

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

CRISTIANA LARA CUNHA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: O CASO DO CREDIAMIGO NO VALE DO
JEQUITINHONHA - MG

Belo Horizonte
2017

CRISTIANA LARA CUNHA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: O CASO DO CREDIAMIGO NO VALE DO
JEQUITINHONHA - MG

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção de título de Mestre, por aluna do curso de Mestrado em Administração, do Centro de Pós Graduação e Pesquisas em Administração, da Universidade Federal de Minas Gerais.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Vidal Barbosa

Belo Horizonte
2017

Ficha Catalográfica

C972e
2017

Cunha, Cristiana Lara.
Empreendedorismo feminino [manuscrito] : o caso do Crediamigo no vale do jequitinhonha – MG / Cristiana Lara Cunha . – 2017.
91 f.: il., gráfs. e tabs.

Orientador: Francisco Vidal Barbosa.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração.
Inclui bibliografia (f. 80-84) e anexos.

1. Empreendedorismo – Teses. 2. Microfinanças – Teses.
3. Mulheres nos negócios – Jequitinhonha, Rio, Vale (MG e BA) – Teses. I. Barbosa, Francisco Vidal. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração. IV. Título.

CDD : 658.403

Elaborada pela Biblioteca da FACE/UFMG. – NMM/087/2017



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 da Senhora **CRISTIANA LARA CUNHA**, REGISTRO Nº 610/2017. No dia 22 de maio de 2017, às 14:00 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 08 de maio de 2017, para julgar o trabalho final intitulado "**EMPREENDEDORISMO FEMININO: O CASO DO CREDIAMIGO NO VALE DO JEQUITINHONHA - MG**", 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 à candidata para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores com a respectiva defesa da candidata. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da candidata 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 à candidata 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, 22 de maio de 2017.

NOMES

ASSINATURAS

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

Prof. Dr. Márcio Augusto Gonçalves
(CEPEAD/UFMG)

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

Prof. Dr. Marcos Antônio de Camargos.....
(CEPEAD/UFMG)

Prof. Dr. Helton Cristian de Paula.....
(CEAD/UFOP)

CRISTIANA LARA CUNHA

EMPREENDEDORISMO FEMININO:

O CASO DO CREDIAMIGO NO VALE DO JEQUITINHONHA - MG

Dissertação apresentada ao Centro de Pós Graduação e Pesquisas em Administração da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para a obtenção de título de Mestre em Administração pela comissão julgadora composta pelos membros:

COMISSÃO JULGADORA

Prof. Dr. Francisco Vidal Barbosa
CEPEAD – FACE- UFMG (Orientador)

Prof. Dr. Márcio Augusto Gonçalves
CEPEAD- FACE- UFMG

Prof. Dr. Antonio Dias Pereira Filho
CEPEAD- FACE- UFMG

Prof. Dr. Marcos Antônio de Camargos
CEPEAD- FACE- UFMG

Prof. Dr. Helton Cristian de Paula
CEAD- UFOP

*“Cada pessoa deve trabalhar para seu
aperfeiçoamento e, ao mesmo tempo,
participar da responsabilidade coletiva
por toda a humanidade.”*

Marie Curie

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que me ajudaram nesta caminhada, direta ou indiretamente. Sem a ajuda de vocês, nada disso seria possível!

RESUMO

A realidade das mulheres brasileiras, principalmente de baixa renda, adicionalmente à momentos de crise e instabilidade financeira vividos por toda a população nos períodos atuais, evidenciam a necessidade de um instrumento possibilitador de melhorias, tanto no âmbito humano, quanto financeiro e social. É através do auto emprego e da criação de micro empreendimentos que grande parte da população consegue visualizar uma possibilidade de futuro melhor e saída da condição em que se encontram. Para que ocorra a criação destes microempreendimentos, no entanto, é necessário que haja crédito, mais precisamente aqui através da figura do microcrédito. Neste estudo, realizado com microempreendedoras clientes do Crediamigo na região de Diamantina, no Vale do Jequitinhonha- MG, aborda-se questões de empreendedorismo, gênero, crédito e pobreza, bem como o empoderamento porventura relativo ao acesso dessas mulheres ao microcrédito. Tem como objetivo avaliar como o microcrédito influencia nos microempreendimentos gerados por mulheres no Vale do Jequitinhonha. Para tanto, utiliza-se técnicas de pesquisas tanto quantitativas quanto qualitativas, buscando obter resultados mais completos do que se realizado com apenas uma das técnicas. Assim, utiliza-se de análise descritiva para a análise dos questionários tipo *Survey* aplicados, seguido de agrupações do tipo *Cluster*, buscando agrupamentos de acordo com as similaridades neles observadas. Já para a parte das entrevistas semiestruturadas é realizada a análise do conteúdo, a fim de complementar e validar os dados obtidos na etapa anterior. Os resultados obtidos mostram que a classe social de parte das clientes pesquisadas difere do público para o qual o microcrédito é direcionado. Também percebe-se relação negativa do empréstimo para com o poder de contratação de funcionários. E, principalmente, percebe-se que, apesar do uso do crédito ser focado para o empreendimento, ainda há desvio de finalidade, uma vez que é recorrente o uso do crédito para questões pessoais.

Palavras chave: Empreendedorismo feminino, Microcrédito, Vale do Jequitinhonha.

ABSTRACT

The reality of Brazilian women, particularly low-income ones, in addition to the moments of crisis and financial instability experienced by the entire population in the current periods, evidences the need for an instrument that enables improvements in both financial and social spheres. It is through self-employment and the creation of microenterprises that a large part of the population can see a possibility of a better future and out of the condition in which they find themselves. In order to create these microenterprises, however, it is necessary to have credit, more precisely here through the figure of microcredit. This study, carried out with microentrepreneurs of Crediamigo, clients in the city of Diamantina (and adjacencies), located in Vale do Jequitinhonha-MG, addresses issues of entrepreneurship, gender, credit and poverty, as well as empowerment related to women's access to microcredit. Its objective is to evaluate how microcredit influences microenterprises generated by women in Vale do Jequitinhonha. To do so, we use both quantitative and qualitative research techniques, seeking to obtain more complete results than if we performed with only one of the techniques. Thus, a descriptive analysis is used for the analysis of the questionnaires applied to the Survey, followed by clusters, searching for clusters according to the similarities observed in them. For the part of the semi-structured interviews, the content analysis is carried out in order to complement and validate the data obtained in the previous stage. The results show that the social class of the clients surveyed differs from the public to whom the microcredit is directed. Negative relation between the loan and the power of hiring of employees is also observed. And, mainly, it is observed that, although the use of credit is focused for the enterprise, there is still a deviation from purpose, since the use of credit for personal questions is recurrent.

Keywords: Female Entrepreneurship, Microcredit, Vale do Jequitinhonha.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Representação do crédito	22
Figura 2: Conceito de microfinanças, microcrédito e microcrédito produtivo orientado.....	27
Figura 3: Mapa do Vale do Jequitinhonha.....	40
Figura 4: Dendograma do agrupamento dos indivíduos em relação à avaliação nos itens propostos sobre Unidade Familiar.....	51
Figura 5: Dendograma do agrupamento de indivíduos em relação à avaliação nos itens de Empresa/Negócio.....	58
Figura 6: Dendograma do agrupamento dos indivíduos em relação às Variáveis Iniciais.....	63

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Análise descritiva das variáveis categóricas.....	45
Tabela 2: Análise descritiva das variáveis numéricas.....	49
Tabela 3: Associação dos grupos em relação as variáveis do Perfil dos indivíduos (primeiro dendograma).....	51
Tabela 4: Caracterização dos grupos em relação a avaliação nos itens de Unidade Familiar (primeiro dendograma).....	52
Tabela 5: Associação dos grupos em relação às variáveis de Unidade Familiar (primeiro dendograma).....	53
Tabela 6: Associação dos grupos em relação às variáveis de Empresa/Negócio (primeiro dendograma).....	53
Tabela 7: Associação dos grupos em relação às variáveis de Informações sobre Microcrédito (primeiro dendograma).....	56
Tabela 8: Caracterização dos grupos em relação às variáveis de Empresa/Negócio (segundo dendograma).....	58
Tabela 9: Associação dos grupos em relação às variáveis do Perfil dos Indivíduos (segundo dendograma).....	59
Tabela 10: Associação dos grupos em relação às variáveis de Unidade Familiar (segundo dendograma).....	59
Tabela 11: Associação dos grupos em relação às variáveis de Empresa/Negócio (segundo dendograma).....	60
Tabela 12: Associação dos grupos em relação às variáveis de informações sobre os Empréstimos (segundo dendograma).....	61
Tabela 13: Caracterização dos grupos em relação às Variáveis Iniciais (terceiro dendograma).....	63
Tabela 14: Associação dos grupos em relação às variáveis do Perfil dos Indivíduos (terceiro dendograma).....	63
Tabela 15: Associação dos grupos em relação às variáveis Unidade Familiar (terceiro dendograma).....	64
Tabela 16: Associação dos grupos em relação às variáveis de Empresa/Negócio (terceiro dendograma).....	64
Tabela 17: Associação dos grupos em relação às variáveis de Informações sobre empréstimos (terceiro dendograma).....	66

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Objetivos e técnicas de pesquisa.....	36
Quadro 2: Relação das siglas por item.....	50
Quadro 3: Perfil das entrevistadas.....	67
Quadro 4: Uso do financiamento.....	68
Quadro 5: Quantidade de vezes que já tomaram o financiamento.....	70
Quadro 6: Modalidade do financiamento.....	70

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Objetivos	15
1.1.1 Objetivo Geral	15
1.1.2 Objetivos Específicos	15
1.2 Justificativa	15
1.3 Estrutura do Trabalho	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1 Empreendedorismo: Conceitos Gerais	17
2.1.1 Empreendedorismo	17
2.1.2 Empreendedorismo Feminino	18
2.2 Pobreza	20
2.3 Crédito	21
2.3.1 Conceituação e análise de crédito	21
2.3.2 Os ‘C’ do crédito	23
2.3.3 Risco de crédito	23
2.4 Microfinanças e Microcrédito	24
2.4.1 As Microfinanças no Brasil	25
2.4.2 Microcrédito e sua origem	26
2.4.3 A dimensão social do Microcrédito	26
2.4.4 O Microcrédito Produtivo Orientado	27
2.4.5 O Foco nas Mulheres	28
2.4.6 O aval solidário	30
2.5 Perspectivas de gênero e empoderamento	30
2.5.1 A definição binária de gênero	30
2.5.2 O empoderamento na realidade feminina	31
2.6 O Banco do Nordeste e o Crediamigo	32
3 METODOLOGIA	34
3.1 População e Amostra	36
3.2 Coleta de Dados	37
3.3 Análise de Dados	39
3.4 Dificuldades da Pesquisa	39
4 O CASO DO VALE DO JEQUITINHONHA- MG	41

4.1 A Agência Crediamigo Diamantina	42
5 ANÁLISE DOS DADOS.....	44
5.1 Análise descritiva dos dados	44
5.2 Análise de agrupamentos	50
5.2.1 Clusterização proposta sobre Unidade Familiar (Primeiro dendograma).....	51
5.2.2 Clusterização proposta sobre empresa/negócio (Segundo dendograma).....	57
5.2.3 Clusterização proposta sobre Variáveis Iniciais (Terceiro Dendograma)	62
5.3 Análise dos dados coletados nas entrevistas semi estruturadas.....	66
5.3.1 Quanto ao perfil das entrevistadas	67
5.3.2 Quanto ao negócio e financiamento	68
5.3.3 Quanto à dinâmica familiar após o financiamento	71
5.3.4 Quanto a percepções individuais após a tomada do financiamento	73
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
REFERÊNCIAS.....	80

1 INTRODUÇÃO

O Brasil apresenta inúmeros problemas sociais que merecem atenção em destaque, como a questão da pobreza, que ainda assola diversas pessoas por todo o país. Na tentativa de sair da condição do desemprego e da pobreza, muitas pessoas recorrem ao autoemprego como mecanismo de sobrevivência e de geração de renda para si e para seus familiares.

De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2016a) o número de desempregados do país chegou a 12 milhões de pessoas em setembro de 2016. Um dos motivos que levam pessoas a considerar uma atividade própria como solução de vida, segundo Bernhoeft (1996), é o desejo de romper com uma situação em que estejam insatisfeitas com seu momento de vida.

Pode ser verificado, em grande parte do Brasil, inclusive nas regiões mais pobres, um número cada vez mais crescente de mulheres desamparadas, necessitando ter uma atividade de renda para a manutenção familiar. Dados do IPEA (2015a) mostram que em 2009 chegava a 22 milhões o número de mulheres identificadas como responsáveis por suas famílias. Já em 2014 este número passou para 27,7 milhões de mulheres, segundo relatório do IBGE (2016b).

Tradições culturais normalmente aliadas a uma sociedade centrada no gênero masculino fazem com que as mulheres sejam vistas em papéis sociais ligados ao lar e à família, como de mães e donas de casa (JONATHAN, 2005); pode fazer com que grande parte da população e dos governos ignorem a capacidade criativa e empreendedora que elas possuem. De acordo com Storbino e Teixeira (2014), o empreendedorismo não distingue gênero, apesar das primeiras definições existentes tratarem quase exclusivamente de homens.

A concessão de crédito tradicional, oferecida pela maioria dos bancos, não atinge todos os níveis sociais da população brasileira. Considerando a dificuldade em se obter garantias e os altos custos de um empréstimo, pessoas de poder econômico reduzido tendem a obter estes empréstimos através de familiares ou até mesmo através da figura de agiota (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

A criação de programas de microcrédito voltados para esta parcela menos favorecida da população é extremamente importante à medida que permite o acesso ao capital para a criação

de um empreendimento próprio. Figueiredo (2010), afirma que a capacidade empreendedora é fator essencial para o desenvolvimento econômico. É neste contexto que se insere o caso do programa Crediamigo, criado pelo Banco do Nordeste (BNB), caso estudado nesta pesquisa.

O microcrédito, na concepção de Barone *et al* (2002) e Junqueira e Abramovay (2005), pode ser definido como uma modalidade de concessão de empréstimos em pequenas quantias a pessoas que desempenham alguma atividade de produção, mesmo que de baixa formalização e que não tenham acesso ao crédito de modo tradicional, devido, muitas vezes, à impossibilidade de dar garantias reais. De acordo com Yunus e Jolis(2003), um dos percussores do microcrédito, este não se trata de capital monetário, mas sim de capital humano, no sentido de que o grande objetivo do microcrédito é ajudar pessoas a atingirem seu potencial pleno.

Uma importante concepção pode ser observada na ideia de Yunus e Jolis (2003) de que o microcrédito é bem mais que uma ferramenta geradora de renda; é também uma ferramenta de mudança social e uma maneira de dar novo significado à vida das pessoas, pois pode ser considerado um instrumento de integração social. O estudo da concessão de crédito para que as mulheres possam criar seus próprios empreendimentos está, portanto, não só aliado ao desenvolvimento da economia local, como também é uma solução para o desenvolvimento social.

O Crediamigo pode ser considerado o maior programa de microcrédito orientado da América do Sul e objetiva conceder crédito para pessoas economicamente desfavorecidas para a aquisição de materiais, suprimentos, ferramentas; para a abertura ou melhoria de seus empreendimentos e tem como objetivo facilitar o acesso de milhares de empreendedores, dos setores formal ou informal da economia, ao crédito (BNB, 2015). O setor informal é aquele dos trabalhadores que, segundo Fischer e Falconer (1998) e Ulyssea (2006), não contribuem pecuniariamente para a previdência social, sejam eles trabalhadores sem carteira de trabalho ou empreendedores individuais.

O perfil dos clientes do programa, segundo o BNB (2015), é composto por empreendedores, individuais ou em grupos solidários, atuantes nos setores formais ou informais, e de pessoas que busquem iniciar um empreendimento próprio. Estes grupos solidários consistem em uma união de pessoas, de forma voluntária, que queiram ter acesso ao microcrédito, mas não

possuem garantias para seus empréstimos, e que por consequência formem um grupo cuja responsabilidade do pagamento das prestações é conjunta de seus membros.

De acordo com Correa e Teixeira (2015), as ações isoladas têm perdido espaço, uma vez que estas ações em grupo vêm se tornando cada vez mais substanciais. No caso específico desta pesquisa foram estudadas somente as mulheres micro empreendedoras tomadoras de crédito na agência Diamantina, no Vale do Jequitinhonha- MG, através do programa Crediamigo do Banco do Nordeste.

A percepção da realidade feminina brasileira, bem como a importância do empreendedorismo neste contexto trazem a tona a seguinte pergunta de pesquisa: **Como o microcrédito influencia nos micro empreendimentos gerados por mulheres no Vale do Jequitinhonha?**

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral do presente trabalho foi avaliar como o microcrédito influencia nos micro empreendimentos gerados por mulheres no Vale do Jequitinhonha.

1.1.2 Objetivos Específicos

A partir da questão acima apresentada, os objetivos específicos propostos foram:

- a) Identificar o perfil socioeconômico do público feminino participante do Crediamigo na região;
- b) Tipificar as operações de crédito tomadas pelo público analisado;
- c) Analisar os empreendimentos criados pelas associadas, a partir da participação no Crediamigo e a sustentação dos mesmos.

1.2 Justificativa

A questão da mulher, normalmente oprimida, aliada a práticas sexistas, é de suma importância para o entendimento da realidade feminina de regiões mais pobres como o Vale do Jequitinhonha, local de estudo da presente pesquisa. O empreendedorismo feminino se faz

essencial, portanto, a fim de inserir estas mulheres marginalizadas na parcela de potenciais consumidores, movimentando a economia local.

A região do Vale do Jequitinhonha apresenta, segundo dados do PNUD (2015), um IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) de 0,668. Este valor é considerado médio, de acordo com o órgão supracitado (valores entre 0,6 e 0,69), mas ainda assim, a região é nacionalmente conhecida pela sua pobreza e pelas dificuldades econômicas e sociais que enfrentam seus moradores.

Zeller e Sharma (1998), ao tratarem do impacto dos microfinanciamentos no contexto social, afirmam que o objetivo maior de tais operações é a melhoria na qualidade de vida da população economicamente menos favorecida. O microcrédito tem papel fundamental na promoção social, uma vez que dá a estas pessoas o acesso ao crédito produtivo, promovendo não só o desenvolvimento social e econômico, como também o pessoal, através de elevação na autoestima e no senso de empoderamento desta população.

A relevância do microcrédito, ferramenta tão importante, sobretudo para acesso das parcelas mais pobres da população às instituições financeiras e ao crédito, eleva ainda mais a necessidade da realização deste estudo. Foi justamente a partir da necessidade em dar continuidade aos trabalhos nas áreas de Microcrédito e Desenvolvimento Social que já vem sendo realizados pelo Núcleo de Pesquisa em Empreendedorismo, Inovação, Conhecimento, Inteligência e Sustentabilidade (EICIS) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) que surgiu a presente pesquisa. Assim, objetivou-se dar sequência aos estudos de Torga (2012) e Vieira (2015) no âmbito das microfinanças.

1.3 Estrutura do Trabalho

Levando em conta a importância dos trabalhos acerca dos temas tanto de empreendedorismo feminino quanto de microcrédito, faz-se necessário o estudo aqui contemplado. Esta pesquisa conta, além da introdução e do referencial teórico, com um capítulo referente à metodologia da pesquisa, um capítulo versando sobre o caso em particular da região estudada, bem como um sobre análise e discussão dos resultados, seguido, finalmente, pelas considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A fim de apresentar o cenário em que a pesquisa está envolta, a presente seção traz discussões sobre os conceitos de empreendedorismo, tanto no contexto mais amplo quanto no contexto específico feminino; também quanto à conceituação de pobreza, crédito, microfinanças e microcrédito, as perspectivas de gênero e empoderamento e, por fim, sobre o Banco do Nordeste, a instituição estudada.

2.1 Empreendedorismo: Conceitos Gerais

2.1.1 Empreendedorismo

Empreendedor é aquele que percebe uma oportunidade ainda não explorada, e executa uma ação neste sentido. A palavra chave para o empreendedor, no entanto, parece ser inovação. Assim, capacidade inovativa está fortemente ligada à atividade empreendedora.

O empreendedor é, segundo Fillion (1999), alguém que imagina, desenvolve e é capaz de realizar. O empreendedor é ainda aquele que, através da junção de criatividade e imaginação, produz novas ideias (SEBRAE, 2015b).

Dornelas (2008) define o empreendedor como alguém que assume um risco de começar algo novo. Ele alia ainda a palavra empreendedor ao termo visionário e ainda remonta as raízes da palavra ao francês *entrepreneur*.

A conceituação de empreendedorismo pelo *Global Entrepreneurship Monitor*- GEM é dada como tentativa de se criar um novo empreendimento, utilizando, para tanto, de uma atividade autônoma, podendo ser a criação de um novo negócio ou expansão de um preexistente, por um indivíduo ou um grupo (GEM, 2013). Pode-se, no entanto, separar este conceito em duas formas, sendo elas: empreendedorismo por vocação e empreendedorismo por necessidade.

De acordo com o relatório do GEM (2013) o empreendedorismo por vocação também pode ser chamado de empreendedorismo por oportunidade, e é conceituado como a forma que ocorre quando o empreendedor encontrou uma oportunidade de negócio e percebeu ali sua vocação. Ainda de acordo com o mesmo relatório, a forma de empreendedorismo por

necessidade é aquela que a realização do empreendimento se dá por falta de oportunidade de inserção no mercado de trabalho, na qual criar um negócio próprio é a única solução para a geração da renda (GEM, 2013).

2.1.2 Empreendedorismo Feminino

No contexto brasileiro, as mulheres vêm ocupando cada vez mais espaço no mercado de trabalho. Com a realidade econômica atual, grande parte da população feminina do país busca variar sua forma de sobrevivência, percorrendo atividades autônomas (NATIVIDADE, 2009). Segundo Jonathan (2005, p. 373), “o potencial econômico do empreendedorismo feminino brasileiro é bastante significativo”, uma vez que os empreendimentos detidos por mulheres representam quase metade dos negócios, em ambos os setores formais e informais da economia.

A realidade empreendedora feminina, no entanto, perpassa os conceitos básicos do empreendedorismo. Disparidades de gênero são claramente visíveis neste campo e, portanto, fatores extremamente relevantes para a presente pesquisa.

Segundo relatório de políticas sociais publicado pelo IPEA (2015b, p. 504) “[o] Estado brasileiro [é] responsável, por determinação constitucional, pela garantia de igualdade entre homens e mulheres e pelo combate a todas as formas de violência e opressão”. A realidade, no entanto, mostra que ainda há diferenças entre os gêneros, e a mulher é comumente vista com papel único de mãe e dona de casa.

Jonathan e Silva (2007) afirmam que existe uma armadilha na “ideia de que as mulheres têm necessidades, inclinações e capacidades para cuidar e se ocupar do lar, ao passo que os homens têm habilidades fora do lar e para prover” (JONATHAN; SILVA, 2007, p.78). Infelizmente, a sociedade brasileira ainda é dotada de valores sexistas, conforme comprova pesquisa no relatório de políticas sociais do IPEA:

As pesquisas evidenciaram alguns aspectos do repertório de valores sexistas vigentes na sociedade brasileira, sobretudo daqueles que estão calcados na compreensão de que as mulheres devem ser controladas e vigiadas no cumprimento de papéis sociais de gênero bem delineados.(IPEA, 2015b, p. 506).

A falta de oportunidades no mercado, bem como a necessidade de estar alocada num posto de emprego para gerar renda fazem com que as mulheres brasileiras atuem “para manter sua sobrevivência, e isso se dá em grande escala pelo exercício profissional informal” (NATIVIDADE, 2009, p. 233). Apesar de a autora supracitada afirmar da preeminência do setor informal no país, a presente pesquisa não se ateve somente a este setor, sendo abrangente a ambos os setores.

Pesquisa realizada pelo GEM (2013) mostra que no Brasil 66,2% das mulheres empreendedoras são por oportunidade, enquanto que 33,8% delas são por necessidade. Tal diferenciação pôde ser vista na seção anterior, na qual empreendedores por opção são aqueles que empreendem por vontade e vocação, enquanto que empreendedores por necessidade são aqueles que empreendem por não haver outra opção de sustento.

Além das barreiras nos âmbitos pessoais e familiares, as mulheres ainda enfrentam barreiras para se inserirem no mercado de trabalho, vendo então no empreendedorismo uma forma de provisão de sustento para si e suas famílias (FRANCO, 2014). Apesar destas barreiras, as mulheres buscam estabelecer um equilíbrio entre trabalho e família, o que reflete na característica feminina de multiplicidade de papéis (JONATHAN; SILVA, 2007).

Na visão de Bruni, Gherardi e Poggio (2004), são três as principais barreiras contra o empreendedorismo feminino. Em primeiro lugar vem o status sócio cultural da mulher, comumente vista num papel familiar e dotada de responsabilidades domésticas. Em seguida, o acesso à informação, na medida em que, em um grande número de países, as mulheres costumam ser banidas do acesso à mídia e a veículos de informação. Por fim, a dificuldade de acesso ao capital, na qual as mulheres são vistas por alguns como pessoas que não sabem lidar com o dinheiro. Inúmeras pesquisas, porém, mostram as mulheres como o público foco das instituições de microcrédito (como será explicitado em seção posterior), colocando por terra esta última barreira apresentada pelas autoras.

A partir dos dados apresentados, ficam evidentes algumas das dificuldades apresentadas pela sociedade para a inserção das mulheres no mercado. Apesar disso, o número de mulheres empreendedoras vem se mostrando cada vez mais crescente. É neste sentido que se realça a utilidade deste estudo no campo empreendedor feminino.

2.2 Pobreza

Dados do Banco Mundial indicam que em 2014, 3,70% da população brasileira vivia com menos de U\$1,90 diários (BANCO MUNDIAL, 2016). Isto significa que um contingente de cerca de 7 milhões de brasileiros poderiam ser considerados extremamente pobres. Tal número é considerado relevante e leva a preocupação extrema, principalmente devido aos índices de desigualdade social enfrentados pelo país demonstrados pela mesma instituição em seu relatório sobre *'Poverty and Equity'* (BANCO MUNDIAL, 2016).

A conceituação de pobreza, no entanto, é considerada extremamente difícil pelos estudiosos da área. De acordo com Romão (1982), a complexidade da questão pode passar por questionamentos de cunho econômico, social, político e muitos outros. Portanto, aqui será abordada a vertente deste autor de que irá ser estudada apenas a pobreza material (ROMÃO, 1982). Isto, pois, apesar das demais considerações que envolvem a conceituação, muitas são imensuráveis ou de difícil aferição.

Amartya Sen (2000), afirma que a pobreza deve ser vista não só como ausência de renda, mas sobretudo como a privação de necessidades básicas. No entanto, segundo o autor, estas duas ópticas não podem ser desvinculadas, visto que a renda é meio notório de lograr as necessidades básicas.

Apesar da dificuldade inicial na definição do conceito, autores como Romão (1982) e Crespo e Gurovitz (2002) avançam neste tópico, categorizando a pobreza a partir de quatro grupos. Seriam eles a pobreza como juízo de valor; a pobreza relativa; a absoluta; e a relativa/absoluta. Conceitos estes que serão elucidados nos parágrafos a seguir.

A pobreza como 'juízo de valor' seria, de acordo com Crespo e Gurovitz (2002), quando de uma questão subjetivada pelo próprio indivíduo. Versa-se, neste caso, sobre aquilo que pode ser considerado ou não um patamar aceitável de privação ou satisfação de suas necessidades.

Já a relativa diz respeito àquela que se relaciona com a desigualdade da distribuição de renda, segundo Romão (1982). Assim, alguns cidadãos são considerados mais pobres do que outros, sendo sua relatividade derivada desta desigualdade.

A absoluta pode ser observada quando se estabelece um patamar mínimo de atendimento às necessidades. Assim traçando uma linha limítrofe chamada de linha da pobreza, onde o cidadão está abaixo dela, caso não possua meios de atender a um limite mínimo por ela estabelecido (CRESPO; GUROVITZ, 2002).

Por fim, existe a pobreza relativa/ absoluta, e essa se refere à consideração de que a caracterização do tipo ‘relativa’ não propõe um limite mínimo a partir do qual a pobreza deixa de existir. Ou seja, existe um teto no qual, acima dele, nenhum cidadão deveria ser considerado pobre (CRESPO; GUROVITZ, 2002).

A importância da definição de ‘pobreza’, bem como suas categorizações, se deve, portanto, ao fato de que o presente estudo designa observar a condição pela qual o microcrédito influi não só na aferição da renda, mas também nos demais aspectos de desenvolvimento social a que essa se conecta. Por tal razão fizeram-se necessárias nesta seção maiores explicações acerca da temática ‘pobreza’.

2.3 Crédito

2.3.1 Conceituação e análise de crédito

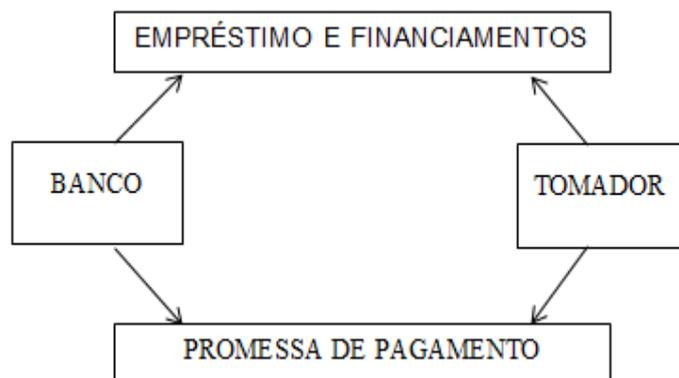
A definição de crédito, segundo Silva (2006), depende do contexto inserido, uma vez que possui múltiplos significados. No entanto, de acordo com o autor, pode-se conceituar crédito como a “entrega de um valor presente mediante uma promessa de pagamento” (SILVA, 2006, p. 39).

Schrickel (1997), no entanto, fala de crédito como a vontade de alguém em ceder temporariamente uma parcela de seu patrimônio a um terceiro, esperando o retorno desta parcela após um período de tempo previamente estipulado. Tal cessão de patrimônio abrange, portanto, expectativas quanto ao pagamento da parcela devida, envolvendo, então, o conceito de risco, que será tratado em seção posterior (SCHRICKEL, 1997; SILVA, 2006).

A cessão do patrimônio implica que o credor possua o bem a ser cedido. Ocorre, porém, o caso particular das instituições financeiras, sendo estas consideradas intermediárias financeiras entre o credor e o tomador (SCHRICKEL, 1997).

Na figura (1) a seguir, fica clara a representação do crédito através da relação entre o banco e o tomador:

Figura 1: Representação do Crédito



Fonte: Silva (2006, p. 39)

Uma vez que ceder o crédito implica vontade de fazê-lo, cabe ao titular do crédito a decisão de cedê-lo ou não ao tomador. Sucede, portanto, que instituições financeiras realizem um estudo a fim de determinar a capacidade ou não de repagamento do tomador, estudo este que é conhecido pelo nome de análise de crédito (SCHRICKEL, 1997). A ideia do termo análise de crédito, de acordo com o mesmo autor, se dá pela definição a seguir:

A análise de crédito envolve habilidade de fazer uma decisão de crédito, dentro de um cenário de incertezas e constantes mutações e informações incompletas. Esta habilidade depende da capacidade de analisar logicamente situações, não raro, complexas, e chegar a uma conclusão clara, prática e factível de ser implementada (SCHRICKEL, 1997, p. 27).

O objetivo desta análise é, portanto, tomar uma decisão fundamentada sobre o empréstimo a ser concedido. Schrickel (1997) afirma que a decisão será mais adequada, quanto mais adequadas forem as informações disponíveis a respeito do tomador e sua capacidade de repagamento.

2.3.2 Os 'C' do crédito

A concessão de crédito tem como sustentáculo, de acordo com Schrickel (1997), sobretudo a confiança, mas também deve se pautar em dois elementos essenciais: a vontade do devedor de cumprir com suas obrigações e sua capacidade de fazê-lo. A cessão de crédito ocorrerá somente quando o credor tiver certeza de que o tomador terá vontade e condições de realizar o pagamento de suas obrigações crediárias.

Para tanto, Schrickel (1997) e Silva (2006) ramificam as bases primárias do crédito em algo conhecido como os 4 'C', dividindo-os em dois grupos de aspectos. De acordo com os autores, dentro dos aspectos pessoais se encontram o Caráter e a Capacidade, e dentro dos aspectos financeiros, se encontram o Capital e as Condições. Há ainda suporte para que se fale de um quinto 'C', conhecido como Colateral (SCHRICKEL, 1997).

O caráter pode ser considerado o mais crítico dos 'Cs', é aquele que se relaciona à vontade do tomador em pagar sua dívida (SCHRICKEL, 1997). Já a capacidade, de acordo com o autor, se relaciona à habilidade deste pagador em pagar. O capital, por sua vez, refere-se à situação econômico financeira do devedor (SILVA, 2006). Por fim, as condições dizem respeito, segundo Silva (2006, p. 53), "ao micro e macrocenário em que o tomador de empréstimos está inserido".

O colateral, porém, é por vezes considerado um 'C' à parte. Isto porque ele serve como uma garantia para o prestador, de forma que a cessão de crédito se torne mais 'palatável' (SCHRICKEL, 1997). Segundo o autor, o colateral serve apenas para colmatar e mitigar eventuais impactos negativos da concessão do crédito. É da incapacidade de fornecer este colateral (garantias), que surge a figura do microcrédito, a ser tratado mais a frente nesta pesquisa.

2.3.3 Risco de crédito

O significado de risco, segundo Schrickel (1997), se relaciona a palavras como incerteza, imprevisibilidade e imponderabilidade. Capelletto e Corrar (2008) definem risco como a probabilidade da não obtenção do retorno esperado ao se realizar um investimento (ou, no caso, uma cessão de crédito).

Sempre que um banco toma a decisão de conceder crédito a um tomador, aquele está assumindo o risco de não receber, uma vez que o tomador pode não honrar o pagamento de sua dívida (SILVA, 2006). De acordo com o autor supracitado, os riscos que um banco sofre ao conceder empréstimos podem ser divididos em quatro grupos, sendo eles: (i) risco intrínseco (*intrinsic risk*), (ii) risco da operação (*transaction risk*), (iii) risco de concentração (*concentration risk*) e (iv) risco da administração do crédito (*credit management risk*).

O risco intrínseco pode ser entendido como aquele inerente ao tomador, e pode ocorrer em virtude de fatores ligados a suas próprias características (SILVA, 2006). Já o risco da operação, de acordo com o mesmo autor, carrega riscos ligados aos principais componentes de uma operação financeira, como, por exemplo, o produto, o montante, o prazo, a forma de pagamento, o preço ou as garantias dadas. O autor versa ainda sobre o risco de concentração, e o define como aquele risco que ocorre a partir da composição da carteira de recebíveis da instituição financeira. Por fim, ele explica ainda sobre o risco de administração como sendo aquele que ocorre da capacidade e das responsabilidades da direção das instituições financeiras de gerir os recursos envolvidos.

2.4 Microfinanças e Microcrédito

La Torre e Vento (2006) definem as microfinanças como a oferta de um conjunto de serviços financeiros modestos dados à população economicamente menos favorecida. Dessa forma, as microfinanças são responsáveis, segundo Neri (2008), por servir àquelas pessoas excluídas das instituições financeiras tradicionais e têm como principal objetivo o de desenvolver tecnologias de forma que o provimento a estes clientes seja feito de forma sustentável.

O microcrédito é considerado uma peça do campo das microfinanças (NERI, 2008). A definição dada pelo autor supracitado às microfinanças mostra que estas se referem a serviços financeiros variados, nos quais estão inseridos o microcrédito, mas também as micropoupanças, crédito imobiliário, microsseguros, dentre outros.

O microcrédito, conforme brevemente escrito em capítulo anterior, pode ser conceituado como uma modalidade de empréstimos de baixo valor destinado à produção e concedidos a empreendedores que não possuem acesso ao sistema tradicional de crédito (BCB, 2002).

Segundo publicação do Banco Central, o microcrédito é uma ferramenta democratizadora e é parte essencial das políticas de desenvolvimento, uma vez que dispõe crédito para empreendedores de baixa renda (BCB, 2002).

Esta modalidade de concessão de crédito possui um impacto social reconhecido, contribuindo para resgate da cidadania, eleva autoestima e promove a inclusão dos tomadores (BCB, 2002). O microcrédito possui ainda potencial no combate à pobreza e tem o importante papel de promover o desenvolvimento econômico em comunidades carentes (SPOSTO *et al*; 2011).

2.4.1 As Microfinanças no Brasil

Diferentemente da maioria dos países, a propagação das microfinanças no contexto brasileiro ocorreu lentamente, apesar do país ter apresentado, ainda na década de 70, um dos primeiros embriões de projeto de microfinanças voltado ao setor informal (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Este programa em questão precursor do microcrédito no país foi denominado Uno. De acordo com Barone et al (2002), o projeto Uno era especializado em microcrédito e capacitação de pessoas que atuavam no setor informal da economia.

Com sua sede em Recife, o aporte monetário desse projeto se dava graças à colaboração de doações e assistência internacionais, como por exemplo, da *Acción Internacional* (RIBEIRO; CARVALHO, 2006). Após dezoito anos de funcionamento, no entanto, o projeto foi extinto, uma vez que não conseguiu assegurar sua auto sustentabilidade, tendo sido, porém, considerado a origem do setor de microcrédito no Brasil (BARONE et al; 2002).

A primeira organização formal de microcrédito brasileira ocorreu, no entanto, na cidade de Porto Alegre- RS, ao fim da década de 80 (CACIAMALLI, MATOS, MACAMBIRA, 2014). De acordo com estes autores, esta primeira formalização ocorreu na forma jurídica de organizações não governamentais (ONGs) e somente foi capaz de oferecer à população serviços de microcréditos graças ao apoio do Banco da Mulher e do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF).

A difusão do microcrédito no Brasil só se deu, no entanto, a partir do final da década de 90 (CACIAMALLI, MATOS, MACAMBIRA, 2014). Foi somente a partir de 1999 que esforços

efetivos foram tomados a fim de construir um marco legal contemplando as iniciativas de microcrédito existentes no país (RIBEIRO; CARVALHO, 2006).

2.4.2 Microcrédito e sua origem

O microcrédito se origina, segundo Morduch (1999), no século XIX, com o surgimento de cooperativas de crédito na Europa, onde se objetivava ajudar a população de baixa renda a poupar e a ter acesso ao crédito. Segundo o autor acima citado, o início se deu na Alemanha, espalhando-se rapidamente para a Irlanda e Itália e, posteriormente, para a Índia, a partir do ano de 1942.

Porém, o microcrédito como conhecido hoje, deve a atribuição de sua importância ao professor bengalês de economia Muhammad Yunus. Ele, que foi laureado pelo Prêmio Nobel da Paz em 2006, iniciou em 1976 um trabalho de concessão de empréstimos a pessoas pobres que moravam em uma aldeia próxima a sua casa, com o montante inicial de U\$27,00 dólares concedido para um grupo de 42 pessoas (YUNUS; JOLIS, 2003).

Mais tarde, Yunus fundou o banco conhecido como *Grameen Bank*, ou Banco dos Pobres, como é popularmente chamado. A ação de seu banco ajuda hoje milhões de pessoas pobres não só em Bangladesh, mas em vários países, através, principalmente, de uma metodologia própria conhecida como aval solidário, que será tratada em seções próximas (BCB, 2002).

2.4.3 A dimensão social do Microcrédito

O avanço tecnológico permitiu, nos últimos anos, que a população normalmente excluída do acesso às instituições financeiras tradicionais passasse, então, a acessar o crédito (NERI, 2008). As três grandes dificuldades que esta parcela da população usualmente se esbarrava, segundo Gonzalez, Piza e Garcia (2009) eram: a) o elevado risco das operações; b) os altos custos de transação e c) a falta de garantias reais.

O microcrédito, portanto, se diferencia do crédito tradicional, primeiramente, pela metodologia de concessão, onde o primeiro promove um acompanhamento do cliente (a instituição financeira normalmente vai até o cliente), enquanto no último, o cliente assume uma postura reativa, quando ele vai até a instituição financeira. Ainda, tal diferenciação

também se dá pela diferença na apresentação de garantias, pois na ferramenta do microcrédito o sistema de garantias está mais próximo da realidade social do tomador (BCB, 2002).

Neri (2008) considera o microcrédito uma solução do tipo ‘ganha-ganha’, na qual há benefícios tanto para os clientes quanto para as instituições financeiras. O microcrédito é, ainda, considerado por muitos como uma estratégia para solucionar o problema da pobreza. No entanto, Neri (2008) abranda tal afirmação, na medida em que mostra também a vantagem alcançada pelos bancos neste tipo de concessão de crédito, uma vez que assim estas instituições aumentam seu portfólio de clientes.

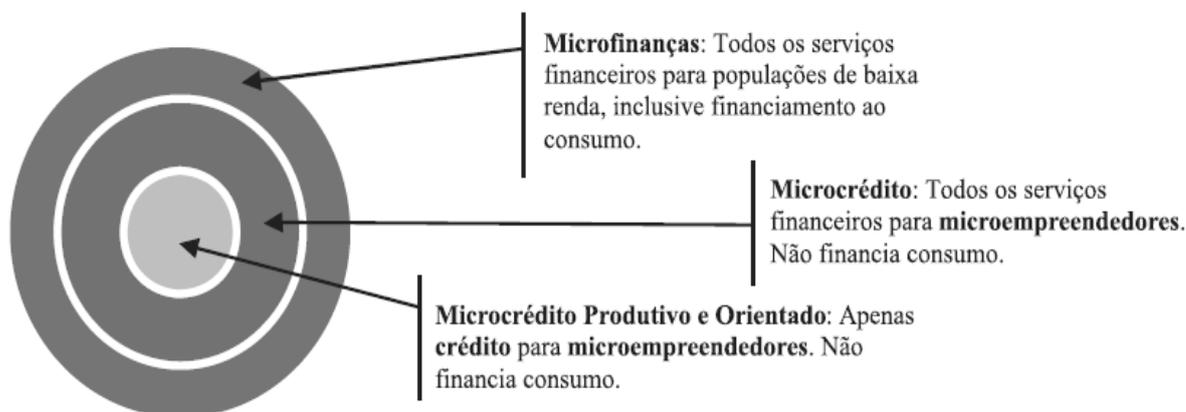
Quando da aplicação com sucesso das ferramentas do microcrédito, Neri (2008, p. 33) afirma que elas funcionam como “uma alavanca para a melhoria da renda e da condição de vida de seus clientes”. O mesmo autor ainda afirma que o microcrédito é capaz de promover um choque capitalista na população pobre, uma vez que permite a ela acesso a capital produtivo, sendo este um possível meio de saída da condição da pobreza (NERI, 2008).

2.4.4 O Microcrédito Produtivo Orientado

O conceito de microcrédito produtivo orientado foi consolidado em razão da Lei 11.110, de 25 de abril de 2005. Ele pode ser entendido como o crédito concedido a quem objetiva criar ou aprimorar um empreendimento. Ele visa atender as necessidades financeiras de “pessoas físicas ou jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte” (SOARES e MELO SOBRINHO, 2008, p. 52).

É imprescindível focar na diferenciação entre os conceitos de microfinanças, microcrédito e microcrédito produtivo orientado, uma vez que é comum a confusão entre os termos. A figura (2) abaixo visa clarear o entendimento dos conceitos:

Figura 2: Conceito de microfinanças, microcrédito e microcrédito produtivo orientado



Fonte: Soares e Melo Sobrinho (2008, p. 53).

Clareia-se, portanto, o fator determinante da diferenciação desta metodologia de concessão de crédito de demais metodologias, uma vez que fica explicitado o fato de o microcrédito produtivo orientado, bem como o microcrédito, não financiarem o consumo. Ele é, portanto, destinado somente a microempreendedores que o destinarão a melhorias em seus microempreendimentos (SOARES e MELO SOBRINHO, 2008).

Por fim, é imprescindível também aclarar a figura do agente de crédito, que tem papel essencial nesta metodologia de cessão de crédito. Este ator é, segundo Barone *et al* (2002), diferentemente do ocorrido nas práticas bancárias tradicionais, responsável por ir até o cliente, e não o contrário. Segundo os mesmos autores é necessário, tanto para quem cede quanto para quem toma o crédito, que o empréstimo devido seja pago, de forma que garanta a sustentabilidade da instituição de microcrédito. O agente de crédito se envolve, portanto, em todo o processo de concessão de crédito, desde a liberação até o recebimento, uma vez que ele é a ligação entre a instituição financeira e o tomador do microcrédito, e é responsável por estabelecer um elo de confiança entre as partes (BARONE *et al*, 2002).

2.4.5 O Foco nas Mulheres

Apesar do visível viés sexista do sistema financeiro em geral (YUNUS; JOLIS, 2003), no microcrédito prefere-se emprestar dinheiro à mulher do que ao homem (GONZALEZ, PIZA, GARCIA, 2009). Para um programa de microcrédito, focar nas mulheres é considerado vantajoso.

Este enfoque no público feminino se dá em razão do papel que a mulher desempenha na família e na sociedade, e de acordo com Yunus e Jolis (2003, p. 117), “o dinheiro, quando utilizado por uma mulher numa família, beneficia mais o conjunto de membros do que quando é utilizado por um homem”. O sexo feminino é considerado mais prudente na administração dos recursos do que o sexo masculino (GONZALEZ, PIZA, GARCIA, 2009).

Inúmeras pesquisas foram realizadas neste sentido, iniciadas por Muhammad Yunus e indicam que, quando o crédito é dado às mulheres, traz mudanças mais rápidas do que quando dado aos homens (YUNUS; JOLIS, 2003). Isto ocorre uma vez que mulheres destinam a renda primeiramente à alimentação e educação dos filhos, gerando um impacto social maior, enquanto homens tendem a satisfazer suas necessidades pessoais primeiro (NERI, 2008).

Uma vantagem trazida pelo enfoque neste público em particular perpassa por um âmbito mais pessoal, uma vez que é frequentemente retratado um aumento na autoestima destas mulheres empreendedoras (YETIM, 2008). Isto ocorre principalmente em países onde a disparidade entre os gêneros é gritante e onde o sistema é particularmente mais sexista.

A partir dos motivos acima expostos, é de suma importância ressaltar o microcrédito como “uma ferramenta de diminuição da desigualdade de renda entre os sexos” (NERI, 2008, p. 39). Porém, o avanço no processo de igualdade vai muito além do que só a renda. Uma vez que o microcrédito dá acesso às mulheres ao crédito produtivo, pode-se evidenciar a ocorrência do fenômeno conhecido como empoderamento feminino.

De acordo com Karl (1995), o empoderamento feminino pode ser entendido como um mecanismo de conscientização e capacitação da mulher, onde essa se ocupa de maior poder decisório, participação e controle em suas ações. Esta conscientização se relaciona à participação em decisões familiares, mas não somente, entrando também nos âmbitos políticos e sociais. Além de mudanças já explicitadas acima, o empoderamento feminino está relacionado ao aumento do uso de métodos contraceptivos e no aumento da participação feminina na política e em associações em geral. Maiores explicações acerca do tema serão dadas posteriormente, em seção específica.

2.4.6 O aval solidário

O aval solidário é uma metodologia criada por Muhammad Yunus para facilitar o acesso de pessoas pobres ao sistema de concessão de crédito. Ele pode ser baseado na formação de grupos solidários, com pessoas de uma determinada comunidade atendida, onde todos se responsabilizam mutuamente pelos empréstimos concedidos (BCB, 2002).

Agindo de acordo com tal metodologia, os integrantes do grupo ‘forçam’ o pagamento das parcelas do empréstimo pelos membros do grupo, uma vez que estes não querem ser mal vistos na comunidade em que estão inseridos (YUNUS; JOLIS, 2003). Assim, um se solidariza e se responsabiliza pelo empréstimo do outro, fazendo com que as taxas de inadimplência sejam incrivelmente baixas neste caso.

2.5 Perspectivas de gênero e empoderamento

2.5.1 A definição binária de gênero

A concepção de gênero pode ser algo extremamente complexo, uma vez que existem autores que apregoam diversas ideias em relação ao não-binarismo de gênero. É o caso, por exemplo, de Butler (2014), que afirma haver algo além do binarismo neste contexto, assumindo que existe uma pluralidade em termo de gênero, trazendo como exemplos a questão dos ‘transgêneros’, ‘crossgêneros’, ‘confusão de gêneros’ ou ‘mistura de gêneros’, que foge à ideia do binarismo.

Segundo Souza e Carrieri (2010), a ideia de gênero binário, dividido entre masculino e feminino, surgiu apenas no século XVIII. Até então, prevalecia o modelo *one-sex*, sendo o homem o modelo máximo de perfeição, sendo a mulher vista como ser inferior na hierarquia social, segundo o trabalho de Laqueur (2001).

Já o modelo *two-sex* diferencia homem de mulher, utilizando o binarismo biológico de gênero (LAQUEUR, 2001). Souza e Carrieri (2010) afirmam da ligação entre definição de gênero e percepção social, a partir da compreensão da diferença biológica entre os sexos. Ainda segundo os dois autores, o gênero pode ser entendido como algo “construído historicamente

de acordo com as relações sociais e de poder de uma época” (SOUZA; CARRIERI, 2010, p. 53).

É possível afirmar, de acordo com Haraway (2004), que o conceito de gênero se articulou a partir de um contexto pós-guerra, onde dos movimentos feministas. Segundo a autora, gênero pode ser definido como “um conceito desenvolvido para contestar a naturalização da diferença sexual em múltiplas arenas de luta” (HARAWAY, 2004, p. 211). Assim, fez-se necessária a colocação de gênero nesta pesquisa, para que se pudesse seguir para o estudo do empoderamento feminino. Assume-se aqui, portanto, a binaridade de gênero, trazendo para esta pesquisa o conceito biológico de feminino, não sendo necessários maiores aprofundamentos sobre o tema.

2.5.2 O empoderamento na realidade feminina

O termo empoderamento pode ser considerado de difícil definição, uma vez que seu conceito é fluido, segundo Marinho e Gonçalves (2016) e engloba várias esferas. Segundo a perspectiva Freiriana, presente no texto das autoras supracitadas, o empoderamento pode ser visto como um processo político, que vise mudanças nas estruturas sociais. O uso do termo para a perspectiva feminina, no entanto, se deu a partir da década de 70, através da ascensão dos movimentos feministas (LEÓN, 2000).

O termo ‘empoderamento’ carrega em sua origem uma capacidade emancipatória, uma vez que este implica que o sujeito da ação se transforme em agente ativo de sua realidade. A esta ideia de agente ativo, somam-se ainda os estudos de Amartya Sen (2000), onde este afirma que as mulheres estão perdendo o papel de meras receptoras passivas de auxílios que promovam a melhoria em seu bem-estar. Para o autor: “As mulheres são vistas cada vez mais, tanto pelos homens quanto por elas próprias, como agentes ativos de mudança: promotoras dinâmicas de transformações sociais que podem alterar a vida de mulheres e homens” (SEN, 2000, p. 220).

Tal mudança de percepção trazida por Sen (2000) se alinha aos estudos de León (2000), uma vez que esta afirma a relação entre a ideia de empoderamento a uma nova noção de poder, onde essa se baseia em relações sociais consideradas mais democráticas. É na necessidade em

superar a desigualdade de gêneros, portanto, a base onde se calca o empoderamento feminino (LEÓN, 2000).

Empoderar-se, segundo Magdalena León (2000), implica que a mulher assume o controle de sua própria vida, tendo a capacidade de definir suas próprias ações, bem como a capacidade de realizá-las. Tal afirmação não significa que as mulheres não possuíam tal capacidade, mas que, ao contrário, são muitas vezes desencorajadas a descobri-las e aprimorá-las, uma vez que às mulheres é frequentemente imposto o papel único de mães e donas de casa (JONATHAN, 2005). É justamente neste momento de aumento na percepção da capacidade humana, segundo Sen (2000), que ocorre a expansão produtiva, e o ocasional aumento na capacidade de aferição de renda.

O trabalho externo às atividades do lar, bem como a capacidade em obter renda independente, tendem a impactar fortemente a posição social da mulher (SEN, 2000), uma vez que estas passam a depender menos dos outros, e a serem agentes mais ativos e terem voz e vez em suas comunidades. O microcrédito, por sua vez, tem papel fundamental neste acesso à renda pelas mulheres, na medida em que este estimula a atividade econômica (MAYOUX, 1999).

Grupos solidários de microfinanças são frequentemente percebidos como fatores impactantes no desenvolvimento e estreitamento da rede comunitária de mulheres (MAYOUX, 1999; YUNUS; JOLIS, 2003). Assim, levando ao seu empoderamento coletivo (MAYOUX, 1999). Inclusive, de acordo com León (2001), não se pode mirar o empoderamento apenas em sua perspectiva individualizada, uma vez que, para a autora, só se deve falar neste conceito de empoderamento se houver mudanças no âmbito do indivíduo, atreladas a mudanças nas estruturas sociais.

2.6 O Banco do Nordeste e o Crediamigo

O Banco do Nordeste do Brasil (BNB), considerado o maior banco de desenvolvimento regional da América Latina, é uma instituição financeira criada pela Lei Federal N^o 1.649, de 19/07/1952, como uma sociedade de economia mista e de capital aberto, sendo que 90% de seu capital aberto está sob o controle da esfera Federal do Governo (BNB, 2015).

O BNB já emprestou quantia próxima de 3,5 bilhões de reais a microempreendedores, através do programa Crediamigo (BNB, 2015). Ainda de acordo com a mesma fonte, este programa é considerado o maior programa de microcrédito da América do Sul, sendo segundo da América Latina.

O Crediamigo visa atuar de maneira rápida, facilitando o acesso ao crédito por parte dos microempreendedores, reduzindo a burocracia para a concessão de crédito em grupos solidários (aval solidário) ou individualmente. Além disso, o programa também oferece acesso às ferramentas de orientação para a aplicação do empréstimo, bem como acompanhamento dos agentes de crédito a seus clientes (BNB, 2015). Maior aprofundamento sobre o tema será dado na seção 4 desta pesquisa.

3 METODOLOGIA

O presente capítulo apresenta a metodologia utilizada neste trabalho, a fim de alcançar o objetivo proposto por esta pesquisa. Para tanto, foi feito um Estudo de Caso, abordando o caso específico de mulheres micro empreendedoras tomadoras de crédito no programa do Banco do Nordeste, o Crediamigo, na região de Diamantina, no Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais. Segundo Gil (2002), esta é uma modalidade de pesquisa que consiste no desenvolvimento de um estudo com poucos objetos, mas de forma mais aprofundada, com o propósito de detalhar o conhecimento destes. Neste capítulo serão abordadas a caracterização deste estudo, a definição de população, amostra, a coleta e a análise dos dados na realização da pesquisa.

De acordo com Chizzotti (2011), o Estudo de Caso pode ser entendido como a busca por dados e informações em uma determinada situação, na qual exista um evento específico tido como o caso ser abordado, a fim de compreender, descrever e avaliá-lo minuciosamente, passando sua compreensão a outros interessados. A necessidade pelo desenvolvimento de pesquisas do tipo do estudo de caso vem, segundo Yin (2005, p. 20), “do desejo de se compreender fenômenos sociais complexos”.

Segundo o autor acima citado, ainda na questão de realização do Estudo de Caso não há definições claras entre fenômeno e contexto. O Estudo de Caso, portanto, é um método de caráter abrangente, que trata: “da lógica de planejamento, das técnicas de coleta de dados e das abordagens específicas à análise dos mesmos” (YIN, 2005, p. 33).

Dessa maneira, a presente pesquisa se caracteriza como um Estudo de Caso justamente por buscar compreender acerca de fenômenos sociais complexos, como o especificado por Yin (2005). Fenômenos tais como o caso da complexa realidade brasileira das mulheres micro empreendedoras, no caso particular do programa Crediamigo, programa este de suma relevância para promover e financiar a melhoria da condição de vida de suas associadas.

Quanto aos objetivos da pesquisa, pode-se classificá-la como de caráter descritivo. Segundo Gil (2002, p.42), pesquisas do tipo descritivas buscam primordialmente relatar as “características de determinada população ou fenômeno, ou então o estabelecimento de relações entre variáveis”. Os estudos de caráter descritivo também têm como foco a intenção

de conhecer “a comunidade, seus traços característicos, suas gentes, seus problemas” (TRIVIÑOS, 2013, p. 110), visto que a preocupação desta abordagem ainda apresenta uma atuação social prática.

Segundo Barros e Lehfeld (2007), na pesquisa descritiva não podem ocorrer interferências pessoais do pesquisador acerca do tema, visto que ele tem o papel de apenas descrever o objeto de pesquisa. Já de acordo com Triviños (2013), este tipo de estudo exige também que o pesquisador possua uma série de informações acerca desse objeto que será pesquisado. No entanto, a pesquisa descritiva ainda deve observar, registrar, analisar e correlacionar fatos e fenômenos identificados, mas não deve, no entanto, manipulá-los (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007).

Nesta pesquisa, foi realizada uma observação direta de objetos, sem a interferência da pesquisadora no contexto. A análise de documentos e estatísticas do programa de concessão de crédito, bem como a observação, registro e análise dos fenômenos observados durante visita em campo a mulheres empreendedoras tomadoras de crédito do Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais, foram partes do processo de elaboração, que também justificam o próprio caráter descritivo do estudo realizado.

A presente pesquisa possui abordagem mista quanto a seu delineamento envolvendo uma combinação de abordagem quantitativa e qualitativa. Ao utilizar-se destes dois métodos combinados, propõe-se o desenvolvimento de uma abrangência ainda maior do estudo de caso, se comparado ao uso limitado de demais métodos.

De acordo com Creswell (2007), a pesquisa de métodos mistos está focada em coletar e analisar dados tanto quantitativos quanto qualitativos de maneira conjunta, em detrimento de várias razões, como, por exemplo, da convergência e da confirmação de resultados advindos de diferentes fontes de coleta de dados. De acordo com Dal-Farra e Lopes (2013):

Os métodos mistos combinam os métodos predeterminados das pesquisas quantitativas com métodos emergentes das qualitativas, assim como questões abertas e fechadas, com formas múltiplas de dados contemplando todas as possibilidades, incluindo análises estatísticas e análises textuais (DAL-FARRA; LOPES, 2013, p. 4).

Por razões de se tentar obter uma amplitude maior nesta pesquisa, trazendo-se tanto dados quantitativos como qualitativos para estudo; sobrepondo, e não contrapondo, estes métodos; que esta abordagem mista foi escolhida.

No Quadro 1 abaixo apresenta-se um quadro-resumo para apresentar qual etapa de pesquisa foi utilizada para atingir cada objetivo específico aventado.

Quadro 1- Objetivos e técnicas de pesquisa

Objetivo	Fase	Etapa
Identificar o perfil socioeconômico do público feminino participante do Crediamigo na região	Quantitativa	<i>Survey</i>
Tipificar as operações de crédito tomadas pelo público analisado	Qualitativa - Quantitativa	Entrevistas semi-estruturadas – <i>Survey</i> – Análise de <i>Clusters</i>
Analisar os empreendimentos criados pelas associadas, a partir da participação no Crediamigo e a sustentação dos mesmos	Qualitativa - Quantitativa	Entrevistas semi-estruturadas – <i>Survey</i> – Análise de <i>Clusters</i>

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

3.1 População e Amostra

Segundo Barros e Lehfeld (2009) a presente pesquisa definida como Estudo de Caso está ainda relacionada à coleta de dados e informações acerca de um ou mais casos ou situações particulares a fim de relatá-los bem como emitir algum parecer de acordo com as questões identificadas em sua realização. Nesta pesquisa as observações se relacionam à situação do microcrédito abordado, elas advêm de uma população que se define por todas as mulheres tomadoras de micro crédito, clientes atuais no programa Crediamigo do BNB, especificamente na região de abrangência da agência Diamantina. Sendo um estudo de caráter misto, a amostra é representativa no que diz respeito à parte quantitativa do estudo, e é intencional na parte qualitativa do mesmo.

Em razão de características regionais e de dificuldades de custeio, visto que ocorre uma dispersão significativa das mulheres empreendedoras em vários povoados e municípios distantes fisicamente no Vale do Jequitinhonha, a presente pesquisa foi feita, portanto, em

dois estágios. O primeiro através da aplicação de questionário relacionado ao caráter quantitativo desta pesquisa, realizada na agência onde se situam as clientes aguardando atendimento e posteriormente também em ‘visitas de acompanhamento’ aos empreendimentos em companhia de agentes de crédito. Já o segundo estágio foi realizado por meio de visitas aos empreendimentos, bem como através de mecanismos de comunicação telefônica, dependendo da disponibilidade.

Desta feita, utilizou-se a clássica fórmula de Stevenson (1981) representada na equação 1 para calcular o tamanho da amostra utilizada neste estudo. A agência estudada possuía uma população equivalente a 997 mulheres clientes à época do cálculo.

$$\eta = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1) \cdot e^2 + P \cdot Q \cdot Z^2} \quad \text{Equação 1}$$

Em que:

η = Tamanho da amostra

Z = Nível de confiança

P = Porcentagem de ocorrência do fenômeno

Q = Porcentagem complementar

N = População

e = Erro máximo permitido

Assim, utilizando-se de um nível de significância de 90% e um erro amostral de 10%, chegou-se ao número amostral de 63,41 mulheres. Desta forma, os questionários foram aplicados para 64 mulheres, clientes da agência Diamantina do Crediamigo.

3.2 Coleta de Dados

A coleta dos dados tanto quantitativos quanto qualitativos se deu por fases. De acordo com Creswell (2005), no que tange à implementação, os dados quantitativos e qualitativos podem ser coletados em fases, ou seja, sequencialmente, ou ao mesmo tempo, o que não impactaria a realização da pesquisa. Esta foi realizada através de levantamento de survey voltado para os

dados quantitativos, em primeiro momento, e, em seguida, através de entrevistas semiestruturadas voltadas para os dados qualitativos.

De acordo com Marconi e Lakatos (1996), o levantamento de dados pode ser realizado através de três procedimentos: pesquisa bibliográfica, documental ou contatos diretos. Os dois últimos procedimentos supracitados foram os aplicados neste estudo, cuja fonte se define como primária de dados, na qual se realizou o contato direto com a origem desses dados (clientes do programa).

O survey, segundo Babbie (1999), consiste em um tipo específico de pesquisa que se refere a uma pesquisa social empírica, normalmente utilizada a fim de descrever acerca de alguma população. Utilizada também para relatar a distribuição de certas características e atributos com os quais o pesquisador não se preocupa em termos da razão de distribuição, mas se volta para o que poderia gerar tal distribuição. Sendo assim, o survey realizado neste estudo buscou encontrar as características das mulheres empreendedoras da agência Diamantina, no Vale do Jequitinhonha e tomadoras de micro crédito do BNB. Para a sua composição, utilizou-se de uma adaptação das questões já presentes nos trabalhos realizados por Araújo (2012) e Vieira (2015). O software *e-surv* foi escolhido para ser utilizado nesta etapa da pesquisa, tendo em vista seu caráter gratuito, bem como a facilidade na utilização do mesmo.

Já no que tange as entrevistas semiestruturadas do segundo estágio de coleta de dados, essas foram conduzidas com dez micro empreendedoras da região, e tiveram caráter mais flexível, uma vez que foram “guiadas por relação de pontos de interesse que o entrevistador foi explorando ao longo de seu curso” (GIL, 2002, p. 117). De acordo com Triviños (2013), é comum que a pesquisa semiestruturada tenha suas perguntas geradas com o resultado das informações que o próprio pesquisador já recolheu sobre o fenômeno social que está sendo observado.

Creswell (2005) escreve ainda sobre a prioridade de escolha dos tipos de técnicas a serem aplicadas na pesquisa mista. O autor afirma ainda a possibilidade de existência de um fator que afete significativamente essa escolha dessas técnicas, fator a ser tomado como de maior peso no estudo gerando uma prioridade entre técnicas quantitativas e qualitativas. No entanto, nesse estudo não existe tal prioridade entre as duas metodologias aplicadas. As técnicas utilizadas foram tratadas de maneira igualitária ao longo da realização da pesquisa.

3.3 Análise de Dados

A análise dos dados foi feita através tanto de análise descritiva quanto através da utilização de técnicas de clusterização, a qual foi aplicada com a elaboração de dendrogramas, na parte quantitativa do estudo; e por meio da análise de conteúdo, na parte qualitativa do mesmo. A realização da análise de conteúdo consistiu em observação, interpretação e lançamento dos dados e informações obtidos através das entrevistas nesta pesquisa (CHIZZOTTI, 2006).

O cluster, porém, consiste em uma técnica quantitativa de análise de agrupamentos em árvore, a fim de aglutinar os dados de acordo com suas similaridades e distingui-los nas diferenças (BASSAB; MIAZAKI; ANDRADE, 1990). Estes autores afirmam ainda que a partir da análise de clusters, objetiva-se encontrar e separar objetos em grupos que sejam similares quanto suas características. Assim sendo, esta técnica foi selecionada em virtude da maior facilidade de visualização dos dados, a partir das similaridades ou divergências que foram apresentadas pelas respondentes tomadoras de microcrédito do programa Crediamigo da agência Diamantina, no Vale do Jequitinhonha- MG e resultaram na formação dos diagramas de cluster.

Segundo Chizzotti (2006, p. 98) a análise de conteúdo objetiva compreender criticamente “o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas”. Ou seja, consiste em um método escolhido para esta pesquisa justamente por tentar trazer à tona um sentido mais crítico para aquilo que veio a ser descoberto com observação das respostas das entrevistadas.

3.4 Dificuldades da Pesquisa

Ao início do período de coleta dos dados a pesquisa incorreu em eventuais dificuldades, como resistência tanto de funcionários, para a disponibilidade dos dados, quanto da sazonalidade de clientes na agência em certos períodos do mês. Devido ao regulamento de confidencialidade de dados dos clientes, a instituição não pôde fornecer o contato das clientes.

A partir desta indisponibilidade foi necessário readequar a coleta de dados, principalmente na etapa de entrevistas. A partir de dados disponíveis através de cartões de visita dispostos

espontaneamente em mural afixado na agência puderam-se selecionar sete. Este foi o número correspondente aos cartões que continham nomes de mulheres em suas faces. Os demais não puderam ser identificados como pertencentes a empreendedoras femininas, o que não os tornavam elegíveis para a pesquisa.

Destes nomes dos sete cartões de visita iniciais, duas aceitaram responder às questões da entrevista, uma havia mudado de cidade e as demais quatro não foram localizadas. Assim, foi necessária então, mais uma readequação da estratégia de coleta.

Prosseguiu-se, desta maneira, com a realização da busca pelas empreendedoras clientes do Crediamigo através de um sistema de indicação. Empreendedoras participantes do Crediamigo foram indicadas pelas que já haviam sido entrevistadas, bem como indicadas por àquelas respondentes do questionário. Estas indicaram, sobretudo, familiares e membros de seu grupo solidário. Dessa maneira, pode-se dizer que a técnica utilizada foi em bola de neve (BALDIN; MUNHOZ, 2011).

Em segundo momento, foi autorizada a visita da pesquisadora, juntamente com a presença de agentes de crédito às chamadas ‘visitas de acompanhamento’. Tais visitas consistem em rotina realizada pelos agentes de crédito, a fim de acompanhar o andamento e dar suporte aos negócios das clientes.

É importante salientar também as questões relativas à sazonalidade de clientes na agência física do Crediamigo. Como o início da pesquisa se deu em começo de mês, ocorre uma drástica diminuição do número de clientes em relação aos demais períodos do mês. Além disso, questões meteorológicas também influenciaram a presença das clientes na agência, comprometendo, assim, o período do início da coleta e resposta dos questionários.

4 O CASO DO VALE DO JEQUITINHONHA- MG

A região do Vale do Jequitinhonha, situada no Nordeste de Minas Gerais, ocupa uma área de cerca de 79 mil km² e possui cerca de 980 mil habitantes, divididos nas regiões conhecidas como Alto, Médio e Baixo Jequitinhonha (UFMG, 2015). A importância do Vale vem desde o século XVII, devido ao papel que este teve na ocupação portuguesa no centro sul do país e também durante o ciclo do ouro (SANTOS, 2004).

O nome da região foi dado a partir de seu rio, o rio Jequitinhonha, cuja bacia totaliza uma área de mais de 70 mil km² (SANTOS, 2004). O vale pode ser dividido, ainda, em 5 microrregiões, de acordo com suas cidades-polo: Diamantina, Capelinha, Araçuaí, Pedra Azul e Almenara (NASCIMENTO, 2009).

Figura 3: Mapa do Vale do Jequitinhonha



Fonte: UFMG (2015)

O estigma da pobreza, no entanto, ainda assola esta região. Os problemas enfrentados pelos moradores da região, como o desemprego, analfabetismo e desnutrição são responsáveis por um considerável êxodo rural da população para centros urbanos, levando a região a ser chamada por vários estudiosos de ‘região deprimida’ (UFMG, 2015).

Apesar dos índices indicarem esta região como uma das mais carentes do país, ela apresenta uma das culturas mais expressivas do estado mineiro (SANTOS, 2004). Segundo Nascimento (2009), a diversidade cultural do Vale apresenta traços das culturas indígenas e negras, sobretudo em manifestações folclóricas, arquitetônicas e artesanais. A região é, ainda, mais conhecida por seu artesanato. Diversas peças confeccionadas em materiais como cerâmica, palha, bambu, madeira e algodão dão reconhecimento à artesanaria característica da região (NASCIMENTO, 2009).

4.1 A Agência Crediamigo Diamantina

A agência do Crediamigo sediada em Diamantina é operacionalizada pelo Instituto Nordeste de Cidadania (INEC). Os agentes de crédito, coordenadores e atendentes são funcionários deste instituto. O Instituto fornece ainda treinamento e capacitação para seus funcionários, a fim de promover a excelência na prestação do serviço de microcrédito.

Situada na região central da cidade, a agência atende toda a região de Diamantina e adjacências. Os municípios de Couto de Magalhães de Minas, Felício dos Santos, Datas, Senador Modestino Gonçalves, Rio Preto, Serro, São João da Chapada, Milho Verde, São Gonçalo do Rio das Pedras e Mendanha fazem parte do escopo de atendimento dos agentes de crédito da unidade diamantinense.

As visitas aos clientes, por parte dos agentes de crédito, normalmente ocorrem através de motocicletas, uma vez que estes são ressarcidos apenas com uma parte do combustível utilizado para as visitas e este meio de locomoção é mais barato e prático do que os demais. Portanto, é comum que estes se desloquem majoritariamente em motocicletas. No entanto, na agência Diamantina, foi possível visualizar um caso em que a agente de crédito se locomovia somente em carro próprio, alegando falta de confiança e segurança em veículos do tipo motocicletas.

É comum que os agentes façam viagens curtas e médias a trabalho, uma vez que nem todos os clientes se encontram situados na cidade de Diamantina. Existe uma parcela significativa de clientes que vive em regiões rurais afastadas. Normalmente, os agentes de crédito são divididos ficando cada um responsável pelo atendimento de todos os clientes de um determinado município, fato este que é previamente acordado entre eles e o coordenador.

No momento em que um cliente decide participar do programa, é solicitado que este participe de uma reunião, individualmente ou em grupo, dependendo da modalidade de seu empréstimo, a fim de receber todas as informações necessárias sobre o empréstimo. É necessário que o cliente apresente, inicialmente, documentos como Cadastro de Pessoa Física (CPF), Carteira de Identidade e Comprovante de Residência. Além disso, os agentes de crédito fazem uma visita à região de moradia do solicitante, a fim de checar com vizinhos e conhecidos a autenticidade das informações fornecidas sobre a atividade realizada pelo cliente.

Os grupos solidários na agência Diamantina são compostos por 3 a 10 pessoas, onde cada participante passa a ser coobrigado pelo outro. A parcela mínima para empréstimo na agência é de R\$100,00, podendo chegar ao máximo de R\$15.000,00.

Ao longo da participação do cliente no programa, este é acompanhado pelos agentes, e pode ser convidado a participar de cursos e palestras sobre gestão, realizados por parceiros do Banco do Nordeste. Em casos mais críticos, este acompanhamento passa a ser feito pelo próprio coordenador da agência. Além disso, é disponibilizada aos clientes uma cartilha, a fim de orientá-los sobre questões de mercado.

5 ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo são analisados os dados coletados através dos questionários e das entrevistas semiestruturadas. Assim, aborda-se aqui tanto a etapa quantitativa quanto a etapa qualitativa deste estudo, objetivando cumprir os objetivos propostos, respondendo à questão de pesquisa apresentada.

Para tanto, o capítulo compõe-se da análise descritiva dos dados obtidos através das respostas das 64 clientes do Crediamigo Diamantina (Anexo A), seguido por uma seção acerca da análise de *clusters* (obtidos utilizando-se o software R versão 3.2.4). Por fim será apresentada uma seção referente à análise das respostas obtidas por meio de entrevistas semiestruturadas (Anexo B), realizadas com dez clientes da mesma instituição microfinanceira.

É importante ressaltar que, na análise descritiva das variáveis qualitativas utiliza-se as frequências absolutas e relativas, enquanto na análise descritiva das variáveis quantitativas utiliza-se medidas de posição, tendência central e dispersão. Além disso, nas tabelas a seguir, considera-se a unidade N como o número de observações. Destaca-se também que, nas questões do questionário onde foi usada a escala de Likert, variando de 1 (piorou muito) a 5 (melhorou muito) (vide anexo A), esta foi recodificada, a fim de facilitar a análise e o entendimento, para uma escala variável de -1 (piorou muito) a 1 (melhorou muito), sendo que o 0 representa ‘não alterou’.

5.1 Análise descritiva dos dados

A Tabela 1 a seguir apresenta a análise descritiva das variáveis categóricas da amostra coletada, correspondente às 64 clientes Crediamigo Diamantina respondentes. O questionário utilizado pode ser verificado no Anexo A.

Tabela 1 - Análise Descritiva das Variáveis Categóricas

		(continua)	
	Variáveis	N	%
Município de residência	Datas	1	1,56%
	Diamantina	59	92,19%
	Felício dos Santos	2	3,13%
	São João da Chapada	2	3,13%
Localização da residência	Área Urbana	58	90,63%
	Zona Rural	6	9,38%
Estado Civil	Casada / União estável	38	59,38%
	Separada / Divorciada	9	14,06%
	Solteira	16	25,00%
	Viúva	1	1,56%
Escolaridade	Fundamental ou Básico (até a 8ª série)	23	35,94%
	Médio ou Segundo Grau	32	50,00%
	Nunca estudei	1	1,56%
	Pós-Graduação Superior (Faculdade)	7	10,94%
Principal responsável pela renda familiar	Não	47	73,44%
	Sim	17	26,56%
Responsável pelo cuidado do filho (0 a 4 anos)	Eu mesma, pois levo para o local de trabalho	0	0,00%
	Cônjuge	0	0,00%
	Creche	11	44,00%
	Avós	8	32,00%
	Babás ou empregados domésticos	3	12,00%
	Vizinhos	0	0,00%
	Outros / Não especificou	3	12,00%
	Outros / Irmã	1	4,00%
A empresa é a atividade principal	Não	16	25,00%
	Sim	48	75,00%
Situação Jurídica	Em processo de formalização	3	4,69%
	Formal	27	42,19%
	Informal	14	21,88%
	MEI- Microempreendedor Individual	20	31,25%
Número de pessoas que trabalham na empresa	Apenas eu	43	67,19%
	2	19	29,69%
	3	2	3,13%
	Entre 4 e 20	0	0,00%
	Entre 11 e 20	0	0,00%
Local de funcionamento	Mais de 20	0	0,00%
	Ambulante	2	3,13%
	Ponto Comercial (loja ou sala)	20	31,25%
	Residência	31	48,44%
	Serviço à domicílio	9	14,06%
	Outro	2	3,13%

Tabela 1 - Análise Descritiva das Variáveis Categóricas

		(continua)	
	Variáveis	N	%
Tempo de negócio	Menos de 1 ano	7	10,94%
	Entre 1 e 3 anos	26	40,63%
	Entre 3 e 5 anos	16	25,00%
	Mais de 5 anos	15	23,44%
Setor de atividade	Agricultura Comercial	1	1,56%
	Agricultura de Subsistência	1	1,56%
	Artesanato	5	7,81%
	Comércio	38	59,38%
	Indústria	5	7,81%
	Prestação de Serviços	14	21,88%
	Outro	0	0,00%
Motivo de começar o negócio	Falta de emprego formal	21	32,81%
	Oportunidade de negócios	26	40,63%
	Complementação de renda	47	73,44%
	Indicação de amigos ou familiares	7	10,94%
	Uso de indenização por demissão	0	0,00%
	Ocupação após a aposentadoria	1	1,56%
	Outro/Gostar do que faço	1	1,56%
Separação da administração do dinheiro do negócio e pessoal	Sempre	41	64,06%
	Às vezes	22	34,38%
	Nunca	1	1,56%
Existe outra fonte de renda	Não	34	53,13%
	Sim	30	46,88%
Principal investimento do lucro do negócio	Ampliação do Negócio	39	60,94%
	Aquisição de bens pessoais	3	4,69%
	Melhoria das condições de vida da família	19	29,69%
	Outros	3	4,69%
Classe	A	0	0,00%
	B1	2	3,13%
	B2	19	29,69%
	C1	23	35,94%
	C2	17	26,56%
	D-E	3	4,69%
Consulta anterior ao empréstimo com o cônjuge	Não	31	48,44%
	Não possuo / não possuía cônjuge	12	18,75%
	Sim	21	32,81%

Tabela 1 - Análise Descritiva das Variáveis Categóricas

		(conclusão)	
Instituição bancária usada para financiamento	Crediamigo	64	100,00%
	Caixa Econômica Federal	15	23,44%
	Banco do Brasil	3	4,69%
	Sicoob	0	0,00%
	Outros	2	3,13%
Número de vezes que pegou crédito para o negócio	1 vez	7	10,94%
	2 ou 3 vezes	21	32,81%
	4 ou 5 vezes	26	40,63%
	Mais de 5 vezes	10	15,63%
Investimento do último empréstimo	Capital de giro	40	62,50%
	Compra de mercadorias / insumos	17	26,56%
	Outros/ Construção	1	1,56%
	Pagamento de impostos	0	0,00%
	Contratação de funcionários	0	0,00%
	Propaganda	0	0,00%
	Compra de bens de consumo	0	0,00%
	Máquinas, equipamentos e veículos	1	1,56%
	Melhoria no ponto de venda	4	6,25%
Pagamento de dívidas	1	1,56%	
Modalidade de crédito de mais frequência	Empréstimo Individual	8	12,50%
	Grupo Solidário	55	85,94%
	Outro	1	1,56%
Possui empréstimo com outra instituição	Não	58	90,63%
	Sim	6	9,38%
O que a instituição de crédito oferece	Cursos para ajudar a melhorar o negócio	2	33,33%
	Reunião/ encontro com outros empreendedores	1	16,67%
	Visitas de funcionários do banco/ agentes de crédito	2	33,33%
	Outro	1	16,67%

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Da tabela acima, pode-se verificar que, a respeito da unidade familiar, a maioria das respondentes reside no município de Diamantina, na área urbana. Mais da metade das respondentes são casadas ou estão em uma união estável. Metade das respondentes possuem, a respeito da escolaridade, ensino médio; cerca de 11% possuem nível superior; 35,94% possuem ensino fundamental; e apenas 1,56% possuem pós graduação, sendo que este mesmo

percentual corresponde também às respondentes que não possuem nenhum tipo de instrução escolar formal. Quanto ao sustento da família, a grande maioria afirma não ser principal responsável pelo sustento familiar. Por fim, quando indagadas sobre quem cuidava dos filhos em idade pré-escolar (0-4 anos) enquanto estavam em horário de trabalho, 44% das respondentes afirmaram que os deixavam em creches; enquanto 32% deixavam com os avós; 12% com babás ou empregados domésticos; 4% com irmã ou tia; e, por fim, 12% selecionaram a opção outros, sem especificação.

Neste cenário, vale ressaltar que nenhuma respondente selecionou a opção cônjuge, indicando que aos homens normalmente não se atribuem papéis de cuidado com os filhos. Além disso, a alta proporção das respondentes que não se identificaram como principais responsáveis pelo sustento familiar corrobora com o viés sexista de que o homem é normalmente considerado o provedor de sustento para o lar.

No que diz respeito às questões sobre a empresa/negócio, a maioria das respondentes tem a empresa como atividade principal, sendo que cerca de 73% das empresas eram formalizadas ou MEI, enquanto 21,88% afirmaram que seu negócio não possuía formalização. Nos empreendimentos pesquisados, a maioria empregava apenas um indivíduo e, quanto à localização, cerca da metade das respondentes afirmaram que seu empreendimento era estabelecido em sua residência, sendo que a grande maioria se enquadra no setor de comércio ou serviços. Em adição, 40,63% afirmaram da duração de seu negócio entre 1 e 3 anos, enquanto a motivação principal escolhida para iniciar o negócio foi a complementação de renda. Já no que diz respeito à administração do dinheiro do negócio, 64% afirmaram administrá-lo sempre separado do pessoal, enquanto 34% escolheram a ‘opção às vezes’. Cerca de metade das respondentes não possuem outra fonte de renda além da advinda do empreendimento, enquanto cerca de 60% afirmaram investir o lucro na ampliação do próprio negócio e cerca de 30% investem o lucro na melhoria da condição de vida da família.

A partir dos dados acima apresentados, observa-se que a predominância dos setores de comércio e serviço, adicionado ao fato da maioria dos empreendimentos se localizarem na própria residência das respondentes, reforça o estereótipo de área normalmente focada pelo público feminino, sobretudo em relação a lojas de roupas, salões de beleza, estética e revenda de produtos de beleza. Em relação à renda familiar, considerando o Critério de Classificação Econômica Brasil (ABEP, 2015), nenhum indivíduo da amostra foi classificado como classe

A, sendo que a grande maioria está entre as classes B1 e C2 e somente 4,69% dos participantes se enquadram nas classes D-E. Tal classificação destoa do público alvo do microcrédito, uma vez que este busca atingir às camadas mais baixas da população.

Por fim, no que diz respeito ao empréstimo tomado, observa-se que quase metade das respondentes não consultaram o cônjuge antes da tomada, sendo que todas pegaram empréstimo no Crediamigo (uma vez que este fato era pré-requisito para a participação no presente estudo) e cerca de 23% tomaram, adicionalmente, empréstimo na Caixa Econômica Federal. Ainda, grande parte das respondentes afirmaram já terem pegado o empréstimo entre 4 e 5 vezes, em sua grande maioria através da modalidade de grupo solidário. O investimento do empréstimo foi, principalmente, para capital de giro e também para a compra de mercadorias e insumos. Cerca de 90% não possuem atualmente empréstimo com outra instituição financeira, sendo que, das 10% que possuem, 33% afirmaram que o motivo para tal fato se deve ao oferecimento de cursos e treinamentos por parte das outras instituições.

Como em programas de microcrédito os empréstimos são normalmente de curta duração, percebe-se com grande frequência clientes que já renovaram seus empréstimos muitas vezes. Além disso, com a difusão e o reconhecimento dados ao programa do BNB, Crediamigo, pode-se perceber a predominância deste em relação aos outros programas disponíveis, uma vez que grande parte das respondentes não possuíam empréstimo com outras instituições. Já a tabela 2 a seguir trata da análise descritiva das variáveis numéricas:

Tabela 2: Análise Descritiva das Variáveis Numéricas

Variáveis	N Válidos	Média	D.P.	Mín.	1Q	2Q	3Q	Máx.
Idade	64	37,20	12,32	19	27,5	33,5	48,5	65
Número de Filhos	64	2,27	1,57	0	1	2	3	6
Número de filhos em escolas públicas	64	0,92	1,04	0	0	1	2	4
Número de filhos em escolas particulares	64	0,00	0,00	0	0	0	0	0
Valor solicitado	64	1703,41	681,06	500	1040	1500	2000	3500
Número de parcelas	64	6,45	1,41	6	6	6	6	12
Valor da prestação	64	286,27	80,11	96	193	273	365	452,58
Carência	64	1,08	0,19	0,667	1	1	1	1,5
Taxa de juros	64	0,017	0,00	0,012	0,017	0,017	0,017	0,017

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Sobre a tabela acima, ressalta-se que o perfil das mulheres respondentes, que tem em média 37,20 anos, sendo a menor idade igual a 19 e a maior igual a 65. Elas ainda possuem número médio de filhos igual a 2,27, com desvio padrão de 1,57. A média de filhos matriculados em escolas públicas é de 0,92, sendo que nenhum está matriculado em escolas particulares. Os valores solicitados de financiamento variam entre R\$ 500,00 e R\$ 3500,00, sendo que possuem valor médio de R\$ 1.703,41, parcelado entre 6 e 12 meses, com média de 6,45 meses, e ainda o valor de cada prestação varia de R\$ 96,00 a R\$ 452,58. A carência do último financiamento apresentou valor médio igual a 1,08 e taxa média de juros de 1,70%.

5.2 Análise de agrupamentos

Buscando agrupar os indivíduos respondentes que possuem similaridades utilizou-se a análise de agrupamento através do Método de Ward a partir da distância euclidiana (HAIR *et al*, 2009) e o Método de Ward com coeficiente de similaridade de Gower (GOWER, 1971), adequado para cálculo de similaridades quando há o uso de métodos mistos.

O quadro 2 a seguir traz as abreviações das questões contidas no questionário realizado (vide Anexo A), onde as questões foram reconfiguradas para siglas numeradas a fim de facilitar o entendimento das tabelas seguintes.

Quadro 2- Relação das siglas por item

Item	Descrição
Unidade Familiar	Q11.0 'Renda Familiar'
	Q11.1 'Condições de saúde'
	Q11.2 'Possibilidades de estudo'
	Q11.3 'Alimentação (número e qualidade das refeições)'
	Q11.4 'Capacidade de comprar roupas e calçados'
	Q11.5 'Condições para se divertir'
Empresa/Negócio	Q22.0 'Valor apurado com as vendas por mês'
	Q22.1 'O valor do lucro (o que sobra) do negócio'
	Q22.2 'Capacidade de diminuir custos'
	Q22.3 'Melhoria no ponto de venda ou apresentação do produto'
	Q22.4 'Compra de estoques quando necessário'
	Q22.5 'Capacidade de oferecer novos produtos'
	Q22.6 'Compra de equipamentos ou ferramentas'
	Q22.7 'Contratar funcionários'
	Q22.8 'Investimentos em propaganda (panfleto, rádio, e etc.)'
	Q22.9 'Aquisição de bens móveis/veículos/computadores para o negócio'
Empréstimo	Q25.0 'Possibilidade/condições para estudar'
	Q25.1 'Você se sentiu mais valorizada'
	Q25.2 'Você sentiu que as pessoas confiam mais em você'
	Q25.3 'Você sentiu mais confiança em si mesma'
	Q25.4 'Possibilitou que você fizesse cursos profissionais (capacitação) e outros cursos (artes,

Idade	Média (E.P.)	38,44	(2,748)	39,6	4	(2,675)	36,0	7	(3,808)	32,4	2	(3,201)	0,333*
Estado Civil	Com companheiro	9	56,25%	16	72,73%	6	42,86%	7	58,33%	0,357***			
	Sem companheiro	7	43,75%	6	27,27%	8	57,14%	5	41,67%				
Escolaridade	Até a 8ª série	6	37,50%	11	50,00%	4	28,57%	3	25,00%	0,658***			
	Médio ou Segundo Grau	8	50,00%	10	45,45%	7	50,00%	7	58,33%				
	Superior ou Pós	2	12,50%	1	4,55%	3	21,43%	2	16,67%				
Classe	B1	1	6,25%	1	4,55%	0	0,00%	0	0,00%	0,715***			
	B2	4	25,00%	5	22,73%	4	28,57%	6	50,00%				
	C1	8	50,00%	7	31,82%	6	42,86%	2	16,67%				
	C2	3	18,75%	8	36,36%	3	21,43%	3	25,00%				
	D-E	0	0,00%	1	4,55%	1	7,14%	1	8,33%				

* Teste de Kruskal-Wallis, ** Testes Qui-Quadrado, *** Teste Qui-Quadrado Simulado

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

A partir da tabela acima apresentada sobre o perfil das clientes, pode-se afirmar que não houve diferença significativa entre os grupos.

A tabela 4 a seguir apresenta a caracterização de cada agrupamento acima observado de acordo com a avaliação dos itens de Unidade Familiar.

Tabela 4- Caracterização dos grupos em relação a avaliação nos itens de Unidade Familiar (primeiro dendograma)

Variáveis	Grupo 1 (n=16)		Grupo 2 (n=22)		Grupo 3 (n=14)		Grupo 4 (n=12)		Valor-p*
	Média	E.P.	Média	E.P.	Média	E.P.	Média	E.P.	
Renda Familiar	0,78	0,064	0,77	0,054	0,50	0,000	0,25	0,075	0,000
Condições de saúde	0,78	0,064	0,50	0,047	0,43	0,049	0,00	0,000	0,000
Possibilidades de estudo	0,50	0,079	0,05	0,031	0,50	0,000	0,08	0,079	0,000
Alimentação	0,88	0,056	0,64	0,067	0,54	0,036	0,17	0,094	0,000
Cap. comprar roupas e calçados	0,72	0,079	0,55	0,045	0,50	0,000	0,08	0,120	0,000
Condições para se divertir	0,69	0,077	0,21	0,054	0,43	0,049	0,00	0,087	0,000

* Teste de Kruskal-Wallis

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Observa-se na tabela anterior que houve diferença significativa entre os grupos em relação a todos os itens, sendo que, em geral, os grupos tendem a apresentar melhorias nos itens sobre a Unidade Familiar. O grupo 1, no entanto, apresentou as maiores médias nos itens, enquanto o grupo 4 apresentou médias menores que os demais grupos. Já o grupo 3 apresentou valores

médios em todos os itens, enquanto o grupo 2 apresentou maior valor para Renda Familiar e menor valor para Condições para se divertir. Tal constatação pode ser entendida à medida que, com o empréstimo, a obrigação para com o pagamento das parcelas pode levar a uma sobrecarga de trabalho, influenciando os momentos de lazer e diversão.

Quanto ao agrupamento em relação às variáveis caracterizadoras da Unidade Familiar, propõe-se a tabela 5, que segue:

Tabela 5- Associação dos grupos em relação às variáveis de Unidade Familiar (primeiro dendograma)

Variáveis	Grupo 1 (n=16)		Grupo 2 (n=22)		Grupo 3 (n=14)		Grupo 4 (n=12)		Valor-p	
	N	%	N	%	N	%	N	%		
Principal responsável pela renda familiar	Não	11	68,75%	16	72,73%	11	78,57%	9	75,00%	0,978**
	Sim	5	31,25%	6	27,27%	3	21,43%	3	25,00%	
Número de filhos	Média (E.P.)	2,38	(0,364)	3,09	(0,322)	1,29	(0,339)	1,75	(0,411)	0,006*

* Teste de Kruskal-Wallis, ** Teste Qui-Quadrado Simulado

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Destaca-se que não houve diferença significativa entre os grupos em relação a ser principal responsável pela renda familiar. No entanto, houve diferença significativa entre os grupos e o número de filhos, sendo que o grupo 2 apresentou o maior número médio de filhos, enquanto o grupo 3 apresentou o menor número médio de filhos.

Já a tabela 6 traz a comparação dos agrupamentos em relação às variáveis caracterizadoras de empresa/negócio.

Tabela 6- Associação dos grupos em relação as variáveis de empresa/negócio (primeiro dendograma)

(continua)

Variáveis	Grupo 1 (n=16)		Grupo 2 (n=22)		Grupo 3 (n=14)		Grupo 4 (n=12)		Valor-p	
	N	%	N	%	N	%	N	%		
A empresa é a atividade principal	Não	5	31,25%	4	18,18%	4	28,57%	3	25,00%	0,790**
	Sim	11	68,75%	18	81,82%	10	71,43%	9	75,00%	
Situação Jurídica	Formal ou em processo	8	50,00%	10	45,45%	8	57,14%	4	33,33%	0,278**
	Informal	1	6,25%	4	18,18%	4	28,57%	5	41,67%	
	Microempr. Ind	7	43,75%	8	36,36%	2	14,29%	3	25,00%	
Nº de pessoas na empresa	Apenas eu	8	50,00%	13	59,09%	14	100,00%	8	66,67%	0,009**
	2 ou 3	8	50,00%	9	40,91%	0	0,00%	4	33,33%	
Local de funcionamento	Ponto Comercial	8	50,00%	8	36,36%	2	14,29%	2	16,67%	0,063**
	Residência	7	43,75%	12	54,55%	8	57,14%	4	33,33%	

	Serviço à domicílio	0	0,00%	2	9,09%	3	21,43%	4	33,33%	
	Outro	1	6,25%	0	0,00%	1	7,14%	2	16,67%	
Tempo de negócio	Menos de 1 ano	1	6,25%	2	9,09%	2	14,29%	2	16,67%	0,968 **
	Entre 1 e 3 anos	6	37,50%	8	36,36%	7	50,00%	5	41,67%	
	Entre 3 e 5 anos	5	31,25%	7	31,82%	2	14,29%	2	16,67%	
	Mais de 5 anos	4	25,00%	5	22,73%	3	21,43%	3	25,00%	
Setor de atividade	Comércio	11	68,75%	11	50,00%	10	71,43%	6	50,00%	0,139 **
	Indústria	2	12,50%	3	13,64%	0	0,00%	0	0,00%	
	Prestação de Serviços	1	6,25%	7	31,82%	1	7,14%	5	41,67%	
	Outro	2	12,50%	1	4,55%	3	21,43%	1	8,33%	
Motivo de começar o negócio	Falta de emprego formal	4	25,00%	8	36,36%	4	28,57%	5	41,67%	0,791 **
	Oportunidade de negócios	10	62,50%	7	31,82%	5	35,71%	4	33,33%	0,253 **
	Compl. renda	14	87,50%	19	86,36%	9	64,29%	5	41,67%	0,021 **
	Indicação de amigos	1	6,25%	5	22,73%	1	7,14%	0	0,00%	0,229 **
	Outros	0	0,00%	0	0,00%	1	7,14%	1	8,33%	0,221 **
Separação do dinheiro do negócio e pessoal	Às vezes ou nunca	6	37,50%	6	27,27%	5	35,71%	6	50,00%	0,628 **
	Sempre	10	62,50%	16	72,73%	9	64,29%	6	50,00%	
Existe outra fonte de renda	Não	6	37,50%	11	50,00%	10	71,43%	7	58,33%	0,311 **
	Sim	10	62,50%	11	50,00%	4	28,57%	5	41,67%	
Investimento do lucro do negócio	Ampl. Negócio	10	62,50%	12	54,55%	10	71,43%	7	58,33%	0,108 **
	Melhoria das cond. de vida	4	25,00%	10	45,45%	1	7,14%	4	33,33%	
	Outros	2	12,50%	0	0,00%	3	21,43%	1	8,33%	
Empresa/Negócio Média (E.P.)	Q22.0	0,63	(0,056)	0,59	(0,071)	0,39	(0,119)	0,21	(0,114)	0,008 *
	Q22.1	0,53	(0,072)	0,41	(0,071)	0,36	(0,110)	0,21	(0,179)	0,409 *
	Q22.2	0,44	(0,077)	0,14	(0,075)	0,25	(0,069)	0,00	(0,123)	0,017 *
	Q22.3	0,47	(0,072)	0,27	(0,064)	0,29	(0,069)	0,13	(0,139)	0,123 *
	Q22.4	0,47	(0,085)	0,36	(0,049)	0,46	(0,082)	0,33	(0,094)	0,523 *
	Q22.5	0,56	(0,090)	0,48	(0,052)	0,32	(0,085)	0,17	(0,094)	0,011 *
	Q22.6	0,56	(0,090)	0,21	(0,054)	0,25	(0,069)	0,17	(0,112)	0,008 *
	Q22.7	0,16	(0,060)	0,02	(0,070)	0,07	(0,049)	0,08	(0,056)	0,309 *
	Q22.8	0,25	(0,091)	0,02	(0,061)	0,18	(0,066)	0,08	(0,056)	0,103 *
	Q22.9	0,22	(0,102)	0,14	(0,075)	0,25	(0,069)	0,08	(0,120)	0,399 *

* Teste de Kruskal-Wallis, ** Teste Qui-Quadrado Simulado

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Assim, a partir da tabela acima pode-se destacar que não houve diferença significativa em relação à empresa ser a atividade principal. Também não houve diferença em relação à situação jurídica da empresa.

No entanto, houve diferença significativa em relação ao número de pessoas que trabalham na empresa, sendo que os grupos 2 e 3 apresentam maior percentual de empresas onde trabalham 2 ou 3 pessoas, enquanto o grupo 1 apresenta percentual igual de empresas onde trabalham tanto o próprio indivíduo quanto onde trabalham 2 ou 3. Assim, percebe-se que os empreendimentos pesquisados na região possuem capacidade limitada de geração de empregos, uma vez que possuem um número menor de trabalhadores inseridos no microempreendimento.

Também houve diferença marginalmente significativa entre os grupos em relação ao local de funcionamento da empresa, uma vez que o grupo 1 apresenta maior percentual de empresas situadas em ponto comercial, enquanto os grupos 2 e 3 apresentam maior percentual de empresas localizadas em residência. Durante a pesquisa foi observado que grande parte das respondentes estavam no ramo da estética (salões de beleza, centros de estética ou manicures), ou comércio (seja de moda, lojas, confecções ou, até mesmo, revenda de produtos de beleza), setores estes onde muitos empreendimentos são localizados na própria casa da empreendedora (quando são de menor porte), ou pontos comerciais, quando elas possuem condições de alugá-los.

Não houve diferença significativa, no entanto, entre os grupos em relação ao setor de atividade, nem ao tempo da empresa, nem aos motivos para abertura do negócio. Houve diferença significativa, entretanto, no motivo de iniciar o negócio, sendo que o grupo 1 apresenta maior percentual de indivíduos que iniciaram o negócio para complementação da renda familiar, enquanto o grupo 4 apresentou o menor percentual neste mesmo quesito.

Não houve diferença significativa entre os grupos nos itens de separação do dinheiro do negócio e pessoal, bem como no quesito existência de outra fonte de renda, nem ao investimento do lucro ou à avaliação da influência no negócio a partir dos itens Q22.1 (o valor do lucro do negócio), Q22.3 (melhoria no ponto de venda ou apresentação do produto), Q22.4 (compra de estoques quando necessário), Q22.7 (contratar funcionários), Q22.8

(investimentos em propaganda) ou Q22.9 (aquisição de bens móveis/veículos/computadores para o negócio).

Houve, no entanto, diferença significativa em relação aos itens Q22.0 (valor apurado com as vendas por mês), Q22.2 (capacidade de diminuir custos), Q22.5 (capacidade de oferecer novos produtos) e Q22.6 (compra de equipamentos ou ferramentas), sendo que o grupo 1 apresentou as maiores médias, enquanto o grupo 4 apresentou as menores médias em todos esses aspectos. Estes resultados mostram que o empréstimo tende a auxiliar na melhoria dos investimentos e das questões de comercialização, bem como na ampliação do leque de produtos a serem oferecidos pelas microempendedoras pesquisadas.

A tabela 7 apresenta a comparação entre os agrupamentos em relação às variáveis caracterizadoras de informações sobre o microcrédito.

Tabela 7- Associação dos grupos em relação às variáveis de Informações sobre microcrédito (primeiro dendograma)

Variáveis		Grupo 1 (n=16)		Grupo 2 (n=22)		Grupo 3 (n=14)		Grupo 4 (n=12)		Valor-p
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Empréstimo Média (E.P.)	Q25.0	0,56	(0,101)	0,02	(0,070)	0,43	(0,089)	0,08	(0,056)	0,000*
	Q25.1	0,56	(0,062)	0,50	(0,033)	0,54	(0,063)	0,58	(0,104)	0,723*
	Q25.2	0,56	(0,077)	0,59	(0,053)	0,54	(0,063)	0,54	(0,096)	0,938*
	Q25.3	0,59	(0,094)	0,66	(0,051)	0,57	(0,071)	0,58	(0,104)	0,859*
	Q25.4	0,47	(0,107)	0,11	(0,087)	0,32	(0,066)	0,00	(0,062)	0,002*
	Q25.5	0,59	(0,068)	0,59	(0,053)	0,46	(0,063)	0,42	(0,12)	0,315*
	Q25.6	0,47	(0,107)	0,11	(0,087)	0,29	(0,069)	0,17	(0,128)	0,040*
Consulta com o cônjuge anterior ao empréstimo	Não	8	50,00%	13	59,09%	8	57,14%	2	16,67%	0,044 **
	Não possui cônjuge	4	25,00%	3	13,64%	4	28,57%	1	8,33%	
	Sim	4	25,00%	6	27,27%	2	14,29%	9	75,00%	
Instituição bancária usada para financ.	Caixa Ec. Fed.	2	12,50%	10	45,45%	2	14,29%	1	8,33%	0,041 **
	Outros	2	12,50%	1	4,55%	1	7,14%	1	8,33%	0,919 **
Nº de vezes que pegou crédito para o negócio	1 vez	0	0,00%	2	9,09%	3	21,43%	2	16,67%	0,566 **
	2 ou 3	5	31,25%	7	31,82%	4	28,57%	5	41,67%	
	4 ou 5	6	37,50%	11	50,00%	5	35,71%	4	33,33%	
	Mais de 5	5	31,25%	2	9,09%	2	14,29%	1	8,33%	
Informações sobre o último financiamento Média (E.P.)	Valor solíc.	1692,50	(147,387)	2003,64	(173,118)	1535,71	(161,248)	1363,21	(112,251)	0,073*
	Nº de parc.	6,13	(0,125)	6,96	(0,413)	6,43	(0,429)	6,00	(0,000)	0,157*
	Valor prest.	299,88	(22,774)	314,07	(16,358)	266,07	(19,782)	240,71	(16,141)	0,015*
	Carência	1,03	(0,031)	1,14	(0,049)	1,06	(0,057)	1,06	(0,043)	0,444*
	Taxa de juros	0,02	(0,000)	0,02	(0,000)	0,02	(0,000)	0,02	(0,000)	0,773*
Investimento do último empréstimo	Capital giro	13	81,25%	15	68,18%	9	64,29%	3	25,00%	0,012**
	Compra de mercadoria	3	18,75%	5	22,73%	5	35,71%	4	33,33%	
	Outros	0	0,00%	2	9,09%	0	0,00%	5	41,67%	
Modalidade de	Grupo	13	81,25%	18	81,82%	14	100,00%	10	83,33%	0,364

(continua)

crédito de mais frequência	Solidário									**
	Outros	3	18,75%	4	18,18%	0	0,00%	2	16,67%	
Empréstimo com outra instituição	Não	15	93,75%	21	95,45%	13	92,86%	9	75,00%	0,268
	Sim	1	6,25%	1	4,55%	1	7,14%	3	25,00%	**

* Teste de Kruskal-Wallis, ** Teste Qui-Quadrado Simulado

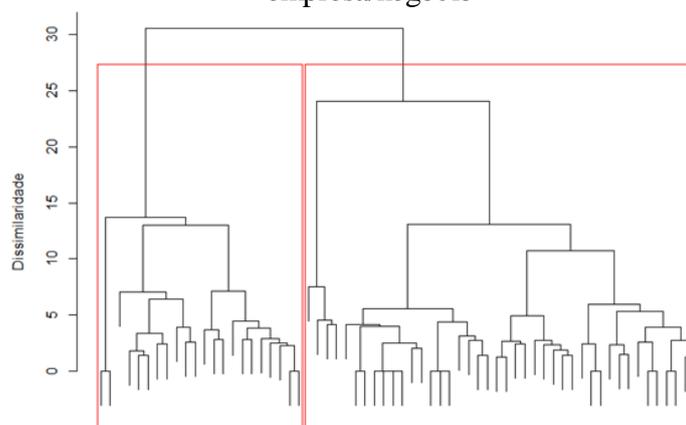
Fonte: Elaborado pela autora com os dados da pesquisa

Da tabela acima pode-se destacar que houve diferença significativa entre os itens Q25.0, Q25.4 e Q25.6, onde o grupo 1 apresentou as maiores médias. O grupo 2 apresentou as menores médias nos itens Q25.0 e Q25.6, e o grupo 4 no item Q25.4. Não houve diferença significativa entre os grupos em relação ao item Q25.1, Q25.2, Q25.3 e Q25.5. Houve diferença significativa entre os agrupamentos em relação à consulta ao cônjuge, sendo que o grupo 4 apresentou menor percentual de indivíduos que consultaram o cônjuge, enquanto os demais grupos apresentaram os maiores valores. Também houve diferença significativa em relação ao empréstimo em outras instituições, como na Caixa Econômica Federal, uma vez que o grupo 2 apresentou maior percentual e o grupo 4 apresentou o menor percentual de indivíduos que tomaram empréstimo neste banco. Não houve diferença significativa em relação ao número de vezes que o indivíduo pegou crédito. Houve diferença marginalmente significativa em relação ao valor solicitado do último empréstimo, sendo que o grupo 2 apresentou o maior valor médio enquanto o grupo 4 apresentou o menor. Houve também diferença significativa em relação ao valor da prestação, sendo que o grupo 4 apresentou o menor valor médio de prestação. Houve ainda diferença em relação ao investimento do último empréstimo, uma vez que o grupo 2 apresentou maior porcentagem de indivíduos que investiram em capital de giro, enquanto o grupo 4 apresentou maior porcentagem de indivíduo que investiram no item outros. Não houve, por fim, diferenças significativas em relação à modalidade de crédito mais frequente nem em relação aos empréstimos atuais em outra instituição.

5.2.2 Clusterização proposta sobre empresa/negócio (Segundo dendograma)

A fim de agrupar as respondentes similares em relação à avaliação dos itens propostos de empresa/negócio, apresenta-se aqui dois agrupamentos distintos.

Figura 5- Dendograma do agrupamento dos indivíduos em relação à avaliação nos itens de empresa/negócio



Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

A tabela 8 apresenta a caracterização de cada um desses agrupamentos de acordo com a avaliação nos itens empresa/negócios.

Tabela 8- Caracterização dos grupos em relação às variáveis de Empresa/Negócio (segundo dendograma)

Variáveis	Grupo 1 (n=42)		Grupo 2 (n=22)		Valor-p*
	Média	EP.	Média	EP.	
Valor apurado com as vendas por mês	0,38	0,061	0,68	0,052	0,001
O valor do lucro (o que sobra) do negócio	0,35	0,069	0,48	0,070	0,440
Capacidade de diminuir custos	0,12	0,051	0,39	0,080	0,002
Melhoria no pto venda/apresentação do produto	0,24	0,055	0,41	0,063	0,088
Compra de estoques quando necessário	0,38	0,041	0,46	0,073	0,409
Capacidade de oferecer novos produtos	0,27	0,042	0,66	0,061	0,000
Compra de equipamentos ou ferramentas	0,17	0,041	0,55	0,073	0,000
Contratar funcionários	-0,01	0,027	0,25	0,064	0,000
Investimentos em propaganda	0,00	0,030	0,36	0,067	0,000
Aquisição de bens móveis/veículos/computadores para o negócio	0,01	0,032	0,48	0,084	0,000

* Teste de Kruskal-Wallis

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa.

Logo, a partir dos dados acima pode-se evidenciar que houve diferença significativa em relação à avaliação da influência do negócio após entrada no programa nos aspectos valor apurado com vendas por mês, capacidade de diminuir custos, capacidade de oferecer novos produtos, compra de equipamentos e ferramentas, contratar funcionários, investimentos em propaganda e aquisição de bens/veículos/computadores para o negócio, sendo que o agrupamento 2 apresentou as maiores médias em todos esses aspectos, onde o aspecto contratar funcionários apresentou média negativa. Isto pode ocorrer devido ao fato de que a necessidade de repagamento do empréstimo faz com que se torne mais difícil dispor de capital para a contratação de novos empregados. Já quanto ao valor do lucro do negócio, melhoria no

ponto de venda ou apresentação do produto e compra de estoques quando necessário, não houve diferença significativa entre os grupos.

A tabela 9 que segue apresenta a comparação dos agrupamentos em relação as variáveis caracterizadoras do perfil do indivíduo.

Tabela 9- Associação dos grupos em relação às variáveis do Perfil dos indivíduos (segundo dendograma)

Variáveis		Grupo 1 (n=42)		Grupo 2 (n=22)		Valor-p
		N	%	N	%	
Município da residência	Diamantina	40	95,24%	19	86,36%	0,329***
	Outros	2	4,76%	3	13,64%	
Localização da residência	Área Urbana	39	92,86%	19	86,36%	0,406***
	Zona Rural	3	7,14%	3	13,64%	
Idade	Média (E.P.)	37,05	(1,900)	37,50	(2,688)	0,949*
Estado Civil	Com companheiro	27	64,29%	11	50,00%	0,402**
	Sem companheiro	15	35,71%	11	50,00%	
Escolaridade	Até a 8ª série	14	33,33%	10	45,45%	0,354***
	Médio ou Segundo Grau	21	50,00%	11	50,00%	
	Superior ou Pós-graduação	7	16,67%	1	4,55%	
Classe	B1	0	0,00%	2	9,09%	0,089***
	B2	12	28,57%	7	31,82%	
	C1	13	30,95%	10	45,45%	
	C2	14	33,33%	3	13,64%	
	D-E	3	7,14%	0	0,00%	

* Teste de Kruskal-Wallis, ** Testes Qui-Quadrado, *** Teste Qui-Quadrado Simulado

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Na tabela anterior pode-se perceber que não houve diferença significativa entre os grupos nos que diz respeito às variáveis caracterizadoras do perfil dos clientes.

Já a tabela 10 a seguir apresenta a comparação dos grupos em relação às variáveis caracterizadoras da unidade familiar.

Tabela 10- Associação dos grupos em relação às variáveis de Unidade Familiar (segundo dendograma)

Variáveis		Grupo 1 (n=42)		Grupo 2 (n=22)		Valor-p
		N	%	N	%	
Principal responsável pela renda familiar	Não	30	71,43%	17	77,27%	0,838**
	Sim	12	28,57%	5	22,73%	
Número de filhos	Média (E.P.)	2,38	(0,236)	2,05	(0,351)	0,361*
Renda Familiar	Média (E.P.)	0,57	(0,047)	0,71	(0,063)	0,097*
Condições de saúde	Média (E.P.)	0,41	(0,043)	0,57	(0,083)	0,069*
Possibilidades de estudo	Média (E.P.)	0,23	(0,046)	0,34	(0,061)	0,106*
Alimentação	Média (E.P.)	0,51	(0,052)	0,73	(0,072)	0,017*
Cap. comprar roupas e calçados	Média (E.P.)	0,42	(0,054)	0,64	(0,059)	0,010*
Condições para se divertir	Média (E.P.)	0,25	(0,052)	0,50	(0,074)	0,010*

* Teste de Mann-Whitney, ** Testes Qui-Quadrado

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Da tabela acima depreende-se que não houve diferença significativa entre os agrupamentos em relação ao principal responsável pela renda familiar, nem em relação ao número de filhos. Houve, no entanto, diferença significativa em relação às mudanças da família desde a entrada no programa Crediamigo nos aspectos ‘condições de saúde’ (sendo que esta diferença foi marginalmente significativa), ‘possibilidades de estudo’, ‘alimentação’, ‘capacidade de comprar roupas e calçados’ e ‘condições para se divertir’, sendo que o grupo 2 apresentou as maiores médias, evidenciando melhorias em todas essas variáveis, enquanto que o grupo 1 apresentou as menores médias (porém positivas), mas que também indicam melhorias em todas essas variáveis.

A seguir, apresenta-se a tabela 11, que mostra e comparação dos grupos em relação às variáveis caracterizadoras de empresa/negócio.

Tabela 11- Associação dos grupos em relação às variáveis de Empresa/negócio (segundo dendograma)

Variáveis	Grupo 1 (n=42)		Grupo 2 (n=22)		Valor-p	
	N	%	N	%		
A empresa é a atividade principal	Não	10	23,81%	6	27,27%	1,000*
	Sim	32	76,19%	16	72,73%	
Situação Jurídica	Formal ou em processo	17	40,48%	13	59,09%	0,044 **
	Informal	13	30,95%	1	4,55%	
	Microempreendedor Ind.	12	28,57%	8	36,36%	
Nº de pessoas na empresa	Apenas eu	30	71,43%	13	59,09%	0,473*
	2 ou 3	12	28,57%	9	40,91%	
Local de funcionamento	Ponto Comercial	10	23,81%	10	45,45%	0,329 **
	Residência	23	54,76%	8	36,36%	
	Serviço à domicílio	6	14,29%	3	13,64%	
	Outro	3	7,14%	1	4,55%	
Tempo de negócio	Menos de 1 ano	4	9,52%	3	13,64%	0,061 **
	Entre 1 e 3 anos	21	50,00%	5	22,73%	
	Entre 3 e 5 anos	11	26,19%	5	22,73%	
	Mais de 5 anos	6	14,29%	9	40,91%	
Setor de atividade	Comércio	23	54,76%	15	68,18%	0,701 **
	Indústria	3	7,14%	2	9,09%	
	Prestação de Serviços	11	26,19%	3	13,64%	
	Outro	5	11,90%	2	9,09%	
Motivo de começar o negócio	Falta de emprego formal	17	40,48%	4	18,18%	0,128*
	Oportunidade de negócios	14	33,33%	12	54,55%	0,170*
	Complementação de renda	30	71,43%	17	77,27%	0,838*
	Indicação de amigos	4	9,52%	3	13,64%	0,684 **
	Outros	2	4,76%	0	0,00%	0,542 **
Separação do dinheiro do negócio e pessoal	Às vezes ou nunca	19	45,24%	4	18,18%	0,062*
	Sempre	23	54,76%	18	81,82%	
Existe outra fonte de renda	Não	24	57,14%	10	45,45%	0,531*
	Sim	18	42,86%	12	54,55%	

Investimento do lucro do negócio	Ampliação do Negócio	23	54,76%	16	72,73%	0,343 **
	Melhoria das cond. de vida	15	35,71%	4	18,18%	
	Outros	4	9,52%	2	9,09%	

* Testes Qui-Quadrado, ** Teste Qui-Quadrado Simulado

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Na tabela acima percebe-se que não houve diferença significativa entre os agrupamentos em relação à empresa ser a atividade principal dos indivíduos. Porém, houve diferença em relação à situação jurídica da empresa, sendo que o grupo 2 apresentou maior percentual de empresas em situação formal, em processo de formalização e MEI, sendo que o grupo 1 apresentou maior percentual de empresas em situação informal. Não houve diferença significativa em relação ao número de pessoas que trabalham na empresa nem em relação ao local de funcionamento da empresa. Houve diferença marginalmente significativa entre os grupos em relação ao tempo de funcionamento da empresa. Não houve diferença significativa em relação ao setor de atividades nem em relação aos motivos para início do negócio. Já no item relativo à administração do dinheiro do negócio separadamente do dinheiro pessoal, houve diferença marginalmente significativa, sendo que o grupo 2 apresenta maior percentual de mulheres que sempre administraram o dinheiro do negócio separadamente do pessoal do que em relação ao grupo 1. Nos itens sobre a existência de outra fonte de renda e sobre o principal investimento do lucro do negócio não houve diferença significativa entre os grupos.

A tabela 12 a seguir apresenta a comparação dos agrupamentos em relação às variáveis caracterizadoras de informações sobre o microcrédito.

Tabela 12- Associação dos grupos em relação às variáveis de Informações sobre empréstimos (segundo dendograma)

Variáveis	Grupo 1 (n=42)		Grupo 2 (n=22)		Valor-p	
	N	%	N	%		
Empréstimo Média (E.P.)	Q25.0	0,17	(0,053)	0,43	(0,095)	0,026*
	Q25.1	0,52	(0,038)	0,57	(0,05)	0,497*
	Q25.2	0,54	(0,04)	0,61	(0,065)	0,263*
	Q25.3	0,60	(0,043)	0,64	(0,075)	0,511*
	Q25.4	0,12	(0,051)	0,43	(0,089)	0,004*
	Q25.5	0,45	(0,041)	0,68	(0,062)	0,002*
Consulta com o cônjuge anterior ao empréstimo	Q25.6	0,13	(0,057)	0,48	(0,084)	0,001*
	Não	20	47,62%	11	50,00%	0,329*
	Não possui cônjuge	6	14,29%	6	27,27%	
Sim	16	38,10%	5	22,73%		
Instituição bancária usada para financ.	Caixa Ec. Fed.	10	23,81%	5	22,73%	1,000**
	Outros	4	9,52%	1	4,55%	0,652** *
Nº de vezes que pegou crédito para o negócio	1 vez	4	9,52%	3	13,64%	0,056**
	2 ou 3 vezes	18	42,86%	3	13,64%	*

(continua)

	4 ou 5 vezes	16	38,10%	10	45,45%	
	Mais de 5 v.	4	9,52%	6	27,27%	
Informações sobre o último financ. Média (E.P.)	Valor solic.	1572,82	(94,737)	1952,73	(159,026)	0,027*
	Nº de parc.	6,36	(0,210)	6,64	(0,326)	0,215*
	Valor prest.	271,06	(11,623)	315,30	(17,618)	0,061*
	Carência	1,07	(0,025)	1,10	(0,050)	0,762*
	Taxa de juros	0,02	(0,000)	0,02	(0,000)	0,016*
Investimento do último empréstimo	Capital giro	26	61,90%	14	63,64%	1,000**
	Compra de mercadorias	11	26,19%	6	27,27%	*
	Outros	5	11,90%	2	9,09%	
Modalidade de crédito de mais frequência	Grupo Solidário	36	85,71%	19	86,36%	1,000**
	Outros	6	14,29%	3	13,64%	*
Empréstimo com outra instituição	Não	38	90,48%	20	90,91%	1,000**
	Sim	4	9,52%	2	9,09%	*

* Teste de Mann-Whitney, ** Testes Qui-Quadrado, *** Teste Qui-Quadrado Simulado

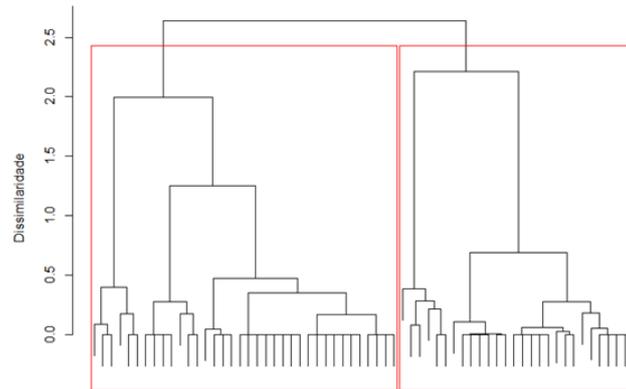
Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Na tabela acima observa-se que houve diferença significativa em relação à avaliação da mudança de vida das clientes após o acesso ao programa Crediamigo nos aspectos Q25.0, Q25.4, Q25.5, Q26.6, sendo que o grupo 2 apresentou maiores médias em todos esses aspectos em relação ao grupo 1. Nos aspectos Q25.1, Q25.3 e Q25.3, bem como nos aspectos de consulta ao cônjuge e de empréstimo em outra instituição não houve diferenças significativas. Houve diferença marginalmente significativa em relação ao número de vezes da renovação do crédito para o negócio, sendo que o grupo 1 apresentou maior porcentagem de mulheres que pegaram o empréstimo entre 2 e 3 vezes, enquanto o grupo 2 apresentou maior percentual delas que pegaram empréstimo entre 4 e 5 vezes. Tal dado mostra que os empréstimos deste tipo tendem a serem renovados. Houve também diferença significativa em relação ao valor solicitado do último empréstimo, sendo que o grupo 2 apresentou maiores médias em relação ao valor do empréstimo. Não houve, no entanto, diferença entre os agrupamentos em relação ao número de parcelas do último empréstimo. Houve diferença entre os grupos 1 e 2 em relação à taxa de juros do último empréstimo. Não houve diferença significativa entre os agrupamentos nos quesitos de investimento do último empréstimo, modalidade de crédito mais frequente ou em relação a ter empréstimo atualmente em outras instituições.

5.2.3 Clusterização proposta sobre Variáveis Iniciais (Terceiro Dendograma)

Buscando agrupar os indivíduos com comportamentos similares em relação aos itens das variáveis iniciais, apresenta-se o dendograma onde opta-se pela divisão entre dois grupos de similaridades.

Figura 6- Dendograma do agrupamento dos indivíduos em relação às Variáveis Iniciais



Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Na tabela 13 que se segue pode ser vista a caracterização de cada grupo de acordo com as variáveis dos itens Variáveis Iniciais.

Tabela 13- Caracterização dos grupos em relação às Variáveis Iniciais (terceiro dendograma)

Variáveis		Grupo 1 (n=28)		Grupo 2 (n=36)		Valor-p
		N	%	N	%	
Valor financiamento	Média (E.P.)	1392,14	(109,604)	1945,51	(110,258)	0,000*
Modalidade de crédito de mais frequência	Empréstimo Individual	1	3,57%	7	19,44%	0,064**
	Grupo Solidário	26	92,86%	29	80,56%	
	Outros	1	3,57%	0	0,00%	
Empréstimo com outra instituição	Não	22	78,57%	36	100,00%	0,005**
	Sim	6	21,43%	0	0,00%	
Nº de vezes que pegou crédito para o negócio	1 vez	7	25,00%	0	0,00%	0,000**
	2 ou 3 vezes	19	67,86%	2	5,56%	
	4 ou 5 vezes	1	3,57%	25	69,44%	
	Mais de 5 v.	1	3,57%	9	25,00%	
Número de parcelas	Média (E.P.)	6,11	(0,107)	6,72	(0,297)	0,097*

* Teste de Mann-Whitney, ** Teste Qui-Quadrado Simulado

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Na tabela acima percebe-se que houve diferença significativa entre os grupos em todos os aspectos, exceto em relação ao número de parcelas do último empréstimo.

Já a tabela 14 a seguir representa as variáveis caracterizadoras do perfil das respondentes.

Tabela 14- Associação dos grupos em relação às variáveis do perfil dos indivíduos (terceiro dendograma)

Variáveis		Grupo 1 (n=28)		Grupo 2 (n=36)		Valor-p
		N	%	N	%	
Município da residência	Diamantina	27	96,43%	32	88,89%	0,375***
	Outros	1	3,57%	4	11,11%	
Localização da residência	Área Urbana	27	96,43%	31	86,11%	0,219***
	Zona Rural	1	3,57%	5	13,89%	
Idade	Média (E.P.)	30,54	(1,787)	42,39	(1,978)	0,000*
Estado Civil	Com companheiro	15	53,57%	23	63,89%	0,564**
	Sem companheiro	13	46,43%	13	36,11%	
Escolaridade	Até a 8ª série	2	7,14%	22	61,11%	0,000***

	Médio ou Segundo Grau	19	67,86%	13	36,11%	
	Superior ou Pós-graduação	7	25,00%	1	2,78%	
Classe	B1	1	3,57%	1	2,78%	0,192***
	B2	7	25,00%	12	33,33%	
	C1	14	50,00%	9	25,00%	
	C2	6	21,43%	11	30,56%	
	D-E	0	0,00%	3	8,33%	

* Teste de Mann-Whitney, ** Testes Qui-Quadrado, *** Teste Qui-Quadrado Simulado

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Percebe-se, com a tabela acima, que houve diferença estatística somente em relação à escolaridade das respondentes, sendo que o grupo 1 se caracteriza por ter maior percentual de indivíduos com ensino médio, enquanto o grupo 2 apresenta maior percentual de mulheres que cursaram até a 8ª série.

A tabela 15 mostra a comparação dos agrupamentos em relação às variáveis caracterizadoras da unidade familiar.

Tabela 15- Associação dos grupos em relação às variáveis unidade familiar (terceiro dendograma)

Variáveis		Grupo 1 (n=28)		Grupo 2 (n=36)		Valor-p
		N	%	N	%	
Principal responsável pela renda familiar	Não	20	71,43%	27	75,00%	0,972
	Sim	8	28,57%	9	25,00%	**
Número de filhos	Média (E.P.)	1,39	(0,208)	2,94	(0,258)	0,000*
Renda Familiar	Média (E.P.)	0,61	(0,054)	0,63	(0,054)	0,752*
Condições de saúde	Média (E.P.)	0,46	(0,057)	0,46	(0,058)	0,921*
Possibilidades de estudo	Média (E.P.)	0,29	(0,054)	0,25	(0,051)	0,555*
Alimentação	Média (E.P.)	0,52	(0,065)	0,64	(0,058)	0,165*
Cap. comprar roupas e calçados	Média (E.P.)	0,39	(0,054)	0,57	(0,06)	0,006*
Condições para se divertir	Média (E.P.)	0,36	(0,051)	0,32	(0,069)	0,583*

* Teste de Mann-Whitney, ** Testes Qui-Quadrado

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Da tabela acima pode ser percebido que houve diferença significativa somente em relação ao número de filhos, onde o grupo 2 apresentou maior número médio.

Já a tabela 16 a seguir representa a comparação dos grupos em relação às variáveis caracterizadoras de empresa/negócio.

Tabela 16- Associação dos grupos em relação às variáveis de empresa/negócio (terceiro dendograma)

Variáveis		Grupo 1 (n=28)		Grupo 2 (n=36)		Valor-p
		N	%	N	%	
A empresa é a atividade principal	Não	6	21,43%	10	27,78%	0,771
	Sim	22	78,57%	26	72,22%	**

Situação Jurídica	Formal ou em processo	13	46,43%	17	47,22%	0,140 **
	Informal	9	32,14%	5	13,89%	
	Microempreendedor Ind.	6	21,43%	14	38,89%	
Nº de pessoas na empresa	Apenas eu	23	82,14%	20	55,56%	0,048 **
	2 ou 3	5	17,86%	16	44,44%	
Local de funcionamento	Ponto Comercial	4	14,29%	16	44,44%	0,045 ***
	Residência	16	57,14%	15	41,67%	
	Serviço à domicílio	6	21,43%	3	8,33%	
	Outro	2	7,14%	2	5,56%	
Tempo de negócio	Menos de 1 ano	7	25,00%	0	0,00%	0,000 ***
	Entre 1 e 3 anos	14	50,00%	12	33,33%	
	Entre 3 e 5 anos	5	17,86%	11	30,56%	
	Mais de 5 anos	2	7,14%	13	36,11%	
Setor de atividade	Comércio	19	67,86%	19	52,78%	0,212 ***
	Indústria	0	0,00%	5	13,89%	
	Prestação de Serviços	6	21,43%	8	22,22%	
	Outro	3	10,71%	4	11,11%	
Motivo de começar o negócio	Falta de emprego formal	9	32,14%	12	33,33%	1,000** 0,140** 0,544** 0,454*** 0,188***
	Oportunidade de negócios	8	28,57%	18	50,00%	
	Complementação de renda	19	67,86%	28	77,78%	
	Indicação de amigos	2	7,14%	5	13,89%	
	Outros	2	7,14%	0	0,00%	
Separação do dinheiro do negócio e pessoal	Às vezes ou nunca	12	42,86%	11	30,56%	0,450**
	Sempre	16	57,14%	25	69,44%	
Existe outra fonte de renda	Não	13	46,43%	21	58,33%	0,487**
	Sim	15	53,57%	15	41,67%	
Investimento do lucro do negócio	Ampliação do Negócio	17	60,71%	22	61,11%	0,094***
	Melhoria das cond. de vida	6	21,43%	13	36,11%	
	Outros	5	17,86%	1	2,78%	
Empresa/Negócio Média (E.P.)	Q22.0	0,39	(0,074)	0,5 6	(0,059)	0,078*
	Q22.1	0,38	(0,076)	0,4 0	(0,071)	0,681*
	Q22.2	0,20	(0,059)	0,2 2	(0,067)	0,709*
	Q22.3	0,36	(0,051)	0,2 5	(0,065)	0,163*
	Q22.4	0,52	(0,065)	0,6 4	(0,058)	0,209*
	Q22.5	0,34	(0,058)	0,4 6	(0,058)	0,115*
	Q22.6	0,25	(0,055)	0,3 3	(0,063)	0,366*
	Q22.7	0,05	(0,059)	0,1 0	(0,033)	0,466*
	Q22.8	0,11	(0,06)	0,1 4	(0,047)	0,960*
	Q22.9	0,07	(0,056)	0,2 5	(0,065)	0,089*

* Teste de Mann-Whitney, ** Testes Qui-Quadrado, *** Teste Qui-Quadrado Simulado

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

A partir da tabela acima nota-se que houve diferenças significativas somente nos aspectos que dizem respeito ao número de empregados que trabalham na empresa, em relação ao local de

funcionamento da empresa e em relação ao tempo de atividade da empresa (marginalmente significativo).

Por fim, a tabela 17 a seguir representa a comparação dos agrupamentos em relação às variáveis caracterizadoras de informações sobre o microcrédito.

Tabela 17- Associação dos grupos em relação às variáveis de Informações sobre empréstimos (terceiro dendograma)

Variáveis	Grupo 1 (n=28)		Grupo 2 (n=36)		Valor-p	
	N	%	N	%		
Empréstimo Média (E.P.)	Q25.0	0,25	(0,079)	0,26	(0,065)	0,754*
	Q25.1	0,50	(0,051)	0,57	(0,035)	0,276*
	Q25.2	0,54	(0,057)	0,58	(0,042)	0,533*
	Q25.3	0,61	(0,06)	0,61	(0,049)	0,994*
	Q25.4	0,18	(0,078)	0,26	(0,061)	0,614*
	Q25.5	0,48	(0,065)	0,57	(0,041)	0,328*
	Q25.6	0,14	(0,081)	0,33	(0,063)	0,064*
Consulta com o cônjuge anterior ao empréstimo	Não	13	46,43%	18	50,00%	0,547**
	Não possui cônjuge	4	14,29%	8	22,22%	
	Sim	11	39,29%	10	27,78%	
Instituição bancária usada para financ.	Caixa Ec. Fed.	4	14,29%	11	30,56%	0,220**
	Outros	4	14,29%	1	2,78%	0,218***
Informações sobre o último financiamento Média (E.P.)	Valor prest.	245,65	(14,124)	317,86	(11,662)	0,000*
	Carência	1,03	(0,029)	1,12	(0,035)	0,089*
	Taxa de juros	0,02	(0,000)	0,02	(0,000)	0,427*
Investimento do último empréstimo	Capital giro	16	57,14%	24	66,67%	0,659***
	Compra de mercadorias	8	28,57%	9	25,00%	
	Outros	4	14,29%	3	8,33%	

* Teste de Mann-Whitney, ** Testes Qui-Quadrado, ***Teste Qui-Quadrado Simulado

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Na tabela acima se percebe que houve diferença significativa somente em relação ao número de vezes em que a cliente pegou empréstimo para o negócio (diferença marginal). Também houve diferença marginal em relação ao valor solicitado e no valor da prestação.

Houve diferença significativa entre os grupos em relação à taxa de juros do último empréstimo. Também em relação à cliente ter empréstimo atualmente em outra instituição de crédito pode-se dizer que houve diferença significativa entre os grupos.

5.3 Análise dos dados coletados nas entrevistas semi estruturadas

Para a presente pesquisa foram realizadas dez entrevistas semiestruturadas com clientes mulheres do Crediamigo da agência de Diamantina. A razão para a escolha de dez

entrevistadas se deu de forma intencional, uma vez que pôde ser percebido a ocorrência de saturação de respostas das entrevistadas. Além disso, questões de disponibilidade de tempo e o orçamento da pesquisa permitiram a obtenção deste número de entrevistas.

A seleção das entrevistadas, conforme já explanado anteriormente, se deu através de dois métodos. Primeiramente, através de cartões de visita disponibilizados na agência estudada e, posteriormente, através de um sistema de indicações. Desta forma, ocorre que algumas das entrevistadas pertencem a um mesmo grupo solidário ou a um mesmo núcleo familiar.

A presente seção está subdividida em quatro partes, uma vez que, para melhor entendimento, o roteiro das entrevistas foi reconfigurado para que as questões nele colocadas pudessem ser categorizadas em quatro grupos de acordo com o tipo da questão. Ressalta-se aqui que as subseções tratadas anteriormente não necessariamente correspondem à ordem em que as questões aparecem no roteiro presente no Anexo B.

Assim, a primeira subseção contará com as questões relativas ao perfil das entrevistadas. Já a segunda contará com questões sobre o negócio e sobre o financiamento. Já a terceira contará com as questões acerca da dinâmica familiar após o financiamento. Por fim, a quarta subseção trará as questões relativas às percepções individuais após a tomada do financiamento.

5.3.1 Quanto ao perfil das entrevistadas

O quadro 3 abaixo retrata o perfil das entrevistadas, de acordo com as categorias estado civil, escolaridade, possuir filhos, ramo de atividade, ter o microempreendimento como atividade principal, faixa etária e o método de coleta.

Quadro 3- Perfil das entrevistadas

Identificação	Estado Civil	Escolaridade	Possui Filhos	Ramo de Atividade	Atividade Principal	Faixa Etária	Coleta
E1	Casada	Ensino Médio Completo	Sim	Comércio	Sim	Meia Idade	Pessoalmente
E2	Casada	Ensino Médio Completo	Sim	Serviços	Sim	Meia Idade	Pessoalmente
E3	Casada	Ensino Médio Completo	Sim	Serviços	Sim	Jovem	Telefone
E4	Casada	Ensino Médio Completo	Sim	Comércio	Sim	Jovem	Telefone
E5	Casada	Ensino Fundamental	Sim	Agropecuária	Não	Idosa	Telefone

		Incompleto					
E6	União Estável	Ensino Fundamental Incompleto	Sim	Comércio	Não	Idosa	Telefone
E7	Casada	Ensino Médio Completo	Sim	Comércio	Não	Meia Idade	Telefone
E8	Viúva	Fundamental Completo	Sim	Serviços	Sim	Idosa	Telefone
E9	Casada	Ensino Médio Completo	Sim	Comércio	Sim	Jovem	Telefone
E10	Divorciada	Ensino Médio Completo	Sim	Comércio	Não	Meia Idade	Telefone

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

5.3.2 Quanto ao negócio e financiamento

O quadro 4 abaixo corresponde às perguntas sobre a destinação do capital solicitado no financiamento com o Crediamigo.

Quadro 4- Uso do financiamento

Identificação	Uso do financiamento
E1	Compra de mercadoria
E2	Uso pessoal
E3	Reforma do empreendimento
E4	Compra de mercadoria
E5	Uso pessoal (reforma de casa) e uso para compra de insumos para o negócio
E6	Uso pessoal (reforma de casa)
E7	Compra de mercadoria
E8	Compra de insumos
E9	Uso pessoal (reforma de casa)
E10	Compra de mercadorias

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

A partir do quadro acima é possível perceber que, apesar do financiamento do programa ser voltado para uso no empreendimento, ainda é bastante recorrente o desvio de finalidade. Percebe-se frequentemente o uso do empréstimo para questões pessoais, sobretudo para reforma da casa:

“Na verdade o valor que eu peguei lá foi pra reformar a minha cozinha.” (E9)

“Eu tô querendo fazer uma reforma aqui na minha casa que ela tá muito ruim, sabe?! Pra arrumar o telhado, tá gotejando muito. Agora nesse tempo de chuva, né?! Então até eu não ia fazer mais não, sabe?! Mas é o único, é, o tipo de empréstimo que a gente não paga muito né, e que o juros são menos né, é esse.” (E6)

“Aqui, esses três mil que eu peguei que foi individual aí eu peguei pra construção, né?! Pra mexer do banheiro, acabar uma laje aqui em casa, sabe?! Essas coisas. E o que eu pego, esse que eu pego que é em grupo aí eu tenho que comprar as coisas, sabe?! Mexer com esse negócio de galinha e essas coisas. Um dia comprei tela, sabe?!” (E5)

Ao serem questionadas se o valor do empréstimo atendia às suas necessidades, todas as entrevistadas responderam afirmativamente. Já quando questionadas sobre dificuldades no pagamento do empréstimo, as entrevistadas E2 e E8 afirmaram já terem tido problemas com o pagamento. Também, quando as entrevistadas foram questionadas sobre problemas de outros membros do grupo com atraso no pagamento, o número de respostas afirmativas foi igual. As entrevistadas E4 e E6 afirmaram já terem tido problemas com membros do grupo solidário em relação ao atraso nos pagamentos:

“É, quando tinha uma outra pessoa [fora da família], no primeiro grupo, já deixou de pagar. Mas a gente reuniu e pagou.” (E4)

“Cê (sic) sabe o quê? Dessa vez agora de último, o último, assim, nesse mês passado, porque eu ainda tenho uma prestação, né, essa outra prestação que teve agora foi, é, eu acho que o banco tava (sic) de greve” (E6)

Quando questionadas sobre a socialização dentro do grupo solidário, somente a entrevistada 1 afirmou não reunir nem manter relações sociais com os demais membros do grupo.

“Só conheço. Não reúno nem nada.” (E1)

Já ao serem questionadas sobre quantas vezes já pegaram o financiamento no programa Crediamigo, as entrevistadas responderam conforme o quadro 5 que segue:

Quadro 5- Quantidade de vezes que já tomaram o financiamento

Identificação	Quantas vezes já tomaram o financiamento
E1	Duas vezes
E2	Uma vez
E3	Três ou quatro vezes
E4	Cinco vezes
E5	Não informou
E6	Cerca de quatro vezes
E7	Quatro vezes
E8	Cerca de vinte vezes
E9	Cerca de dez vezes
E10	Cinco ou seis vezes

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

Tal informação se complementa à análise descritiva dos dados do *survey* à medida que a maioria das respondentes afirmou ter tomado o empréstimo entre quatro e cinco vezes.

As respostas sobre modalidade do empréstimo estão no quadro 6, que segue:

Quadro 6- Modalidade do financiamento

Identificação	Qual o tipo do financiamento
E1	Grupo solidário
E2	Grupo solidário
E3	Grupo solidário
E4	Grupo solidário
E5	Individual e Grupo solidário
E6	Grupo solidário
E7	Grupo solidário
E8	Individual e Grupo solidário
E9	Individual e Grupo solidário
E10	Grupo solidário

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa

A partir do quadro acima é possível perceber a congruência entre a resposta das entrevistadas e os dados obtidos no *survey*. É típico do microcrédito a ocorrência de empréstimos na modalidade grupo solidário e, nas respostas das entrevistadas, mesmo as que possuem empréstimo do tipo individual, possuem também o empréstimo na modalidade em grupo.

Quando questionadas se o valor do empréstimo aumentou com o tempo, todas as entrevistadas responderam afirmativamente. Já ao serem questionadas se o negócio se sustentaria sem o Crediamigo, apenas a Entrevistada 3 afirmou que não, pois até hoje depende do empréstimo para o sustento do seu negócio. No entanto, todas as respondentes afirmaram que o empréstimo do Crediamigo somou às suas vidas de forma positiva. Por fim, ao serem questionadas sobre o relacionamento com o agente de crédito, e se o mesmo ia até eles ou eles deveriam ir até a instituição financeira, todas corroboraram com a premissa de que, no microcrédito, o agente de crédito é quem vai até o cliente.

5.3.3 Quanto à dinâmica familiar após o financiamento

Nas questões que dizem respeito à dinâmica familiar após o financiamento, percebe-se que esta pouco se alterou, mesmo após a entrada da mulher em um novo empreendimento. É frequente perceber que cabe à mulher ainda os papéis de dona de casa e de responsável pelos cuidados do lar e dos filhos, ainda que esteja trabalhando fora, em seu empreendimento.

Quando questionadas sobre o cuidado com os filhos, elas normalmente se declararam encarregadas desta tarefa ou declinavam-na a outras mulheres (sogra, babá, irmã, mãe):

“A escola é meio horário. Eu trabalho só meio horário. Aí no resto do tempo eu que cuido. Isso” (E1)

“Quem cuida dos meus filhos? Eu tenho uma moça, uma babá.” (E4)

“É, eu trabalho no horário que eles tão na escola, é eu trabalho na parte da manhã, e eles tão na escola. E a tarde eu tô com eles. Mexendo com minhas coisas, mas com eles.” (E7)

Salienta-se ainda, como no caso da Entrevistada 7 acima, a ocorrência de situações em que as respondentes precisam cuidar de seus filhos, mesmo no horário estipulado para o trabalho em seus empreendimentos. Este fator ocorre, principalmente, quando o local de trabalho é o mesmo do local de residência da família.

No que diz respeito à concordância dos cônjuges com a tomada do empréstimo, todas que possuíam cônjuges alegaram terem consultado os mesmos antes da tomada do financiamento. Informaram ainda que todos eles estavam de acordo com o empréstimo.

Quando questionadas sobre os afazeres domésticos, a maior parte se declarou inteiramente responsável pela realização das tarefas de casa. Apenas uma declarou dividir esta obrigação com o cônjuge:

“Sou eu e meu marido, a gente divide bem.” (E7)

Somente uma declara dividir esta obrigação (parcialmente) com o filho homem:

“Pelo serviço da casa? Eu que lavo roupa, eu que passo, eu trabalho. Eu já tenho 63 anos, minha filha. O meu menino, o que tem meio pobreminha (sic) com a depressão né, que ele tem, ele me ajuda sabe?! Mas assim, se precisar inteirar uma comida, lavar uma vasilha, uma louça, uma coisa assim ele faz, né?! Mas, no mais é eu que faço, né?!” (E6)

Algumas, no entanto, declaram dividir esta obrigação com assistentes do lar ou filhas mulheres:

“Ah não, minha filha já é moça, né?! Então ela já faz.” (E2)

“É, eu e uma moça que me ajuda.” (E4)

“Eu e minha filha.” (E10)

Finalmente, quando questionadas sobre o principal responsável pelo sustento da família, apenas duas se declararam inteiramente responsáveis pelo sustento familiar. No entanto, isto pode ter ocorrido pelo fato de uma delas ser viúva e a outra divorciada (E8 e E10).

A partir das afirmações acima dispostas, pode-se perceber que, mesmo que estas mulheres tenham trabalho e gerenciem seus empreendimentos, a elas ainda é atribuída a maior parte da

responsabilidade pelos cuidados domésticos e familiares. Aos cônjuges, no entanto, é atribuído o papel de provedor (financeiro) da família.

Aqui fica clara a acumulação de papéis e obrigações por parte destas mulheres, que mesmo tendo acesso ao crédito que possibilite o funcionamento de seus negócios, e mesmo que sejam gestoras e ativas em seus empreendimentos, ainda sofrem com a não redistribuição do trabalho doméstico, muito em razão de sexismos presentes e enraizados na sociedade. Tal ocorrência pode vir a impactar os microempreendimentos, uma vez que, com o acúmulo de tarefas, é recorrente a ‘predileção’ pelas questões de cuidado familiar e doméstico. Uma vez que é comum na sociedade brasileira que mulheres muitas vezes larguem seus postos de trabalho, a pedido do cônjuge, para se concentrarem apenas nas atividades do lar e familiares. Assim, questiona-se neste ponto o microcrédito como ferramenta na busca de empoderamento e de igualdade de gênero.

5.3.4 Quanto a percepções individuais após a tomada do financiamento

No que diz respeito às mudanças percebidas pelas clientes após a tomada do empréstimo, todas afirmaram que houve mudanças positivas em suas vidas após o financiamento:

“Ah, eu acho que sim, sabe?! Eu acho. Melhorou muito pra mim, melhorou muito. Por que eu faço esse empréstimo assim, se eu tiver com alguma coisa assim atrasada, eu já tenho aquele dinheiro pra mim (sic) pagar, né também. Aí meu filho tá construindo aqui no fundo da minha casa, então de vez em quando eu dou ele alguma ajuda, né. Então foi, tá indo né. É, então foi muito bom, né?!” (E6)

“Ah, sim com certeza né. Facilitou bem porque aí a gente tem dinheiro bem, junta assim, ou seja, um montante grande pra poder tá investindo mais, aproveitando mais ofertas e tudo.” (E7)

“Menina, tudo!!! A gente sabendo utilizar ele, ele é bom demais! Ó, eu falo que graças a ele, lógico, também meu esforço, né?! Mas com ele eu consegui trabalhar, construí minha casa, criei meus filhos. Tudo, tudo com ele. Quando meu marido faleceu, meus filhos eram bem criancinhas mesmo, tinham 3 e 6, então eu fui fazendo minha vida com ele, construí comprei lote, tudo com ele.” (E8)

“Mudou sim. Porque assim, eu compro os produtos, toda vez que as clientes já vai (sic) na minha casa procurar eu já tenho pra pronta entrega, que antes eu não tinha capital pra investir (...) Ai ficou mais fácil vender que aí já tenho os produtos, e como eu já paguei os produtos eu posso vender mais quantidade e dou uma entrada pra pessoa tá me pagando (sic).” (E10)

Quando questionadas se se sentiram mais valorizadas após o empréstimo, somente as entrevistadas E1 e E9 afirmaram que não perceberam mudanças. Já todas as demais declararam sentirem mudanças significativas com a tomada do financiamento:

“Sim. Eu sinto que tem gente que confia né. Que confia na gente.” (E3)

“Com certeza! Assim, quando fala que mexo no Crediamigo, todo mundo fala assim, sabe que a gente é uma pessoa de bem, que é uma coisa assim direita” (E10)

Ao serem questionadas sobre as mudanças percebidas em sua família nos quesitos ‘capacidade de estudo’, ‘saúde’, ‘capacidade de compra’ e ‘condições de diversão/lazer’, as opiniões das entrevistadas divergiram consideravelmente. As entrevistadas E1 e E2 afirmaram que a entrada no programa em nada influenciou suas vidas nos quesitos acima mencionados.

No que diz respeito às condições de lazer, nenhuma respondente afirmou ter percebido mudanças após a entrada no programa. Já a entrevistada E9 respondeu que o financiamento influenciou positivamente apenas na sua capacidade de compra.

No que diz respeito às questões de saúde, apenas as entrevistadas E3 e E6 afirmaram sentirem mudanças positivas, em razão da necessidade de seus filhos em realizarem tratamentos de saúde. A entrevistada E3 afirma que pôde realizar a compra de pomadas para alergia de seu filho, enquanto E6 afirma que pôde levar seu filho (com depressão) para se consultar com um médico.

“Ah, mudou bastante. Meu menino mesmo precisou de pomada, pomada cara, e deu pra comprar pra ele. Medicação deu pra comprar bastante, o remédio que ele tem a alergia deu pra comprar pra ele.” (E3)

“É. Porque assim, pra encontrar com médico, essas coisas.” (E6)

Sobre as capacidades de estudo da família, a maioria das entrevistadas avaliaram como tendo um impacto consideravelmente positivo:

“A gente paga van agora, é. Eles fazem *tae kwon do* também, uhum.” (E4)

“Ah, sim. Por que com os meus lucros, né, dou mais conta. Eu até terminei de formar. Com certeza, ajudou muito. Fiz curso de informática, esses trem (sic) tudo.” (E7)

“Ajuda porque quanto mais eu trabalho, eu ganho e pago lá [referindo-se ao filho que estuda na UFMG, em Belo Horizonte, onde ela precisa mantê-lo, pagando por moradia, alimentação e despesas em geral]. E as coisas todas saem do meu trabalho.” (E8)

“Mudou sim. Que aí como eu posso investir lá na N [empresa de revenda de cosméticos], aí o dinheiro que eu tenho lucro dá pra pagar curso pros meus filhos. De informática.” (E10)

Assim, percebe-se que, em sua maioria, a entrada no programa Crediamigo possibilitou mudanças positivas na vida das clientes. Tais melhorias estão de acordo com os resultados apresentados na etapa quantitativa deste estudo, uma vez que foi encontrada relação estatisticamente significativa nos quesitos ‘condições de saúde’, ‘possibilidades de estudo’, ‘capacidade de comprar roupas e calçados’ durante a análise dos clusters. A maior mudança percebida durante as entrevistas, no entanto, foi no aumento da auto confiança, influenciando no sentimento de valorização destas mulheres. Impactos positivos na capacidade de estudo também foi enfaticamente mencionada nas entrevistas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo principal avaliar como o microcrédito influencia nos microempreendimentos gerados por mulheres no Vale do Jequitinhonha-MG.

Assim, selecionou-se 64 mulheres microempreendedoras, tomadoras de crédito pelo programa do Crediamigo na agência de Diamantina do Banco do Nordeste, para responder às questões presentes no questionário aqui proposto, bem como selecionou-se 10 mulheres, clientes do mesmo banco e programa, para responder às questões abertas, semiestruturadas, propostas pela pesquisa.

A escolha da temática, bem como da instituição microfinanceira, se deu em razão da importância do tema, bem como da necessidade em dar continuidade aos trabalhos já iniciados pelo Núcleo de Pesquisas EICIS (Empreendedorismo, Inovação, Conhecimento, Inteligência e Sustentabilidade). A partir dos trabalhos propostos por Torga (2012) e Vieira (2015), pretendeu-se dar seguimento ao estudo da temática das microfinanças, entretanto abrangendo um público diferenciado, o caso específico das empreendedoras femininas.

Assim, primeiramente o estudo buscou identificar o perfil do público feminino tomador de microcrédito da agência Diamantina. A partir dos dados observados nesta pesquisa, define-se o perfil das entrevistadas, como era esperado, de moradoras do município de Diamantina e região.

Ainda, existe o predomínio de moradoras das áreas urbanas, com idade média de 37 anos. Estas mulheres eram, em sua maioria, casadas ou em união estável, apresentando, majoritariamente, ensino escolar concluído até o ensino médio.

Pôde ser constatado ainda que a maioria possuía seu microempreendimento como atividade principal, em situação formal. As áreas dos empreendimentos eram, sobretudo, de comércio ou serviços, localizados majoritariamente na residência das microempreendedoras.

Observou-se, ainda, a predominância de respondentes pertencentes às classes econômicas B2 e C1. Também pôde-se perceber que a maioria das respondentes não possuía outra fonte de

renda, além daquela proveniente dos microempreendimentos abarcados pelo programa do Crediamigo.

Acerca do empréstimo, foi constatado que a grande maioria já havia renovado o empréstimo com o Crediamigo, não possuíam empréstimo com outras instituições e que acessavam a modalidade grupo solidário. O valor médio dos empréstimo solicitados foi de R\$ 1.793,41, variando entre R\$ 500,00 e R\$ 3.000,00, valor baixo se considerado que os empréstimos no programa podem chegar em até R\$ 15.000,00.

No decorrer do estudo, pôde-se verificar que as empreendedoras tinham como intuito maior, a partir do empréstimo tomado, a melhoria de seus negócios e também das condições de sua família. Apesar do microcrédito ser focado para as classes mais baixas, foi possível perceber casos em que estas mulheres possuíam melhor condição financeira, mas que ainda tomavam o crédito em razão das taxas de juros mais baixas.

Apesar do foco orientado para produção e para o negócio, ainda foi possível observar a ocorrência do desvio de finalidade dos empréstimos oferecidos, uma vez que foi recorrente a existência de clientes que pegavam o empréstimo para uso pessoal, e não para o uso direcionado a seu empreendimento.

Observa-se que o microcrédito tem importante papel na vida das mulheres, uma vez que possibilita a melhoria em seus empreendimentos, criando impactos não só no âmbito profissional, como também familiar e pessoal. Assim, fica evidente a importância do papel do microcrédito para a saúde financeira dos negócios das clientes, uma vez que o empréstimo sempre foi apontado por elas como algo positivo.

Durante a pesquisa, a única ocorrência de relação estatisticamente significativa negativa encontrada na análise dizia respeito ao poder de contratação de funcionários. Isto pode se dever ao fato de que as obrigações para com o pagamento do empréstimo e dos juros torne mais difícil a disponibilidade de capital que possibilite a contratação de novos empregados para o negócio. Soma-se ainda o fato de que a maioria das entrevistadas são trabalhadoras individuais.

Foi possível perceber também que, quando questionadas sobre quem cuidava dos filhos enquanto a mulher estava em horário de trabalho, a opção 'cônjuge' não foi nem uma vez marcada. Além disso, é comum que estas mães tenham que cuidar de seus filhos mesmo no horário estipulado para trabalho, principalmente quando este ocorre em sua residência. Também houve casos em que as clientes trabalhavam apenas meio período, de forma que pudessem ficar responsáveis pelo cuidado dos filhos no restante do tempo. Isto pode impactar no negócio uma vez que os horários de funcionamento/atendimento pode ficar reduzido, influenciando no volume de vendas ou até mesmo na qualidade do atendimento ou da atenção para com as clientes.

Apesar das melhorias percebidas em vários âmbitos, a partir do uso do microcrédito, foi possível perceber também que ainda há um hiato no que diz respeito a redistribuição do trabalho doméstico e cuidados familiares. Mesmo que trabalhem fora, e que possuam seu empreendimento próprio, ainda é incumbido às mulheres a obrigação com o trabalho doméstico e cuidado com os filhos. Aos cônjuges é outorgado o papel principal de provedor financeiro da família para a maioria das respondentes. Isto pode impactar nos microempreendimentos destas mulheres à medida que é normal que, quando a questão do trabalho e família são colocadas em uma 'balança', estas tendem a escolher a família, e a 'privilegiar' o cuidado com o lar. É muito comum, na sociedade brasileira, que os cônjuges peçam às esposas que larguem seus empregos para se voltarem para o papel de donas de casas e mães.

É importante também salientar o papel do microcrédito na função de agente socializador destas mulheres. Isto porque, através das reuniões e encontros com os grupos solidários, elas podem ter participação mais ativa dentro de um grupo social.

É importante também evidenciar a presença da figura dos agentes de crédito, que foi comentada positivamente pelas respondentes da pesquisa. Estes têm o papel de acompanhamento dos negócios, mas também funcionam como uma figura de socialização e de confiança na visão das entrevistadas.

Em suma, enfatiza-se aqui a importância do microcrédito para estas mulheres pesquisadas e seus empreendimentos. A população de baixa renda, normalmente excluída do cenário bancário tradicional é, então, abraçada pelo instrumento do microcrédito. A somar o caso

específico feminino, mostrou-se ainda mais importante este instrumento de crédito aqui estudado. A saúde e manutenção de seus microempreendimentos se mostrou positivamente influenciada pela existência dos empréstimos com o programa do Crediamigo.

A presente pesquisa pode contribuir, portanto, na melhoria e no acompanhamento dos microempreendimentos abarcados pelo programa Crediamigo. Principalmente no sentido de que não ocorra desvio de função e para que o dinheiro não seja usado para fins pessoais. Também para que o programa possa ser melhor focado no público alvo ao qual se destina, buscando trazer melhorias para os negócios dos microempreendedores.

Como limitação deste estudo estão as dificuldades operacionais, cuja ressalva da instituição microfinanceira em fornecer certos dados fez com que a amostra, sobretudo da parte qualitativa do estudo, pudesse ser passível de vieses, uma vez que só foi possível realizá-la através de indicações, onde a maior parte das respondentes pertenciam a um mesmo grupo solidário, grupo familiar ou a uma mesma microrregião. Além disso, pelo fato das respostas dos questionários terem sido colhidas sempre em presença de funcionários da instituição, pode ser que tenha havido um certo temor por parte das respondentes em dar respostas mais sinceras em alguns dos itens. Além disso, questões relativas ao financiamento e tempo das viagens para a coleta dos dados fizeram com que não fosse possível aprofundar a pesquisa em vários municípios componentes da região estudada.

Para pesquisas futuras, sugere-se que haja um acompanhamento das clientes por um maior intervalo de tempo, a fim de compará-las em busca de modificações decorrentes do empréstimo nesses períodos. Sugere-se ainda que o estudo seja realizado em regiões distintas, como por exemplo o Vale do Mucuri, onde se localiza a sede mineira do programa aqui estudado. Ou ainda, que os futuros estudos possam compreender uma amostra maior de respondentes. Por fim, recomenda-se que os estudos futuros possam aprofundar-se mais em questões de gênero e empoderamento, a fim de esclarecer melhor a ligação entre eles e o microcrédito, através do poder emancipatório do capital.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA- ABEP. **Alterações na aplicação do Critério Brasil**. ABEP. 2015

ARAUJO, E. A. **Análise do desempenho financeiro e social das instituições de microcrédito brasileiras**. 2012. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2012.

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

BANCO MUNDIAL. **Poverty and Equity**. Country Dashboard. Disponível em: <<http://povertydata.worldbank.org/poverty/country/BRA>>. Acessado em 06 de novembro de 2016.

BARONE, F. M. et al. **Introdução ao microcrédito**. Brasília: Comunidade Solidária, 2002.

BARROS, A. J. S., LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de Metodologia científica**. 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BERNHOEFT, R. **Como tornar-se empreendedor em qualquer idade**. São Paulo: Nobel, 1996.

BALDIN, N.; MUNHOZ, E M. B. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: **X Congresso Nacional de Educação-EDUCRE/I Seminário Internacional de Representações Sociais, Subjetividade e Educação-SIRSSE**. Curitiba. p. 329-341. 2011.

BANCO CENTRAL DO BRASIL, BCB. **Introdução ao Microcrédito**. Brasília, Conselho da Comunidade Solidária. 65 p. 2002.

BANCO DO NORDESTE, BNB. O Crediamigo. Disponível em: <<http://www.bnb.gov.br/crediamigo>>. Acesso em 2 jun. 2015.

BRUNI, A., GHERARDI, S., POGGIO, B. Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. **Journal of Organizational Change Management**. v. 17, n. 3, p. 256-268, 2004.

BUTLER, J. Regulações de gênero. **Cadernos Pagu**. n. 42, p. 249-274, junho, 2014.

CACCIAMALI, C.; MATOS, F.; MACAMBIRA, J. **A atividade e a política de microcrédito no Brasil**: visões sobre sua evolução e futuros desafios. Fortaleza: IDT USP, 2014.

CAPELLETTO, L. R., CORRAR, L. J. Índices de risco sistêmico para o setor bancário. **Revista de Contabilidade e Finanças**. v. 19, n. 47, p. 6-18, 2008.

CERVO, A. L., BERVIAN, P. A., DA SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 2011.
- CORREA, R. O.; TEIXEIRA, R. M. Redes sociais empreendedoras para obtenção de recursos e legitimação organizacional: estudo de casos múltiplos com empreendedores sociais. **Revista de Administração Mackenzie**. v. 16, n. 1, p. 62-95, jan./fev., 2015.
- CRESPO, A. P.; GUROVITZ, E. A pobreza como um fenômeno multidimensional. **Revista de Administração de Empresas**. v. 1 n. 2, jul-dez, 2002.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- DAL-FARRA, R. A., LOPES, P. T. C. Métodos mistos de pesquisa em educação: pressupostos teóricos. **Nuances**. v. 24, n. 3, p. 67-80, set./dez. 2013.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo – Transformando idéias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FIGUEIREDO, E. Mobilidade intergeracional de renda no Brasil. **Nova Economia**. v.20, n. 3, p. 427-455, set./dez., 2010.
- FILLION, L. J. Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração São Paulo- RAUSP**. v. 34. n. 2, p. 5-28, abr./jun., 1999.
- FISCHER, R. M.; FALCONER, A. P. Desafios da parceria governo e terceiro setor. **Revista de Administração (São Paulo)**. v.33, n.1, p.12-19, jan./mar., 1998.
- FRANCO, M. M. S. Empreendedorismo feminino: características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas. **VII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)**. Goiânia. Março, 2014.
- GEM- Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo 2013. Publicado pelo IBQPPR/SEBRAE Nacional. 2013.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GONZALEZ, L., PIZA, C., GARCIA, D. Sinergia entre Microseguro e Microcrédito e o Crescimento dos Mercados no Brasil. **Revista Brasileira de Risco e Seguro (Online)**, v. 5, p. 29-54, 2009.
- GOWER, J. C. A general coefficient of similarity and some of its properties. **Biometrics**. 857-871, 1971.
- HAIR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise Multivariada de Dados**. Porto Alegre: Bookman. 2009.

HARAWAY, D. "Gênero" para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. **Cadernos Pagu**. n. 22, p. 201-246, junho, 2004.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pnad_continua/>. Acesso em: 29 de novembro de 2016a.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Síntese de Indicadores Sociais**. Disponível em: < <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95011.pdf> >. Acesso em: 30 de novembro de 2016b.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Aumenta o número de mulheres chefes de família**. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=6055>. Acesso em: 13 de novembro de 2015a.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Relatório de Políticas Sociais**. Brasília, 2015b.

JONATHAN, E. G.. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**. Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set./dez. 2005.

JONATHAN, E. G., SILVA, T. M. R.. Empreendedorismo Feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**. v. 19, n. 1, p.77-84, jan./abr. 2007.

JUNQUEIRA, R. G. V. ABRAMOVAY, R. A sustentabilidade das microfinanças solidárias. **Revista de Administração (São Paulo)**. v. 40, n. 1, p. 19-33, jan./mar., 2005.

KARL, M. **Women and Empowerment: Participation and Decision Making**. Women and World Development Series. Londres: Zed Books, 1995.

LA TORRE, M., VENTO, G. A. **Microfinance**. Nova York. Editora Macmillan, 2006.

LAKATOS, E. M., MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LAQUEUR, T. **Inventando o sexo: corpo e gênero dos gregos a Freud**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

LEÓN, M. Empoderamiento: relaciones de las mujeres com el poder. **Estudios Feministas**. v. 8, n. 2, p. 191-205, jan. 2000.

LEÓN, M. El empoderamiento de las mujeres: encuentro del primer y tercer mundos em los estúdios de gênero. **La Ventana**. v. 13, p. 94-106, 2001.

MAYOUX, L. Questioning virtuous spirals: micro-finance and women's empowerment in Africa. **Journal of International Development**, v. 11, n. 7, p. 957-984, 1999.

MARINHO, P. A. S.; GONÇALVES, H. S. Práticas de empoderamento feminino na América Latina. **Revista de Estudios Sociales**. n. 56, p. 80-90, abr./jun. 2016.

MORDUCH, J. The microfinance promise. **Journal of Economic Literature**, v.37, n.4, p.1569-1614, dec. 1999.

NASCIMENTO, E. C. Vale do Jequitinhonha: entre a carência social e a riqueza cultural. **Revista de Artes e Humanidades**, n. 4, p. 1-15, mai./out. 2009.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: Políticas públicas sob análise. **RAP- Revista de Administração Pública**. v. 43, n. 1, p. 231-256; Jan./Fev. 2009.

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

RIBEIRO, C. T.; CARVALHO, C. E. **Do microcrédito às microfinanças: desempenho financeiro, dependência de subsídios e fontes de financiamento: uma contribuição a análise da 'experiência brasileira'**. São Paulo: EDUC, 2006.

ROMÃO, M. E. C. Considerações sobre o conceito de pobreza. **Revista Brasileira de Economia**. v. 36, n. 4, p. 355-370. Out. 1982.

SANTOS, M. **Expedição Jequitinhonha: relatório**. Belo Horizonte: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, 30 p. 2004.

SCHRICKEL, W. K. **Análise de Crédito: Concessão e Gerência de Empréstimos**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino avança na última década**. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br/index.php/42-noticias/empreendedorismo/8584-empreendedorismo-feminino-avanca-na-ultima-decada%3E.%20Acesso>> . Acessado em: 15 de novembro de 2015a.

SEBRAE. **O que é ser empreendedor**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/O-que-%C3%A9-ser-empendedor>>. Acessado em: 15 de novembro de 2015b.

SEN, A. K. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SILVA, J. P. da. **Gestão e Análise de Risco de Crédito**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

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

SOUZA, E. M. de; CARRIERI, A. de P. A analítica queer e seu rompimento com a concepção binária de gênero. **Revista de Administração Mackenzie (Online)**. v. 11, n. 3, p. 46-70, junho, 2010 .

SPOSTO, A. S., ANTÃO, R. A. S., FARIAS, T. M., CAMPANHOLO, T., FONTES, G. G. O.. A utilização do microcrédito no desenvolvimento sustentável. **Revista da Católica**. v. 3, n.5, p. 27-34, jan./jul. 2011.

STEVENSON, W. J. **Estatística aplicada à administração**. São Paulo: Harbas, 1981.

STROBINO, M. R. de C; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração (São Paulo)**. v. 49, n. 1, p. 59-76, mar. 2014

TORGA, E. 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. 121f. Dissertação (Mestrado em Administração), Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: A pesquisa qualitativa em educação. 1 ed, São Paulo: Atlas, 2013.

UFMG. **Programa Pólo Jequitinhonha**. Disponível em: <<http://www.ufmg.br/polojequitinhonha/index.php>>. Acesso em: 15 de novembro de 2015.

ULYSSEA, G. Informalidade no mercado de trabalho brasileiro: uma resenha da literatura. **Revista de Economia Política**. v.26, n. 4, p. 596-618. Out./Dez. 2006.

VIEIRA, L. M.. **Microcrédito e microempreendedor**: o caso do Crediamigo da Região do Vale do Jequitinhonha- Minas Gerais. 2015. 131f. Dissertação(Mestrado em Administração), Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Abr. 2015.

YETIM, N. Social Capital in Female Entrepreneurship. **International Sociology**. v. 23, n. 6. p. 864-885. 2008

YIN, R. K. **Estudo de Caso**: Planejamentos e Métodos. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

YUNUS, M.; JOLIS, A. **O banqueiro dos pobres**. São Paulo: Ática, 2003.

ZELLER, M.; SHARMA, M. **Rural finance and poverty alleviation**. Food Policy Report. Washington. 1998. Disponível em: <<https://ideas.repec.org/p/fpr/fprepo/8.html>>. Acesso em: 16 de janeiro de 2016.

ANEXO A

Questionário de coleta de dados

Informações sobre a cliente:

1. Município de residência (cidade) _____
2. Localização da residência () Área Urbana () Zona Rural
3. Idade: _____
4. Estado Civil:
 () Solteira () Casada / União Estável () Viúva () Separada / Divorciada
5. Escolaridade (máxima concluída)
 () Nunca estudei
 () Fundamental ou Básico (até a 8º série)
 () Médio ou Segundo Grau
 () Superior (Faculdade)
 () Pós Graduação (Especialização, MBA, Mestrado ou Doutorado)

Informações sobre a unidade familiar:

6. Você é a principal responsável pelo sustento de sua família?
 () Sim () Não
7. Número de filhos: _____
8. Caso possua filhos em idade escolar (05 a 17 anos), quantos deles estão matriculados em escolas públicas? _____
9. Caso possua filhos em idade escolar (05 a 17 anos), quantos deles estão matriculados em escolas particulares? _____
10. Caso possua filhos em idade pré-escolar (0 a 4 anos), quem é responsável pelo cuidado deles enquanto você está em horário de trabalho? (marcar mais de uma alternativa se necessário)
 () Eu mesma, pois levo para o local de trabalho
 () Cônjuge
 () Creche
 () Avós
 () Babás ou Empregados Domésticos
 () Vizinhos
 () Outros _____

Na questão 11 a seguir, 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.**

11. Desde sua entrada no programa Crediamigo, avalie as mudanças em sua família nos seguintes aspectos:

Renda total da família	1	2	3	4	5
Condições de saúde	1	2	3	4	5
Possibilidades de estudo	1	2	3	4	5
Alimentação (número e qualidade das refeições)	1	2	3	4	5
Capacidade de comprar roupas e calçados	1	2	3	4	5
Condições para se divertir	1	2	3	4	5

Sobre a sua empresa/negócio responda:

12. É a sua atividade principal? Sim Não

13. Situação Jurídica (Formalização)

Formal Informal
 MEI – Microempreendedor Individual Em processo de formalização

14. Quantas pessoas trabalham em seu empreendimento, incluindo você?

Apenas eu
 2
 3
 Entre 4 e 10
 Entre 11 e 20
 Mais de 20

15. Local de funcionamento

Residência
 Ponto comercial (loja ou sala)
 Serviço a domicílio
 Ambulante
 Outro

16. Quanto tempo possui esse negócio (anos)?

Menos de 1 ano
 Entre 1 a 3 anos
 Entre 3 e 5 anos
 Mais de 5 anos

17. 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 _____

18. 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, etc.)
- Ocupação após a aposentadoria
- Outros _____

19. Você administra o dinheiro do negócio separadamente do dinheiro pessoal?

- Sempre Às vezes Nunca

20. Além do negócio você possui outra fonte de renda?

- Sim Não

21. Você investe o lucro do seu negócio principalmente em quê?

- Ampliação do negócio
- Melhoria das condições de vida da minha família
- Aquisição de bens pessoais
- Reserva para velhice (aposentadoria)
- Outros _____

Na questão 22 a seguir, 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.**

22. 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 sobra) 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

Sobre a sua residência, responda:

23. Informe a 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 Roupas					
DVD					
Microondas					
Motocicleta (uso pessoal)					
Secadora de Roupas					

24. Sua residência possui os seguintes serviços públicos?

- Água Encanada () Sim () Não
 Rua Pavimentada () Sim () Não
 Energia Elétrica () Sim () Não

Informações sobre empréstimos / transações de financiamento / microcrédito:

Na questão 25 a seguir, 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.**

25. Avalie como o acesso ao programa Crediamigo afetou sua vida:

Possibilidade/condições para você estudar	1	2	3	4	5
Você se sentiu mais valorizada	1	2	3	4	5
Você sentiu que as pessoas confiam mais em você	1	2	3	4	5
Você sentiu mais confiança em si mesma	1	2	3	4	5
Possibilitou que você fizesse cursos profissionais (capacitação) e outros cursos (artes, música, dança etc.):	1	2	3	4	5
Você fez novas amizades	1	2	3	4	5
Você passou a participar mais da sua comunidade (associação de bairro, conselhos etc.):	1	2	3	4	5

26. Você consultou seu cônjuge antes de tomar o empréstimo do programa Crediamigo?

- Sim Não Não possuo cônjuge / Não possuía cônjuge à época

27. De qual instituição bancária você já pegou financiamento? (marcar mais de uma alternativa se necessário)

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

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

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

29. 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? _____

30. 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 _____

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

Empréstimo Individual Grupo Solidário Outro _____

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

Sim Não

33. 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 _____

ANEXO B

Roteiro para a entrevista Semi Estruturada

- 1- Estado Civil
- 2- Escolaridade
- 3- Possui filhos?
- 4- Em que consiste seu negócio?
- 5- Este negócio é sua atividade principal?
- 6- Por que a senhora requisitou o financiamento no Crediamigo?
- 7- O seu cônjuge foi consultado antes da senhora pegar o financiamento? Ele concordou? Isso afetou sua decisão de tomar o empréstimo?
- 8- Como a senhora tomou conhecimento sobre o Crediamigo?
- 9- Esse financiamento mudou de alguma maneira a sua vida?
- 10- O valor do financiamento atende suas necessidades?
- 11- Qual o uso do capital solicitado?
- 12- A senhora pegou empréstimo em grupo ou individual?
- 13- A senhora já teve dificuldade de pagar o empréstimo?
- 14- Como é seu relacionamento com os participantes do grupo? Você fez amizades dentro do grupo solidário? Você se reúne/socializa com outras pessoas do grupo?
- 15- Alguém do grupo alguma vez já deixou de pagar? O que aconteceu?
- 16- Quantas vezes você já pegou o financiamento?
- 17- O valor dos empréstimos vem aumentando com o tempo?
- 18- A senhora se sentiu mais valorizada após tomar o empréstimo?
- 19- O seu negócio se sustentaria sem o Crediamigo?
- 20- O Crediamigo foi até você ou você foi até o Crediamigo? Como é seu relacionamento com o agente de crédito?
- 21- Enquanto a senhora está em horário de trabalho, quem cuida dos filhos?
- 22- Quem é responsável em sua casa pelo serviço doméstico? Esta situação mudou após a tomada do financiamento do Crediamigo e a abertura do seu negócio?
- 23- A senhora é a principal responsável pelo sustento da sua família? Se não, quem é?
- 24- Após sua entrada no programa Crediamigo as possibilidades de estudo da sua família mudaram? E as condições de saúde? E sua capacidade de compra? E as condições de diversão/lazer se alteraram?