesso em relações aos dos fornecedores tradicionais de crédito.

- c) Ênfase na importância crucial de mobilização de poupança como uma disciplina financeira necessária às instituições de crédito e como um meio de permitir que essas instituições possam conhecer melhor o seu mercado.
- d) Ceticismo sobre a capacidade das instituições de crédito estabelecidas pelo governo de escapar da contaminação de suas carteiras, pela inadimplência excessiva e pelo favorecimento político.
- e) Oposição à ideia de concessão de financiamento para desenvolver setores específicos, tipos de atividade econômica ou grupos socioeconômicos.
- f) Oposição à concessão de subsídios a instituições de financiamento e desenvolvimento.

A Escola de Ohio comete alguns excessos por insistir somente na questão da sustentabilidade financeira das instituições. O benefício social que elas deveriam alcançar acaba sendo ignorado. Contudo, os avanços considerados nessa linha de raciocínio foram importantes para o desenvolvimento de políticas inovadoras de financiamento dos excluídos do sistema bancário tradicional (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

Desenvolveu-se então um novo paradigma para as instituições de financiamento que se enquadram nas chamadas “instituições financeiras inovadoras”, as quais comerciais podem desenvolver-se, prestando serviços financeiros de forma rentável para população de baixa renda, sem subsídios, e alcançando o público-alvo (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Para isso ocorrer, é necessário diminuir a assimetria de informações e criar meios de garantir os empréstimos sem a necessidade de garantias físicas ou financeiras. Consequentemente, foram criados os “colaterais sociais”, que consistem em prever outras formas de proteção contra a inadimplência, tendo no chamado “aval solidário” a forma mais conhecida (LIMA, 2009).

O aval solidário consiste na formação de grupos de tomadores de empréstimos em que todos são responsáveis solidariamente por arcar com os compromissos perante a IMF. Caso um dos membros não cumpra a obrigação de pagamento, todos são penalizados. Entretanto, no caso de todas as regras contratuais forem seguidas, a totalidade dos participantes recebe os benefícios. Esta ferramenta dá a possibilidade de resolução do problema de seleção adversa, uma vez que só se formará uma equipe se houver confiança mútua entre os membros (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Entretanto, isso pode se tornar um entrave para algumas Instituições de microfinanças que não trabalham com essa metodologia, devido,

principalmente, a questões culturais e à dificuldade de alguns tomadores de estabelecerem elos de credibilidade (LIMA, 2009).

Outra ferramenta bastante utilizada são os esquemas de empréstimos progressivos, em que os valores dos financiamentos aumentam na medida em que há adimplência dos clientes (LIMA, 2009). Os custos de transação são reduzidos, uma vez que o montante se eleva e a necessidade de monitoramento é reduzida na aquisição de novos empréstimos (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Além disso, algumas instituições devolvem parte dos juros em caso de pagamentos pontuais, permitindo, assim, a redução da inadimplência e a possibilidade do tomador conseguir mais crédito.

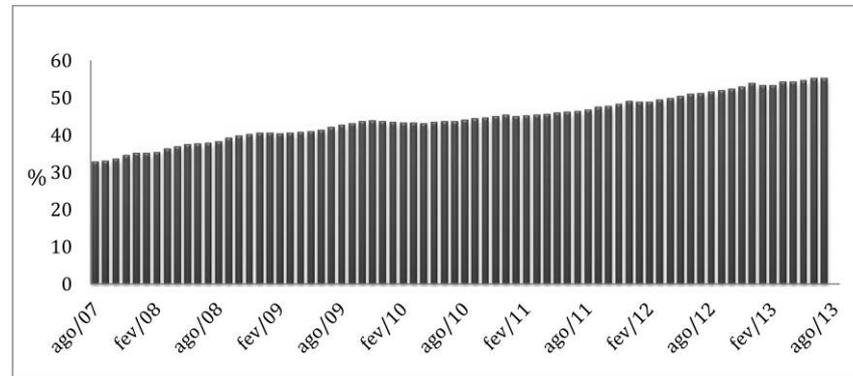
Um ator bastante importante para o cumprimento dos objetivos das IMFs é o agente de crédito. Este profissional é responsável por todas as etapas, desde o primeiro contato até a liquidação e renovação dos financiamentos (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Ele acompanha os empreendimentos, verifica o fluxo caixa e a aplicação dos recursos e analisam a capacidade de pagamento dos tomadores. Com esse monitoramento, é possível reduzir o risco moral das instituições financeiras, bem como contribui para uma melhor gestão dos empreendedores (LIMA, 2009)

2.1.4 Mercado de crédito no Brasil

Segundo relatório do Banco Mundial (2013), na América Latina uma grande parcela da população é excluída do sistema financeiro tradicional. Com isso, não tem acesso às políticas de crédito que possibilitam o aumento da competitividade de seus negócios e até mesmo, a promoção social. Neste caso, a ausência de financiamentos levaria a um processo de marginalização social que só seria quebrado com a ampliação do crédito (AMARAL JR; TÁVOR JR, 2010; BANCO MUNDIAL, 2003).

No Brasil, é notório o aumento da proporção do crédito em relação ao Produto Interno Bruto (PIB), tendo no ano de 2013 alcançado a razão de 55,5% Crédito/PIB, com um total de R\$ 2,5 bilhões de empréstimos concedidos por instituições financeiras que atuam no País (INEPAD, 2013). Porém, mesmo com o incremento no volume do crédito, seu peso na economia ainda é baixo se comparado com algumas economias mais desenvolvidas, nas quais é possível encontrar a relação Crédito/PIB próximo a 100% (AMARAL JR; TÁVOR JR, 2010). O crescimento dessa relação é expresso na Figura 4.

Figura 4: Saldo das operações de crédito em relação ao PIB (%)



Fonte: (INEPAD, 2013)

Uma série de fatores limita a propagação mais acelerada do crédito no Brasil: incertezas relacionadas à situação macroeconômica, devido à interferência governamental; assimetria de informações; altos índices de inadimplência; concentração de instituições de crédito e alta taxa básica de juros, que levam os bancos a investirem em títulos do governo que possuem alta liquidez, bom retorno e risco baixo (COSTA, 2004).

2.2 Microcrédito e microfinanças

Os micro e os pequenos empreendedores encontram dificuldade ou, mesmo, falta de acesso ao crédito tradicional oferecido pelo sistema bancário e investidores (RIBEIRO; CARBALHO, 2006). Quando conseguem financiamento, geralmente, os juros são elevados, principalmente devido à falta de ativos que possam ser utilizados como garantia nas operações de crédito. O conceito de microcrédito e de microfinanças, muitas vezes, são confundidos, sendo, até mesmo considerados idênticos, principalmente por autores estrangeiros como Ledgewood (1998), Hermes et al. (2008), Vellas (2005) e Sterren (2008). Entretanto, há outra vertente que define os termos como distintos, por exemplo: Soares; Mello Sobrinho (2008), Barone et al. (2008), Rodrigues; Pernomo (2011); Martins et al. (2002).

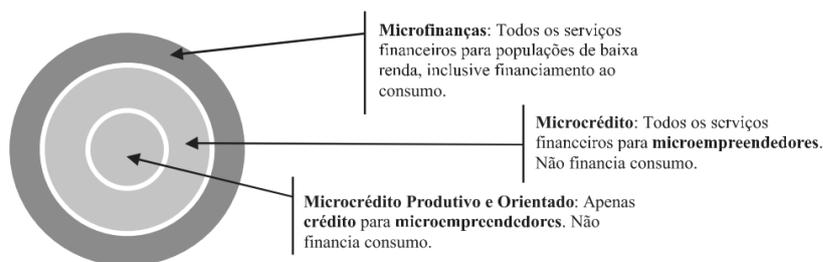
Para Martins et al. (2002), microfinanças é qualquer serviço financeiro ofertado a pessoas de baixa renda, sejam elas empregadas ou trabalhadores informais. De acordo com Ledgewood (1998), as intermediações financeiras realizadas pelas IMFs, geralmente, estão associadas a produtos de poupança e crédito, mas também podem fornecer serviços ligados a cobrança e a seguros. Além disso, as IMFs atuam não simplesmente como extensão do sistema bancário, mas conjuntamente, como ferramenta de desenvolvimento social, promovendo a integração e a formação de grupos solidários, bem como a capacitação e o

ensino gerencial e financeiro para os tomadores. As IMFs devem oferecer serviços adequados e sustentáveis a seus clientes e podem ser constituídas por instituições bancárias *stricto sensu* (bancos, financeiras, cooperativas de créditos e bancos de desenvolvimento) ou não ONG e organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP) (SOARES; MELLO SOBRINHO, 2008). Conforme Dias; Psico (2008), as IMFs devem ser autossuficientes e seus retornos sem subsídios devem cobrir todos os custos operacionais.

Já o microcrédito pode ser considerado como a atividade principal dentre as microfinanças (SOARES; MELLO SOBRINHO, 2008). Consiste em empréstimos de pequeno valor, dado a microempreendedores ou membros da economia informal para potencializar o desenvolvimento de pequenos negócios mediante a concessão de crédito ágil para aqueles que não possuem capacidade ou condição de pleitear investimento ao sistema bancário tradicional (MARTINS et al., 2002). A função do microcrédito está voltada para a produção, por meio de empréstimos para capital de giro e investimento, concedido com base em metodologia específica (SOARES; MELLO SOBRINHO, 2008).

A divisão e a classificação sobre o alcance das microfinanças e do microcrédito podem ser bem observadas na Figura 5, conforme ilustra Soares; Mello Sobrinho (2008 p. 20).

Figura 5: Conceito de microfinanças, microcrédito e microcrédito orientado.

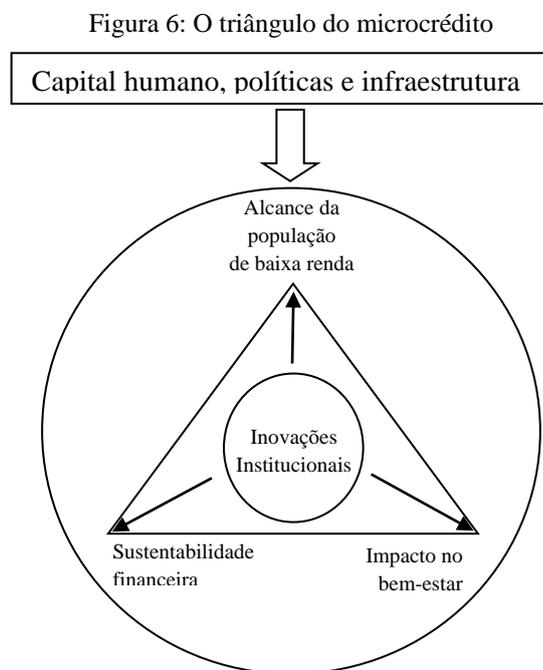


Fonte: (Soares; Mello Sobrinho 2008 p. 20)

Conforme demonstrado por Ledgewood (1998), as taxas de juros são negociadas a valores inferiores aos cobrados pelas instituições bancárias tradicionais, devendo evitar um trade-off entre o alcance dos mais pobres e a viabilidade financeira; a criação de mecanismos de análises informais na análise, exige a flexibilização dos requerimentos burocráticos; e utilizam-se garantias substitutivas. Kraychete (2005) afirma que os aspectos mais relevantes do microcrédito não necessariamente estão ligados ao valor dos recursos ofertados para cada tomador, e sim ao tipo de destinatário e à tecnologia adotada por ele. Na tentativa de resumir os principais pontos presentes nas definições sobre microcrédito, apresentam-se os seguintes itens, conforme Bello Filho (2010) e Martins et al. (2002):

- a) As microfinanças contêm o microcrédito
- b) Pequeno valor das operações;
- c) Clientela composta por pessoas de baixa renda, que usualmente não têm acesso a crédito na rede bancária;
- d) Empréstimos destinados a atividades produtivas;
- e) Empréstimos garantidos através do aval solidário.

A existência de serviços financeiros sustentáveis constitui de uma eficiente ferramenta de combate à pobreza. Os principais objetivos da IMFs estão relacionados à redução da pobreza e auxílio à população de baixa renda. Myers (2002) apresenta o Triângulo do Microcrédito (Figura 6) onde os vértices representam: o alcance ao maior número de indivíduos necessitados possíveis; resultado financeiro e criação de bem estar e qualidade de vida para os tomadores. Esse triângulo é circunscrito e inscrito por círculos. O primeiro representa o ambiente que o programa de microcrédito, como capital humano e social, infraestrutura financeira e condições macroeconômicas do país que está inserido. Já o segundo representa as inovações trazidas pelas IMFs em tecnologias e políticas em prol dos objetivos do programa de financiamento.



Fonte: Meyer (2002 p. 3)

Os tomadores não possuem meios de oferecer garantias reais comuns na concessão de crédito. Por isso, a idoneidade creditícia é baseada no juízo e na confiança no potencial cliente (DIAS; PSICO, 2008). Ou seja, conforme Toscano (2002), ao contrário do sistema tradicional

de crédito, que se baseia em normas e regras, o microcrédito é fundamentado na análise da avaliação do cliente pelo agente de crédito. Neste caso, as IMFs utilizam, geralmente, a seguinte metodologia (MARTINS et al., 2002): a) análise de crédito informal; b) garantias substitutivas, como formação de grupos solidário ou por meio de poupança compulsória; c) acesso constante e contínuo baseado no histórico de pagamentos; d) utilização de formas seguras e simplificadas de acompanhamento da utilização dos empréstimos.

O microcrédito deve vir acompanhado de um caráter incentivador da promoção social dos tomadores. Com isso, a questão das garantias substitutivas torna-se o ponto crucial para o desenvolvimento das políticas de microfinanciamento. A maior parte das pessoas que utilizam este tipo de empréstimo é composta por cidadãos considerados pobres; ou seja, que vivem com menos de quatro dólares por pessoa/dia (RODRÍGUES; PERDOMO, 2011). Neste caso, muito provavelmente, são indivíduos que não possuem bens que possam ser utilizados como garantia e também não possuem avalistas. Para tentar solucionar isso, o *Grameen Bank* de Bangladesh criou o sistema de grupos solidários (NERI, 2008), que funciona com a formação de grupos de tomadores, geralmente ligados por laços de vizinhanças ou consanguíneos, em que todos são responsáveis pelo pagamento de cada membro. Caso um indivíduo não pague, os outros arcam com o “prejuízo”. Além disso, os valores dos empréstimos são feitos de forma gradual, em que o histórico positivo de pagamento é um fator essencial para novos e maiores financiamentos.

Outro fator primordial do sucesso ou não das políticas de microcrédito diz respeito ao agente de crédito. As IMFs, ao contrário das instituições bancárias tradicionais, tendem a assumir uma postura proativa. Ou seja, os agentes de crédito buscam o tomador (NERI, 2008). Por isso, esse profissional tem um papel primordial na concessão do crédito e na compreensão das reais necessidades, características sazonais e outras peculiaridades de cada tipo de negócio incentivado. Os empréstimos devem ser concedidos de forma rápida e descentralizada (SCHEIBER, 2009), para resolver problemas pontuais.

Entretanto, o microcrédito não pode ser considerado uma ferramenta “milagrosa” ou a resposta para todos os problemas relacionados às mazelas sociais. Soares; Mello Sobrinho (2008) afirmam que pessoas com necessidades mais urgentes, como fome e desnutrição precisam primeiramente de outras formas mais imediatas para resolver seus problemas. Rodrigues; Perdomo (2011) demonstram que os chamados “ultrapobres”, pessoas que vivem com menos de um dólar por dia, são incapazes de participar plenamente de atividades sociais

e econômicas e tampouco, possuem a possibilidade de tomar decisões que possam afetar sua vida além das necessidades básicas imediatas. Com isso, este público, geralmente, não se beneficia das políticas de microcrédito. Para tentar resolver esse problema, Soares; Mello Sobrinho (2008) defendem que a concessão de pequenos subsídios, a promoção de programas de treinamento, o encaminhamento profissional e a melhoria da infraestrutura podem apresentar resultados mais efetivos.

Contudo, não são desprezíveis os resultados alcançados pelos programas de microcrédito em diversas partes do mundo. “A multiplicação de experiências bem sucedidas provou que se pode servir os que até então não tinham acesso aos bancos, começando-se a olhar com interesse este nicho de mercado” (DIAS; PSICO, 2008 p. 45). Por isso deve-se entender cada vez mais a importância e a penetrabilidade das IMFs na melhoria da qualidade de vida e na geração de renda nas comunidades servidas por este tipo de programa.

2.3 Origens do microcrédito

As origens do microcrédito ainda são debatidas pelos estudiosos da área. Isso ocorre pela dificuldade de definir o conceito do que é ou não microcrédito. Ouma e Rambo (2013) defendem que a primeira experiência ocorreu no século XIV com a fundação de uma casa de penhores por monges franciscanos que buscavam o apoio às populações mais carentes. Porém, conforme Shreider (2005), a primeira manifestação de microcrédito produtivo que se tem notícia ocorreu no sul da Alemanha, em 1869, por iniciativa da denominada “Associação do Pão”, criada pelo pastor Raiffeinsen. Sensibilizado pela condição dos fazendeiros locais, que ficavam endividados com os agiotas, por conta do rigoroso inverno, o pastor cedeu-lhes farinha de trigo para a produção e comercialização de pão. Posteriormente, a Associação cresceu e se transformou em uma cooperativa de crédito para os mais necessitados. Segundo Ledgerwood (1998), o foco principal desta associação e de outras que surgiram em diversas partes do mundo está relacionado à criação de fundos que apoiem e ensinem a agricultores pobres “a como se salvarem”.

Durante meados do século XX, vários governos criaram programas semelhantes para subsidiar o crédito aos menos favorecidos. Essas políticas foram abundantes entre 1950 e 1980, porém não alcançaram os resultados pretendidos, devido a taxas altamente subsidiadas, corrupção e ineficiência. Isso provocou crescente inadimplência e, por fim, a insustentabilidade e o encerramento desses programas (NERI, 2008; SHREIDER, 2005).

Mesmo com pequena adimplência, eles continuam operando por meio de frequentes capitalizações governamentais. Na década de 1980, o modelo de crédito subsidiado pelos governos que predominava nas políticas de microfinanciamento na maior parte do mundo passou a ser contestado (LEDGERWOOD, 1998). Esse processo levou a uma nova abordagem sobre microcrédito, que passou a ser visto como parte do sistema financeiro global. A ênfase mudou do tradicional desembolso ágil de valores subsidiados para a correta seleção do público alvo.

No Brasil a primeira experiência bem sucedida ocorreu com o Projeto Uno, em 1970 na cidade do Recife (NERI, 2008; SHREIDER, 2005). Este projeto apoiava-se no princípio de que o mais importante era a agilidade na liberação do crédito, uma característica que, de acordo com a metodologia aplicada por eles, superava até mesmo que às taxas de juros aplicadas. Outra característica introduzida pelo Uno foi o uso de agentes jovens, que iam a campo e criavam relações com os clientes, desde a liberação do recurso até o cumprimento das obrigações (NERI, 2008). Porém, conforme afirma Shreider (2005), o projeto encerrou suas atividades em 1986 por se recusar a cobrar juros de mercado e por depender de subsídios governamentais.

Nessa mesma época, várias ONGs locais passaram a adotar uma abordagem que visava à solução dos problemas comunitários no longo prazo, com base em políticas sustentáveis de geração de renda e desenvolvimento (LEDGERWOOD, 1998). No final da década de 1970, o professor Muhammad Yunus liderou em Bangladesh um projeto piloto de concessão de empréstimos para sem-tetos, o que, em 1978, deu origem ao *Grameen Bank* (DIAS e PSICO, 2008). A premissa básica do Dr. Yunus é que não é a falta de valores ou de capacidade que tornar as pessoas pobres, mas sim o fato de as capacidades individuais permanecerem inutilizadas (Yunus, 2010). A intenção do Dr. Yunus era levar o banco ao encontro dos clientes, e não esperar o contrário, como geralmente ocorre.

Algumas das principais inovações do *Grameen Bank* foram: a utilização de empréstimos solidários, com mecanismo de seleção de tomadores e garantias; e o volume de empréstimos adaptável, levando em consideração as necessidades sazonais (NERI, 2008). Os esforços oriundos do trabalho do *Grameen Bank* correram o mundo divulgando os resultados do microcrédito. Em 2006, esse esforço valeu ao seu fundador a premiação do Nobel da Paz (SOARES; MELLO SOBRINHO, 2008). Também os bancos formais, como o *Bank Rayat*, na Indonésia, passaram a explorar de maneira eficaz o microcrédito. O *Rayat* criou um sistema

transparente de incentivos aos mutuários, promovendo a mobilização voluntária de poupança para financiar os empréstimos (LEDGERWOOD, 1998). Com isso, foi um dos primeiros a demonstrar que a concessão de microcrédito poderia ser um negócio lucrativo (NERI, 2008).

Hoje, o microcrédito é uma realidade mundial. Vários programas de sucesso ocorrem em diversas partes do mundo. Segundo Ouma e Rambo (2013), em 2010, aproximadamente, 150 milhões de pequenos empreendedores foram beneficiados por políticas de microfinanciamento produtivo. Isso ocorre principalmente em países em desenvolvimento, auxiliando em sua maioria, o público feminino (NERI, 2008; SOARES; MELLO SOBRINHO, 2008).

2.4 Sustentabilidade nas microfinanças

A avaliação e o gerenciamento da viabilidade das IMFs devem levar em consideração o desempenho econômico-financeiro das instituições, com base em indicadores mensuráveis e em parâmetros de cumprimentos de metas sociais (ARAÚJO, 2012). Ou seja, os resultados deste tipo de organização consideram essa particularidade e abarcam o chamado “duplo resultado” (*the double bottom line*) (ZELLER; MEYER, 2002). Neste caso, uma IMF bem sucedida deve desempenhar os dois papéis de forma eficiente (GUTIÉRREZ-NIETO; SERRANO-CINCA; MAR MOLINERO, 2007).

As instituições precisam cobrir seus custos com as receitas geradas. Isso ocorre quando os ativos da IMF são investidos por meio de alocação de uso produtivo (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Ou seja, a IMF atingirá a sustentabilidade financeira se conseguir que a receita operacional seja maior que a despesa total, sem considerar doações ou outras fontes de rendimento geradas de forma não operacional da IMF (MAZZUTTI, 2005).

A performance, ou desempenho, social surgiu para qualificar o sucesso das instituições que conseguem concretizar os objetivos sociais (ARAÚJO, 2012). Neste caso, o número de pessoas de determinado extrato social atendidas e os efeitos que os serviços financeiros provocam na promoção dos microempreendimento e na melhora da qualidade de vida dos tomadores e seus familiares.

2.4.1 Viabilidade financeira

As instituições de microfinanças devem deixar de depender de doações e buscar a sustentabilidade financeira, procurando se integrar ao mercado como um fornecedor de

serviços financeiros (TORGA, 2012). Algumas instituições, principalmente nas últimas duas décadas, vêm conseguindo notáveis avanços com relação ao alcance de sustentabilidade, permitindo, assim, expandir a oferta de serviços a clientes desprovidos de garantias financeiras (JUNQUEIRA; ABRAMOVAY, 2005). Entretanto, a quantidade de IMFs realmente autossuficientes é questionável, pois mesmo quando há boas intenções as utilizações equivocadas dos recursos acabam por produzir resultados distorcidos (GONZALEZ-VEGA, 1998).

A IMF é considerada viável financeiramente quando consegue cobrir seus custos somente com as receitas auferidas provenientes de suas operações (LEDGERWOOD, 1999). Neste caso, são declarados dois níveis distintos de autonomia: operacional (*operational self-sufficiency – OSS*), que é apurado por meio da divisão das receitas totais pelas despesas efetivamente incorridas; e a financeira (*financial self-sufficiency – FSS*), que leva em apreciação também o custo de capital (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

As receitas a serem declaradas são aquelas provenientes das atividades fins, como crédito, poupança, seguro e outros serviços financeiros. As despesas podem ser divididas em quatro grupos: custos de financiamento; provisão para perdas de empréstimos; despesas operacionais; e custo de capital (LEDGERWOOD, 1999).

Grande parte das IMFs depende de fundos ou subsídios para sustentarem suas operações. Assim, a organização pode calcular o índice de dependência de subsídios, que determina o aumento necessário às taxas de juros para que as operações sejam autossuficientes (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

Outro indicador que deve ser levado em consideração é o índice de rentabilidade. Esse informativo demonstra para investidores e gestores se as IMFs estão tendo lucro líquido, se estão sendo autossuficientes e se não necessitam de doações e subsídios (LEDGERWOOD, 1999). Neste caso, os principais indicadores são: retorno sobre os ativos (*ROA – return on assets*) e retorno sobre o patrimônio líquido (*ROE – return on equity*) (ARAÚJO, 2012).

Junqueira e Abramovay (2005) afirmam que uma boa IMF apresenta alguns princípios comuns aos bancos comerciais. Com isso, é possível atingir um crescimento sustentável sem a dependência de doares externos. Assim é possível atingir o público-alvo de forma mais eficiente em relação aos programas subsidiados (CGAP, 2003).

2.4.2 Desempenho social

Grande parte do interesse que o microcrédito e as microfinanças vêm despertando nos últimos anos está ancorada na crença de que o acesso aos serviços financeiros pode ajudar os clientes a melhorar sua condição de vida. Embora as instituições microfinanciadoras busquem alcançar a sustentabilidade financeira, isso não garante automaticamente que os objetivos sociais serão alcançados (HASHEMI, 2007).

Juntamente com o crescimento e desenvolvimento das IMFs, surgiu a demanda para certificar se os recursos estão produzindo os resultados alcançados. Tanto os investidores sociais quanto as próprias instituições buscam indicadores confiáveis para mensurar o desempenho social (FOOSE; GREENBERG, 2008). Logo, uma série de iniciativas por parte das instituições de microcrédito e agências de *rating* produzem indicadores e ferramentas para mensurar a performance social (ARAÚJO, 2012).

A definição de desempenho social pode ser considerada como:

Desempenho social é a tradução efetiva dos objetivos sociais da instituição postos em prática de acordo com os valores sociais aceitos; estes incluem servir um número crescente de pobres e excluídos, melhorando a qualidade e adequação dos serviços financeiros, a melhoria das condições econômicas e sociais dos clientes e assegurar a responsabilidade social para os clientes, os funcionários e a comunidade que servem (HASHEMI, 2007 p. 3 tradução nossa).¹

As principais abordagens de avaliação impactos das políticas de microcrédito podem ser resumidas no Quadro 4:

Quadro 4: Principais metodologias de avaliação social das IMFs

Metodologia	Instituição criadora	Aspectos analisados	Processo de análise e descrição
<i>Social Performance Indicators Initiative</i> (SPI)	CERISE	Alcance social, adaptação de serviços e produtos às necessidades dos clientes, melhoria do capital social e político dos clientes, responsabilidade social da instituição	São estabelecidos indicadores apropriados para caracterizar cada tuna das dimensões. As informações sobre esses indicadores são agrupadas e ponderadas, gerando um score final agregado. Os resultados finais são evidenciados por meio da representação gráfica de um losango, onde os vértices fornecem a medida da performance social da instituição em cada área.

(Continua)

¹ *Social Performance is the effective translation of an institution's social goals into practice in line with accepted social values; these include sustainably serving increasing numbers of poor and excluded people, improving the quality and appropriateness of financial services, improving the economic and social conditions of clients, and ensuring social responsibility to clients, employees and the community they serve.*

(Conclusão)

Metodologia	Instituição criadora	Aspectos analisados	Processo de análise e descrição
SOCIAL	<i>Acción International</i>	Missão social (<i>social mission</i>), alcance (<i>outreach</i>), serviços aos clientes (<i>client service</i>), transparência (<i>Information transparency</i>), associação com a comunidade (<i>association with community</i>) e clima de trabalho (<i>labor climate</i>).	Análise qualitativa de indicadores construídos a partir das dimensões. A coleta de informações é realizada por meio de entrevistas com diretores, gerentes, funcionários e clientes. São também consideradas as informações já disponíveis na instituição, tais como, planos de negócios, atas de reuniões, documentos sobre estratégias e bases de dados sobre clientes.
<i>Poverty out of Poverty Index (PPI)</i>	CGAP e a Fundação Ford	Informações socioeconômicas. tais como: composição familiar, educação, emprego, habitação, posse de bens duráveis, dentre outros.	São utilizados dados secundários provenientes de pesquisas sobre rendas e despesas domiciliares para construção de um <i>scorecard</i> que estima a probabilidade de um indivíduo se situar abaixo da linha de pobreza: Os escores gerados de dados dos clientes são comparados com aqueles derivados dos citados gerais domiciliares, previamente construídos, para determinar o percentual de clientes que se situam abaixo da linha de pobreza.
CGAP <i>Poverty Assessment Tool (CPAT)</i>	THE CONSULTATIVE GROUP TO ASSIST THE POOR - CGAP e <i>International Food Policy Research</i>	Informações socioeconômicas. tais como: estrutura demográfica e atividades econômicas, segurança alimentar e vulnerabilidade, despesas com vestuário, indicadores de habitação e propriedade de bens	Realização de um <i>survey</i> a partir de uma amostra aleatória de clientes da instituição microfinanceira e de pessoas residentes na mesma área geográfica de atuação da instituição, mas que não fazem parte de sua carteira de clientes. De posse dessas informações, é construído o índice Multidimensional de Pobreza, utilizando-se, para isso, a técnica estatística Análise de Componentes Principais.
<i>Prizma Poverty Scorecard</i>	Prizma	Educação, características da residência, tamanho da família, ocupação, propriedade de ativos domésticos, propriedade de veículo, consumo de alimentos como carne e doces .	São definidos intervalos simples para cada um desses indicadores. Cada posição reflete uma pontuação dentro um intervalo que varia de 0 (zero) a 9 (nove). São então, definidas as faixas de escores correspondentes às categorias de pobreza e os clientes são avaliados em relação a essas faixas.
M-CRIL	M-CRIL	Informações sociais, econômicas e sobre o setor microfinanceiro: missão, estratégia e alinhamento dos sistemas; responsabilidade social: alcance social, variedade e adequação dos produtos/serviços financeiros e não financeiros; mudanças nas condições dos clientes, domicílios, empreendimentos.	E administrado um questionário a nível individual e/ou domiciliar a uma amostra de clientes de modo a levantar informações econômicas e sociais dos mesmos. Condução de grupos focais para obter um <i>feedback</i> em relação à qualidade dos serviços. Realização de uma pesquisa, em período posterior, sobre a mesma amostra de clientes usada para obter o <i>rating</i> social, para capturar as alterações que possam ter ocorrido nas condições desses clientes.

Fonte: ARAÚJO (2002 p. 322-324).

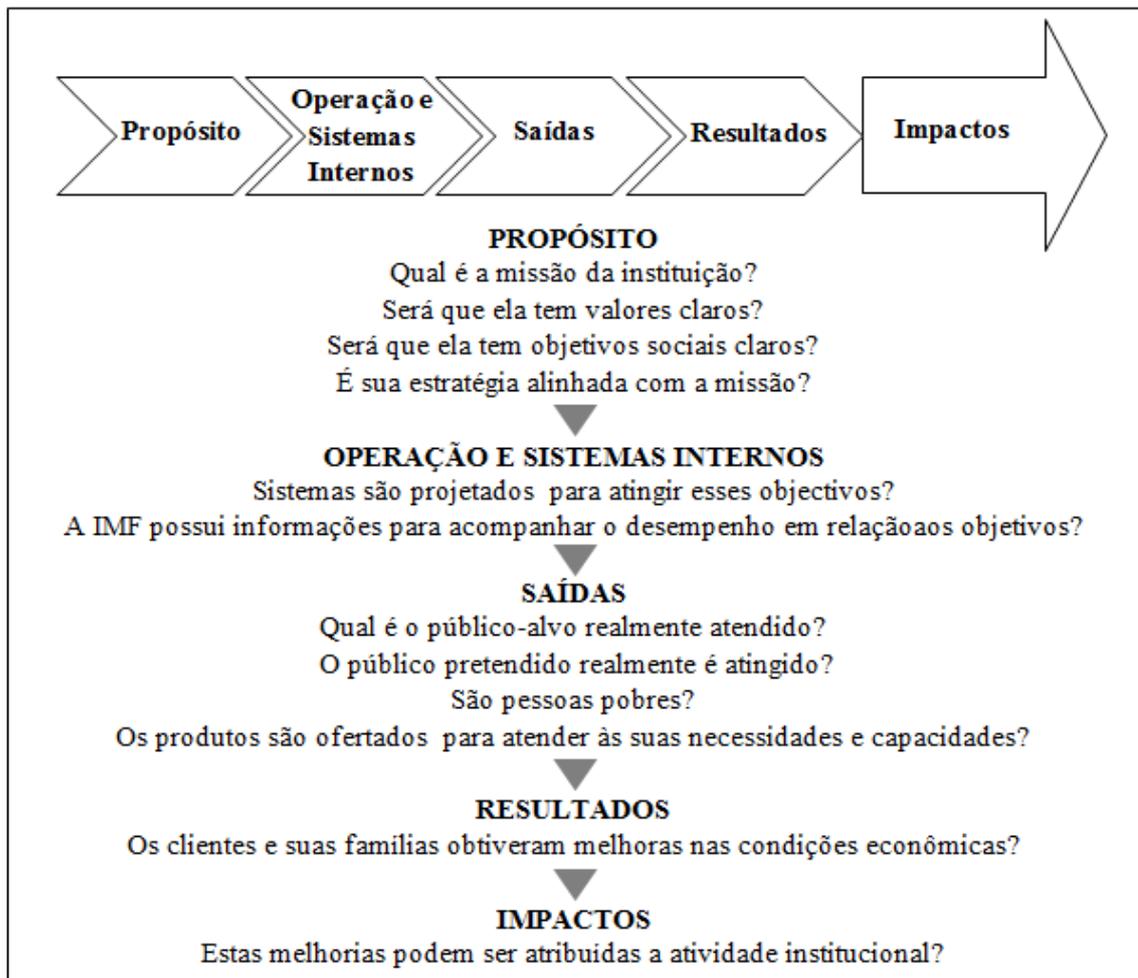
Grande parte dos modelos de avaliação de desempenho baseia-se exclusivamente nos resultados finais e impactos. No entanto, o impacto (mudanças nas condições dos clientes e comunidades, diretamente atribuídas ao programa) é apenas uma parte do desempenho social (HASHEMI, 2007). Por consequência, o alcance social é um parâmetro que vem ganhando

importância crescente. Ou seja, alferir se o microcrédito tem realmente alcançado os clientes mais pobres ou aqueles de baixa renda que estavam excluídos do sistema bancário tradicional (ARAÚJO, 2012).

O alcance social, segundo Ledgerwood (1999), está relacionado à quantidade de clientes atendidos em relação ao perfil socioeconômico e ao nível de pobreza, tendo, assim dois aspectos principais: amplitude (*breadth*) e profundidade (*depth*). O primeiro corresponde ao número de pessoas que se beneficiam dos programas; o segundo indica a capacidade de se alcançar os mais vulneráveis financeiramente.

Devido a essa multiplicidade de métodos, a própria indústria sentiu a necessidade de criar uma padronização dos indicadores. A *Social Performance Task Force (SPTF)* e a *Microfinance Information Exchange (THE MIX)* se dedicaram a apontar as dimensões consideradas importantes para analisar o desempenho social das instituições de microfinanças (ARAÚJO, 2012). Isso pode ser resumido conforme ilustrou Foose; Greenberg (2008).

Figura 7: Dimensões do caminho da performance social



O modelo proposto pelo SPTF e pelo THE MIX presentes na Figura 7, engloba múltiplos fatores no que diz respeito tanto ao alcance social quanto à avaliação de impacto socioeconômico. Leva em consideração o propósito da instituição, o modo como é conduzido o processo de fornecimento de crédito, se realmente atinge o público-alvo e quais são os resultados ou impactos alcançados. Tornou-se imediatamente uma grande ferramenta que pode ser usada por financiadores, IMFs e pesquisadores que se dedicam a estudar sobre o tema das microfinanças.

2.5 Características e tecnologias das microfinanças

Conforme destacado na seção 2.1.2, as restrições para a concessão de crédito aos menos favorecidos estão relacionadas a três fatores: a) elevado custo operacional das operações; b) falta de garantias reais e assimetria de informações; c) dificuldade de monitoramento. Os programas de microcrédito obtiveram sucesso por se apoiarem em tecnologias e inovações capazes de reduzir os obstáculos (NERI, 2008).

Não existe, entretanto uma tecnologia única, imutável e inflexível nas IMFs (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). O que é comum são as especificidades pertinentes ao tipo de negócio, além das exigências de as etapas serem cumpridas para uma alocação mais eficiente dos recursos aplicados ao desenvolvimento de micronegócios, com altas taxas de repagamento (PARENTE, 2002).

Alguns autores identificam instrumentos que são mais usados nas instituições, os quais são descritos a seguir, com apoio em Neri (2008); Parente (2002); Ribeiro; Carvalho (2006).

2.5.1 Aval solidário

Segundo Neri (2008), a metodologia de formação de grupos solidários (*group lending*) pode ser considerada como a maior contribuição metodológica do microcrédito. Consiste na concessão do capital não somente a um indivíduo, mas a vários, que tomam empréstimos juntos, sendo todos responsáveis em conjunto por seu pagamento. O descumprimento das cláusulas do contrato prevê penalidades a todos os participantes. A obediência é acompanhada de benefícios, como a possibilidade de novos financiamentos e o aumento do valor, que poderá ser solicitado em operações futuras (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

Como cada membro do grupo executa um tipo de atividade diferente, geralmente, não correlacionada. O risco do financiamento é menor em comparação com o empréstimo individual. Além disso, os vizinhos tendem a conhecer melhor a capacidade de pagamento de seus pares, o que diminui a questão da assimetria informacional. Devido à responsabilidade compartilhada, os semelhantes são incentivados a monitorar uns aos outros (*peer monitoring*), o que leva à exclusão de potenciais credores inadimplentes.

A utilização deste esquema de financiamento representa uma solução simples e barata de afrouxamento das restrições associadas ao empréstimo para pessoas pobres (PARENTE, 2002). Entretanto, verifica-se que para um bom funcionamento deve haver uma ligação forte entre os membros do grupo. Mas existe a possibilidade de as pessoas alterarem o grau da pressão dependendo da proximidade com os membros do grupo (NERI, 2008).

2.5.2 Incentivos dinâmicos ou progressivos

A estratégia baseia-se na renovação e contratação de novos empréstimos em montantes que vão se elevando progressivamente (*progressive lending*), mediante a pontualidade no pagamento e a quitação do empréstimo anterior (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). A ameaça de não atualização ou de nova concessão para os tomadores no caso de calote reforma a previsibilidade dos fluxos de caixa, atuando como fonte de incentivo de pagamento (NERI, 2008). Trata-se um recurso que o banco tem de testar os tomadores, uma vez que aqueles que não são pontuais no pagamento de pequenos montantes tendem a não ser em valores maiores. Paralelamente, o relacionamento entre instituição e cliente não deve ter um período finito de tempo predeterminado, pois caso contrário pode induzir ao não pagamento no último período.

Algumas IMFs concedem a devolução de parte dos juros como bônus pela pontualidade no pagamento (RIBEIRO; CARVALHO, 2006), reduzindo a inadimplência e permitindo maior volume de crédito ao tomador.

2.5.3 Calendário de pagamentos regulares e empréstimos rápidos

Mesmo levando-se em consideração os requisitos para a concessão dos financiamentos, o processo de análise e decisão costuma ser rápido, buscando-se a eliminação dos entraves burocráticos (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). A meta das IMFs é que esse período não seja superior a sete dias, entre o primeiro contato e o desembolso.

Após a autorização do empréstimo, o pagamento das parcelas costuma ser rápido e com pouco espaço de tempo entre elas. Isso traz a vantagem de disciplinar os tomadores e ajuda na prevenção de problemas futuros (NERI, 2008). O banco pode receber parte ou a totalidade do dinheiro antes que ele seja gasto de forma indevida. E, por fim, como os pagamentos começam antes do retorno previsto dos investimentos. É necessário que os clientes já produzam alguma renda inicial, o que diminui o risco de não pagamento do financiamento.

2.5.4 Foco nas mulheres

Os programas de microcrédito focam principalmente as mulheres, pelo fato de o poder de mudança social que o investimento nesse público está associado. Neri (2008) afirma que diversos estudos empíricos comprovam que elas tendem a investir mais na educação e na saúde dos filhos aumentando significativamente a probabilidade de melhoria do bem-estar da parentela. Isso além de contar como política de valorização do gênero, uma vez que em muitas culturas as mulheres são menos favorecidas e consideradas como inferiores aos homens.

Para as próprias IMFs, financiar as mulheres é interessante, pois elas possuem menos mobilidade e são mais sensíveis à pressão do grupo e às sanções culturais, tendendo a ser mais interessantes pois terão mais responsabilidade no cumprimento dos prazos de pagamento.

2.5.5 Contato direto e pessoal dos agentes

O agente de crédito é responsável por todas as etapas do processo de financiamento. Ele trabalha diretamente nas comunidades, identificando potenciais tomadores, acompanhando os micronegócios e, eventualmente fazendo a cobrança em caso de atraso ou de não pagamento.

Isso gera a lealdades por parte dos clientes e a maior nível de informação acerca da clientela. O agente de crédito é incentivado a conhecer bem cada negócio e as necessidades dos clientes. Geralmente, é premiado não só pelo aumento na base de clientes, como também pelo acompanhamento e pela prevenção da inadimplência.

2.6 Marco legal sobre microcrédito no Brasil

Marco legal pode ser compreendido com base de duas definições complementares e não antagônicas. A primeira determina um quadro sistêmico sobre o qual se constitui um direito de uma pessoa ou atividade. A segunda prende-se ao momento de constituição e

remodelação do direito (MARTINS, 2008). Ambos os conceitos serão utilizados neste item como forma de demonstrar como o governo brasileiro criou leis e as aprimorou ao longo dos últimos anos, com o intuito de incentivar a criação de IMFs e o desenvolvimento da atividade como forma de criação de empresas e de diminuição da pobreza e da desigualdade social.

Desde a década de 1970 já existiam no Brasil algumas iniciativas que tinham objetivos semelhantes àqueles que teriam as instituições de microcrédito anos depois (NERI, 2008; SHREIDER, 2005). Porém, apenas após a promulgação da Constituição Federal de 1988 foi que as cooperativas de crédito conseguiram autonomia em relação ao Estado (CHAVES, 2010). Em 1992, o BCB iniciou os estudos, debates e seminários sobre microfinanças e cooperativas de crédito, levando à criação da Resolução 1.914/1992, que regulamentou e disciplinou a criação de cooperativas de crédito (BCB, 1992) e, posteriormente, a resolução 2.099/1994, que permitiu a abertura de Postos de Atendimento Cooperativo (PACs), que anteriormente só eram permitidos em feiras, exposições e congressos (CHAVES, 2010).

Contudo, foi somente a partir de 1999 que os esforços no sentido de construir um marco legal mais efetivo voltado para unificar as diversas iniciativas existentes assumiram mais projeção. Esse trabalho fora idealizado pelo Conselho da Comunidade Solidária, oficializado pelo Conselho Monetário Nacional, sob a coordenação do Ministério da Fazenda (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). O grupo formulou o arcabouço jurídico que pavimentou o caminho para a criação das IMFs.

A configuração institucional do setor de microcrédito no País, entretanto ainda está em fase de consolidação. Compõe-se de dois blocos de atuação complementar (RIBEIRO; CARVALHO, 2006):

- Instituições de primeiro piso: atuam ao lado cliente final, concedendo crédito produtivo de pequeno valor.
- Instituições de segundo piso: atuam fornecendo crédito, assistência técnica e recursos para as instituições de “primeiro piso”.

Segundo Carvalho (2006), as instituições de “segundo piso” atuam com base dos seguintes objetivos: i) constituir e ampliar o fundo rotativo de crédito das instituições de “primeiro piso”; ii) desenvolver as IMFs por meio de doações voltadas à modernização

tecnológica e ao custeio das despesas das fases iniciais de operação; iii) capacitar a mão de obra (agentes de crédito, gerentes, conselhos e lideranças locais).

Os esforços para a consolidação das políticas que promovem o microcrédito estão concentrados no atendimento ao público que, geralmente, é ignorado pelo sistema financeiro tradicional (SOARES; MELO SOBRINHO, 2008). Por meio da Medida Provisória 1.894-19/1999, foi criada a Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM), cujo objetivo principal é conceder de financiamentos a pessoas físicas, e a micro e pequenas empresas, visando à sua viabilização. A Resolução 2.627/1999, fixou os parâmetros para os microempreendedores pudessem utilizar o microcrédito: capital realizado e patrimônio líquido de até R\$ 100.000,00 e os financiamentos limitados ao valor de R\$ 10.000,00 (BCB, 1999). Em seguida, as SCM foram transformadas em lei, 10.194/2001 (CHAVES, 2010). Os tópicos prioritários da formulação do marco regulatório do microcrédito são os seguintes:

- Permitir que organizações de sociedade civil atuassem como fornecedores de microcrédito sem que isso as enquadrasse na Lei de Usura²;
- Criação e regulamentação de uma nova modalidade institucional de caráter privado, integrada ao sistema financeiro, sujeita a menores exigências de capital em relação aos bancos comerciais, para poder operar com o microcrédito.

Diversas normativas e leis foram criadas posteriormente visando ao aprimoramento e ao desenvolvimento das microfinanças no Brasil. Essa regulamentação exerce influência relevante no direcionamento de recursos tanto para o desenvolvimento institucional quanto para a composição do fundo de crédito das IMFs (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Contudo, somente em 25 de abril de 2005, após a promulgação da lei 11.110, é que foram traçadas as diretrizes do chamado “Microcrédito produtivo orientado” (MPO). Esta modalidade busca a concessão de financiamento a pessoas físicas ou jurídicas que exerçam atividades empreendedoras de pequeno porte, fazendo uso de metodologia específica e contato direto entre o agente de crédito e o empreendedor, levando em consideração os seguintes aspectos, segundo Darcy; Marques (2006):

² Maneira informal como é conhecida a lei 22.626 de 7 de abril de 1933 que delibera sobre a cobrança de juros de forma abusiva.

- a) Os agentes de crédito devem ser pessoas treinadas para levantar o perfil socioeconômico e prestar orientação educativa para a utilização produtiva do crédito, visando ao desenvolvimento do microempreendimento.
- b) O contato com o tomador deve ser constante e durar todo o período do contrato de financiamento, buscando, assim, o melhor aproveitamento dos recursos e a sustentabilidade econômica do empreendimento.
- c) O valor do financiamento deve ser determinado após avaliação rigorosa da capacidade de endividamento do usufrutuário.

Conforme as leis relacionadas, os modelos institucionais para operação do microcrédito podem ser sistematizadas pela seguinte tipologia (DARCY; MARQUES, 2006): instituições da sociedade civil, programas de governos locais, sociedades de crédito ao microempreendedor, programas de bancos comerciais e cooperativas de crédito.

2.6.1 Instituições da sociedade civil

As organizações não governamentais (ONGs) foram as primeiras instituições que atuaram na promoção do microcrédito no Brasil (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Após as modificações promovidas a partir da evolução do marco legal, as ONGs evoluíram para a forma conhecida como Organizações da sociedade civil de interesse público (OSCIPs). Conforme afirmam Baroni et al. (2002), tanto as ONGs quanto as OSCIPs atuam como entidades de microcrédito minimalistas; ou seja, trabalham exclusivamente para a concessão do crédito, quando desenvolvimentista, atrelando-o a formação e capacitação dos tomadores.

2.6.1.1 Organizações não governamentais

As organizações não governamentais são pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, que devem reverter inteiramente os resultados operacionais de sua atividade a própria instituição, com o intuito de preservar sua sustentabilidade econômico-financeira da mesma (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Contudo as ONGs, por não pertencerem ao Sistema Financeiro Nacional, estão sujeitas à Lei de Usura.

Na década de 1990, várias ONGs se tornaram controladoras de IMFs com fins comerciais, reguladas e supervisionadas e cedendo sua carteira de clientes (SOARES; MELO SOBRINHO, 2008). Entretanto as restrições quanto à taxa de juros cobradas nos empréstimos se tornou um fator que prejudica a sustentabilidade dessas instituições (RIBEIRO;

CARVALHO, 2006). Além disso, é vetada a essas instituições a participação em programas governamentais voltados ao fortalecimento das microfinanças.

2.6.1.2 Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público

A participação das OSCIPs no mercado de crédito foi definida pela Lei 9.790/1999, conhecida como “Lei do Terceiro Setor”, e regulamentada pelo Decreto 3.100/1999 (CHAVES, 2010). Também são consideradas organizações de direito privado sem fins lucrativos cujos resultados operacionais devem ser revertidos integralmente à própria instituição (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

As OSCIPs não fazem parte do Sistema Financeiro Nacional, porém precisam ser registradas no Ministério da Justiça e estão livres do enquadramento na Lei de Usura (SOARES; MELO SOBRINHO, 2008). Entretanto conforme o cap. I, art 3^a da Lei 9.790/1999, as OSCIPs devem cumprir pelo menos um dos doze objetivos sociais previstos na lei (BRASIL, 1999). No caso das instituições que atuam na concessão de microcrédito destacam-se os seguintes objetivos: “viii - promoção do desenvolvimento econômico e social e combate à pobreza; ix - experimentação, não lucrativa, de novos modelos sócio-produtivos e de sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito” (BRASIL, 1999 cap. I, art 3^a).

As OSCIPs podem firmar termos de parcerias com o Poder Público, os quais não permitem a aplicação direta de recursos governamentais, mas sim a possibilidade de arrecadação de pessoas jurídicas, que, por sua vez, teriam benefícios fiscais por meio da dedução do imposto de renda (CHAVES, 2010; RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

2.6.2 Programas de governos locais

Geralmente cabe aos governos atuação por intermédio de organizações de segundo piso. Entretanto, alguns governos também atuam na atividade de primeiro piso (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

Os chamados “bancos do povo” são iniciativas criadas e coordenadas pelo setor público (estados ou municípios) que financiam a atividade empreendedora, a juros subsidiados. Por isso, não obdecem à totalidade das premissas dos programas de microcrédito, já que não submetem a uma fiscalização rigorosa contra a inadimplência nem visam à sustentabilidade financeira dos programas (SOARES; MELO SOBRINHO, 2008). Cabe,

ainda, destacar a possibilidade de não perenidade dessas políticas, uma vez que podem não fazer parte das prioridades de uma gestão posterior (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

2.6.3 Sociedades de Crédito ao Microempreendedor

A Sociedades de Crédito ao Microempreendedor (SCMs) foram implementadas pela Lei 10.194, de 14 de fevereiro de 2001. Constitui-se uma nova figura jurídica, com características que contemplam os fins lucrativos (como em instituições privadas), porém com o objetivo social de conceder crédito produtivo a empreendedores e microempresas (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

A criação deste tipo de IMF partiu da necessidade de atender às demandas do mercado, que precisava de novas fontes de financiamento. Teve como premissa o fato de os investidores se sentirem protegidos para aplicar em sociedades que seguem modelos institucionais definidos e são supervisionadas por entidades federais (SOARES; MELO SOBRINHO, 2008). O BCB é responsável pela autorização de funcionamento e supervisão das SCMs, que fazem parte do Sistema Financeiro Nacional, sem com isso terem o direito de utilizar a denominação de “banco” em seus contratos sociais (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

As SCMs podem captar recursos de organismos nacionais e internacionais de desenvolvimento, fundos constitucionais, doações e qualquer outra fonte autorizada pelo Banco Central (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Além disso, a Resolução 3.109/2003 permitiu o repasse de depósitos interfinanceiros vinculados ao microcrédito. Posteriormente, a Resolução 3.310/2005 revogou a anterior, possibilitando também o acesso aos recursos do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) (CHAVES, 2010). Contudo, é vedada a capacitação de recursos públicos, bem como a participação direta do setor público no gerenciamento das SMF (IBAN, 2001).

2.6.4 Programas de bancos comerciais

Os bancos comerciais foram autorizados a participar do mercado de microcrédito pela Lei 10.194/2001. Estão autorizados, ao contrário de outros modelos institucionais, a captar recursos públicos voltados para o fortalecimento do setor. Entretanto, a grande maioria dos bancos privados não desenvolve, ou o fazem de forma tímida, iniciativas voltadas às microfinanças (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

Mesmo os bancos públicos não fornecem o direcionamento e a aplicação adequados às metodologias associadas ao MPO (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). A exceção é o Programa Crediamigo, subordinado ao Banco do Nordeste, que é uma instituição pública federal. Mesmo se tratando de uma divisão independente do banco, opera com recursos próprios ou oriundos de organismos internacionais (NERI, 2008).

2.6.5 Cooperativas de crédito

O cooperativismo é uma forma eficiente e transparente de promoção de uma série de serviços. Assim, trata-se de uma atividade primordial para o governo. No caso do cooperativismo de crédito, tem uma importância estratégica para o BCB (DARCY; MARQUES, 2006).

As cooperativas de crédito são sociedades sem fins lucrativos e não sujeitas à lei da Falência. Tem por objetivo conceder crédito e prestação de serviços bancários a seus associados (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). São participantes do Sistema Financeiro Nacional e supervisionadas pelo BCB, entretanto é vedada a denominação de “banco”.

A grande diferença relacionada às cooperativas situa-se em sua atuação local. Mesmo podendo captar recursos, estes devem ser utilizados para alavancar economias regionais (CHAVES, 2010). De outro lado, o alcance é limitado e existem algumas deficiências na gestão e utilização da tecnologia do microcrédito nas operações. Isso leva muitos estudos a não considerarem este modelo institucional como IMF (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

2.7 Formação do capital social como princípio básico do microcrédito

Uma característica marcante das políticas de microcrédito diz respeito à valorização do capital social. Forte (2006) define capital social como normas de convivência e condutas de cooperação que geram redes sociais que afetam as relações de bem estar nas comunidades onde estão inseridas. Bourdieu (1985 p. 8) afirma que trata-se de um “agregado dos recursos potenciais e reais vinculados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de familiaridade e de reconhecimento mútuo”. Coleman (1988), afirma que o capital social é definido por sua função, sendo composto por várias entidades que possuem duas características em comum facilitar a ação do indivíduo dentro da estrutura e a produção de certos fins que não existiriam na sua ausência.

Na visão de Coleman (1988), o capital social pode ser visto como um componente da cooperação entre seres humanos que permite confiar uns nos outros para formar grupos e associações. Para Forte (2006), se há cooperação de pelo menos dois indivíduos já pode ser considerado como capital social, desde que ajam por meio de redes de relações que podem responder a três aspectos interligados ao sucesso comunitário: a) confiança e comprometimento; b) ampliação de fontes de informação e conhecimento; c) acesso às instituições de poder. Dessa forma, o capital social está ligado ao papel da estrutura social como um recurso disponível para membros de dado grupo, podendo ser usado para determinados fins. Paxton (1999) lembra que a definição de capital social vai além das redes de relações de conhecimento mútuo e do reconhecimento mais ou menos institucionalizadas, pois ele também implica transformar relações contingentes, como de parentesco, trabalho e vizinhança, em relações “necessárias e elegíveis”, envolvendo gratidão, respeito e amizade.

Torga (2012) defende que o capital social é algo bastante importante nas políticas de microcrédito, pois é um forte motivador das capacidades individuais e agrega valores e potencializa a capacidade de honrar os compromissos de pagamento dos financiamentos. Ou seja, com lastro nas políticas de concessão de crédito lastreado no aval solidário o capital social, é a principal garantia de recebimento do investidor de microfinanciamentos.

2.8 Empreendedorismo

A atividade empreendedora engloba uma série de atividades, escalas e orientações dos negócios criados. Pode ser considerado empreendedor desde um visionário que descobre uma grande oportunidade de criação de uma empresa em um mercado ou segmento até então inexplorado, gerando, muitas vezes fama, e fortuna financeira, até um pequeno trabalhador que devido ao desemprego ou a necessidade de subsistência, executa uma atividade por conta própria. A palavra *empreendedor* vem do francês *entrepreneur*, que significa “aquele que assume o risco de começar algo novo” (DORNELAS, 2001). Tradicionalmente, esse conceito é usado para diferenciar o dono de empresa que também a administra (VICENZI; BULGACOV, 2013). Fillion (1999) separa esses conceitos uma vez que existem pessoas que empreendem em negócios sobre os quais não tem a posse e, também, proprietários que não criaram suas empresas, mas as adquiriram por meio da compra de terceiros.

Nos primeiros anos do século XX, Schumpeter (1961) definiu empreendedor como a pessoa que perturba a ordem vigente, tornou-se responsável pela transformação da sociedade e do desenvolvimento econômico (NASSIF, 2009). Ou seja, a grande vantagem competitiva

do empreendedor está em sua capacidade de inovação, sendo essa sua ferramenta primordial (DRUCKER, 2003). Essas definições são bastante importantes para definir o papel do empreendedor na sociedade. Todavia, limitam o conceito do chamado “empreendedorismo por oportunidade”, mas não englobam o chamado “empreendedor por necessidade”. Esse tipo de empreendedor é mais comum em países com economias menos desenvolvidas. No Brasil, representa, aproximadamente, 50% do total de novos empreendimentos criados entre 2001 e 2004 (BARROS; MIRANDA, 2008).

De acordo com a definição do GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) (2012), empreendedorismo é tratado de forma mais abrangente como sendo qualquer tentativa de criar de um negócio ou empreendimento com base em uma atividade autônoma (autoemprego), uma nova empresa ou a expansão de alguma já existente por um indivíduo ou grupo de indivíduos. Esse conceito engloba os dois principais tipos de atividade empreendedora e costuma ser aceito na maioria dos trabalhos recentes sobre tema.

É inegável que existem diferenças significativas relacionadas ao tipo de empreendedorismo e seu impacto no desenvolvimento econômico dos países (BARROS; MIRANDA, 2008; STEL et al., 2005; FONTENELE, 2010). Isso leva às limitações citadas anteriormente, que, ao assumirem o empreendedor como trabalhador por conta própria, levam a distorções na análise devido à heterogeneidade deste grupo.

2.9 Empreendedorismo, desemprego e crescimento econômico

Segundo Dolabela (2008), todos os seres humanos nascem empreendedores, porém é preciso estímulo formal e educacional para que essa potencialidade se desenvolva por completo. Caso contrário, as pessoas seriam condicionadas à chamada “síndrome do emprego”, situação que pode trazer consequências graves, devido à incapacidade do mercado de criar postos de trabalho que atenda a todos. Além disso, tem se observado que vários fatores contribuem para o aumento do desemprego, como o crescimento da população jovem e o adiamento da aposentadoria pelos mais velhos (NASSIF, 2009).

Essa situação leva à questão da relação entre empreendedorismo e geração de emprego. As políticas de promoção do empreendedorismo, em muitos casos, vêm da incapacidade da geração de emprego em determinadas regiões. Porém, pouco se conhece a respeito dos benefícios de longo prazo que isso pode provocar em determinada localidade. Com base nos resultados encontrados por Barros; Miranda (2008), tem-se que no estado de

Minas Gerais a atividade empreendedora contribui para a diminuição da taxa de desemprego municipal. Esse resultado se apresenta consoante a estudos anteriores realizados em países desenvolvidos. Entretanto, conforme listado por Stel et al. (2005), que realizaram um estudo utilizando resultados das pesquisas realizadas pelo GEM em 36 países, a relação entre empreendedorismo e a criação de empregos é positiva em países desenvolvidos e negativa em países menos favorecidos. Todavia, segundo os próprios autores, esse resultado pode possuir vieses, uma vez que nesses países pode não haver a existência de grandes corporações empresariais. Isso sem levar em consideração que pequenos empreendedores têm o poder de barganha diminuído em relação às grandes empresas, que detêm grande economia de escala, podendo se tornar mais lucrativas e com capacidade de geração de um número maior de empregos.

Além da questão do desemprego, algo que se deve notar é a influência do empreendedorismo no crescimento econômico. A teoria clássica do crescimento econômico não inclui o chamado “espírito empreendedor” como fundamento importante para o progresso. Mas em um momento posterior, Schumpeter, na década de 1930, e Kirzner, na década de 1970, contribuíram para a inclusão da figura do empreendedor como principal promotor de desenvolvimento e inovação (FONTENELE, 2010).

A corrente que defende o papel do empreendedor como fomentador de incrementos de recursos econômicos assegura que este indivíduo provoca transformações na ordem vigente mediante a da criação de produtos e a exploração de mercados desconhecidos, bem como a introdução de novas tecnologias. Contudo, novamente, essa definição é adequada somente para os empreendedores que agem por oportunidade e não condizentes com os empreendedores por necessidades.

Para avaliar os efeitos do empreendedorismo, alguns estudos foram realizados em diversas partes do mundo. Novamente citando o estudo de Stel et al. (2005), é possível observar que os autores encontraram também uma relação positiva entre empreendedorismo e crescimento econômico nos 25 países relativamente mais ricos da amostra (de acordo com a RPC) e uma relação entre os 11 países mais pobres, entre eles o Brasil. Já no trabalho de Reynolds, Storey e Westhead (1994), que analisaram a criação de empresas em diversos países da comunidade europeia na década de 1990, os resultados apresentaram uma relação positiva. Todavia, isso ocorreu associado a uma gama de atuações governistas pró-

empreendedorismo, como diminuição da burocracia, criação de leis, fortalecimento de instituições e apoio ao treinamento e às incubadoras de empresas.

A grande dificuldade de se realizar estudos para medir o impacto do empreendedorismo prende-se a definição de *proxys* apropriadas para tal fim. Segundo Barros e Pereira (2008) e Fontenele et al. (2011), existem pelo menos quatro medidas usadas para tal fim. A primeira, normalmente a mais usada, considera os trabalhadores por conta própria ou os proprietários de empresas. Já a segunda está relacionada à criação dos negócios, levando em conta que esses ainda não concluíram o tempo necessário para maturação do mesmo. A terceira, uma variação da primeira, incorpora o papel do empreendedor na criação do negócio, ou seja, o empreendedorismo nascente conforme definição do GEM. A quarta definição refere-se ao papel das pequenas empresas na produção e criação total de emprego em determinada região.

3 METODOLOGIA

Para a criação do conhecimento científico é necessário identificar quais foram os procedimentos e as operações mentais envolvidas. Método científico pode ser definido como o conjunto de procedimentos sistemáticos e racionais utilizados para se alcançar com maior segurança e economia os objetivos válidos e verdadeiros (MARCONI; LAKATOS, 2003; GIL, 1999).

A delimitação da metodologia a ser utilizada visa atender aos objetivos propostos pela pesquisa. As classificações e os procedimentos escolhidos para a realização deste trabalho estão discriminados nos itens a seguir.

3.1 Delineamento da pesquisa

Toda pesquisa deve seguir um processo sistemático e formal, visando atender a seus objetivos (GIL, 1999). Esta proposta de estudo adota o método indutivo, tipo de estudo que parte do particular e coloca a generalização como sendo uma etapa posterior à coleta dos dados (ALYRIO, 2009; GIL, 1999). Logo, o objetivo do argumento indutivo é levar à conclusão que o conteúdo é mais completo e amplo do que as premissas em que se baseiam. As etapas para realização desse método, conforme Marconi e Lakatos (2003) são as seguintes:

- **Observação dos fenômenos** – nessa etapa observamos os fatos ou fenômenos são analisados, com a finalidade de descobrir as causas de sua manifestação;
- **Descoberta da relação entre eles** – na segunda etapa procura-se por intermédio da comparação, aproximar os fatos ou fenômenos, com a finalidade de descobrir a relação constante existente entre eles;
- **Generalização da relação** – nessa última etapa generaliza-se a relação encontrada na precedente, entre os fenômenos e fatos semelhantes, muitos dos quais ainda não observados (e muitos, inclusive, inobserváveis).

Na classificação quanto aos fins, a pesquisa pode ser classificada com base na utilização de métodos mistos, tendo uma etapa quantitativa e outra qualitativa. O surgimento deste procedimento nasceu da necessidade de esclarecer o objetivo de unir métodos quantitativos e qualitativos em um único método de estudo (CRESWELL, 2007).

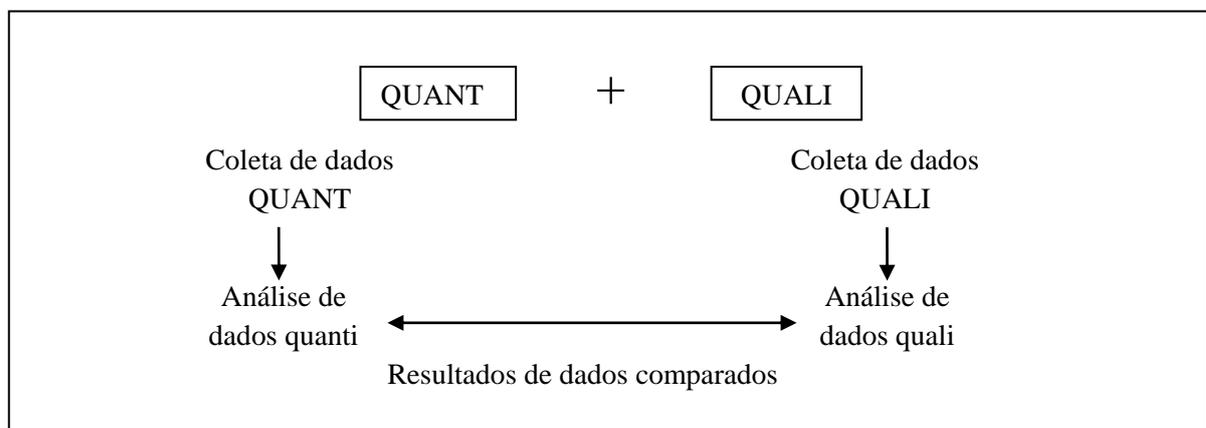
[...] uma técnica de métodos mistos é aquela em que o pesquisador tende a basear as alegações de conhecimento em elementos pragmáticos (por exemplo, orientado para consequência, centrado no problema e pluralista). Essa técnica emprega estratégias de investigação que envolve coleta de dados simultânea ou sequencial para melhor

entender os problemas de pesquisa. A coleta de dados também envolve a obtenção tanto de informações numéricas (por exemplo, em instrumentos) como de informações de texto (por exemplo, em entrevistas), de forma que o banco de dados final represente tanto informações quantitativas como qualitativas (CRESWELL, 2007 p. 35).

O pesquisador baseia a investigação na suposição de que a coleta de diversos tipos de dados pode melhorar o entendimento do problema de pesquisa. A primeira etapa consiste realizar em um levantamento amplo, para generalizar os resultados considerando uma população. Depois se concentra, em uma segunda fase, numa etapa qualitativa, visando coletar apreciações detalhadas dos participantes ou documentos selecionados.

Neste caso, o estudo foi executado por meio da estratégia de triangulação, concomitante. Ela pode ser usada quando o pesquisador usa dois métodos distintos, na tentativa de validar ou executar uma análise cruzada entre os métodos (CRESWELL, 2014). Mediante a utilização de métodos quantitativos e qualitativos, o pesquisador busca diminuir os pontos fracos de uma técnica a partir dos pontos fracos da outra. Tradicionalmente, as etapas recebem pesos iguais e são obtidas simultaneamente. O esquema deste processo pode ser verificado na Figura 8.

Figura 8: Projeto de triangulação concomitante



Fonte: Adaptado de Creswell (2004, p. 217).

Seguindo a estratégia demonstrada na Figura 8 demonstra-se qual etapa da pesquisa foi realizada para alcançar cada um dos objetivos propostos (Quadro 5). Com isso, pretende-se compreender a dinâmica do microcrédito no Vale do Jequitinhonha e sua influência nos pequenos empreendimentos na região.

Quadro 5: Objetivos e técnicas de pesquisa

Objetivo	Fase	Etapa
Traçar o perfil socioeconômico dos usuários do microcrédito na região.	Quantitativa	<i>Survey</i>
Tipificar as operações de microcrédito no Vale do Jequitinhonha	Qualitativa - Quantitativa	Entrevistas semiestruturadas - <i>Survey</i>
Avaliar os negócios criados com a ajuda do microcrédito, e a sustentação dos mesmos.	Quantitativa - Qualitativa	<i>Survey</i> - Entrevistas Semiestruturadas
Examinar a utilização das tecnologias nas microfinanças.	Quantitativa - Qualitativa	<i>Survey</i> – Observação direta
Identificar a utilização de instrumentos de capacitação e treinamento no chamado “Microcrédito produtivo orientado”	Quantitativa - Qualitativa	<i>Cluster Analysis</i> - estudo de caso

Fonte: Elaborado pelo autor

3.2 Etapa quantitativa

Quanto aos meios, esta pesquisa compõe-se de dois momentos distintos, para atender às demandas das etapas quantitativa e qualitativa. A primeira fase consistiu na aplicação de um *survey* no aos microempreendedores que buscaram financiamento ao Crediamigo, na agência situada na cidade de Capelinha no Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais.

3.2.1 Coleta de dados

A coleta de dados quantitativos foi feita por meio de *survey*. Esta técnica é uma espécie particular de pesquisa social empírica (BABBIE, 1999). É definida como um estudo que visa à obtenção de dados sobre características, ações, opiniões de determinado grupo de pessoas. Normalmente, o instrumento de pesquisa utilizado para obter esses dados é o de questionário (FREITAS et al., 2000).

O *survey* é apropriado quando a pesquisa tem como foco de interesse os acontecimentos presentes ou o porquê dos mesmos acontecimentos. Ou seja, concentra-se em

dados do presente ou pertencentes a um passado recente. Outra característica importante é a impossibilidade de se controlar as variáveis dependentes ou independentes (FREITAS et al., 2000). Dentre os propósitos deste tipo de estudo está, principalmente, a descrição, a explicação e a exploração, na maioria das vezes buscando atingir mais de um desses objetivos. A coleta de dados pode ser feita de duas maneiras: a) longitudinal, realizada em diversos períodos do tempo; b) corte transversal (*cross-sectional*), que corresponde à pesquisa em um único momento, buscando o entendimento somente naquele período.

O questionário utilizado para a coleta de dados está presente no Apêndice A. As questões seguem a divisão por itens, conforme apresentado por Araújo (2012 p. 331-336), com quatro grupos: i) informação sobre o cliente e seu negócio; ii) informação sobre a unidade familiar; iii) informação sobre o domicílio; iv) informação sobre o empréstimo/financiamento. Neste trabalho algumas questões foram alteradas, removidas ou acrescentadas para melhor responderem os objetivos propostos. Isso resultou em 29, perguntas divididas entre abertas, fechadas e de escala.

A aplicação e a tabulação dos questionários ocorreu de duas maneiras distintas: por meio do aplicativo para *tablet* chamado Quicktap Survey, que permitiu o lançamento dos dados via internet no momento da coleta; e, a maior parcela dos dados (aproximadamente 66%), por meio de formulários impressos em papel e, posteriormente, computados no *website* conhecido como Survey Monkey. Os resultados foram exportados para o *software* MS Excel o que permitiu a posterior exportação para o programa de análise estatística R versão 3.1.2, no qual se trabalhou para realizar as análises estatísticas.

3.2.2 Seleção da amostra

A amostra utilizada na etapa quantitativa é probabilística, cuja principal característica prende-se ao fato de todos os elementos de uma população terem a mesma chance de ser escolhidos devido à utilização de uma amostra representativa da população (FREITAS et al., 2000). Neste caso, implicar a seleção aleatória da amostra, eliminando a subjetividade.

Para a definição da seleção da amostra, levou-se em consideração o nível de confiança de 90%, assim como a margem de erro de 6%. Tendo que a população total de clientes do Crediamigo Capelinha é de aproximadamente 8.500 credores, a amostra ficou composta de 182 respondentes para se alcançar a significância desejada. A fórmula para se chegar ao número de observações, com base em Santos (2014), é a seguinte:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times (1-p)}{Z^2 \times p \times (1-p) + e^2 \times (N-1)} \quad (5)$$

Em que:

n - amostra calculada

N - população

Z - variável normal padronizada associada ao nível de confiança

p - verdadeira probabilidade do evento

e - erro amostral.

Neste caso, os participantes foram selecionados de três formas distintas:

- Na agência – o pesquisador visitou a agência Capelinha durante alguns dias no período entre 13 de outubro e 12 de novembro de 2014. Os questionários foram aplicados aos clientes que aguardavam atendimento.
- Visita aos agentes de créditos – acompanhando a atuação dos agentes de crédito. Pesquisa realizada no dia 16 de outubro de 2014 em outros municípios e na comunidade rural de Capelinha.
- Visita a empreendedores – por indicação dos agentes de crédito, alguns microempreendedores e comerciantes da região foram selecionados para responderem a pesquisa em seus estabelecimentos.

3.2.3 Cluster Analysis

A análise de agrupamento, ou *cluster analysis*, é uma técnica de análise multivariada que engloba uma série de algoritmos, em que se busca reunir os indivíduos em grupos similares, separando-os dos demais (BUSSAB; MIAZAKI; ANDRADE, 1990). Esses agrupamentos devem possuir elevada homogeneidade interna (dentro dos agrupamentos) e heterogeneidade externa (entre agrupamentos). Quando isso ocorre, os objetos do mesmo grupo ficam próximos e os de grupos diferentes ficam distantes numa representação gráfica (HAIR; ANDERSON; TATHAM, 2005). De forma resumida, a *cluster analysis*, é feita a partir de um conjunto de n indivíduos e por meio deles encontram-se informações para k grupos ou variáveis. Neste caso, os indivíduos serão agrupados de modo que fiquem o mais próximo possível do seu grupo e o mais distante dos demais.

Ao contrário de outras técnicas multivariadas que estimam a variável estatística de forma empírica, a análise de agrupamento a define com base nos critérios do pesquisador.

Neste caso, o foco da análise é na comparação dos objetos com base nas variáveis estatísticas, e não na estimação da mesma (HAIR; ANDERSON; TATHAM, 2005). Este tipo de análise é útil para verificar hipóteses previamente estabelecidas ou, mesmo, desenvolver novas hipóteses relativas aos dados analisados.

As etapas para a elaboração da pesquisa utilizando análise de agrupamento devem seguir uma série de passos, que não são independentes. Às vezes, o pesquisador deve retornar a fases anteriores para corrigir ou tentar aprimorar os períodos subsequentes. De acordo com Bussab et al. (1990), estas etapas são: (i) definição de objetivos, critérios, escolha de variáveis e objetos; (ii) obtenção dos dados; (iii) tratamento dos dados; (iv) escolha de critérios de similaridade ou dissimilaridade (parecença); (v) adoção e execução de um algoritmo de análise de agrupamento; (vi) apresentação dos resultados e (vii) avaliação e interpretação dos resultados.

3.2.3.1 Definição de objetivos, critérios, escolha de variáveis e objetos

O pesquisador, em consequência da definição de seus objetivos, deve procurar a classificar os indivíduos em grupos homogêneos, observando algumas características de interesse. Nesta etapa, deve-se observar quais variáveis são mais significativas e a sua escala. Para fazer a escolha correta das fontes de dados e das variáveis a serem utilizadas, é necessário fazer um estudo piloto com alguns indivíduos e, em seguida, verificar a necessidade de padronização de alguns ou de todos os dados.

Em muitos casos, os diferentes tipos de representações de cada variável podem causar problemas na análise de dados. Assim, deve-se buscar a padronização quando necessário. Para isso, quando conhecidas as médias e os desvios-padrão das variáveis, é possível fazer o processo chamado “padronização das variáveis”.

$$Z = \frac{X - \mu}{\sigma} \quad (6)$$

Em que:

Z = Variável padronizada

X = Variável original

μ = valor médio das variáveis

σ = desvio padrão

Logo, para atender aos objetivos propostos neste estudo, foram selecionadas seis variáveis que dizem respeito a microcrédito e a inclusão bancária. Essas *proxys* foram utilizadas na formação dos *clusters*, tendo as outras 39 questões como referência para estatísticas descritivas a serem utilizadas para comparar cada agrupamento. As variáveis de agrupamento são:

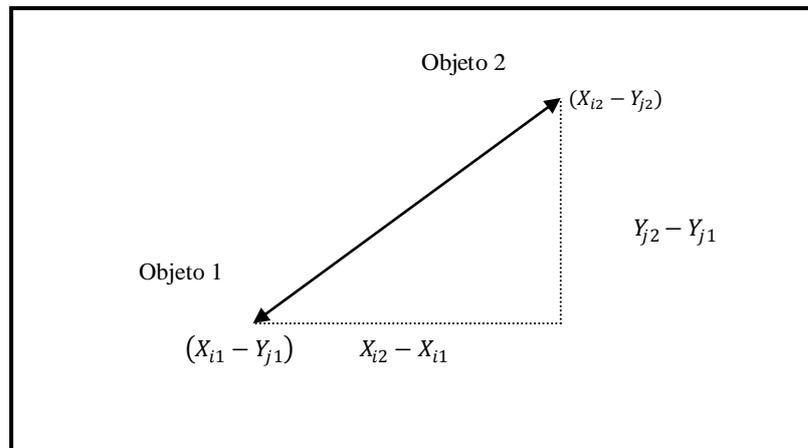
- Valor do financiamento – questão aberta numérica com o valor total do último financiamento contratado pelo cliente do Crediamigo.
- Modalidade – variável binária, onde (1) representa empréstimo individual e (2), grupo solidário.
- Outro financiamento – *dummy* para determinar se o cliente possui ou não financiamento em outra instituição bancária.
- Quantidade de financiamentos – questão fechada sobre a quantidade de vezes que o usuário utilizou-se dos serviços do Crediamigo, onde: (1) primeira vez; (2) 2 ou 3 vezes; (3) 4 ou 5 vezes; e (4) mais de 5 vezes.
- Quantidade de parcelas – questão aberta numérica sobre a quantidade de parcelas determinadas para a quitação do financiamento contratado.
- Instrumentos de orientação – *dummy* sobre a realização ou não de instrumentos de qualificação e acompanhamento pelos assessores de crédito.

3.2.3.2 Escolha de critérios de similaridade ou dissimilaridade (parecença)

A medida de similaridade entre objetos é uma medida de semelhança entre os objetos agrupados (HAIR; ANDERSON; TATHAM, 2005). Quando os atributos em determinada análise são pequenos, uma simples análise visual pode ser o bastante, mas quando existe uma quantidade maior de variáveis é necessário o uso de medidas de similaridades.

Essas medidas podem ser agrupadas de diversas maneiras. Entretanto três métodos são mais usados neste tipo de análise: medidas correlacionais, medidas de distância e medidas de associação (HAIR; ANDERSON; TATHAM, 2005). Devido à característica deste estudo, que visa encontrar a aproximação entre objetos e as variáveis de análise, será feito com base em unidades de distância, em que valores maiores demonstram menor similaridade entre os dados. Neste caso, o tipo mais usado e conhecido é a chamada “distância euclidiana”.

Figura 9: Representação gráfica da distância



Fonte: HAIR et al. (2005 p.394)

A Figura 9 representa a distância entre dois objetos, que é calculada pela hipotenusa do triângulo retângulo formado. Porém, para a operação que leva em consideração a matriz de dados que serão analisados, é necessária a realização da equação (7).

$$d_{ij} = \sqrt{\sum_{v=1}^p (x_{iv} - y_{iv})^2} \quad (7)$$

Em que:

d_{ij} = distância euclidiana simples entre i e j ;

p = número de variáveis;

x_{ij} = variável v para o indivíduo i em x ;

y_{iv} = variável v para o indivíduo i em y .

A equação (7) mede a distância euclidiana simples. Entretanto o mais comum é a utilização da distância euclidiana ao quadrado, em que não é necessário calcular a raiz quadrada, o que acelera o tempo de computação dos dados. Trata-se do método mais utilizado nas técnicas comuns de agrupamento (HAIR; ANDERSON; TATHAM, 2005).

A equação que representa o referido cálculo é a seguinte.

$$d_{ij}^2 = \sum_{v=1}^p (x_{iv} - y_{iv})^2 \quad (8)$$

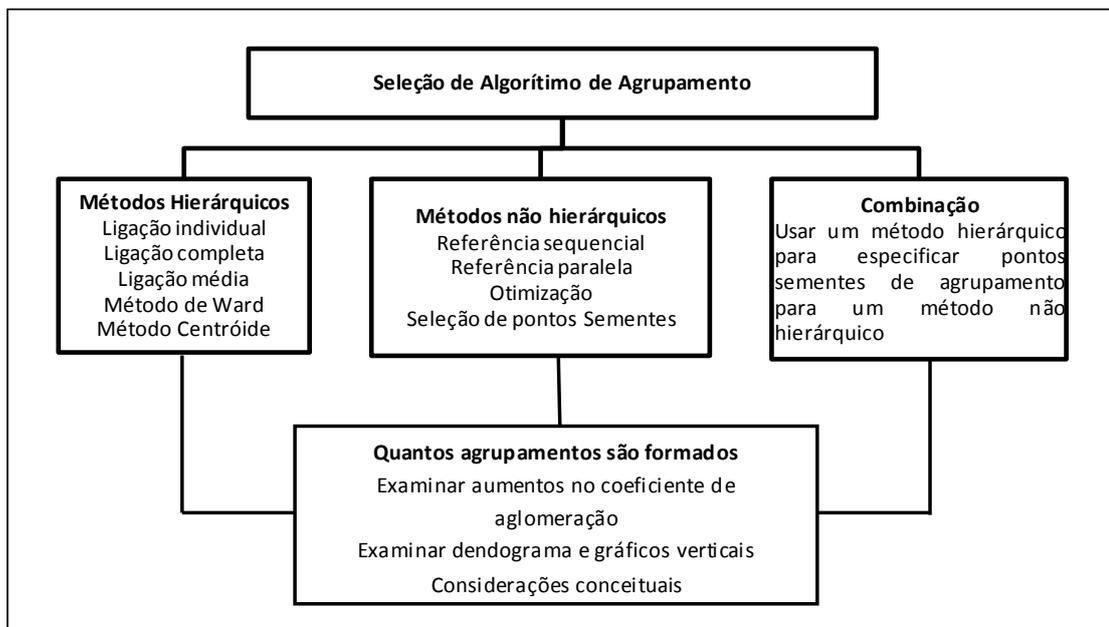
Existem outros cálculos de distâncias que podem ser utilizados na análise de agrupamento, como: distância absoluta (*city-block metric*), distância de Minkowski e

distância de Chebischeve (HAIR et al., 2005; BUSSAB et al., 1990). No caso do estudo em questão, elas não serão utilizadas, pois não existe a necessidade de aprofundamento sobre esses métodos.

3.2.3.3 Adoção e execução de um algoritmo de análise de agrupamento

Uma vez escolhida as variáveis e calculada a similaridade entre os objetos, o pesquisador deve escolher o algoritmo de agrupamento que será utilizado e, na sequência, definir o número de grupos que serão formados (Figura 10). As duas decisões são fundamentais para a apresentação e interpretação dos dados obtidos. Uma escolha equivocada pode levar a resultados igualmente incorretos (HAIR; ANDERSON; TATHAM, 2005).

Figura 10: Seleção do algoritmo de agrupamento



Fonte: HAIR et al. (2005 p. 399) adaptado pelo autor

3.2.3.4 Apresentação dos Resultados

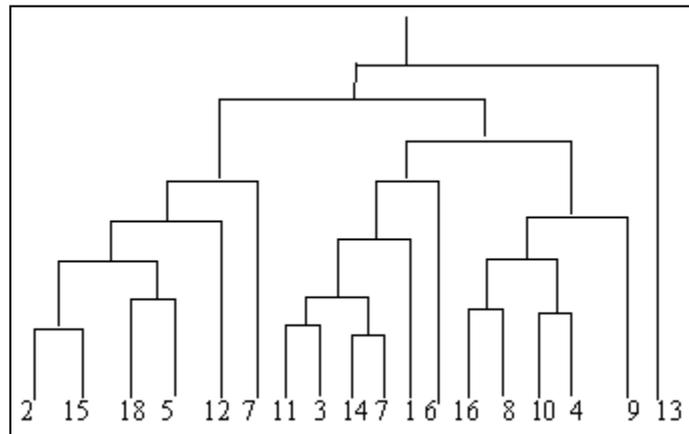
Muito dificilmente dois objetos são completamente “iguais”, mas podem ser considerados como tal quando são “parecidos”. Depois do cálculo das distâncias e as similaridades e de definir o método de agrupamento, o pesquisador deve escolher a melhor maneira de representar esses dados (BUSSAB; MIAZAKI; ANDRADE, 1990).

Dentre as representações possíveis na análise de agrupamento, a mais usada é o dendrograma (gráfico em forma de árvore) (HAIR; ANDERSON; TATHAM, 2005). “No eixo horizontal são marcados os objetos, numa ordem conveniente, as linhas verticais partindo dos

objetos têm altura correspondente ao nível em que os objetos são considerados semelhantes” (BUSSAB et al., 1990 p. 8). Outra vantagem desta representação está na possibilidade de permitir demonstrar o quanto foi considerado para determinar a similaridade.

A Figura 11 apresenta um modelo padrão de dendograma.

Figura 11: Exemplo de dendograma



Fonte: <http://www.angelfire.com/ab/cias/chem9.html>

3.2.3.5 Avaliação e interpretação dos resultados

Após a construção do dendograma, o estágio de interpretação começa com a análise de cada variável estatística e do agrupamento em que ela está inserida. Esse perfil de agrupamento é muito mais do que uma simples descrição; também é um meio de fornecer uma análise para se comparar os grupos obtidos com as hipóteses levantadas com base nas teorias vigentes, gerando, assim, uma rota de significância prática a partir dos dados obtidos.

É importante ressaltar que cabe ao pesquisador validar o perfil dos agrupamentos. Esse processo inclui as tentativas de demonstrar que os grupos são representativos para a população geral (HAIR; ANDERSON; TATHAM, 2005). A forma mais tradicional de se fazer consiste em repartir os dados em dois grupos distintos e avaliar se os resultados separadamente e depois comparados para verificar, se os resultados são semelhantes.

Existem outros métodos de validação para calcular a distância usando os mesmos dados e a exclusão de variáveis de forma aleatória e refazendo a análise. Especificamente no caso do método não hierárquico, em que a ordem dos dados pode causar alteração dos resultados, pode-se alterar a ordem deles e verificar se existem diferenças significativas.

3.2.4 Limitações da pesquisa (etapa quantitativa)

Na realização deste estudo, encontrou-se uma série de dificuldades com relação à liberação das instituições que seriam pesquisadas. Inicialmente, seriam entrevistados clientes de outras instituições financeiras, o que permitiria uma análise mais completa e embasada nos efeitos do microcrédito aos microempreendedores na região. Entretanto, devido à demora ou, mesmo, a sua não liberação para a realização do *survey* nesses bancos ou IMFs. Por isso, foi definido o estudo de caso do Crediamigo Capelinha, por se tratar da maior unidade desse programa no Vale do Jequitinhonha e pela reconhecida qualidade no atendimento encontrado nesta filial. Além disso, limitações orçamentárias do pesquisador não permitiram a coleta em uma área geográfica maior.

Outra limitação encontrada relaciona-se ao próprio método de análise de agrupamento. Mesmo sendo uma ferramenta que possibilita uma enorme gama de aplicações em diferentes campos do conhecimento, a *cluster analysis* exige bastante do julgamento do pesquisado, sendo considerada por muitos como um instrumento de caráter subjetivo (HAIR et al. 2005).

3.3 Etapa qualitativa

Na fase qualitativa, realizou-se um estudo de casos múltiplos compostos por alguns microempreendimentos ou microempreendedores individuais na região. Com base nesses dados é que se procedeu a comparação com os elementos obtidos na etapa quantitativa, visando a sua validação.

3.3.1 Estudo de caso

Na fase do trabalho, adotou-se o método de estudo de casos múltiplos. “Todas as condições precedentes serão invalidadas se o pesquisador procurar utilizar o estudo de caso apenas para comprovar uma posição preconcebida” (YIN, 2001, p. 84). Devem-se analisar todos os lados, e só então, tirar conclusões. O estudo de caso, é uma forma de pesquisa que busca investigar um fenômeno contemporâneo em seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. Experimentos, levantamentos, pesquisas históricas e análise de informações em arquivos (como em estudos de economia) são alguns exemplos de maneiras de realizar a pesquisa. O que diferencia o estudo de caso de outras metodologias é a capacidade de sobrepor fontes de evidência, bem como a possibilidade de realizar observação participante ou uma série de

entrevistas. Segundo YIN (2001), cada método possui suas vantagens e desvantagens. A escolha de cada um deles leva em consideração três fatores:

- a) tipo de questão a ser pesquisada;
- b) controle do pesquisador sobre eventos pesquisados;
- c) fenômeno histórico versus fenômeno contemporâneo.

Quadro 6: Situações Relevantes para diferentes estratégias de pesquisa

Estratégia	Forma da questão de pesquisa	Exige controle sobre eventos comportamentais?	Focaliza acontecimentos contemporâneos?
Experimento	como, por que	sim	sim
Levantamento	quem, o que, onde, quantos, quanto	não	sim
Análise de arquivos	quem, o que, onde, quantos, quanto	não	sim/não
Pesquisa histórica	como, por que	não	não
Estudo de caso	como, por que	não	sim

Fonte: Yin (2001, p. 24)

O Quadro 6 exhibe algumas características da pesquisa e, associada a elas, as estratégias que devem ser adotadas em cada uma das situações. O objetivo da pesquisa está relacionado ao entendimento de como o microcrédito influencia os microempreendimentos, o que poderia se relacionar com o experimento, levantamento e estudo de caso. Porém, como o pesquisador não tem controle sobre os dados pesquisados e os acontecimentos em estudo são decorrentes de eventos contemporâneos, pode-se concluir que o estudo de caso é um caminho viável para este estudo.

Segundo Godoy (2006, p. 121), o estudo de caso pode ser considerado adequado para “focar problemas práticos, decorrentes das intrincadas situações individuais e sociais presentes nas atividades, nos procedimentos e nas interações cotidianas”. Neste caso, a ocorrência dos microfinanciamentos, objeto deste estudo, se enquadra nesta situação. Para julgar a qualidade deste tipo de estudo, Yin (2001) definiu quatro critérios.

- **Validade do construto** – refere-se à formulação teórica sobre o fenômeno sob investigação, de forma a estabelecer medidas e pontos de avaliação. O pesquisador deve buscar fontes múltiplas de evidências, bem como seu encadeamento lógico. Para isso, é necessário que seja realizada uma extensa pesquisa bibliográfica listando os conceitos principais e definindo os informantes; ou seja, a definição de medidas operacionais corretas para o estudo.

- **Validade interna** – esse critério só é usado em estudos explanatórios e causais. Consiste no estabelecimento de relações causais, mostrando que certas condições podem levar a outras esferas e preocupando-se em encontrar a existência de relações espúrias que ocorrem quando existem variáveis ocultas não consideradas que de fato explicam um dado efeito.
- **Validade externa** – é a capacidade de generalização do estudo; ou seja, onde e quando ele pode ser replicado.
- **Confiabilidade** – demonstrar como foi realizado o estudo, permitindo sua replicação por outros pesquisadores.

Conforme demonstra Yin (2001), existem seis fontes principais de evidências para construir estudos de caso: documentação, entrevistas, observação direta, registros em arquivos, observação participante e artefatos físicos. Este estudo foi elaborado utilizando as três primeiras fontes, para melhor compreender a atuação do Crediamigo e sua importância na promoção do empreendedorismo local.

As evidências coletadas na análise da documentação e na observação direta serão detalhadas de forma descritiva sobre a agência Capelinha do Crediamigo e a atuação dos assessores de crédito e da equipe em geral.

As entrevistas semiestruturadas são consideradas como uma fonte muito importante no estudo de caso, já que, na maioria das vezes, trata-se de análise de questões humanas (YIN, 2001). Entretanto, deve-se ter cautela com essa fonte de dados, que podem ser contaminadas por falhas de memórias, preconceitos ou imprecisão na fala. Para melhor inferir informações das entrevistas, adotou-se o método de análise de conteúdo, que pode ser definido como o “conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2008 p. 38).

3.3.2 Seleção da amostra e coleta de dados

As entrevistas foram realizadas utilizando um esquema básico de perguntas (Apêndice B). Entretanto, os respondentes tiveram liberdade de falar além do inquérito inicial, permitindo, assim, maior flexibilidade nas respostas.

A amostra ficou constituída de 10 clientes aleatórios, escolhidos de uma lista de 50 nomes, fornecida pelo Crediamigo Capelinha. A seleção foi feita de forma intencional devido

a disponibilidade de contato com os usuários. Foram contatados 15 clientes, dos quais 4 não tiveram disponibilidade de tempo para participação, 1 não aceitou participar e 10 se dispuseram a participar, autorizando a gravação e a transcrição das entrevistas, mediante anonimato.

Devido a limitações orçamentárias somente 40% das entrevistas foram realizadas pessoalmente. O restante foi obtido por meio de ligação telefônica, realizada pelo do *software* Skype, e gravada. Posteriormente, o conteúdo das gravações foi transcrito e as definições de variáveis e grelhas de análise foram realizadas com o suporte do programa MaxQda versão 11.

Quadro 7: Perfil dos entrevistados

Nome do documento	Sexo	Localização do Negócio	Sector	Atividade Principal	Negócio formal	Faixa Etária	Coleta
Entrevistado 1 (E1)	F	Urbano	Serviços	Sim	Sim	Entre 26 e 60 anos	Pessoalmente
Entrevistado 2 (E2)	M	Urbano	Serviços	Sim	Sim	Até 25 anos	Pessoalmente
Entrevistado 3 (E3)	M	Rural	Agropecuária	Não	Não	Entre 26 e 60 anos	Pessoalmente
Entrevistado 4 (E4)	F	Urbano	Comércio	Sim	Sim	Entre 26 e 60 anos	Pessoalmente
Entrevistado 5 (E5)	F	Urbano	Comércio	Sim	Não	Entre 26 e 60 anos	Tel./Skype
Entrevistado 6 (E6)	F	Urbano	Artesanato	Não	Não	Entre 26 e 60 anos	Tel./Skype
Entrevistado 7 (E7)	F	Urbano	Comércio	Sim	Sim	Até 25 anos	Tel./Skype
Entrevistado 8 (E8)	F	Urbano	Serviços	Não	Não	Maior de 60 anos	Tel./Skype
Entrevistado 9 (E9)	F	Urbano	Comércio	Sim	Sim	Entre 26 e 60 anos	Tel./Skype
Entrevistado 10 (E10)	M	Urbano	Não possui	Não	Não	Maior de 60 anos	Tel./Skype

Fonte: Elaborado pelo autor

O Quadro 7 apresenta um breve perfil dos entrevistados, por sexo, localização do negócio, setor, atividade principal, negócio formal, faixa etária e instrumento de coleta. Os dados são apresentados de forma genérica, para evitar qualquer forma de identificação dos entrevistados. Buscou-se heterogeneidade dos entrevistados, para oferecer um quadro de opiniões diversificadas.

3.3.3 Limitações da pesquisa (etapa qualitativa)

Novamente as restrições quanto orçamento para a realização da pesquisa constituíram-se em limitação da mesma. A quantidade de entrevistados não representa uma parcela significativa e a seleção foi elaborada com base em uma lista fornecida pela instituição. A IMF pode ter selecionado clientes que apresentam determinado nível de satisfação, interferindo, assim, nos resultados possíveis da análise. Além disso, o método de análise de conteúdo, por carregar um ideário de pesquisa quantitativa baseada na categorização e na esquematização dos dados, pode obscurecer a compreensão mais aprofundada do texto

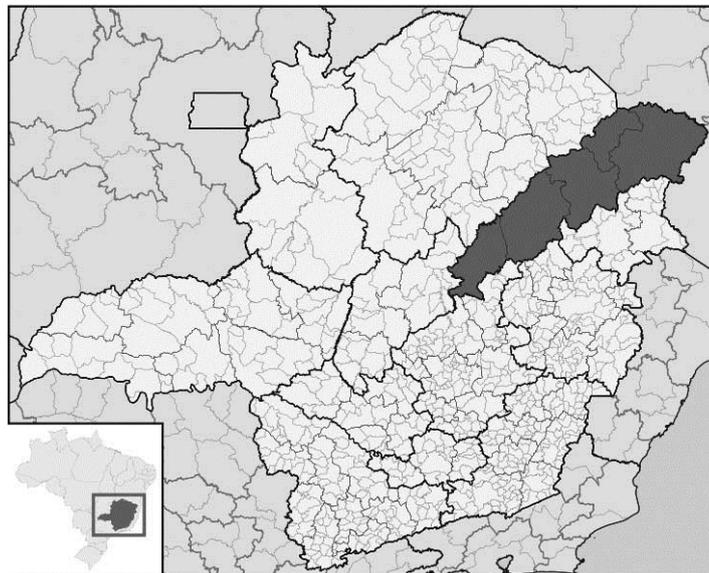
(FLICK, 2004). Outra crítica comum ao método está relacionada, novamente, à influência do pesquisador, que cria as categorias conforme a sua própria análise subjetiva (BARDIN, 2008).

4 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

4.1 Vale do Jequitinhonha

A mesorregião do Jequitinhonha, também conhecida como “Vale do Jequitinhonha”, está localizada no nordeste do estado de Minas Gerais. Compõe-se de 80 municípios, ocupando uma área de 85.467,10km², o que equivale a 14,5% do Estado (GUERRERO, 2009). Sua população, segundo o PNUD (2013), é de 699.413 habitantes, ou seja, 3,57% do estado de Minas Gerais. A região pode ser dividida de duas maneiras. Primeira, em relação ao rio Jequitinhonha: Alto Jequitinhonha (próxima a nascente do rio), Médio Jequitinhonha (na região de Araçuaí) e Baixo Jequitinhonha (na foz do rio) (SANTOS JÚNIOR, 2012). Segundo a definição do PNUD (2013), reunindo cinco microrregiões. A nomenclatura de cada uma é atribuída devido a sua cidade polo: Almenara, Araçuaí, Capelinha, Diamantina, Pedra Azul. Segundo Guerrero (2009), o nome *Jequitinhonha* foi dado pelos índios Botocudos, em que “jequi” é o nome de uma armadilha de pesca feita de bambu e “onha” significa peixe na língua desses nativos. Devido à utilização dessa arapuca no rio, ele acabou recebendo esse nome.

Figura 12: Mesorregião do Vale do Jequitinhonha



Fonte: PNUD (2013)

A ocupação do Vale do Jequitinhonha se iniciou no século XVII durante o Ciclo do Ouro, mas a intensificação e o povoamento acelerado ocorreram no século XVIII, no período de exploração de diamantes principalmente nas cidades de Diamantina e Serro (BOTELHO, 2008; GUERRERO, 2009; NASCIMENTO, 2009). Porém, desde o século XVI a região já

era alvo de bandeirantes e aventureiros que adentravam o “sertão” em busca de riquezas (GUERRERO, 2009).

No século XIX, devido ao declínio da atividade mineradora, a região sofreu grande perda populacional, com migrações em massa para outras partes do País. Nessa época, a pecuária começou a tomar força, em especial no Baixo Jequitinhonha. Porém, a cultura do algodão pode ser considerada a atividade mais importante do período, em especial na região de Minas Novas, que o produzia para exportação para Inglaterra, sendo o resto da produção destinada aos estados da Bahia e Rio de Janeiro (BOTELHO, 2008).

Já no século XX a produção de algodão entrou em declínio e a pecuária perdeu competitividade em relação a outras regiões do Brasil. Com isso, a região passou a ser vista como uma área de cuidados e ações governamentais para promoção do desenvolvimento. Entretanto, essas ações não provocaram o resultado esperado. Ainda hoje a região mantém um dos piores Índices de Desenvolvimento Humano do País (BOTELHO, 2008; GUERRERO, 2009). Destacam-se na região a agricultura de subsistência, principalmente devido aos métodos rudimentares de produção utilizados pelos agricultores. A distribuição espacial ocorre de maneira heterogênea, com a existência de atividades distintas em diferentes localidades (NASCIMENTO, 2009).

O Vale do Jequitinhonha Oficial foi delimitado em 6 de junho de 1966, pelo Decreto 9.841, contemplando 52 municípios. Com as emancipações levadas a efeito em 1992 e em 1995, estes 52 municípios geraram outros 28, elevando-se para 80 o número de municípios (NASCIMENTO, 2009). Apesar do baixo IDH (FJP, 2004), a região tem um patrimônio cultural extremamente rico, graças aos acervos histórico e arquitetônico, oriundos dos tempos áureos da mineração, no período colonial, bem como às manifestações culturais presentes até os dias atuais (FJP, 2004).

4.2 Crediamigo (Banco do Nordeste)

O Crediamigo foi criado, em 1997, pelo Banco do Nordeste do Brasil (BNB), com o apoio do Banco Mundial e assistência técnica da *Acción Internacional* (NERI, 2012). Em novembro de 2003, o BNB firmou parceria com o Instituto Nordeste Cidadania (INEC), com o objetivo de enquadrar o programa no PNMPO do Governo Federal (BNB, 2014a).

Considerado o maior programa de microcrédito produtivo e orientado da América Latina (BNB, 2014b), engloba atualmente dois terços do mercado nacional. Além do tamanho, o programa também é reconhecido pela qualidade, tendo sido escolhido pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) em 2008, como ganhador do prêmio Excelência em Microfinanças (NERI, 2012).

O Crediamigo oferece um serviço que atende aos clientes nas proximidades do local onde desenvolvem seus negócios (NERI, 2008). É considerado uma OSCIP. Atua como instituição de primeiro piso. O processo de concessão de crédito busca empregar a menor burocracia possível. O capital é fornecido em até sete dias úteis. Os valores iniciais variam entre R\$100,00 e R\$15.000,00 por cliente, conforme o tamanho do empreendimento. Suas renovações têm como valor máximo possível R\$15.000,00, dependendo do produto, da capacidade de pagamento e da estrutura do negócio, permanecendo esse valor como endividamento máximo do cliente (BNB, 2014b). O produto mais utilizado é o capital de giro mediante aval solidário. A média dos financiamentos é de aproximadamente R\$1.600,00 (BNB, 2013). Atualmente, o programa opera os seguintes serviços:

- Giro Solidário – recursos para a aquisição de matéria-prima/mercadorias e pequenos equipamentos. Os valores variam entre R\$3.100,00 e R\$15.000,00 para grupos; prazo de pagamento entre 4 e 12 meses. Ataxa efetiva de juros é de 1,2%, mais 3% de TAC (taxa de abertura de crédito). Os grupos são de no mínimo 3 e no máximo 10 pessoas.

- Giro investe – recursos destinados para capital de giro ou investimento fixo. Os valores variam entre R\$300,00 e R\$15.000,00. O prazo de pagamento é de 24 meses, sem carência; taxa efetiva de juros de 1,2% mais 3% de TAC. Somente para negócios já estabelecidos há mais de seis meses e com funcionamento regular.

- Investimento fixo – para investimento fixo, os recursos podem admitir até 35% do crédito para capital de giro associado. Os empréstimos variam entre R\$300,00 e R\$8.000,00. O prazo é de 24 meses. Igualmente, necessita de negócios estabelecidos há mais de seis meses e à mesma taxa de juros das modalidades anteriores.

- Giro popular solidário – para a compra de matérias-primas, insumos e equipamentos pequenos. Os grupos variam de 3 a 10 pessoas. Admite-se que até

20% do grupo esteja iniciando as atividades. O prazo de pagamento varia de 4 a 12 meses. Os valores variam entre R\$100,00 e R\$3.000,00. A taxa efetiva de juros é de 0,41%, mais 1% de TAC.

- Crediamigo comunidade – crédito para capital de giro produtivo, melhoria da infraestrutura do local do empreendimento ou moradia e aquisição de pequenas ferramentas. Os valores variam entre R\$100,00 e R\$1.000,00. O prazo de pagamento, as taxas de juros e as condições são idênticas ao do giro popular solidário, tendo como diferença o tamanho dos grupos que pode ser de 11 à 30 usuários.

- Seguro de vida – garantia em caso de falecimento de R\$3.000,00 mais o pagamento de auxílio-funeral e de cesta básica aos familiares, de R\$840,00 para cada cobertura. O prêmio do seguro é de R\$25,00, pago em parcela única.

Atualmente, o Crediamigo atua em todos os nove estados da região Nordeste do Brasil e nos estados de Minas Gerais, Espírito Santo e Rio de Janeiro, atendendo a 1.992 municípios em 426 unidades de atendimento (BNB, 2013).

A estratégia adotada pelo Crediamigo está relacionada à expansão rápida do aumento de escala. O crescimento do programa leva em consideração o alto investimento demandado, o risco e o prazo elevado de retorno. Mesmo assim, ele atingiu o ponto de equilíbrio em 2001. O programa possui autossuficiência operacional e não depende de benefícios fiscais. O crescimento da carteira é considerável e a inadimplência é baixa, conforme a Tabela 3.

Tabela 3: Indicadores de sustentabilidade

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Carteira de empréstimos (R\$ Mil)	260.606	403.602	562.191	820.452	1.222.411	1.638.049	2.236.636
Índice de inadimplência	0,81%	1,13%	1,16%	0,72%	0,81%	0,69%	0,85%

Fonte: Adaptado de (BNB, 2013 p.38)

Seguindo a metodologia de privilegiar o empréstimo para mulheres, o Crediamigo tem nesse público aproximadamente 67% da sua base de clientes, conforme o alcance dos empréstimos (Tabela 4):

Tabela 4: Indicadores de alcance

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Carteira ativa (R\$ milhões)	362,20	501,60	742,60	1.144,80	1.619,90	2.156,80
Clientes ativos	400.413	528.792	737.826	1.046.062	1.360.170	1.659.699
Clientes novos	194.700	294.626	335.330	483.131	531.058	548.710
Clientes atendidos (De 1997 a 2013)	961.563	1.211.722	1.547.587	2.034.525	2.581.721	3.168.201
Empréstimos desembolsados (quantidade)	1.009.236	1.259.594	1.632.482	2.246.905	2.844.021	3.413.430
Empréstimos desembolsados (R\$ Milhões)	1.087,50	1.499,20	2.066,30	2.975,80	4.320,10	5.760,00
Valor médio dos empréstimos (R\$)	1.077,59	1.190,23	1.265,75	1.324,43	1.519,04	1.687,47

Fonte: Adaptado de (BNB, 2013 p.36)

Outro indicador importante a ser analisado é aquele que leva em consideração a produtividade, representada por assessores de crédito que cuidam especificamente da seleção dos clientes, desembolso e cobrança, quando necessário. Como o programa depende de escala para ser autossustentável, é primordial que os agentes busquem atender o maior número possível de clientes, buscando manter a qualidade e o rigor na formação dos grupos. Esses índices podem ser verificados pela da Tabela 5. Porém, é importante notar que existem outros tipos de assessores que cuidam da gerência, da administração e de outras funções burocráticas nas unidades.

Tabela 5: Indicadores produtividade por assessores de crédito

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Assessores de crédito	931	1.044	1.504	1.987	2.035	2090
Total de assessores	1.691	2.027	2.999	3.759	3.895	3908
Clientes ativos/assessor de crédito	430	507	491	526	668	794
Carteira ativa/assessor de crédito (R\$ Mil)	389,10	480,50	493,80	576,20	796,00	1.032,00
Clientes/ Unidade	2.355	3.092	4.315	6.047	7.599	9.069
Média de Clientes Atendidos por Dia	3.942	5.038	6.530	8.952	11.376	13.492

Fonte: Adaptado de (BNB, 2013 p.37)

Conforme pode ser observado nas tabelas 3, 4 e 5, o crescimento do Crediamigo vem sendo bastante acelerado. Entretanto, o índice de inadimplência continua baixo, tendo uma média inferior a 1% na maioria dos anos. Em relação aos agentes de crédito, entre 2008 e 2013 o número aumentou quase três vezes e a quantidade de clientes atendidos por assessor passou de 430 para 794, o que contribuiu para que a média de clientes atendidos por dia alcançasse em 2013 um número de quase 13.500 pessoas por dia no somatório de todas as unidades de atendimento.

4.2.1 Crediamigo Filial Capelinha – Minas Gerais

Minas Gerais é a unidade da federação situada fora da região Nordeste que possui o maior número de agências do Crediamigo, 19 e no total, espalhadas no norte do estado, Vale do Jequitinhonha e Vale do Mucuri (BNB, 2013). Na região estudada, existem duas³ filiais, sendo uma em Almera e outra em Capelinha.

A unidade Capelinha, objeto deste estudo, conta atualmente com uma equipe de 11 assessores de crédito, 4 administrativos e 1 coordenador. Atende um total de 8.365 clientes ativos (31 de outubro de 2014), com uma carteira ativa de R\$9.863.825,00⁴, o que dá uma média de 760 usuários por assessor, ou R\$1.179,00 de financiamento por pessoa.

A filial atende aos municípios de Capelinha, Diamantina, Itamarandiba, Turmalina, Veredinha, Angelândia, Aricanduva, Água Boa, Setubinha e Santa Maria do Suassuí, sendo que os três últimos estão na área geográfica do Vale do Mucuri. Em Diamantina existe um posto de atendimento permanente, porém nas outras cidades o atendimento ocorre geralmente em um local cedido pela prefeitura municipal e ocorre uma vez por semana.

Os assessores precisam se deslocar para essas localidades, seja na sede ou na zona rural, o que é feito, geralmente, usando motocicletas de baixa e média cilindrada, devido ao baixo consumo de combustível desses veículos e pelo fato de o Crediamigo os reembolsarem no valor de R\$ 0,25 por quilometro percorrido, o que inviabiliza o transporte por automóveis. Em algumas situações, os funcionários da IMF podem percorrer aproximadamente 200 quilômetros em um dia de trabalho.

Além da quantidade de atendimento e de desembolsos, é importante notar a qualidade da carteira da filial. Atualmente, a inadimplência no Crediamigo Capelinha é de R\$ 64.502,04, o que representa 0,65% do capital investido. O referido percentual é inferior à média do programa. Os incrementos foram também significativos, tendo um aumento de 1.510 novos clientes de janeiro a outubro de 2014.

³ Até a data de elaboração do relatório final deste estudo (dezembro de 2014), a subunidade Diamantina é parte da filial Capelinha. Entretanto, está em processo de criação da unidade própria na referida cidade.

⁴ Dados fornecidos em 25 de novembro de 2014 pela Coordenadora da Unidade Capelinha, Elizete Araújo Oliveira.

Há de se notar uma particularidade na composição em relação a gênero na unidade. Seguindo as metodologias internacionais de concessão de microcrédito, o público prioritário é majoritariamente feminino. Isso pode ser notado na composição dos clientes do Crediamigo como um todo, em que 65% são mulheres e 35% homens. Porém, em Capelinha esse percentual é de 52% contra 48%, respectivamente.

Tabela 6: Comparativos de produtos unidade capelinha / crediamigo

	Unid. Capelinha	Geral Crediamigo
Investimento Fixo	14,43%	7,46%
Giro Solidário	27,35%	29,76%
Giro Investe	5,96%	8,97%
Giro Popular	51,02%	53,81%
Crediamigo Comunidade	1,24%	1,11%

Fonte: Elaboração própria

Em relação à composição de produtos na carteira, a Tabela 6 mostra nos dois casos que o Giro Popular é o produto com maior saída, tendo mais de 50% do total de financiamentos realizados. Entretanto, a grande diferença entre Capelinha e a média do Programa é em relação a Investimento Fixo, em que na referida cidade corresponde a mais de 14% e no restante do País é de 7,5%. Mas também o produto Giro Investe é menos requisitado no Vale do Jequitinhonha do que em outras regiões.

Em outubro de 2014, o trabalho do Crediamigo Capelinha foi reconhecido com o Prêmio Citi de Melhores Microempreendimentos, oferecido pelo Citibank, que escolhe trabalhos de destaques realizados com o auxílio de microfinanciamentos. A empreendedora Mariângela Marques Pinheiro Cardoso venceu na categoria de faturamento anual entre R\$60.001,00 e R\$180.000,00.

“Desde criança sonhava em ter meu próprio negócio. Em 2005 conheci o Crediamigo e tive a oportunidade de diversificar os meus produtos e aumentar a clientela, reformando minha garagem para transformá-la numa pequena loja, a Mariângela Modas. Foi um divisor de águas em minha vida, pois não esperava que o retorno fosse tão positivo” (Mariângela Marques Pinheiro Cardoso, disponível em CITIBANK, 2014).

Inicialmente trabalhando como vendedora autônoma, popularmente conhecida como “sacoleira”, a empresária hoje possui duas lojas de roupas no município e se tornou conhecida na região por organizar um desfile de moda conjuntamente com outros 15 lojistas da cidade, evento iniciado em 2013 que se repetiu em 2014, com previsão de continuidade nos próximos anos.

Apesar da impossibilidade de se realizar a pesquisa em todo o Vale do Jequitinhonha, a unidade Capelinha mostra-se como um interessante caso a ser estudado. A quantidade de clientes atendidos e o volume dos desembolsos já comprovam a importância da filial. Mas também a qualidade na concessão dos financiamentos e o sucesso de alguns empreendedores, inclusive sendo reconhecidos com prêmios em nível nacional, corroboram com o trabalho realizado pelo Crediamigo neste município e cidades vizinhas.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo, procede-se à apresentação e análise dos resultados provenientes das análises quantitativa e qualitativa deste estudo. Assim, espera-se responder aos objetivos propostos, bem como ao problema de pesquisa.

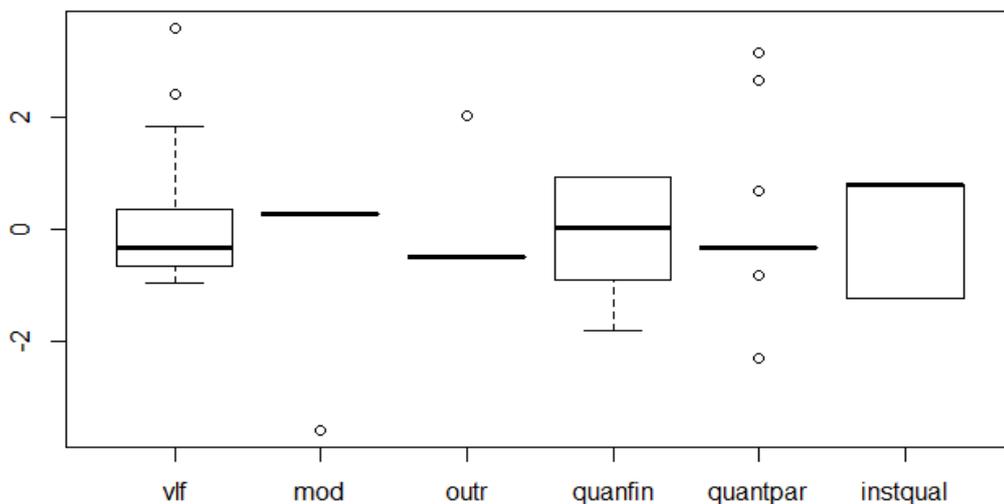
Inicialmente, apresentam-se os dados quantitativos coletados por meio do *survey* e agrupados por meio da análise de *clusters*. Posteriormente, como parte integrante do processo explanatório sequencial, apresentam-se os dados qualitativos, reunidos por entrevistas semiestruturadas e observação direta.

5.1 Definição dos clusters

O formulário de pesquisa utilizado no *survey* consta de 45 questões. Entretanto, os clusters foram definidos a partir de seis variáveis, relacionadas ao processo de financiamento.

Como as variáveis estão em escalas distintas, foi necessário padronizá-las, para melhor adequação no modelo. Após esse processo, foi possível apresentar um gráfico do tipo *boxplot* (Figura, 13).

Figura 13: Boxplot das variáveis padronizadas

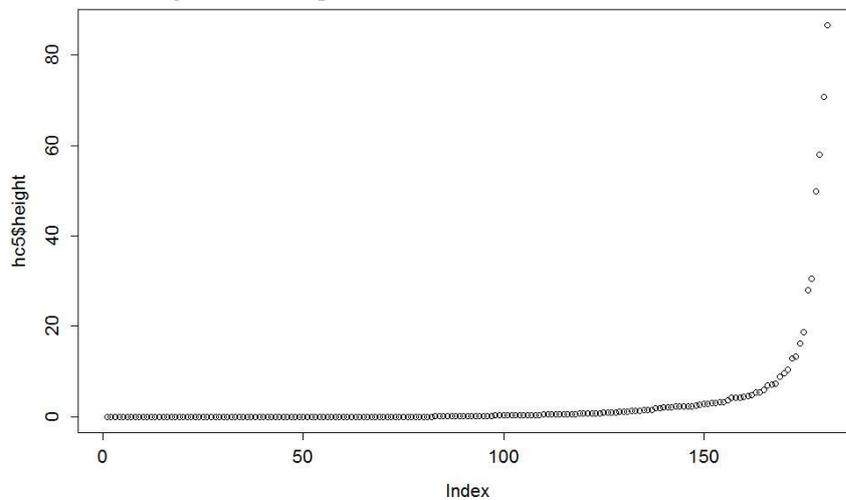


Fonte: Elaborado pelo autor

Em seguida, procedeu-se à escolha da técnica de agrupamento: o modelo *Ward*, em que são calculadas as distâncias euclidianas quadradas, pelo método hierárquico para a geração dos “esquemas de aglomeração” e a identificação do número de *clusters* formados

em cada processo. A Figura 14 é revelada que a maioria das observações está na altura entre 4 e 5 em relação à distância, o que demonstra que a melhor divisão dos agrupamentos será feita com quatro conjuntos de dados. Isso ocorre devido à chamada “regra da parada”, em que quanto menor os coeficientes mais homogêneos os agrupamentos formados e quando um agrupamento torna-se menos homogêneo que a média do anterior, o critério é a parada do processo e a adoção daquele número de clusters (HAIR et al., 2005).

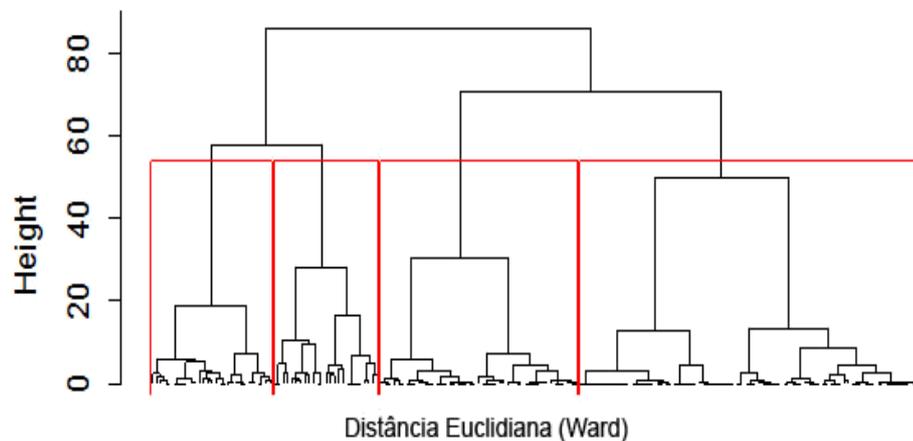
Figura 14: Comportamento das distâncias euclidianas



Fonte: Elaborada pelo autor

Uma vez definida a quantidade de conjuntos, elaborou-se o dendograma, bem como a divisão dos agrupamentos. O primeiro grupo foi definido com 81 observações, o segundo com 25, o terceiro com 47 e o quarto com 29 elementos. A Figura 15 mostra a separação nos quatro grandes compostos de dados.

Figura 15: Dendograma dos clusters formados



Fonte: Elaborada pelo autor

5.2 Resultados da análise

Para entender os parâmetros utilizados na definição dos *clusters*, foi necessário realizar a análise descritiva das variáveis de entrada, para esclarecer as principais diferenças entre eles e o perfil médio das observações de cada conglomerado.

Tabela 7: Estatísticas descritivas da variável valor do financiamento

	N	Média	DesvPad	Mínimo	Q1	Mediana	Q3	Máximo
Cluster 1	81	1189,6	812,2	300	500	1000	1800	3000
Cluster 2	25	4820	2148	600	2750	5000	6000	8000
Cluster 3	47	1472	908	300	800	1300	2000	4000
Cluster 4	29	2097	1344	300	1000	2000	3000	6000

Fonte: Elaborada pelo autor

A primeira variável estudada diz respeito ao valor do atual contrato de financiamento. Conforme Tabela 7, é possível visualizar cada um dos grupos. Em cada *cluster* é possível observar que as médias e as medianas são de valores muito próximos. Entretanto, é possível notar que os agrupamentos 1 e 3 são compostos por empréstimos de menor valor, enquanto os outros dois são de maior valor em relação tanto às medias quanto ao valor máximo. Contudo, somente o valor não foi algo exclusivo na definição dos conglomerados uma vez que os valores mínimos de todos os grupos são baixos, entre R\$300,00 e R\$600,00.

Quadro 8: Modalidade de financiamento

Modalidade	Cluster 1			Cluster 2		
	Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
	Grupo	81	100	Grupo	13	52
	Individual	0	0	Individual	12	48
	Total	81	100	Total	25	100
	Cluster 3			Cluster 4		
	Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
	Grupo	47	100	Grupo	29	100
	Individual	0	0	Individual	0	0
	Total	47	100	Total	29	100

Fonte: Elaborado pelo autor

Em relação à modalidade de financiamento adquirida no ultimo contrato (Quadro 8), é possível notar a predominância de empréstimos em grupo. Nos *cluster* 1, 3 e 4 há somente esse tipo e o individual aparece somente no grupo 2. Uma vez que o segundo conglomerado é composto por desembolsos maiores (Tabela 7), pode-se concluir que os financiamentos pessoais são disponibilizados com valores mais elevados.

Para comprovar essa relação entre a modalidade do financiamento e o valor dos mesmos, realizou-se a análise de conteúdo das entrevistas semiestruturadas. O Quadro 9 apresenta algumas verbalizações acerca do tema e revela que, os desembolsos de empréstimos pessoais são superiores em comparação com os contraídos através de grupos solidários.

Quadro 9: Análise matricial modalidade de financiamento (entrevistas)

Categoria: Modalidade do último financiamento	
Definição: Qual é o valor do ou dos contratos de financiamento que possui no momento? Os valores são diferentes em empréstimos em grupos em relação ao individual	
Subcategoria	Verbalização
Possuem financiamento individual	E2: Sei, Individual eu tenho R\$3.000,00. Não, no de grupo eu tenho R\$3.000,00 e individual eu tenho R\$8.000,00.
	E4: Eu acho pouco. O de grupo, o total do Crediamigo é de 15 mil, sendo o que você pode pegar. No meu grupo, pego 2 mil. Depois, fica sobrando 13 mil. Só que eu só posso pegar mais 10 mil, porque eu tenho que pegar 5 mil no grupo e 10 mil no individual. Então, eu pego o mínimo no grupo, porque eu acho que seis vezes eu acho muito.
	E5: Oh! No último individual eu peguei R\$8.000,00.
Somente financiamento em grupo	E1: Até hoje nós não conseguimos... não pedimos mais. Que o grupo determinou de dois e desta vez agora cada um pegou R\$3.000,00. Então, foi todo mundo nos R\$3.000,00, não é?!
	E7: [...], o máximo eu pego que agora é R\$2.500,00. Não é isso? Eu para mim sai, entendeu? O meu grupo pega.

Fonte: Elaborado pelo autor

Outro item analisado diz respeito ao acesso a financiamento em outras instituições bancárias. Esse item é apresentado no Quadro 10, no qual o *cluster 4* aparece com indivíduos que possuem financiamentos em outras instituições. No agrupamento 2 existe uma ocorrência de 24% de outros empréstimos. Já nos conglomerados 1 e 3, o Crediamigo corresponde à única forma de crédito para os indivíduos participantes.

Quadro 10: Contratação de outros financiamentos em instituições bancárias distintas.

	Cluster 1			Cluster 2		
	Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Outro financiamento	Não	81	100	Não	19	76
	Sim	0	0	Sim	6	24
	Total	81	100	Total	25	100
	Cluster 3			Cluster 4		
	Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
	Não	47	100	Não	0	0
	Sim	0	0	Sim	29	100
	Total	47	100	Total	29	100

Fonte: Elaborado pelo autor

A análise das entrevistas, mostra que 100% dos respondentes possuem conta em outras instituições. Entretanto, 50% possuem financiamentos em outros bancos. Essa porcentagem não é correspondente à encontrada no *survey*. Porém, conforme listado nas limitações do estudo (item 3.3.3), a amostra da entrevista foi elaborada mediante a da indicação dos agentes de crédito, o que pode carregar o viés da seleção intencional.

Tabela 8: Contratação de serviços bancários em outras instituições (entrevistas)

Nome	Frequência	Percentual Categoria	Percentual Ocorrências
Conta em outros bancos	10	67	100
Financiamento em outros bancos	5	33	50
Total	15	100,00	100,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Entre os entrevistados, é possível notar que não há exclusão do sistema bancário tradicional, como mostra o Quadro 11. Os bancos públicos vêm cumprindo esse papel de fornecedores de crédito, mesmo que em condições diferentes das IMFs. E3, morador da zona rural, numa localidade onde não existe agências bancárias, possui financiamento no Banco do Brasil.

Quadro 11: Análise matricial 1 - contratação de financiamentos em outros bancos

Categoria: Serviços bancários em outras instituições	
Definição: Verificar se o usuário tem acesso a serviços bancários provenientes de outras instituições bancárias e/ou de crédito.	
Subcategoria	Verbalização
Possuem financiamentos em outros bancos	<p>E3: [...] eu fiz um empréstimo com outro banco, o Banco do Brasil, de 2 mil reais, em cinco anos, de 2 mil. Eu estou acabando de pagar. Nem acabei de pagar ainda, paguei 3 mil reais de juros.</p> <p>E4: [...] Na Caixa... Para o meu negócio... Na verdade, não foi para giro, foi para quando eu fui ampliar a minha loja... Foi de 36 vezes.</p> <p>E6: Eu tenho consignado do estado.</p> <p>E9: Eu tenho no Banco do Brasil, de carro. E na Caixa Econômica eu não. Eu acabei e fiz outro na Caixa Econômica. É isso mesmo. Tenho um Caixa Econômica e um no Banco do Brasil. Agora que eu lembrei.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor

Em relação ao número de financiamentos firmados com o Crediamigo, pode-se notar pelo do Quadro 12 que, em todos os *clusters*, há uma predominância de usuários que fizeram cinco ou mais empréstimos. No caso do conglomerado 2, onde há uma presença maior de contratos individuais e desembolso em valores mais elevados, é possível supor que há um aumento gradativo do capital emprestado ao longo do tempo. É importante notar o elevado

percentual, variando entre 17% e 36%, dependendo do agrupamento de usuários que estão na segunda ou terceira operação. Isso comprova o elevado incremento de novos clientes conforme citado o item 4.2.1.

Quadro 12: Número de vezes que recorreram ao financiamento do Crediamigo

Quantidade de financiamentos	Cluster 1			Cluster 2		
	Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
	1 vez	11	13,58	1 vez	1	4,0
2 ou 3 vezes	23	28,4	2 ou 3 vezes	6	24,0	
4 ou 5 vezes	10	12,35	4 ou 5 vezes	1	4,0	
> 5 vezes	37	45,68	> 5 vezes	17	68,0	
Total	81	100	Total	25	100	
	Cluster 3			Cluster 4		
	Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
	1 vez	6	12,77	1 vez	2	6,9
2 ou 3 vezes	17	36,17	2 ou 3 vezes	5	17,24	
4 ou 5 vezes	5	10,64	4 ou 5 vezes	8	27,59	
> 5 vezes	19	40,43	> 5 vezes	14	48,28	
Total	47	100	Total	29	100	

Fonte: Elaborado pelo autor

Os dados provenientes das entrevistas revelam o predomínio de usuários que fizeram mais de cinco empréstimos (Tabela 9), 70% dos entrevistados contrataram o crédito repetidas vezes por três ou mais anos. Mesmo tendo uma porcentagem maior em relação os dados presentes no Quadro 12: Número de vezes que recorreram ao financiamento do Crediamigo, ambos os dados comprovam a relação de longo prazo entre os clientes e o Crediamigo.

Tabela 9: Quantidade de financiamentos contratados

Nome	Frequência	Percentual Categoria	Percentual Ocorrências
Até cinco vezes	3	30	30
Mais de cinco vezes	7	70	70
Total	10	100,00	100,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Nos programas de microcrédito, os contratos costumam ser de curta duração e com pagamentos regulares com intervalos pequenos entre uma parcela e outra. Por isso, é importante analisar o tamanho do tratado de financiamento. Os *clusters* 1, 3 e 4 são composto somente por empréstimos adquiridos por Grupo Solidário, diferenciando do agrupamento 2, de quem possui os dois tipos. O número de parcelas em cada conglomerado pode ser observado no Quadro 13. Entretanto, é importante ressaltar que na observação direta,

realizada na agência Capelinha do Crediamigo, e nas entrevistas semiestruturadas foi notada a existência de contratos de seis meses para financiamentos em grupo e de treze meses para empréstimos individuais. Logo, é possível ter ocorrido erro por parte dos respondentes que marcaram as opções de 2, 5, 8 e 12 parcelas.

Quadro 13: Quantidade de parcelas do último contrato de financiamento

Quantidade de parcelas	Cluster 1			Cluster 2		
	Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
	6	81	100	6	10	40
-	0	0	8	3	12	
-	0	0	12	1	4	
-	0	0	13	11	44	
Total	81	100	Total	25	100	
	Cluster 3			Cluster 4		
	Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
	5	1	2,13	2	1	3,45
6	46	97,87	6	27	93,1	
-	0	0	8	1	3,45	
Total	47	100	Total	29	100	

Fonte: Elaborado pelo autor

Outro assunto importante no que tange ao microcrédito é a orientação da IMF aos microempreendedores. O Quadro 14 mostra que essa variável foi importante na diferenciação dos *clusters* 1 e 3, sendo que nesses agrupamentos o comportamento das outras variáveis é semelhante. Contudo, neste caso o conglomerado 1 é composto 100% por clientes que afirmaram que receberam orientação ou acompanhamento dos seus negócios. De outro lado, a totalidade do grupo 3 é de usuários que afirmaram que não receberem nenhum auxílio. Já nos *clusters* 2 e 4 existem as duas situações.

Quadro 14: Instrumentos de orientação ao microempreendedor

Instrumentos de orientação	Cluster 1			Cluster 2		
	Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
	Não	0	0	Não	14	56
Sim	81	100	Sim	11	44	
Total	81	100	Total	25	100	
	Cluster 3			Cluster 4		
	Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
	Não	47	100	Não	11	37,93
Sim	0	0	Sim	18	62,07	
Total	47	100	Total	29	100	

Fonte: Elaborado pelo autor

As entrevistas mostram que os resultados encontrados foram diferentes (Tabela 10). Somente um participante afirmou que não recebeu nenhum tipo de orientação do Crediamigo. Porém 90% responderam que receberam visitas dos agentes de crédito e 20% declaram que houve reuniões entre os participantes do grupo e funcionários da IMF.

Tabela 10: Frequência de realização de instrumentos de qualificação

Nome	Frequência	Percentual categoria	Percentual ocorrências
Reuniões	2	16,7%	20%
Sem nenhuma orientação	1	8,3%	10%
Visita ao empreendimento	9	75%	90%
Total	12	100%	100%

Fonte: Elaborada pelo autor

Analisando todas as características demonstradas nas variáveis de definição dos *clusters*, é possível traçar um perfil aproximado dos participantes de cada um dos grupos.

- **Cluster 1** – maior agrupamento, com 81 observações. Conglomerado com o menor valor médio de financiamentos (R\$1.189,00). Todos os contratos são na modalidade grupo solidário em seis parcelas mensais. A proporção dos que disseram receber orientação do Crediamigo é de 100%. Nenhum dos participantes possui financiamento em outras instituições. Além disso, aproximadamente 45% já fizeram cinco ou mais empréstimos junto a IMF.
- **Cluster 2** – esse bloco é composto pelos maiores valores médios observados de financiamento (R\$4.820,00) e também o maior valor absoluto dentro de toda a amostra (R\$8.000,00). Nas outras variáveis, é um grupo bastante heterogêneo, tendo um equilíbrio entre contratos individuais e coletivos, número de parcelas solicitadas e existência ou não de instrumentos de qualificação para os empreendedores. Também é importante notar que neste grupo se encontra a maior porcentagem de tomadores (68%), que utilizaram do financiamentos do Crediamigo cinco vezes ou mais.
- **Cluster 3** – outro grupo com o valor médio de financiamento mais baixo (R\$1.472,00) e também a totalidade de tomadores vinculados aos Grupos Solidários. O perfil geral é bem parecido com o do *cluster 1*, porém a grande diferença diz respeito aos instrumentos de orientação. Nesse conglomerado, 100% dos entrevistados afirmaram que não receberam nenhum tipo de treinamento por parte da instituição financeira.

- **Cluster 4** – grupo com valor médio dos financiamentos em R\$2.097,00 sendo a segunda maior média da amostra. Porém, diferentemente desse outro, neste caso 100% das observações dizem respeito a indivíduos que possuem financiamento por grupos solidários. Contudo, o diferencial do conglomerado 4 diz respeito à contratação de financiamento a outros bancos, em que 100% desses possui atualmente empréstimos em outras instituições bancárias.

Após a compreensão das características de cada *cluster* com base nas variáveis definidoras deles, foi possível analisar os perfis dos participantes e as peculiaridades de cada um. Nos itens a seguir, apresentam-se as análises e as descrições socioeconômica e educacionais dos indivíduos pertencentes a cada agrupamento.

5.3 Perfil socioeconômico nos *clusters*

Para observar a existência de heterogeneidade no perfil socioeconômico nos agrupamentos, realizou-se uma análise descritiva das variáveis, o que permitiu observar o público médio em cada *cluster*.

Primeiramente, é necessário conhecer o local de residência dos participantes (Quadro 15). Não foram encontradas diferenças significativas entres os *clusters*, tendo Capelinha, aproximadamente, 80% em todos os grupos. O resultado era esperado, uma vez que é onde fica localizada a agência e a aproximação geográfica facilita aos moradores deste município se dirigirem à IMF. Isso motivou a escolha dos entrevistados na etapa qualitativa, em que 100% residem na referida cidade.

Quadro 15: Município de residência

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Água Boa	7	8,6	Capelinha	21	84,0
Angelândia	4	4,9	Chapada do Norte	3	12,0
Aricanduva	1	1,2	Turmalina	1	4,0
Capelinha	65	80,3			
Setubinha	1	1,2			
Turmalina	3	3,7			
Total	81	100,0	Total	25	100

(Continua)

(Conclusão)

Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Angelândia	1	2,1	Água Boa	2	6,9
Aricanduva	1	2,1	Angelândia	3	10,4
Capelinha	40	85,1	Capelinha	23	79,3
Turmalina	4	8,5	Minas Novas	1	3,5
Verendinhas	1	2,1			
Total	47	100,0	Total	29	100

Fonte: Elaborado pelo autor

Outra variável bastante importante da análise é a localização de residência dentro dos zoneamentos urbano ou rural. Devido às poucas oportunidades e limitações das atividades no campo (PNUD, 2013), é de se esperar que nesta região os valores dos financiamentos e o faturamento dos negócios sejam menores.

É possível notar pelo do Quadro 16, que o *cluster 1*, em que os valores dos financiamentos são mais baixos, apresenta a maior proporção de moradores do campo, com 37%. Já nos agrupamentos 2 e 4 as porcentagens são semelhantes, como 80% de residentes em áreas urbanas e 20% na zona rural. Entretanto, o grupo 3, que também é composto por financiamentos em valores menores, encontra-se a maior relação de viventes na sede municipal 91,5%.

Quadro 16: Localização (Urbana ou Rural)

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Urbano	51	63,0	Urbano	20	80,0
Rural	30	37,0	Rural	5	20,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Urbano	43	91,5	Urbano	23	79,3
Rural	4	8,5	Rural	6	20,7
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

Conforme citado em 2.5.4, as políticas de microcrédito têm como foco principal o público predominantemente feminino. Porém, na filial Capelinha a proporção entre homens e mulheres é praticamente igualitária, como pode ser visto em 4.2.1. O Quadro 17 mostra que nos *clusters 2, 3 e 4* há maior número de mulheres, mas em nenhum dos casos supera 58%.

Somente no grupo 1 é que há uma pequena maioria de pessoas do sexo masculino. Contudo em todos os conglomerados não é possível determinar uma relação com base no gênero.

A pequena maioria de mulheres entre os usuários do Crediamigo na região ocorre pela falta de oportunidade de emprego formal ou pelos baixos salários, para pessoas de ambos os sexos na região. Neste caso, é necessário que no Vale do Jequitinhonha o foco do programa seja expandido também para o público masculino, igualmente necessitado de oportunidades para a promoção socioeconômica.

Quadro 17: Relação de clientes por gênero

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Masculino	42	51,9	Masculino	11	44,0
Feminino	39	48,2	Feminino	14	56,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Masculino	20	42,6	Masculino	13	44,8
Feminino	27	57,5	Feminino	16	55,2
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

Outro critério importante para se analisar diz respeito à idade. O Quadro 18 foi montado seguindo a classificação proposta em Araújo (2012 p. 263). É possível notar a maioria de pessoas tem até 40 anos de idade. O *cluster 2* se destaca por ter um perfil mais balanceado em todas as faixas etárias. No agrupamento 4 há um percentual de 24% acima de 60 anos, muito maior em relação aos outros aglomerados, que possuem por volta de 4%.

Quadro 18: Distribuição dos entrevistados por idade

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Até 30 anos	26	32,1	Até 30 anos	7	28,0
De 31 a 40 anos	28	34,6	De 31 a 40 anos	7	28,0
De 41 a 50 anos	17	21,0	De 41 a 50 anos	6	24,0
De 51 a 60 anos	7	8,6	De 51 a 60 anos	4	16,0
Acima de 60 anos	3	3,7	Acima de 60 anos	1	4,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0

(Continua)

(Conclusão)

Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Até 30 anos	21	44,7	Até 30 anos	7	24,1
De 31 a 40 anos	15	31,9	De 31 a 40 anos	8	27,6
De 41 a 50 anos	7	14,9	De 41 a 50 anos	4	13,8
De 51 a 60 anos	2	4,3	De 51 a 60 anos	3	10,3
Acima de 60 anos	2	4,3	Acima de 60 anos	7	24,1
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

O Vale do Jequitinhonha é uma região com indicadores baixos em relação à escolaridade. Conforme visto na Tabela 1: Comparativo Vale do Jequitinhonha 1, a taxa de analfabetismo é superior a 23% e somente 5% dos adultos maiores de 25 anos possuem ensino superior.

Na análise dos agrupamentos (Quadro 19), é possível notar que os dados são semelhantes aos encontrados pelo PNUD (2013). Porém, a análise descritiva deixa claro que há uma diferença entre os *clusters*. No grupo 1, no qual se concentra a maior parte da população rural, há 32% de indivíduos sem nenhuma escolaridade. Os conglomerados 2 e 4 são bastante semelhantes em relação à porcentagem de concluintes dos ensinos básico e médio, que concentram, aproximadamente, 80% das amostras. Além disso, no grupo 2 foi encontrado a maior relação de concluintes do ensino superior (16%), bem maior que a média regional de 5,3%, como pode ser visto na Tabela 1.

Quadro 19: Distribuição dos entrevistados por nível de escolaridade

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Sem estudo	26	32,1	Sem estudo	1	4,0
Básico	23	28,4	Básico	14	56,0
Médio	30	37,0	Médio	6	24,0
Superior	2	2,5	Superior	4	16,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Sem estudo	4	8,5	Sem estudo	6	20,7
Básico	22	46,8	Básico	15	51,7
Médio	19	40,4	Médio	7	24,1
Superior	2	4,3	Superior	1	3,5
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

O Quadro 20 apresenta a porcentagem em relação ao estado civil. Em todos os *clusters* a maioria é composta por pessoas casadas ou em união estável. Em três agrupamentos a média gira em torno de 60%, à exceção do conglomerado 2, em que 80% estão nesse grupo.

Quadro 20: Distribuição dos entrevistados por estado civil⁵

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Solteiro	27	33,3	Solteiro	4	16,0
Casado	54	66,7	Casado	20	80,0
Viúvo	0	0,0	Viúvo	0	0,0
Divorciado	0	0,0	Divorciado	1	4,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Solteiro	17	36,2	Solteiro	9	31,0
Casado	29	61,7	Casado	17	58,6
Viúvo	1	2,1	Viúvo	2	6,9
Divorciado	0	0,0	Divorciado	1	3,5
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

A definição sobre a classe social a qual os indivíduos pertencem é feita de maneira, muitas vezes, imprecisa, devido às múltiplas metodologias existentes. Neste trabalho optou-se pela classificação da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisas (ABEP), devido a sua facilidade de aplicação e a sua grande aplicação nas pesquisas de opinião realizadas no Brasil. Os critérios utilizados na referida classificação estão disponíveis no Anexo A. Além disso, essa categorização é utilizada em outros estudos, como Araujo (2012); Vitolo; Fleitlich-Bilyk (2005); Chalem et al. (2007).

Mais detalhes sobre essa metodologia encontram-se no Anexo A. Em resumo, os respondentes são arguidos a respeito de: quantidade de determinados bens de consumo que sua família possui para uso pessoal, grau de escolaridade do chefe da família e infraestrutura urbana disponível nas residências. Em seguida, é atribuída uma pontuação para cada um desses itens. A soma pode variar de 0 a 100 pontos. Os escores mais baixos correspondem às classes menos favorecidas e o oposto para classes mais altas.

⁵ Na opção “casado” também são consideradas como tal pessoas em união estável, mesmo que não oficialmente reconhecidos.

Seguindo essa metodologia, chegou-se ao Quadro 21. Em todos os grupos os pertencentes à classe A correspondem a pouco mais de 10% da população. Porém, o *cluster 2* é o único em que há uma predominância das classes B2 ou superior com 52%. Além disso, há de se destacar que no agrupamento 4 existe a maior predominância (65%), das classes C1 ou inferior.

Quadro 21: Classificação de classe social segundo ABEP (2014)

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
A	10	12,4	A	3	12,0
B1	9	11,1	B1	5	20,0
B2	16	19,8	B2	5	20,0
C1	16	19,8	C1	4	16,0
C2	13	16,1	C2	5	20,0
D-E	17	21,0	D-E	3	12,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
A	6	12,8	A	3	10,3
B1	4	8,5	B1	4	13,8
B2	10	21,3	B2	3	10,3
C1	12	25,5	C1	7	24,1
C2	11	23,4	C2	10	34,5
D-E	4	8,5	D-E	2	6,9
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

5.4 Caracterização dos negócios apoiados pelo microcrédito

A etapa seguinte corresponde ao perfil dos negócios apoiados pelo programa Crediamigo em Capelinha e região. Foram analisados: grau de formalização, quantidade de funcionários, faturamento e lucratividade, local de funcionamento, tempo de empreendimento, maneira como investem o lucro, se possuem controle financeiro do negócio e se corresponde à atividade principal.

A atividade apoiada pelo Crediamigo, apontada nos *clusters* 1, 3, 4 é a fonte principal de rendimentos entre 50% e 61%, conforme o Quadro 22. Porém, no agrupamento 2 aproximadamente 90% dos indivíduos citaram esta opção. É imperioso notar que é no referido grupo se encontram os melhores indicadores em relação a escolaridade, valor de financiamento e classe social. O percentual global corresponde ao mesmo encontrado nas entrevistas (Quadro 7), em que 60% possuem como ocupação majoritária o seu empreendimento.

Quadro 22: Se o negócio é a atividade principal

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Não	32	39,5	Não	3	12,0
Sim	49	60,5	Sim	22	88,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Não	23	48,9	Não	12	41,4
Sim	24	51,1	Sim	17	58,6
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

É importante entender o que fazem aqueles que não têm o negócio como atividade principal. Isso foi observado nas das entrevistas (Quadro 23). E3, E6 e E8 são funcionários públicos ou aposentados e possuem uma atividade própria como fonte de renda extra. Mas E10 não possui empreendimento algum, sendo que o seu filho é que o detém. Entretanto, o financiamento foi concedido a ele, o que pode se caracterizar como uma falha na avaliação dos assessores de crédito.

Quadro 23: Análise matricial de atividade principal

Categoria: Atividade Principal	
Definição: Verificar se a atividade apoiada pelo Crediamigo é a principal fonte de renda do indivíduo.	
Subcategoria	Verbalização
Não corresponde a atividade principal	E3: É na prefeitura. Eu trabalho numa pracinha: molhar jardim.
	E6: Eu trabalho na Secretaria da Escola, mas só que agora, no momento, eu estou afastada.
	E8: O que eu faço? Hoje eu sou aposentada [...].
	E10: Isso foi junto com meu filho, que ele tem.

Fonte: Elaborado pelo autor

A Tabela 11 corresponde à questão sobre as motivações para se iniciar o negócio. Como, muitas, vezes os objetivos são múltiplos, foi permitida a marcação de mais de uma alternativa. A opção majoritária nos *clusters* 1, 3 e 4 corresponde a “complementação de renda”. Isso é explicado, pois nesses agrupamentos há um elevado percentual de empreendedores que têm a atividade em tela como sendo complementar. Já no conglomerado 2, em que 88% têm a atividade como principal fonte de renda, há um equilíbrio entre as opções sobre falta de emprego formal, oportunidade de negócios e complementação de renda. Contudo, não é possível distinguir claramente se o empreendedorismo na região ocorre mais

por oportunidade ou por necessidade, uma vez que em todos os grupos há um equilíbrio nessas alternativas.

Tabela 11: Motivação para abertura do negócio

Cluster	Falta de Emprego Formal (%)	Oportunidade de Negócios (%)	Complementar a renda (%)	Indicação de amigos ou familiares (%)	Uso de indenização por demissão (FGTS, seguro desemprego e etc...) (%)	Ocupação após a aposentadoria (%)	Outro (%)
1	42	52	89	10	0	0	0
2	44	40	40	16	8	0	0
3	40	47	60	13	0	0	4
4	45	52	76	17	0	3	3

Fonte: Elaborada pelo autor.

Conforme apresentado na Tabela 1, apenas 37% da população do Vale do Jequitinhonha é formada por trabalhadores formalizados. Isso ocorre principalmente devido ao baixo grau de formalização das microempresas na região. Por meio da Lei Complementar 128 de 19 de dezembro de 2008, o Governo Federal regulamentou a figura do micro empreendedor individual (MEI). Entretanto, a nova figura jurídica é pouco representada em todos os *clusters*. Novamente, os agrupamentos 1, 3, 4 revelam comportamento parecido, com elevado nível de informalidade. E no conglomerado 2 em que estão as microempresas mais estruturadas e com maior faturamento, é que se encontra o nível bem mais elevado de negócios formais (48%). Isso juntamente com os participantes do MEI, é torna o cluster o único com mais de 50% dos microempreendimentos devidamente regulamentados.

Quadro 24: Grau de formalização

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Formal	3	3,7	Formal	12	48,0
Informal	66	81,5	Informal	10	40,0
MEI	7	8,6	MEI	2	8,0
Em formalização	5	6,2	Em formalização	1	4,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Formal	6	12,8	Formal	2	6,9
Informal	32	68,1	Informal	23	79,3
MEI	8	17,0	MEI	3	10,3
Em formalização	1	2,1	Em formalização	1	3,5
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

No universo das entrevistas, encontrou-se uma amostra de 50% de negócios formais, 40% de negócios informais e 10% que não possuem negócios. O Quadro 25 mostra algumas informações com relação à formalização nos empreendimentos.

Quadro 25: Análise matricial relativa à formalização

Categoria: Formalização	
Definição: Definir os microempreendedores que possuem regulamentação, seja como microempresa ou microempreendedor individual.	
Subcategoria	Verbalização
Negócio Formalizado	E5: Hoje é "formatizado". Tem CNPJ, tem tudo.
	E7: Meu alvará, tudo certinho. É... todo ano eu comprovo, não é, tudo direitinho. Eu tenho meu contador da loja.

Fonte: Elaborado pelo autor

O Quadro 26 apresenta a quantidade de pessoas que trabalham nos empreendimentos. Outra vez, o *cluster 2* se destaca tendo 76% dos negócios como geradores de empregos, fato que também pode ser explicado pela melhor estruturação do negócio, pelo maior nível de escolaridade dos proprietários e pelo maior faturamento médio. O agrupamento 4 também mostra uma maioria (52%), em que trabalham mais de uma pessoa. Já os conglomerados 1 e 3 são compostos majoritariamente de negócios, que operam somente com o proprietário.

Quadro 26: Quantidade de pessoas que trabalham no empreendimento

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
O proprietário	46	56,8	O proprietário	6	24,0
Duas pessoas	29	35,8	Duas pessoas	8	32,0
Três pessoas	5	6,2	Três pessoas	2	8,0
Entre 4 e 10	1	1,2	Entre 4 e 10	8	32,0
Entre 11 e 20	0	0,0	Entre 11 e 20	1	4,0
Mais de 20	0	0,0	Mais de 20	0	0,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
O proprietário	30	63,8	O proprietário	14	48,3
Duas pessoas	11	23,4	Duas pessoas	8	27,6
Três pessoas	3	6,4	Três pessoas	2	6,9
Entre 4 e 10	1	2,1	Entre 4 e 10	5	17,2
Entre 11 e 20	1	2,1	Entre 11 e 20	0	0,0
Mais de 20	1	2,1	Mais de 20	0	0,0
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

Nas entrevistas, foi detectada a ocorrência de 40% dos micronegócios como geradores de emprego. Entretanto, é importante salientar que nem todos os funcionários são devidamente formalizados. O Quadro 27 mostra E9 informa que a funcionária que possui foi contratada após o financiamento do Crediamigo, sendo presumível que a aquisição do empréstimo foi fundamental para isso. Já na fala de E2 é de se atentar ao fato de que os funcionários não são formalizados por estarem em treinamento, indicando a intenção futura de efetivação.

Quadro 27: Análise matricial sobre geração de emprego

Categoria: Geração de Emprego	
Definição: Identificar a quantidade de trabalhadores contratados e o grau de formalização dos mesmos.	
Subcategoria	Verbalização
Funcionários Formalizados	E5: Eu tenho, hoje, eu tenho três funcionárias de carteira assinada, não é?! Antes era mais agora porque... eu tenho duas lojas.
	E9: Tenho uma funcionária [...] Registrada. Ahãhã [...] Depois do Crediamigo. Ela deve estar comigo há uns três anos que ela trabalha comigo.
Funcionários não formalizados	E2: Tem mais três pessoas. Na verdade, cada sócio tem um ajudante [...] Mas não possuem carteira assinada, porque ainda estão em fase de teste, né.

Fonte: Elaborado pelo autor

O local de funcionamento dos negócios pode ser verificado no Quadro 28. Em todos os *clusters* a opção majoritária é de micronegócios que funcionam nas residências dos empreendedores. Observou-se durante a realização da pesquisa que uma parcela significativa dos usuários é composta por revendedores de cosméticos, manicures e produtores rurais, que têm como local de trabalho suas próprias moradias. Já a existência de ponto comercial é mais notada no grupo 2, em que 32% dos respondentes afirmaram que o possuem.

Quadro 28: Local de funcionamento

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Residência	50	61,7	Residência	10	40,0
Ponto Comercial	13	16,1	Ponto Comercial	8	32,0
Serviço a domicílio	15	18,5	Serviço a domicílio	3	12,0
Ambulante	3	3,7	Ambulante	2	8,0
Outro	0	0,0	Outro	2	8,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0

(Continua)

(Conclusão)

Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Residência	17	36,2	Residência	13	44,8
Ponto Comercial	9	19,2	Ponto Comercial	7	24,1
Serviço a domicílio	12	25,5	Serviço a domicílio	6	20,7
Ambulante	6	12,8	Ambulante	2	6,9
Outro	3	6,4	Outro	1	3,5
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

Em todos os grupos, há uma taxa média de 50% para empresas com mais de cinco anos de existência (Quadro 29). Isso pode ser usado como argumentação para a eficiência do Crediamigo, como forma de apoio às empresas. Entretanto, 27% das empresas no Brasil fecham no primeiro ano e aquelas que sobrevivem ao período de dois anos 73% tendem a chegar a cinco anos ou mais (SEBRAE, 2011). Logo, não é possível afirmar por si só a influência da IMF na sustentação dos microempreendimentos somente com os dados em tela.

Quadro 29: Tempo de existência do negócio

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Menos de 1 ano	18	22,2	Menos de 1 ano	1	4,0
Entre 1 e 3 anos	16	19,8	Entre 1 e 3 anos	10	40,0
Entre 3 e 5 anos	3	3,7	Entre 3 e 5 anos	2	8,0
Mais de 5 anos	44	54,3	Mais de 5 anos	12	48,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Menos de 1 ano	1	2,1	Menos de 1 ano	2	6,9
Entre 1 e 3 anos	14	29,8	Entre 1 e 3 anos	5	17,2
Entre 3 e 5 anos	6	12,8	Entre 3 e 5 anos	6	20,7
Mais de 5 anos	26	55,3	Mais de 5 anos	16	55,2
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

Para melhor compreender a influência do Crediamigo na sobrevivência do negócio, foi perguntado na entrevista semiestruturada se os usuários conseguiriam manter o empreendimento sem o apoio do programa. Em concordância com o Quadro 30, é possível notar que E8 e E9 consideram o financiamento importante, mas que conseguiriam tocar suas atividades independentes dos empréstimos. Porém, para E7 o crédito é essencial para a manutenção da microempresa. Contudo, é notada a importância da IMF para todos os microempreendedores.

Quadro 30: Análise matricial sobre sustentação do negócio

Categoria: Sustentação do negócio sem o Crediamigo	
Definição: Resposta para a pergunta se conseguiriam manter o negócio mesmo sem o financiamento do Crediamigo.	
Subcategoria	Verbalização
Conseguiriam manter	E8: Continua, mas a gente passa as dificuldades, né, porque nem todo dia a gente tem o tanto suficiente para investir. E ele ajuda. Ajuda muito.
	E9: Eu acho que estaria do mesmo jeito. Só que daí eu tinha pegado em outro banco, com juros um pouquinho mais alto, né?
Não conseguiria manter	E7: Aí... eu acho que não, viu? Ajuda muito. Nossa! Deus!

Fonte: Elaborado pelo autor

O município de Capelinha tem como atividades econômicas principais a agricultura de café e eucalipto. Entretanto, essas atividades não correspondem ao perfil padrão do usuário do Crediamigo, conforme o Quadro 31. Uma vez que a maioria dos clientes reside e trabalha na área urbana, é destacada a participação dos setores de comércio e serviço em todos os *clusters*. O setor industrial, composto por pequenas manufaturas, foi pouco citado em quase todos os grupos, à exceção do segundo conglomerado, em que 16% se declaram pertencentes a esse setor.

Quadro 31: Setor do negócio

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Indústria	0	0,0	Indústria	4	16,0
Comércio	33	40,7	Comércio	9	36,0
Serviços	36	44,4	Serviços	5	20,0
Artesanato	0	0,0	Artesanato	0	0,0
Turismo	0	0,0	Turismo	0	0,0
Agropecuária comercial	11	13,6	Agropecuária comercial	3	12,0
Agropecuária subsistência	1	1,2	Agropecuária subsistência	4	16,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Indústria	1	2,1	Indústria	0	0,0
Comércio	21	44,7	Comércio	15	51,7
Serviços	20	42,6	Serviços	9	31,0
Artesanato	0	0,0	Artesanato	0	0,0
Turismo	0	0,0	Turismo	0	0,0
Agropecuária comercial	4	8,5	Agropecuária comercial	4	13,8
Agropecuária subsistência	1	2,1	Agropecuária subsistência	1	3,5
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

O Quadro 32 apresenta uma melhor compreensão das atividades realizadas pelos clientes do Crediamigo em Capelinha. Os pequenos agricultores da região, geralmente, produzem em pequenas escala no mesmo local em que residem, conforme citado por E3. Por sua vez, o setor de serviço é bem diversificado, tendo no município diferentes tipos de atividades, que vão desde o bordado, até os serviços de informática e de laboratórios de próteses odontológica (E6, E10 e E2) respectivamente; ou outras, como provedores de internet, lavanderias e manicure. O comércio é bastante variado, entretanto, como nas entrevistas, foi possível verificar uma grande quantidade de lojas de vestuário e, também, venda de aparelhos de telefonia móvel.

Quadro 32: Análise matricial setores de atividade

Categoria: Setor de atividade	
Definição: Qual é o ramo de atividade em que o cliente está inserido.	
Subcategoria	Verbalização
Agropecuária	E3: [...] a gente mexe com farinha de milho, com galinha, aqui em casa.
Prestação de Serviços	E2: [...] a gente comprou mais material, investiu nas outras máquinas para o nosso laboratório.
	E6: É... porque eu... eu sou bordadeira e eu preciso comprar materiais para poder estar continuando com o meu trabalho.
	E10: Isso foi junto com meu filho, que ele tem [...] O serviço dele é... informática.
Comércio	E5: Hoje, eu possuo uma loja de roupa
	E7: [...] porque eu tenho a minha empresa [...] eu tenho uma loja [...] É confecções.

Fonte: Elaborado pelo autor

A aplicação do lucro obtido a partir de negócio é exposta no Quadro 33. Em todos os *clusters*, a opção majoritária diz respeito à melhora das condições de vida do empreendedor e de suas famílias. Porém, pode-se observar no grupo 2 um certo equilíbrio entre essa opção e aquelas sobre a ampliação do empreendimento e a aquisição de bens pessoais. Contudo, é importante ressaltar o interesse de suprir as necessidades imediatas, uma vez que a opção reserva para a velhice foi citada por apenas 1% do total de respondentes.

Quadro 33: Aplicação do lucro do negócio

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Ampliação do negócio	12	14,8	Ampliação do negócio	8	32,0
Melhora das condições de vida	49	60,5	Melhora das condições de vida	9	36,0

(Continua)

(Conclusão)

Aquisição de bens pessoais	20	24,7	Aquisição de bens pessoais	7	28,0
Reserva para velhice	0	0,0	Reserva para velhice	0	0,0
Outros	0	0,0	Outros	1	4,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Ampliação do negócio	14	29,8	Ampliação do negócio	7	24,1
Melhora das condições de vida	22	46,8	Melhora das condições de vida	17	58,6
Aquisição de bens pessoais	9	19,2	Aquisição de bens pessoais	5	17,2
Reserva para velhice	2	4,3	Reserva para velhice	0	0,0
Outros	0	0,0	Outros	0	0,0
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

Os microempreendedores do Vale do Jequitinhonha não possuem uma cultura de administração financeira do negócio e tendem a misturar as contas pessoais e profissionais (Quadro 34). Em todos os *clusters*, a opção mais citada pelos respondentes foi que nunca separam os controles financeiros. Todavia, novamente, o aglomerado 2 se destaca como sendo o que tem o maior percentual de negócios administrados separadamente (32%). Isso demonstra, mais uma vez, o maior preparo empresarial dos indivíduos pertencentes ao referido *cluster*.

Quadro 34: Administra os rendimentos do negócio separado do dinheiro pessoal

Cluster 1			Cluster 2		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Sempre	19	23,5	Sempre	8	32,0
Às vezes	25	30,9	Às vezes	1	4,0
Nunca	37	45,7	Nunca	16	64,0
Total	81	100,0	Total	25	100,0
Cluster 3			Cluster 4		
Opção	Frequência	%	Opção	Frequência	%
Sempre	10	21,3	Sempre	5	17,2
Às vezes	4	8,5	Às vezes	6	20,7
Nunca	33	70,2	Nunca	18	62,1
Total	47	100,0	Total	29	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor

Para buscar a compreensão dos motivos que levam, ou não, à utilização de um controle financeiro exclusivo para o empreendimento, a questão foi levada aos entrevistados. O resultado está expresso no Quadro 35. Os entrevistados que responderam que misturam as contas afirmaram que o fazem devido a necessidades pessoais, impedindo assim um melhor

controle. Já E5 afirmou que é importante averiguar o lucro do empreendimento, para poder fazer investimentos na melhora do mesmo.

Quadro 35: Análise matricial controle financeiro

Categoria: Controle financeiro	
Definição: Verificar se os microempreendedores administram separadamente às contas do negócio.	
Subcategoria	Verbalização
Sempre separa às contas	<p>E5: Eu separo minhas contas, mas, assim, é... é porque eu invisto muito na loja, você sabe? Até hoje eu invisto muito na loja. Então, para mim saber o lucro mesmo... aqueles, vamos supor se sobrou R\$ 1.500,00 eu vou e compro mais mercadoria.</p> <p>E9: Eu faço (<i>controle financeiro</i>)⁶ separado.</p>
Não costuma separar as contas	<p>E3: Não separa. Não tem como separar, né. Não tem como você ter aquilo anotadinho, você não faz isso, porque a população não mexe com isso aqui.</p> <p>E6: Às vezes... Antes até que eu estava fazendo, mas agora como que está... as coisas estão bem complicadas, porque quando a gente está licenciada a gente recebe bem menos.</p> <p>E7: Não. Tem que controlar, ué, porque senão as meninas são sabem nada, não é?!</p>

Fonte: Elaborado pelo autor

No âmbito da análise dos negócios, outras variáveis fundamentais dizem respeito a faturamento, lucro e lucratividade do empreendimento (Tabela 12). Seguindo a tendência das informações anteriores, é possível averiguar que os *clusters* 2 e 4 são os que apresentam maior faturamento e lucro médio apurado. É importante ressaltar que se trata de valores médios e sujeitos ao viés das respostas coletadas. Contudo, é notório que há empreendedores da região que não precisariam estar enquadrado nos microfinanciamentos, mas os pegam devido ao juros mais baixo ou para manter os Grupos Solidários já estabelecidos.

Em relação à lucratividade, ou seja, ao percentual de lucro sobre faturamento, é possível observar um comportamento semelhante entre os *clusters*. A média e a mediana estão na faixa de 50%. Entretanto, foram encontrados respondentes que marcaram a opção de 100% de lucratividade, o que pode ser considerado um equivoco, já que todas as atividades possuem alguns custos, mesmo que não contabilizados.

⁶ Acréscimo feito pelo autor

Tabela 12: Faturamento, lucro e lucratividade

Cluster 1							
Variável	Média	DesvPad	Mínimo	Q1	Mediana	Q3	Máximo
Faturamento (R\$)	1831	1919	100	500	1100	2500	9000
Lucro (R\$)	821,6	788,1	50	200	600	1200	3400
Lucro/Faturamento	0,4811	0,175	0	0,375	0,4688	0,5774	1
Cluster 2							
Variável	Média	DesvPad	Mínimo	Q1	Mediana	Q3	Máximo
Faturamento (R\$)	7104	7961	200	1300	4900	10050	30000
Lucro (R\$)	3816	5312	150	500	2400	4500	20000
Lucro/Faturamento	0,5125	0,1857	0,2083	0,3875	0,4898	0,6667	0,8571
Cluster 3							
Variável	Média	DesvPad	Mínimo	Q1	Mediana	Q3	Máximo
Faturamento (R\$)	2498	2680	100	720	1600	3000	13500
Lucro (R\$)	1268	1239	100	400	750	2000	5500
Lucro/Faturamento	0,5685	0,227	0,2143	0,3636	0,5	0,75	1
Cluster 4							
Variável	Média	DesvPad	Mínimo	Q1	Mediana	Q3	Máximo
Faturamento (R\$)	3988	5219	100	800	2000	4700	20000
Lucro (R\$)	1629	1847	80	350	800	2200	7000
Lucro/Faturamento	0,4902	0,1909	0,1	0,4	0,4688	0,5817	1

Fonte: Elaborada pelo autor

As entrevistas também comprovam grande heterogeneidade em relação ao faturamento e a lucratividade dos empreendedores (Quadro 36). E3, E6 e E8 possuem o negócio como atividade secundária. Consequentemente, a receita é menor e eles não conseguem nem distinguir o lucro, uma vez que não possuem controle financeiro. Porém, existem outros, como E5 e E7, que estão inseridos em uma faixa de faturamento mais elevada, o que possibilitaria financiamento em outras instituições financeiras que o fossem IMF.

Quadro 36: Análise matricial faturamento

Categoria: Faturamento e lucratividade	
Definição: Valores médios apurados com venda de produtos e serviços e o lucro auferido dessas atividades.	
Subcategoria	Verbalização
Faturamento mais baixo (menor que R\$ 5 mil/mês)	<p>E3: Um salário mínimo, entre a família toda, cada um tem a sua atividade, mas não dá muita renda isso, né. Não é coisa grande; é coisa pequena. Você mexe com mais pouco.</p> <p>E6: Dá menos de R\$ 1.000,00 por mês.</p> <p>E8: Ah! Das quitandas é uns 300, 400 reais. Não ganho mais, não.</p>

Faturamento mais elevado (a partir de R\$ 5 mil/mês)	<p>E5: O total de vendas que eu tenho hoje? Oh!) comércio está muito... é muito relativo. É muito... tem vez que vende R\$7.000,00 (por mês), tem vez que vende R\$4.000,00 (por mês),, tem vez que vende R\$10.000,00 (por mês),. É muito, assim, a gente... agora, agora mesmo, eu espero vender bem, mas o comércio está muito, muito, muito ruim mesmo. De julho para cá vixe nem compara com os meses anteriores, com os anos anteriores [...] É... Assim, de lucro, para mim tirar, mais ou menos, tiro uns R\$2.000,00 (por mês),, R\$1.500,00 (por mês),.</p> <p>E7: Ah! Uns R\$13.000,00, R\$14.000,00 (por mês), [...] É, eu pago... aí tem meus gastos, não é?! Porque eu faço compras. Ah, dependendo fica o que? Uns R\$6.000,00 (por mês). Por aí.</p>
---	---

Fonte: Elaborado pelo autor

A questão sobre a aplicação dos valores levantados nos financiamentos possibilitou aos respondentes a escolha de mais de uma opção, uma vez que o uso não se limita a uma só alternativa. O resultado pode ser visto na Tabela 13. Em todos os grupos, a variável relativa à compra de mercadorias e insumos teve maioria. Entretanto, no *cluster* 2 ela não foi absoluta. Nesse mesmo conglomerado, é possível notar maior equilíbrio nas respostas. Porém é importante ressaltar pelas análises anteriores que neste segmento encontram-se os negócios financeiramente mais desenvolvidos e a maior escolaridade média dos empreendedores.

No conglomerado 1, é possível notar um percentual de quase 50% que afirmaram utilizar os empréstimos para comprar bens de consumo, o que está em desacordo com os objetivos do Crediamigo, que é para utilização somente para aplicação produtiva. Além disso, em todos os *clusters* há uma presença superior a 20% para a compra de bens de consumo. Isso demonstra que, a despeito dos critérios adotados pela IMF na seleção dos clientes, ainda não é possível controlar que o capital seja totalmente investido na produção ou comercialização dos produtos e serviços.

Tabela 13: Uso do empréstimo

Cluster	Capital de giro (%)	Mercadorias e insumos (%)	Máquinas, equipamentos e veículos (%)	Pagamento de dívidas (%)	Pagamento de impostos (%)	Contratação de funcionários (%)	Melhoria no ponto de venda (%)	Compra de bens de consumo (%)
1	10	64	11	35	17	1	11	49
2	36	36	28	24	8	4	20	24
3	15	66	26	15	2	2	9	23
4	10	83	10	31	14	0	17	31
Média Ponderada	15	64	17	27	12	2	13	36

Fonte: Elaborada pelo autor

Prosseguindo a análise de conteúdo das entrevistas é possível identificar, as aplicações dos empréstimos (Quadro 37). A maioria (80%) afirmou que investe os recursos em seu empreendimento, sendo que 50% aplicam na compra de mercadoria e insumos. Esse resultado não se difere muito do *survey*, em que 64% testemunharam da mesma maneira. Somente E5 afirmou o emprego em duas categorias, na construção da loja e na compra de mercadorias.

Novamente, foi possível averiguar o uso não produtivo por alguns beneficiários. O E10 citou a aplicação para a reforma da sua residência. Já para E8 o capital serviu para quitar de dívidas bancárias com outra instituição financeira e regularizar a documentação da motocicleta que possui. Isso demonstra que, mesmo com toda a análise dos agentes de crédito do Crediamigo, é possível haver falhas na liberação dos recursos para clientes que não investem em negócios próprios. No caso específico de E10, conforme apresentado no Quadro 23, ele afirmou que não possui negócio próprio, tendo usado o empreendimento do filho para obter financiamento.

Quadro 37: Análise matricial sobre uso do financiamento

Categoria: Uso do empréstimo		
Definição: Em que os usuários do Crediamigo investem o valor dos financiamentos		
Categoria	Subcategoria	Verbalização
Uso Produtivo	Compra de máquinas e equipamentos	E2: A gente comprou mais material, investiu nas outras máquinas que agente tinha necessidade tanto que quando a gente começou a gente tinha material que mandava fazer em outro laboratório.
	Reforma e melhoria no ponto de venda	E5: Na época, eu peguei o dinheiro emprestado do Crediamigo de construção para construir a minha loja. Aí, construí. Não é a parcela e consegui, graças a Deus. E7: Para investir na minha loja [...] É... Reforma, compra de mercadoria, balcão, essas coisinhas que eu comprei com o meu dinheiro.
	Compra de mercadorias	E1: Eu peguei para "mim" poder é... comprar produto, não é. E, assim, a gente pega para comprar produto e trabalhar durante seis meses com os produtos mais em conta E3: [...] para a gente comprar alguma coisinha, a gente mexe com farinha de milho, com galinha, a luta da casa. E5: Eu pego para comprar as minhas roupas. Eu invisto só aqui na loja. E6: É, para comprar materiais [...] É... pontuários, linhas, agulhas. E9: Pra "mim" comprar mercadoria para a minha loja.

	Capital de giro	E4: Primeira vez, na verdade, eu quis conhecer, como funcionava. Depois, eu continuei pegando, porque é um giro rápido. Você paga em suaves parcelas. Mais por isso. É muito rápido para liberar para a gente [...] para capital de giro mesmo, até porque o valor é pequeno.
Uso não produtivo⁷	Reforma residencial	E10: Reforma de casa.
	Pagamento de dívidas	E8: Eu peguei porque eu estava precisando de resolver uns negócios urgentes que eu tinha para resolver [...] Oh, primeiro, eu tinha um débito no Banco do Brasil, e a taxa do Banco do Brasil é alta. E aí, então, eu peguei a do Banco Nordeste e paguei a outra. Foi um dos motivos. E outra é uns documentos também que eu estava precisando de pagar também, o documento de moto.

Fonte: Elaborado pelo autor

5.5 Mudanças percebidas após os financiamentos

Para avaliar as mudanças percebidas pelos empreendedores após a contratação dos financiamentos, foram elaboradas perguntas em que eles poderiam dar uma nota em relação a cada item do questionamento. A escala foi dividida de 1 a 5, em que os escores correspondem: piorou muito, piorou, não alterou, melhorou e melhorou muito, respectivamente. Os resultados foram transformados em um valor de referência obtido por intermédio da média ponderada de cada resposta. A Tabela 14, apresenta o resumo das medias encontradas.

Em relação ao valor apurado com as vendas e o lucro obtido, em todos os *clusters* a média ficou próximo de 4. Isso demonstra que os empreendedores perceberam uma melhora nesses itens. Porém, em relação aos custos, os grupos 1, 3 e 4 definiram que não houve alteração neste quesito. Já o segundo agrupamento percebeu uma piora, uma vez que, após a aquisição dos empréstimos os custos aumentaram.

Tabela 14: Avaliação impactos do financiamento

Cluster	Vendas	Lucro	Custos	Estoques	Novos produtos	Compra de equipamentos ferramentas	Contratação de funcionários	Investimento em propaganda	Compra de veículos
1	4,16	4,19	2,98	3,98	4,00	3,68	3,00	3,12	3,47
2	3,96	3,84	2,04	3,80	3,88	3,60	3,48	3,48	3,76
3	3,90	3,94	2,96	3,87	3,87	3,64	3,19	3,36	3,66
4	4,17	4,07	3,03	3,90	3,97	3,69	3,31	3,24	3,52

Fonte: Elaborada pelo autor

⁷ Mesmo o programa Crediamigo sendo voltado somente para empréstimos que se destinam a uso produtivo, é possível em alguns casos haver falha na seleção e monitoramento, tendo casos com os citados acima em que os valores foram utilizados em necessidades pessoais dos clientes.

No quesito estoques, em nenhum dos grupos a média foi inferior a 3,80. Isso que indica que nesta variável houve uma melhora percebida em todos os grupos. O mesmo ocorreu com a capacidade de oferecer novos produtos ou serviços. Uma vez que os empreendedores possuem um capital maior para investir, eles conseguem diversificar mais o que disponibilizam para seus clientes.

Outras variáveis importantes correspondem a fatores relacionados diretamente a produtividade, divulgação e logística. A compra de máquinas, equipamentos e ferramentas obteve um escore semelhante em todos os *clusters*, por volta de 3,65, o que demonstra uma percepção positiva, mas não absoluta, de que após a aquisição do microcrédito houve melhora nesse quesito.

A maioria dos empreendimentos corresponde, a atividades individuais ou familiares, com área de atuação local. Por isso, não foi surpresa encontrar os resultados em relação à contratação de funcionários e ao investimento em propaganda. Um número majoritário de empreendedores não investia em propaganda e não tinha funcionários no período anterior à contratação do microcrédito. Esta situação se manteve após o financiamento. Os escores nas duas variáveis mantiveram próximo de 3, pois não houve alteração percebida.

Finalmente, a compra de veículos para utilização profissional foi avaliada. Em média, os escores ficaram acima de 3,5 pontos, uma vez que uma grande quantidade de empreendedores conseguiu adquirir um automóvel, caminhonete e, principalmente, motocicletas. Esse fato foi notado na observação direta, em especial nos prestadores de serviço e revendedores de produtos cosméticos, que, após a contratação do financiamento, compraram motocicletas para poderem entregar seus produtos ou executar seus serviços.

Para melhor compreensão sobre o que mudou nos negócios após o Crediamigo, foi incluída uma questão a respeito disso na entrevista semiestruturada. O Quadro 38 mostra as respostas de maiores destaques. E6 foca principalmente na possibilidade de compra de mercadoria e na aquisição de estoques, o que, conforme a Tabela 14 aponta, é um fator bem avaliado pelos clientes. Interessante notar que para E9 a questão de os empréstimos possuírem um período de pagamento reduzido acaba se tornando um capital de giro rápido e obtido de forma pouco burocrática.

Quadro 38: Quatro matricial satisfação dos clientes

Categoria: Melhora percebida	
Definição: Medir a satisfação o do cliente após o contrato de financiamento	
Subcategoria	Verbalização
Satisfeitos	<p>E6: É, ficou mais fácil para mim adquirir a... não é, o material e eu posso estar fazendo um estoque para estar comprando a mercadoria, e aí eu estar passando ela para outras pessoas. Ficou muito bom.</p> <p>E7: Ah! Eu, para mim que mexo com negócio eu acho que foi bom. Foi bom. É igual ao que eu estou te falando. Foi muito bom, entendeu?</p> <p>E9: Foi bom pra mim, né? Eu sempre faço. Termina um, começa o outro. Dá para comprar uma mercadoria, fazer um desconto melhor. Entendeu? Divide em prestações mais fáceis de pagar. Não é muita prestação. Paga mais rápido. Pra gente que é comerciante, é muito bom. São prestações rápidas, paga rápido, porque divide em poucas prestações e paga rapidinho e vai pegando outro. Então, o giro é mais rápido [...] E é bom na hora do aperto. A gente está apertada e tem o crédito para pegar. Vai lá, leva os papéis, eles olham lá como vai ficar. Não demora muito a sair. E os juros é menor. Então, pra mim foi bom.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal desta pesquisa foi apurar como o microcrédito pode influenciar o desenvolvimento do empreendedorismo no Vale do Jequitinhonha. Os dados foram coletados principalmente por meio de *survey* e entrevista semiestruturada e organizados com base em métodos mistos, pela estratégia de triangulação concomitante. A escolha desta estrutura permitiu a compreensão e validação dos elementos das etapas, resultando em, uma visão mais completa sobre o objeto de estudo.

O universo da amostra foi selecionado entre os usuários do programa Crediamigo no entorno do município de Capelinha. A escolha da IMF se fez devido à reconhecida capacidade e eficiência do Banco do Nordeste em fornecer financiamentos para camadas menos favorecidas economicamente da população. E a filial apontada foi motivada pela penetrabilidade da instituição financeira na cidade e pelo entorno e os indicadores de eficiência operacional, que aparecem em destaque em comparação com outras unidades.

Para a etapa quantitativa foi utilizada a análise de *cluster*. Esta técnica permite estudar os elementos a partir de agrupamentos feitos por similaridades. Isso se fez necessário devido à grande heterogeneidade dos tomadores de microfinanciamento na região, que pode ir desde uma dona de casa que revende cosméticos para complementar a renda familiar até um comerciante que possui três ou mais lojas.

Simultaneamente, seguiu-se a etapa qualitativa, por intermédio do estudo de caso. Esta etapa contou com três fontes de coletas de dados: pesquisa documental, observação direta e, principalmente, entrevistas semiestruturadas, agrupadas com base na análise de conteúdo. Esses dados permitiram o entendimento da visão dos microempreendedores de forma mais completa em relação à marcação de opção no questionário.

As primeiras variáveis a serem estudadas foram aquelas diretamente relacionadas às características dos financiamentos como: valor dos empréstimos, modalidade de financiamento, inclusão bancária; quantidade de vezes que recorreu ao financiamento, quantidade de parcelas do atual contrato de financiamento e instrumentos utilizados na orientação pelo Crediamigo.

A análise de *cluster*, em grande parte das variáveis estudadas, permitiu reconhecer uma grande semelhança entre os conglomerados 1 e 3, os mais numerosos da amostra,

seguidos do grupo 4, que ora compartilhava similaridade com os citados anteriormente, ora com o agrupamento 2. Ele demonstrou ser o mais distante dos demais, possuindo negócios mais estruturados, com faturamento maior e escolaridade mais elevada que a média da região. Isso demonstra que, mesmo com todos os cuidados na seleção dos clientes, é possível haver clientes que estão fora dos critérios socioeconômicos fixados como prioritários pelo Crediamigo.

Na definição do perfil dos empreendedores, foi encontrado, como era de se esperar, o domínio absoluto de moradores da área urbana do município de Capelinha, composto por pessoas com idade abaixo de 40 anos e com pequena predominância do sexo feminino. A questão da porcentagem do sexo masculino é uma peculiaridade desta filial, onde há um número muito maior de homens em relação à média do Crediamigo. Este fato que é explicado pelas raras oportunidades de emprego formal para pessoas de ambos os sexos na região. A escolaridade, em conformidade com os dados do PNUD (2013), é baixa, encontrando uma hegemonia de usuários que completaram, no máximo, o ensino básico ou médio. Por fim em relação ao estado civil, em todos os *clusters* houve supremacia de clientes casados.

Completando o delineamento, os clientes foram divididos em classes socioeconômicas. A classificação utilizada foi da ABEP (2014). Esta metodologia de categorização, apesar de suas limitações, mostrou-se apropriada, devido a sua facilidade de uso. Logo, mesmo existindo na amostra números significativos em todos os extratos sociais, houve a predominância de participantes pertencentes à classe C ou inferior. Com isso conclui-se que o Programa tem alcançado seu objetivo social de fornecer financiamento às camadas inferiores da população.

No que tange às operações de crédito, em sua maioria, consiste, em empréstimos de valores inferiores a dois mil reais. O valor mínimo encontrado foi de R\$ 300,00 e o máximo, de R\$ 8000,00. Como o foco é nos empréstimos com garantia do Grupo Solidário, a quantidade de parcelas neste tipo de financiamento é de seis vezes, permitindo um pagamento mais rápido e a possibilidade de reempréstimos consecutivos, o que faz com que grande parte do universo amostral tenha recorrido ao Crediamigo cinco ou mais vezes. Isso demonstra que os valores obtidos são ideais para a utilização como capital de giro, para a compra imediata de insumos ou a aquisição de ferramentas para a prestação de serviços.

Na avaliação dos negócios apoiados com o microcrédito, pôde-se perceber que se constituem na atividade econômica principal. Entretanto, há uma parcela significativa em

todos os *clusters* de clientes que possuem outras ocupações. Em três grupos houve o predomínio de negócios informais, à exceção no segundo aglomerado, no qual predominam empreendimentos legalizados ou microempreendedores individuais.

Em relação à criação de empregos, há o predomínio de empreendimentos em que não existem funcionários. Novamente, a exceção ocorre no grupo 2, onde 75% dos entrevistados possuem um ou mais empregados. Isso também pode ser explicado, pois a grande maioria dos empreendedores está situada nos setores de comércio e serviços, com seus empreendimentos funcionando na residência ou na forma de atendimento a domicílio.

Os negócios, em sua maioria, não são recentes. Em todos os grupos constatou-se a predominância de respondentes que afirmaram exercer a atividade financiada por cinco anos ou mais. Entretanto, esse resultado era esperado, uma vez, que como a maioria já realizou vários contratos de financiamento junto ao Crediamigo, era de se supor que trabalham no negócio há mais tempo.

Devido à grande informalidade e à baixa escolaridade, não é surpresa que em todos os grupos os empreendedores não possuam um controle financeiro capaz de discriminar as receitas e as despesas provenientes dos negócios. Entretanto, em relação a faturamento e a lucro, foi encontrada uma grande heterogeneidade entre os grupos. Como esperado, é no conglomerado 2 que esses indicadores apresentam maiores valores médios.

Normalmente o capital do financiamento é utilizado para atividade produtiva; por exemplo, compra de mercadorias, insumos, máquinas e equipamentos, bem como para a constituição do capital de giro, significando opções bastante significativa. Porém, mesmo com todo o cuidado na avaliação do crédito feita pelos agentes do Crediamigo, foi encontrado em todos os grupos um percentual que varia entre 23% e 49% de usuários que afirmaram ter utilizado parte ou a totalidade do financiamento para a aquisição de bens pessoais.

Os empreendedores perceberam uma mudança positiva no faturamento e no lucro de seus negócios após a aquisição do microcrédito, assim como na compra de estoques e de novos produtos. Porém, quanto à contratação de funcionários e à realização de investimentos em propagandas não perceberam alteração. Contudo, nos custos foi detectada uma piora. Isso pode ter acontecido por pressões inflacionárias ou, mesmo, pelo pagamento das parcelas do financiamento.

Em relação à aplicação das chamadas “tecnologias nas microfinanças”, por meio tanto do *survey* quanto da entrevista, bem como da observação direta, notou-se um bom uso por parte do Crediamigo e seus agentes de crédito. A avaliação dos potenciais tomadores é criteriosa por meio dos Grupos Solidários. Os empréstimos possuem valores progressivos e com intervalo de pagamento reduzido. Entretanto, na região não há a ênfase no empréstimo ao público feminino, existindo um equilíbrio entre os gêneros.

Há de se ressaltar o extenuante trabalho dos agentes de crédito. Muitas vezes, para chegarem aos clientes residentes em áreas rurais ou municípios vizinhos, precisam percorrer grandes distâncias utilizando motocicletas, devido ao baixo valor do reembolso do combustível pago pela IMF e às elevadas metas de novos incrementos que precisam cumprir. Mesmo com essas falhas a filial Capelinha, com seus indicadores superiores à média de outras unidades do Crediamigo, mostrou-se bastante eficaz na concessão do crédito produtivo para microempreendedores.

Em geral, os empreendedores recebem uma orientação dos agentes para a utilização correta dos financiamentos. Este trabalho, geralmente, é feito por meio de reuniões com os participantes do grupo na assinatura dos contratos ou, mesmo, de visita aos empreendimentos. Entretanto, uma parcela muito grande dos respondentes afirmou que não recebeu nenhum tipo de qualificação, o que, novamente é explicado pelas metas de crescimento do programa e pela necessidade dos agentes de crédito de buscarem incrementar a carteira para atingir os objetivos.

Conclui-se que microcrédito influencia os empreendimentos no Vale do Jequitinhonha, e principalmente, em relação a manutenção dos fluxos de caixa dos pequenos negócios. Esses empreendedores, outrora excluídos do mercado de crédito tradicional, muitas vezes, não conseguiam montar estoques ou comprar insumos por não possuírem capital necessário para tais investimentos. Posteriormente, com a chegada do Crediamigo na região, eles puderam aplicar o capital na compra de produtos à vista, com desconto que, muitas vezes, são maiores que os juros pagos no microfinanciamento. Com isso, tornaram-se mais competitivos e autossustentáveis, sem a necessidade de se ocuparem com outras atividades. Em alguns casos especiais, tornaram-se empresários de sucesso e reconhecidos na região.

A verificação dos resultados obtidos nesta pesquisa pode contribuir para melhorar a aplicação e o acompanhamento dos empreendimentos assistidos com o microcrédito. Por ser uma pesquisa independente e sem relação com o Crediamigo, é possível que as respostas

fossem mais sinceras em relação aos levantamentos feitos pela IMF. Com isso, verificaram-se alguns casos de clientes que estão fora do perfil do público-alvo e, mesmo, alguns que não utilizam os empréstimos para atividades produtivas. Relacionam-se, a seguir, algumas sugestões para estudos futuros sobre o tema em tela:

- Acompanhamento dos empreendimentos em múltiplos períodos de tempo com base em estudos com dados em painéis.
- Avaliação detalhada dos fluxos de caixa e demonstrativos contábeis dos empreendimentos.
- Acompanhamento de negócios que adquirem o primeiro financiamento e impactos imediatos.
- Estudo com uma amostra maior de participantes, com melhor significância estatística e em várias regiões do Vale do Jequitinhonha e Minas Gerais.

Em razão dos impactos positivos apresentados tanto pelos resultados deste presente estudo quando por aqueles encontrados na literatura, o microcrédito é um importante campo de estudo para os próximos anos. A compreensão detalhada dos programas de financiamento tidos como referência poder ser usada como *benchmarking* para a implementação de iniciativas semelhantes em outras localidades do Brasil ou do mundo.

REFERÊNCIAS

ABEP, Associação Brasileira de empresas de Pesquisa. **Alterações na aplicação do Critério Brasil**. ABEP. 2014.

AKERLOF, G. A. The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. **The Quarterly Journal of Economics**, v. 84, n. 3, p. 488, 1970. Disponível em: <<http://qje.oxfordjournals.org/lookup/doi/10.2307/1879431>>. .

ALYRIO, R. D. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Administração**. 1. ed. ed. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2009.

AMARAL JR, J. B.; TÁVOR JR, J. L. Uma análise do uso de redes neurais para a avaliação do risco de crédito de empresas. **Revista do BNDES**, v. 34, p. 133–180, 2010.

ARAÚJO, E. A. **Análise do desempenho financeiro e social das instituições de microcrédito brasileiras**, 2012. Tese (Doutorado em Administração) Universidade Federal de Lavras. Disponível em: <<http://repositorio.ufla.br/jspui/handle/1/472>>. Acesso em: 13/5/2013.

AZEVEDO, C.; SHIKIDA, P. Assimetria de informação eo crédito agropecuário: o caso dos cooperados da Coamo-Toledo (PR). **Revista de economia e sociologia rural**, v. 42, p. 267–291, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20032004000200005&script=sci_arttext&tlng=es>. Acesso em: 8/11/2014.

BABBIE, E. **Métodos de Pesquisa de Survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

BCB - BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Composição e Evolução do SNF**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/?SFNCOMP>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

BCB - BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Resolução 1914/1992. Divulga regulamento que disciplina a constituição e o funcionamento das cooperativas de crédito**. ,1992. Brasil: Banco Central do Brasil.

BCB - BANCO CENTRAL DO BRASIL.. Resolução 2627/1999. **Dispõe sobre a constituição e o funcionamento de sociedades de crédito ao microempreendedor**. ,1999. Brasil: Banco Central do Brasil.

BANCO MUNDIAL. Inequality in Latin America and the Caribbean: breaking with History. ... **Conference Edition, Banco Mundial, Washington DC.**[..., p. 467, 2003.

BARONE, F. M. **Pesquisa censitária sobre as microfinanças no Brasil**. Relatório de pesquisa para o Sebrae Nacional. Rio de Janeiro: Small Business/EBAPE/FGV, 2008.

BARONE, F. M., et. al. **Introdução ao Microcrédito**. Brasília: Conselho da Comunidade Solidária, 2002. 65p.

BARROS, A. DE; MIRANDA, C. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea**. v. 12, n. 4, p. 975–993, 2008.

BELLO FILHO, W. DE B. **Gênese e Reprodução da Crença na Efiácia da Política de Microcrédito no Combate à pobreza. 2010.** Universidade Federal do Maranhão, 2010.

BESTER, H. Screening vs. rationing in credit markets with imperfect information. **The American Economic Review**, v. 75, n. 4, p. 850–855, 1985. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/2635450>>. Acesso em: 11/11/2014.

BNB, Banco do Nordeste do Brasil. **Programas de Microfinanças do Banco do Nordeste: Relatório 2013.** Fortaleza, 2013.

BNB, BNB, Banco do Nordeste do Brasil. **Conheça a Forma de atuação do Crediamigo.**

Disponível em:

<http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Produtos_e_Servicos/Crediamigo/gerados/forma_d_e_atuacao.asp>. Acesso em: 24/11/2014a.

BNB, BNB, Banco do Nordeste do Brasil. **Conheça o Crediamigo.** Disponível em:

<http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Produtos_e_Servicos/Crediamigo/gerados/O_que_e_objetivos.asp>. Acesso em: 24/11/2014b.

BOTELHO, M. Experiências e vivências na migração sazonal. **Unimontes Científica**, v. 5, n. 2, p. 1–20, 2008.

BRAGA, M.; TONETO JR, R. Microcrédito: aspectos teóricos e experiências. **Análise Econômica**, v. 18, p. 69–86, 2000. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/AnaliseEconomica/article/view/10643/0>>. Acesso em: 11/11/2014.

BRASIL – República Federativa do. **Lei n.º 12.255, de quinze de junho de 2010.** Estabelece diretrizes para a política de valorização do salário mínimo entre 2012 e 2023. Diário Oficial [da República Federativa do Brasil], Brasília, DF, 16 jun. 2010.

BRASIL - República Federativa do. **Lei n.º 9.790, de 23 de março 1999.** Dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, institui e disciplina o Termo de Parceria, e dá outras providências. ,1999. Brasil.

BUSSAB, W. DE O.; MIAZAKI, É. S.; ANDRADE, D. F. DE. **Introdução à análise de agrupamentos. 9º Simpósio Nacional de Probabilidade e Estatística.** .90, 1990. São Paulo: Associação Brasileira de Estatística. Disponível em: <<http://medcontent.metapress.com/index/A65RM03P4874243N.pdf>>. Acesso em: 20/10/2013.

CGAP - CONSULTIVE GROUP TO ASSIST THE POOREST. **Microfinance consensus guidelines.** Washington, 2003.

CHAVES, S. S. **Panorama do microcrédito no Brasil.** VI Encontro de Economia Catarinense. 2012. Disponível em <http://www.apec.unesc.net/> ISSN 2175-7313

CHALEM, E.; MITSUHIRO, S. S.; FERRI, C. P.; et al. Gravidez na adolescência: perfil sócio- demográfico e comportamental de uma população da periferia de São Paulo, Brasil. **Caderno Saúde Pública**, v. 23, n. 1, p. 177–186, 2007.

CITIBANK. **História de Vendedores:** Mariângela Marques Pinheiro Cardoso. Disponível em: <<http://www.pcomm.com.br/vencedor/404/>>. Acesso em: 28/11/2014.

COLEMAN, James S. , **Social Capital in the Creation of Human Capital**, The American Journal of Sociology, Vol.94, Supplement: Organization and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Structure, 1998

COSTA, A. **Mercado de Crédito: uma análise econométrica dos volumes de crédito total e habitacional no Brasil.** Brasília: [s.n.]. Disponível em: <<http://ideas.repec.org/p/bcb/wpaper/87.html>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto.** Porto Alegre. Editora: Artmed. 2ª Edição. 2007.

DARCY, S.; MARQUES, M. **Microfinanças – Democratização do Crédito no Brasil – Atuação do Banco Central.** 3ª ed. Brasília: Banco Central do Brasil, 2006.

DIAS, J.; PSICO, J. **O desempenho social das instituições de microfinanças em Moçambique.** Economia Global e Gestão, v. 13, n. 2, p. 43-59, 2008.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa.** Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor.** São Paulo: Pioneira, 2003.

DZIOUBANOV, A. **Análise de crédito bancário: uma avaliação por meio de informações relativas à responsabilidade ambiental.** [s.l.] Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012

FILLION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr.-jun. 1999.

FJP (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO). **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Pólo Turístico do Vale do Jequitinhonha.** Belo Horizonte, 2004. 13 v. il

FONTENELE, R. Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 6, p. 1094–1112, 2010.

FORTE, C. **Estudo de caso comparativo entre programas de microcrédito na América Latina:** o impacto socioeconômico nas mulheres das cidades de Bogotá e. 2006. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) Universidade de São Paulo, 2006.

FREITAS, H. OLIVEIRA, M. SACCOL, A.Z. MOSCAROLA, J. **O método de pesquisa survey.** Revista de Administração, v. v. 35, n. 3, p. 105–112, 2000.

FOOSE, L.; GREENBERG, A. The double bottom line: Evaluating social performance in microfinance. **Microbanking Bulletin**, , n. 17, p. 12–16, 2008. Disponível em:

<<http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:The+double+bottom+line:+evaluating+social+performance+in+microfinance#0>>. Acesso em: 16/11/2014.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GIL, A. C.. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Intrepreneurship Monitor**. Empreendedorismo no Brasil (Relatório Nacional). Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná, 2012.

GONÇALVES, C. A. e MEIRELLES, A. M. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

GONZALEZ-VEGA, C. Microfinance: Broader achievements and new challenges. **Economics and Sociology Occasional**, n. 2518, 1998. Disponível em: <http://www.microfinancegateway.org/gm/document-1.9.27077/1443_1443.pdf>. Acesso em: 13/11/2014.

GUERRERO, P. **Vale do Jequitinhonha: a região e seus contrastes**. Revista Discente Expressões Geográficas, n. 5, p.81-100, 2009.

GUTIÉRREZ-NIETO, B.; SERRANO-CINCA, C.; MAR MOLINERO, C. Microfinance institutions and efficiency. **Omega**, v. 35, n. 2, p. 131–142, 2007. Disponível em: <<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0305048305000654>>. Acesso em: 27/10/2014.

HAIR, J.; ANDERSON, R.; TATHAM, R. **Análise multivariada de dados**. 5. ed. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HASHEMI, S. Beyond good intentions: measuring the social performance of microfinance institutions. **FocusNote**, , n. 41, 2007. Disponível em: <<http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Beyond+Good+Intentions:+Measuring+the+Social+Performance+of+Microfinance+Institutions#0>>. Acesso em: 16/11/2014.

HERMES, N.; LENSINK, R.; MEESTERS, A. **Outreach and Efficiency of Microfinance Institutions**. SSRN Electronic Journal, p. 1-29, 2008.

HODGMAN, D. Credit risk and credit rationing. **The Quarterly Journal of Economics**, v. 74, n. 2, p. 258–278, 1960. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/1884253>>. Acesso em: 11/11/2014.

HULME, D.; MOSLEY, P. **Finance Against Poverty:, Volume 1**. New York: Routledge, 2005.

HULME, D.; MOSLEY, P. **Finance Against Poverty Volumes 2**. 1^a ed. New York: Routledge, 1996.

IBAN, I. B. DE A. M. **Relatório final do Projeto: perspectivas de expansão das microfinanças no Brasil**: marco legal, capitalização e tecnologia. Rio de Janeiro, 2001.

INEPAD. **Crédito em relação ao PIB (%)**. Disponível em: <http://inepad.org.br/site/arquivos-cientificos/Topicos-Especiais-em-Financas/Estudo-Revisado-Credito-em-relacao-ao-PIB_28.10.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2014.

JAFFEE, D.; RUSSELL, T. Imperfect information, uncertainty, and credit rationing. **The Quarterly Journal of Economics**, v. 90, n. 4, p. 651–666, 1976. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/1885327>>. Acesso em: 11/11/2014.

JUNQUEIRA, R.; ABRAMOVAY, R. A sustentabilidade das microfinanças solidárias. **Revista de Administração**, v. 40, n. 1, p. 19–33, 2005. Disponível em: <http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=1152>. Acesso em: 13/11/2014.

KRAYCHETE, E. **O Banco Mundial e o desenvolvimento das microfinanças em países da periferia capitalista**. 2005. Universidade Federal da Bahia, 2005.

LAW, J.; SMULLEN, J. **A dictionary of finance and banking**. 4^o. ed. Oxford: Oxford University Press, 2008. p. 471

LEDGERWOOD, J. **Microfinance Handbook: an institutional and financial perspective**. Washington: The World Bank, 1998.

LIMA, S. Microcrédito como política de geração de emprego e renda. **Revista do BNDES**, v. 32, p. 47–75, 2009. Disponível em: <http://www.bndespar.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/convencimento/revista/rev3202.pdf>. Acesso em: 12/11/2014.

LITTLEFIELD, E.; ROSENBERG, R. Microfinance and the Poor: Breaking down walls between microfinance and formal finance Elizabeth. **Finance & Development**, , n. June, p. 38–40, 2004.

MARCONI, M. DE A.; LAKATOS, E. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

MARTINS, P. H. **Diagnóstico do marco legal das microfinanças no Brasil**. Brasília: MTE, BNDES, BID, 2008. Disponível em <http://portal.mte.gov.br/data/files/FF8080812B62D40E012B6E119CBE6C1D/Diagnostico_Marco_Legal_Microfinancas.pdf>

MARTINS, P. H.; WINOGRAD, A.; SALLES, R. C. **Manual de Regulamentação das Microfinanças: Programa de Desenvolvimento Institucional**. BNDES. Rio de Janeiro: [s.n.], 2002

MAZZUTTI, C. **Microfinanças no Brasil: afinal, existe um trade-off entre o foco na pobreza ea sustentabilidade financeira?**, 2005. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/6762>>. Acesso em: 13/11/2014.

MEYER, R. **Track record of financial institutions in assisting the poor in Asia**. Tokyo: [s.n.], 2002. p. 42

MORDUCH, J. The microfinance promise. **Journal of economic literature**, v. XXXVII, p. 1569–1614, 1999. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/2565486>>. Acesso em: 12/11/2014.

MORGAN G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996. (Capítulo 3)

NASCIMENTO, E. DO. Vale do Jequitinhonha: Entre a carência social ea riqueza cultural. **Contemporâneos Revista de Artes e Humanidades**, v. 4, p. 1–15, 2009.

NASSIF, V. Empreendedorismo por Necessidade: O Desemprego como Impulsionador da Criação de Novos Negócios no Brasil. **Pensamento & Realidade**, v. 24, n. 1, p. 143–168, 2009.

NERI, M. C. **Microcrédito, o mistério nordestino e o Grameen Brasileiro**: perfil e performance dos clientes do CrediAmigo. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

NERI, M. C. **Microempresários Urbanos Nordestinos, Favelas Cariocas e o Programa CrediAmigo**. Rio de Janeiro, 2012.

OTERO, M. Bringing development back, into microfinance. **Journal of Microfinance/ESR Review**, v. 1, n. 1, p. 12, 1999. Disponível em: <<https://ojs.lib.byu.edu/spc/index.php/ESR/article/viewFile/1379/1340>>. Acesso em: 8/3/2014.

OUMA, C. O.; RAMBO, C. M. **Effects of Access to microcredit on the Growth of women-owned small and medium enterprises in the central business district of Kisumu**: The case of Kenya Women finance. *Global Conference On Business and Finance Proceedings*, v. 8, n. 1, p. 2-8, 2013.

PARENTE, S. **Microfinanças - Saiba o que é um banco do Povo**. 1^a ed. Brasília: AED, 2002.

PAXTON, P. Is social capital declining in the united states? A multiple indicator assessment 1. **American Journal of sociology**, v. 105, n. 1, p. 88–127, 1999. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/10.1086/210268>>. Acesso em: 21/11/2014.

PEREIRA, F. **Porque as taxas aplicadas no microcrédito diferem de país para país?** Uma discussão com dados seccionais. 2012. Tese (Doutorado em Administração) Universidade do Minho, 2012.

PNUD - PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil 2013**. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/IDH/Atlas2013.aspx?indiceAccordion=1&li=li_Atlas2003>. Acesso em: 05 jun. 2013.

REYNOLDS, P.D; STOREY, D. J; WESTHEAD, P. Cross-Nation comparisons of the variation in new firma formation rates, **Regional Studies**, v. 28, n. 24, p. 443-456, 1994

RIBEIRO, C. T.; CARVALHO, C. E. **Do microcrédito às microfinanças: desempenho financeiro, dependência de subsídios e fontes de financiamento: uma contribuição à análise da experiência brasileira.** 1ª ed. SÃO PAULO: FAPESP, 2006.

RODRÍGUEZ, F.; PERDOMO, Y. **Los microcréditos como herramienta de desarrollo: revisión teórica y propuesta piloto para el África Subsahariana.** CIRIEC- ..., n. 70, p. 101-126, 2011.

ROGALY, B. Micro-finance evangelism, “destitute women”, and the hard selling of a new anti-poverty formula. **Development in Practice**, v. 6, n. 2, p. 100–112, 1996. Disponível em: <<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-0029856537&partnerID=tZOtx3y1>>.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. **Cálculo amostral: calculadora on-line.** Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 20/11/2014.

SANTOS JÚNIOR, S. F. **A Importância do Festivale para construção de uma identidade Regional e formação política no vale do jequitinhonha.** São Paulo: 2012.

SCHREIBER, J. G. **O Papel do Microcrédito no Combate à Pobreza: Avaliação do Impacto do Microcrédito Sobre a Renda dos Microempreendedores,** Clientes do Banco do Empreendedor. 2009. Universidade Federal do Paraná, 2009.

SCHRICKEL, W. K. **Análise de Crédito: concessão e gerência de empréstimos.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995. p. 349

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico.** (L. Schlaepfer, Trad.). Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961. (Obra original publicada em 1911)

SEBRAE. **Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil.** Brasília, 2011.

SILVA, J. P. DA. **Gestão e análise de risco de crédito.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 423

SOARES, M. M.; MELO SOBRINHO, A. D. **Microfinanças O Papel do Banco Central do Brasil e a Importância do Cooperativismo de Crédito.** 2ª Edição ed. Brasília: Banco Central do Brasil, 2008. p. 202

STEL, A. VAN; CARREE, M.; THURIK, R. The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. **Small Business Economics**, v. 24, n. 3, p. 311–321, 2005.

STERREN, J. V. D. **Financial Markets, Microfinance and Tourism in Developing Countries.** Revista Ara, v. 1, n. 2, jul. 2008.

STIGLITZ, J. Money, Credit, and Business Fluctuations. **The Economic Record**, v. 64, p. 307–322, 1989. Cambridge, MA. Disponível em: <<http://www.nber.org/papers/w2823.pdf>>. .

STIGLITZ, J.; WEISS, A. Credit rationing in markets with imperfect information. **The American economic review**, v. 71, n. 3, p. 393–410, 1981. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/1802787>>. Acesso em: 8/11/2014.

TORGA, E. M. M. F. **O Microcrédito como instrumento de inclusão financeira e desenvolvimento humano:** Análise de risco das operações de microcrédito por bancos governamentais brasileiros à luz das técnicas de duração e convexidade. 2012. 119 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Cepead – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

TOSCANO, I. **Microcrédito: da Iniciativa Local ao Centralismo Estatal.** Página do Microcrédito. 2002.

UNCDF (UNITED NATIONS CAPITAL DEVELOPMENT FUND). **Building Inclusive Financial Sectors for Development.** 1ª ed. New York: United Nations, 2006.

VICENZI, S.; BULGACOV, S. Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas. **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 35, p. 208–221, 2013

VITOLO, Y.; FLEITLICH-BILYK, B. Crenças e atitudes educativas dos pais e problemas de saúde mental em escolares. **Rev Saúde Pública**, v. 39, n. 5, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.org/pdf/rsp/v39n5/26290.pdf>>. Acesso em: 15/12/2014.

WRIGHT, G. Examining the impact of microfinance services-increasing income or reducing poverty? **Small Enterprise Development**, , n. March, 1999.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

YUNUS, Muhammad. **Criando um negócio social.** 1º Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

ZAMITH, F. Pirâmide invertida na cibernotícia: a resistência de uma técnica centenária. **Revista PRISMA. COM**, p. 175–192, 2010. Disponível em: <<http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/590>>. Acesso em: 8/4/2014.

ZELLER, M.; MEYER, R. **The triangle of microfinance.** 1ª ed. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 2002.

APÊNDICE A - Questionário de coleta de dados.

1. Município de residência (cidade) _____
2. Localização da residência () Área Urbana, () Zona Rural
3. Gênero (sexo): () Masculino () Feminino
4. Idade: _____
5. Estado Civil: () Solteiro () casado / união estável () viúvo
() separado / divorciado
6. Escolaridade (máxima concluída)
() Nunca estudei
() Básico (até a 8ª série)
() Médio ou Segundo Grau
() Superior (Faculdade)
() Pós Graduação (Especialização, MBA, Mestrado ou Doutorado)

Sobre a sua empresa/negócio responda:

7. É a sua atividade principal
() Sim, () Não
8. Situação Jurídica (Formalização)
() Formal () Informal
() MEI – Microempreendedor Individual () Em processo de formalização
9. Quantas pessoas trabalham em seu empreendimentos, incluindo você?
() apenas eu
() 2
() 3
() entre 4 e 10
() entre 11 e 20
() mais de 20
10. Local de funcionamento
() residência
() ponto comercial (loja ou sala)
() serviço a domicílio
() ambulante
() outro

11. Quanto tempo possui esse negócio (anos) ?
- menos de 1 ano
 - entre 1 a 3 anos
 - entre 3 e 5 anos
 - mais de 5 anos
12. Seu negócio é classificado em qual setor de atividade?
- Indústria
 - Comércio
 - Prestação de serviços
 - Artesanato
 - Turismo
 - Agricultura comercial (principalmente para venda da produção)
 - Agricultura de subsistência (principalmente para o sustento de sua família)
 - Outro (especifique)
13. Você vende seu produto ou presta serviço para qual região?
- Somente para minha vizinhança (bairro, distrito ou comunidade)
 - Para o meu município (cidade)
 - Cidades Vizinhas
 - Grande parte do Estado de Minas Gerais
 - Para outros estados do Brasil
 - Exterior (outros países)
14. O que levou você a iniciar esse negócio? (marcar mais de uma alternativa se necessário)
- Falta de emprego formal
 - Oportunidade de negócios
 - Complementação de renda
 - Indicação de amigos ou familiares
 - Uso de indenização por demissão (FGTS, Seguro desemprego e etc...)
 - Ocupação após a aposentadoria
 - Outros _____
15. Você administra o dinheiro do negócio separadamente do dinheiro pessoal?
- sempre
 - às vezes
 - nunca
16. Você realiza algum dos seguintes controles/registros no seu negócio? (marcar mais de uma alternativa se necessário)
- livro caixa
 - contas a pagar
 - contas a receber
 - controle de estoque
 - nenhum
 - outro (s):

17. Você poderia especificar?
- a) O valor apurado com as vendas ou prestação de serviço por mês (em média)
R\$ _____
- b) O valor do lucro de seu negócio R\$ _____
18. Além do negócio você possui outra fonte de renda?
- () Sim () Não.
19. Você investe o lucro do seu negócio principalmente em que?
- () ampliação do negócio
() melhora das condições de vida da minha família
() aquisição de bens pessoais
() reserva para velhice (aposentadoria)
() outros _____

Na questão 20 marcar opção de 1 a 5 para cada pergunta listada. Seguindo a seguinte escala:

5 – melhorou muito; 4 – melhorou; 3 – não alterou; 2 – piorou; 1 – piorou muito.

20. Após o contrato de financiamento (microcrédito) como você avalia a influência no seu negócio sobre os seguintes aspectos:

Valor apurado com as vendas por mês	1	2	3	4	5
O valor do lucro (o que sobre) do negócio	1	2	3	4	5
Capacidade de diminuir custos	1	2	3	4	5
Melhoria no ponto de venda ou apresentação do produto (embalagens, rótulos e etc.)	1	2	3	4	5
Compra de estoques quando necessário	1	2	3	4	5
Capacidade de oferecer novos produtos	1	2	3	4	5
Compra de equipamentos ou ferramentas	1	2	3	4	5
Contratar funcionários	1	2	3	4	5
Investimento em propaganda (panfleto, rádio e etc.)	1	2	3	4	5
Aquisição de bens móveis/veículos/ computadores para o negócio	1	2	3	4	5

21. Quantidade de bens que você possui em sua residência?

	Nenhum	1	2	3	4 ou mais
Banheiros					
Empregados domésticos					
Automóvel (uso pessoal)					
Microcomputador					
Máquina Lava					
Louça					
Geladeira					
Freezer					
Máquina de Lavar Roupa					
DVD					
Microondas					
Motocicleta (uso pessoal)					
Secadora de Roupa					

22. Quais serviços públicos sua casa possui?

Água Encanada	1 – sim	0 - Não
Rua Pavimentada	1 – sim	0 - Não
Energia Elétrica	1 – sim	0 - Não

Informações sobre empréstimos / transações de financiamento/microcrédito.

23. Qual instituição bancária você já pegou financiamento (marcar mais de um caso for necessário)

- Crediamigo (Banco do Nordeste)
- Caixa Econômica Federal
- Banco do Brasil
- Sicoob
- Outros.

24. Quantas vezes você já pegou crédito para o seu negócio?

- 1 vez
- 2 ou 3 vezes
- 4 ou 5 vezes
- mais de 5 vezes

25. Informações sobre o último financiamento:

- a) Qual o valor solicitado em R\$?
- b) Em quantas parcelas (meses)?
- c) Qual o valor por mês da sua prestação em R\$?
- d) Qual a carência (prazo para começar a pagar em meses)?
- e) Você sabe qual é a taxa de juros ao mês do último financiamento adquirido?

26. Em que foi investido o último empréstimo?

- Capital de Giro
- Compra de mercadorias / insumos
- Máquinas, equipamentos e veículos
- Pagamento de dívidas
- Pagamento de impostos
- Contratação de funcionários
- Melhoria no ponto de venda
- Propaganda
- Compra de bens de consumo para você ou sua família
- Outros. _____

27. Qual a modalidade de crédito acessada com maior frequência:

- Empréstimo Individual
- grupo solidário
- Outro

28. Atualmente, você possui empréstimo com outra instituição de microcrédito ou banco?

- sim não

29. Se a resposta da questão anterior foi SIM, o que a instituição de crédito oferece?

- Cursos para ajudar a melhorar o negócio
 Visitas de funcionários do banco ou agentes de crédito
 Palestras
 Reunião ou encontro com outros empreendedores (*empresários)
 Outro (especifique)

APÊNDICE B - Perguntas norteadoras entrevista semiestruturada

1. Por que o Sr(a). requisitou o financiamento?
2. Como tomou conhecimento sobre o Crediamigo?
3. Esse financiamento mudou de alguma maneira a sua vida?
4. Você tem ou já teve dificuldades de pagar o empréstimo?
5. O valor do financiamento atende às suas necessidades?
6. Os agentes de crédito acompanham o seu negócio?
7. Como é o seu relacionamento com os participantes do seu grupo?
8. Alguém do grupo, alguma vez deixou de pagar?
9. Como é o atendimento do Crediamigo?
10. Se você pudesse mudar algo no Crediamigo, o que seria?
11. Quantas vezes você já pegou financiamento?
12. O valor dos empréstimos vem aumentando com o tempo?
13. Qual o uso do capital solicitado?
14. O que difere o Crediamigo dos outros bancos?
15. O Sr(a). possui conta em outros bancos?
16. O Crediamigo foi até você, ou você foi ao Crediamigo?
17. O seu negócio se sustentaria sem o Crediamigo?
18. Estado Cível?
19. Em que consiste o seu negócio?
20. O negócio é sua atividade principal?
21. O Sr(a). se sentiu mais valorizado após o financiamento?

ANEXO A: Critério de Classificação Econômica Brasil - ABEP



CRITÉRIO
DE CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA
BRASIL

ABEP
associação brasileira de empresas de pesquisa

Alterações na aplicação do Critério Brasil, válidas a partir de 01/01/2015 (versão preliminar)

A metodologia de desenvolvimento do Critério Brasil que entra em vigor no início de 2015 está descrita no livro *Estratificação Socioeconômica e Consumo no Brasil* dos professores Wagner Kamakura (Rice University) e José Afonso Mazzon (FEA /USP), baseado na Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) do IBGE.

A regra operacional para classificação de domicílios, descrita a seguir, resulta da adaptação da metodologia apresentada no livro às condições operacionais da pesquisa de mercado no Brasil.

As organizações que iniciarem seus testes usando a regra de classificação a seguir podem relatar suas experiências ao Comitê do CCEB. Essas experiências serão valiosas para que o Critério Brasil seja permanentemente aprimorado.

A transformação operada atualmente no Critério Brasil foi possível graças a generosa contribuição e intensa participação dos seguintes profissionais nas atividades do comitê:

Luis Pilli (Coordenador) - LARC Pesquisa de Marketing
Bianca Ambrósio -TNS
Bruna Suzzara – IBOPE
Marcelo Alves - Nielsen
Margareth Reis – GFK
Paula Yamakawa - IBOPE
Renata Nunes - Data Folha
Tatiana Wakaguri - IBOPE
Sandra Mazzo - IPSOS
Valéria Tassari - IPSOS

A ABEP, em nome de seus associados, registra o reconhecimento e agradece o envolvimento desses profissionais.

SISTEMA DE PONTOS

Posse de Itens

	Quantidade				
	0	1	2	3	4 ou +
Banheiros	0	3	7	10	14
Empregados domésticos	0	3	7	10	13
Automóveis	0	3	5	8	11
Microcomputador	0	3	6	8	11
Lava louca	0	3	6	6	6
Geladeira	0	2	3	5	5
Freezer	0	2	4	6	6
Lava roupa	0	2	4	6	6
DVD	0	1	3	4	6
Micro-ondas	0	2	4	4	4
Motocicleta	0	1	3	3	3
Secadora roupa	0	2	2	2	2

Grau de instrução do chefe de família e acesso a serviços públicos

Escolaridade da pessoa de referência	
Analfabeto / Fundamental I incompleto	0
Fundamental I completo / Fundamental II incompleto	1
Fundamental II completo / Médio incompleto	2
Médio completo / Superior incompleto	4
Superior completo	7
Serviços públicos	
	Não Sim
Água encanada	0 4
Rua pavimentada	0 2

Distribuição das classes

As estimativas de tamanho dos estratos serão atualizadas para 2015 e estarão disponíveis até o final deste ano. Neste momento, essas estimativas são apresentadas apenas para o Brasil e para o total das 9 Regiões Metropolitanas (Porto Alegre, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, Salvador, Recife e Fortaleza) que fazem parte do critério atual. Quando forem atualizadas as estimativas para 2015, serão apresentados resultados para cada uma das RM's e para as Macro Regiões do País.

As estimativas para o total do Brasil são baseadas em estudos probabilísticos nacionais do Datafolha e IBOPE Inteligência. E as estimativas para as 9 Regiões Metropolitanas se baseiam em dados de estudos probabilísticos da IPSOS e IBOPE Mídia (LSE).

CLASSE	BRASIL	9 RMs
A	3	4
B1	5	6
B2	18	20
C1	23	24
C2	24	26
D - E	27	20
TOTAL	100	100

Cortes do Critério Brasil

Classe	Pontos
A	45 - 100
B1	38 - 44
B2	29 - 37
C1	23 - 28
C2	17 - 22
D - E	0 - 16

PROCEDIMENTO NA COLETA DOS ITENS

É importante e necessário que o critério seja aplicado de forma uniforme e precisa. Para tanto, é fundamental atender integralmente as definições e procedimentos citados a seguir.

Para aparelhos domésticos em geral:

Devem ser considerados todos os bens que estão dentro do domicílio em funcionamento (incluindo os que estão guardados) independente da forma de aquisição: compra, empréstimo, aluguel, etc. Se o domicílio possui um bem que emprestou a outro, este não deve ser contado pois não está em seu domicílio atualmente. Caso não estejam funcionando, considere apenas se tiver intenção de consertar ou repor nos próximos seis meses.

Banheiro

O que define o banheiro é a existência de vaso sanitário. Considerar todos os banheiros e lavabos com vaso sanitário, incluindo os de empregada, os localizados fora de casa e os da(s) suíte(s). Para ser considerado, o banheiro tem que ser privativo do domicílio. Banheiros coletivos (que servem a mais de uma habitação) não devem ser considerados.

Empregados Domésticos

Considerar apenas os empregados mensalistas, isto é, aqueles que trabalham pelo menos cinco dias por semana, durmam ou não no emprego. Não esqueça de incluir babás, motoristas, cozinheiras, copeiras, arrumadeiras, considerando sempre os mensalistas.

Note bem: o termo empregado mensalista se refere aos empregados que trabalham no domicílio de forma permanente e/ou contínua, pelo menos cinco dias por semana, e não ao regime de pagamento do salário.

Automóvel

Não considerar táxis, vans ou pick-ups usados para fretes, ou qualquer veículo usado para atividades profissionais. Veículos de uso misto (pessoal e profissional) não devem ser considerados.

Microcomputador

Considerar os computadores de mesa, laptops, notebooks e netbooks. Não considerar: calculadoras, agendas eletrônicas, tablets, palms, smartphones e outros aparelhos.

Lava-Louça

Considere a máquina com função de lavar as louças.

Geladeira e Freezer

No quadro de pontuação há duas linhas independentes para assinalar a posse de geladeira e freezer respectivamente. A pontuação será aplicada de forma independente:

Havendo uma geladeira no domicílio, serão atribuídos os pontos (2) correspondentes a posse de geladeira;

Se a geladeira tiver um freezer incorporado – 2ª porta – ou houver no domicílio um freezer independente serão atribuídos os pontos (2) correspondentes ao freezer. Dessa forma, esse domicílio totaliza 4 pontos na soma desses dois bens.

Lava-Roupa

Considerar máquina de lavar roupa, somente as máquinas automáticas e/ou semiautomática. O tanquinho NÃO deve ser considerado.

DVD

Considere como leitor de DVD (Disco Digital de Vídeo ou Disco Digital Versátil) o acessório doméstico capaz de reproduzir mídias no formato DVD ou outros

formatos mais modernos, incluindo videogames, computadores, notebooks. Inclua os aparelhos portáteis e os acoplados em microcomputadores. Não considere DVD de automóvel.

Micro-ondas

Considerar forno micro-ondas e aparelho com dupla função (de micro-ondas e forno elétrico).

Motocicleta

Não considerar motocicletas usadas exclusivamente para atividades profissionais. Motocicletas apenas para uso pessoal e de uso misto (pessoal e profissional) devem ser consideradas.

Secadora de roupas

Considerar a máquina de secar roupa. Existem máquinas que fazem duas funções, lavar e secar. Nesses casos, devemos considerar esse equipamento como uma máquina de lavar e como uma secadora.