



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



**O MICROCRÉDITO COMO UMA ALTERNATIVA PARA IMPULSIONAR OS
NEGÓCIOS DO MICRO EMPREENDEDOR: Uma Análise Realizada no Banco
Bradesco Agência de Picos – PI**

**THE MICROFINANCE AS AN ALTERNATIVE TO BOOST MICRO
ENTREPRENEUR'S BUSINESS: An Analysis on Banco Bradesco Picos-PI Agency**

Autores: Suziane Carvalho Cortez¹, Felipe Henrique F. Nascimento² Gustavo Picanço Dias³.

¹Graduando em Administração pela UFPI;

²Graduando em Administração pela UFPI;

³Professor da UFPI, mestre, orientador.

FICHA CATALOGRÁFICA
Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí
Biblioteca José Albano de Macêdo

C828m Cortez, Suziane Carvalho.

O microcrédito como uma alternativa para impulsionar os negócios do micro empreendedor: uma análise realizada no banco bradesco agência de Picos – PI / Suziane Carvalho Cortez; Felipe Henrique F. Nascimento. – 2014.

CD-ROM : il; 4 ¾ pol. (25 f.)

Monografia(Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí. Picos-PI, 2014.

Orientador(A): Prof. Me. Gustavo Picanço Dias

1. Empreendedorismo. 2. Microcrédito. 3. Pequenos Negócios. I. Título.

CDD 658.401 2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Rua Cleber Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

FELIPE HENRIQUE FEITOSA NASCIMENTO E SUZIANE CARVALHO CORTEZ

**O MICROCRÉDITO COMO UMA ALTERNATIVA PARA
IMPULSIONAR OS NEGÓCIOS DO MICRO EMPREENDEDOR:
Uma análise feita no Banco Bradesco – Agência de Picos-PI**

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

Aprovado(a)

Aprovado(a) com restrições

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 16 de janeiro de 2015.

Prof. Me. Gustavo Ricanço Dias
Orientador

Prof. Me. Fagunes Ferreira de Moura
Membro 1

Prof. Esp. Karla Maria Mateus
Membro 2

RESUMO

No Brasil, é grande o número de micro e pequenas empresas, e grande parte delas se encontra no setor informal. Sendo assim, a dificuldade de se financiarem é grande e o microcrédito se mostra um elemento de grande relevância na dinâmica produtiva do país, principalmente por ter como público alvo estes micros e pequenos empreendimentos. Tem-se como objetivo geral analisar o impacto que o microcrédito causa nos negócios do micro empreendedor, através da assistência do Banco Bradesco da cidade de Picos/PI. Trata-se de uma investigação de natureza quantitativa, cuja coleta de dados ocorreu através da aplicação de questionário a 93 microempreendedores que utilizam o microcrédito junto ao Banco Bradesco – agência de Picos/PI. Os resultados mostraram que, de maneira geral o microcrédito gerou impacto positivo nos pequenos empreendimentos participantes da pesquisa, principalmente pela contribuição decisiva para o aumento das vendas nos pequenos negócios, como pelo aumento na renda dos empreendedores, com reflexo na família, na economia local e nacional.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Microcrédito. Pequenos negócios.

ABSTRACT

In Brazil, is large number of micro and small businesses, and most of them found in the informal sector. Therefore, the difficulty of financing is great and the microcredit if shows an element of great importance in the country's productive dynamics, mainly by having as target audience these micro and small enterprises. Has as overall objective analyze the impact that microcredit business cause the micro entrepreneur, through the assistance of Banco Bradesco Picos-PI City. It is an investigation of quantitative nature, whose data collection occurred through the application of a questionnaire to 93 microentrepreneurs who use microcredit by the Banco Bradesco-Picos/PI Agency. The results showed that, in General microfinance has generated positive impact on small businesses participating in the research, primarily by the decisive contribution to the increase in sales in small businesses, such as the increase in income of entrepreneurs, with reflection in the family, in the local and national economy.

Keywords: Entrepreneurship. Microcredit. Small businesses.

1 INTRODUÇÃO

No mundo globalizado em que vivemos atualmente, marcado pela prática do capitalismo, verifica-se a existência de enorme desigualdade na distribuição de renda na maioria dos países, como ocorre no contexto brasileiro. Diante disso, no intuito de identificar alternativas que permitem combater, amenizar e prevenir as desigualdades sociais têm sido discutidas e adotadas diversas políticas. Entre elas esta a que será utilizada como objeto de estudo nesta pesquisa: o Microcrédito.

Pode-se considerar o microcrédito como programa de empréstimo relativamente recente e de tipo não convencional. Tem como objetivo usual servir ao público de baixa renda (sem exigir que o tomador do empréstimo apresente algum tipo de colateral como garantia); ao mesmo tempo, apresenta-se como sustentável financeiramente a instituição bancária que venha a adotar esse modelo de crédito (SANTOS CARRION, 2009, p. 60).

Na cidade de Picos há uma forte presença do comércio, que é o principal responsável pela movimentação econômica da cidade. Porém, além dos grandes empresários existem os pequenos empreendedores, que lutam para se inserir no âmbito empresarial. Diante dessa realidade, o microcrédito promove a concessão de empréstimos para pequenos grupos de pessoas na busca de incentivar a criação de postos de trabalho e a melhoria da renda das famílias.

Esta produção surgiu da inquietação em responder o seguinte questionamento: como o Microcrédito Produtivo Orientado tem impulsionado o desenvolvimento dos negócios do micro empreendedor, através do Banco Bradesco na cidade de Picos – PI? Pretendeu-se analisar o Microcrédito como uma alternativa para impulsionar os negócios do micro empreendedor.

Tem-se como objetivo geral analisar o impacto que o microcrédito causa nos negócios do micro empreendedor, através da assistência do Banco Bradesco da cidade de Picos/PI. Especificamente, procurou-se descrever o Microcrédito e suas linhas de atuação; identificar as principais características do Microcrédito e sua importância para o micro empreendedor; examinar quais os impactos do Microcrédito recebido pelo micro empreendedor em seus negócios.

Como justificativa para a realização do trabalho considerou-se que o curso de Administração nos leva a analisar, compreender, criar e administrar as organizações. O Microcrédito Produtivo Orientado é uma modalidade de financiamento que busca facilitar o acesso dos pequenos empreendedores ao crédito, os ajudando a se inserir no mercado competitivo. Portanto, há uma relação entre o Microcrédito e Administração ao passo que o primeiro oferece auxílio financeiro às organizações e a segunda proporciona conhecer técnicas de planejamento, implantação e manutenção das empresas. Esta ligação entre os dois assuntos impulsionou a escolha do tema deste trabalho. Aliado a isto ainda existem outros pontos que justificam a sua importância, como: a pouca presença de estudos acadêmicos neste sentido, servirá de fonte de pesquisa para futuros trabalhos e trará inovação para as pesquisas da área de administração da Universidade Federal do Piauí, Campus Picos/PI.

O presente artigo encontra-se estruturado da seguinte maneira: a primeira parte traz a introdução, a segunda o referencial teórico na sequência análise dos dados e por último as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo no Brasil

Atualmente percebe-se que a figura do empreendedor adquire importância crescente no âmbito empresarial, tornando-se fundamental, por isso mesmo, a disseminação do conhecimento que trata do empreendedorismo, como forma de atingir a realidade das empresas.

Nas últimas décadas, a atividade empreendedora se revelou como um assunto frequentemente discutido no contexto brasileiro, tanto no discurso de políticos importantes, como no meio acadêmico, na imprensa e em inúmeras palestras que enfocam o tema nas organizações, inclusive em grandes escolas de Administração no país, as quais ampliam a criação de centro de estudos sobre a atividade empreendedora, disciplinas e cursos especificamente direcionados ao assunto.

No Brasil, a atividade empreendedora demorou a ser reconhecida e só veio a se tornar evidente por meio de serviços e associações voltadas para o crescimento das empresas e desenvolvimento das regiões mais pobres do país.

Dornelas (2005, p.26) “afirma que a presença do empreendedorismo no Brasil teve início nos anos 90, por meio de iniciativas de entidades como (SEBRAE) Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e (SOFTEX) Sociedade Brasileira para Exportação de Software”, recém-criadas. Até então, inexistia qualquer menção quanto ao empreendedorismo ou criação de novos empreendimentos.

Segundo o autor anteriormente citado, o SEBRAE evoluiu e transformou-se em uma entidade das mais importantes entre micro e pequenos empresários brasileiros, em razão da oferta de todo apoio necessário para o começo de um novo negócio, além de consultorias destinadas a solucionar pequenas dificuldades do negócio. Já a SOFTEX tem como objetivo promover a atuação das empresas de *software* brasileiras no exterior, por meio de iniciativas voltadas para a capacitação do empresário de informática em tecnologia e gestão.

Pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE) (2008) mostra que as micro e pequenas empresas representam, no Brasil, 98,5 % das empresas existentes no país, 60% da oferta de emprego e 21% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro (SEBRAE, 2010).

No entanto, com relação ao Brasil preocupa o fato de a maioria dos negócios gerados no país tenha por base a atividade empreendedora gerada por necessidades, inferindo-se que os novos negócios não se baseiam no aproveitamento das oportunidades oferecidas pelo mercado e em práticas inovadoras, no sentido de apresentar produtos e serviços diferenciados ao mercado, mas sim no atendimento de necessidades básicas do empreendedor e de sua família (DORNELAS, 2003).

Neste contexto, observa-se que um dos aspectos ainda não claramente definidos a respeito da atividade empreendedora se refere ao fato de ser ou não uma característica nata ou que pode ser desenvolvida na pessoa ao longo do tempo. Sobre o assunto, Barini Filho e Cardoso (2003) entendem que este aspecto ainda apresenta controvérsias, tendo em vista que várias teorias confirmam um ou outro ponto de vista. No entanto, ao evidenciar que outros questionamentos desse tipo, pesquisados exaustivamente, ainda continuam inconclusivos, como a inteligência e a liderança serem natas ou passíveis de desenvolvimento, por exemplo, percebe-se que a busca por uma resposta a tais questionamentos passa a não ter tanta prioridade. Para os autores, torna-se mais relevante o reconhecimento de que a atividade empreendedora, em função de apresentar múltiplas dimensões, é de natureza complexa,

revelando-se como um fenômeno interdisciplinar, onde fenômenos metodológicos diferenciados fazem parte de sua análise e compreensão.

Sendo assim, torna-se bastante difícil proceder à associação do empreendedor a um único perfil. Para Dornelas (2001), podem ser destacadas várias características que estão presentes em empreendedores de sucesso, como, por exemplo, o fato de serem visionários, tomarem decisões rápidas e acertadas, facilidade para identificar e explorar oportunidades, dedicação além da média, otimismo e paixão pela atividade que escolheu, capacidade de planejamento, liderança e valorização da sociedade etc. Porém, o autor ressalta que ser relativamente fácil identificar pessoas possuidoras de tais características sem serem empreendedoras, como pessoas que empreendem, mesmo que não apresentem tais características. Silva Neto (2003), em pesquisa sobre a existência de características comuns aos empreendedores, afirma que “a presença de tais características não garante o sucesso de um empreendedor, do mesmo modo que a sua falta não impede alguém de empreender” (SILVA NETO, 2003, p. 117).

“Com relação ao ensino do empreendedorismo no Brasil, Dolabela (2009, p. 54) considera que o empreendedorismo é ainda muito recente, mas os efeitos já obtidos no âmbito educacional sinalizam para o crescimento de uma revolução silenciosa.”

Neste contexto, para se ter um empreendimento de sucesso é necessário se passar por um processo de análise do ambiente e produção de um plano de negócios, onde terão todas as informações que podem agregar fatores positivos ou negativos a empresa (KOTLER E KELLER, 2006). Porém, apenas o planejamento não é o bastante, é preciso ter capital para poder colocá-lo em prática, caso não disponha de capital próprio, a solução é buscar meios para adquiri-lo. “O financiamento das atividades empresariais é realizado mediante o emprego de diferentes tipos de fundos obtidos externamente ou gerados no curso normal das operações” (BRAGA, 2011, p.311).

2.2 Caracterização e trajetória do microcrédito

2.2.1 Características e definição

No entendimento de Almeida (2009), o microcrédito tem o significado de um crédito de valor pequeno, cuja concessão geralmente ocorre sem garantia e para as pessoas que não conseguem obter empréstimos no sistema bancário convencional.

Lhacer (2003) afirma que o microcrédito apresenta características singulares em relação ao crédito tradicional, como público alvo diferenciado, finalidade e limites das operações, significando dizer que se trata de um tipo de crédito destinado, especialmente, aos empreendedores que se encontram abaixo da linha de pobreza, sem qualquer possibilidade de acesso às linhas de crédito convencionais. Sua utilização pode ser direcionada para o aumento do capital de giro ou fixo do empreendimento, excluindo-se sua destinação para o consumo e os valores são sempre pequenos.

Botelho e Ribeiro (2006) definem o público alvo do microcrédito como as pequenas unidades produtivas caracterizadas pela: i) baixa produtividade, ii) informalidade, iii) escassez de capital, iv) incapacidade de oferecer garantias, e v) inacessibilidade ao setor bancário.

De acordo com os autores, tais características estão inter-relacionadas, exercendo ação mútua de causalidade entre elas. Sendo assim, a baixa produtividade causaria a escassez de capital e vice versa; a baixa produtividade causaria a informalidade; a escassez de capital impossibilita o empreendedor de apresentar garantias ao setor bancário tradicional. Diante

dessas dificuldades, o empreendedor enquadrado nessa categoria tenderia a ficar cada vez mais excluído do sistema bancário tradicional.

Tendo em vista a importância de ter o público alvo atingido, nesse tipo de mercado são comuns também iniciativas voltadas para sua inclusão, pois os empreendedores que necessitam dessa modalidade de crédito não possuem condições de atendimento às mesmas exigências dos créditos tradicionais. Pode-se citar como exemplos desses métodos: i) a busca constante da minimização da burocracia; ii) ausência de garantias reais e iii) a prática do marketing direto, que é a visita dos representantes das instituições fornecedoras de créditos à residência ou estabelecimento comercial do cliente.

Outra característica do microcrédito amplamente discutido na literatura diz respeito aos juros. Nesse sentido existe a preocupação das instituições credoras praticarem juros subsidiados por haver a crença de ser esse um dos principais entraves para que os microempresários consigam acesso ao sistema bancário. A esse respeito, porém, Santos (2002), ressalta que os juros representam apenas um componente na formação do preço do crédito e tal posicionamento desconsidera a grande importância dos custos transacionais nestas operações. Sendo assim, a redução das taxas de juros, mas a cobrança de altas tarifas sobre serviços ocasionaria um custo implícito que o empreendedor de pequeno porte não teria condições de assumir.

Por outro lado, o Santos (2002) considera que a falta de acesso ao sistema bancário leva o pequeno empresário de baixa renda a procurar alternativas de financiamento, cujos encargos acabam sendo superiores aos dos bancos tradicionais, mas os custos transacionais tendem a serem menores. Entre as quais estão: pagamento de fornecedores a prazo, cheque especial, cheque pré-datado, cartão de crédito, entre outros.

Em síntese, verifica-se que o microcrédito caracteriza-se pela concessão de empréstimos de pequeno montante e seu público alvo é constituído de microempreendedores que não conseguem obter crédito no sistema bancário convencional, tratando-se de pequenos empresários ou pretendentes à abertura de um novo negócio, cujos valores necessários são bastante pequenos.

Na realidade o microcrédito é mais um elemento, talvez o mais importante, dentro de um conjunto denominado microfinanças, cujos demais elementos são: poupança, seguros, serviços de contas correntes entre outros. Serviços esses que podem ser fornecidos não só por bancos públicos, mas também por bancos privados, cooperativas, financeiras, Organizações Não Governamentais (ONGs) e Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPS).

2.2.2 Trajetória do Microcrédito no Mundo

Segundo Almeida (2009), mundialmente, o fato pioneiro que se conhece a respeito do microcrédito foi registrado em 1846, no sul da Alemanha. Conhecida como Associação do Pão, foi idealizada por um pastor chamado Raiffeisen depois de um inverno rigoroso, quando os diversos fazendeiros da região ficaram em situação difícil, com dívidas e recorrendo a agiotas. Na oportunidade, o pastor ofertou farinha de trigo no intuito de que a fabricação e venda do pão possibilitasse a recuperação do capital de giro para administrar suas fazendas. A iniciativa evoluiu, a associação cresceu e veio a se tornar uma cooperativa de crédito para os menos favorecidos financeiramente. Na Itália, segundo Caldas (2003), Robert D. Putnam destaca várias experiências implementadas geralmente com a participação de paróquias e igrejas, voltadas para o financiamento de produtores em momentos de graves crises em suas atividades.

Porém, o conceito de microcrédito como se conhece atualmente teve origem por meio de uma experiência inovadora do professor Muhammad Yunus, que se tornou conhecida em todo o mundo, levando-o a ganhar o Prêmio Nobel da Paz em 2006. No ano de 1976, em Bangladesh, o referido professor iniciou um processo de concessão de empréstimos de pequenos valores, inicialmente com seus próprios recursos, destinando-os para famílias de produtores rurais pobres, enfatizando as mulheres, implementando um modo revolucionário de garantias morais mútuas, por meio da formação de grupos de cinco pessoas, que ficavam mutuamente responsáveis umas pelas outras.

Almeida (2009) esclarece que a situação teve início quando o professor verificou que as pessoas que habitavam os arredores da universidade onde atuava sobreviviam por meio de pequenos negócios informais e, mesmo vivendo na extrema pobreza, mantinham os empreendimentos recorrendo a empréstimos junto a agiotas, cujas taxas de juros eram bastante superiores às praticadas no mercado oficial, e mesmo assim conseguiam pagar.

Nesse contexto, o professor constatou que aqueles microempreendedores careciam de assistência por meio do microcrédito para que seus negócios fossem adiante, sem que representassem apenas um meio de subsistência, mas também melhoria das condições de vida. Tornava-se fácil o entendimento da possibilidade real de aquelas pessoas serem incluídas num mercado de microcrédito formal, mesmo sem qualquer subsídio, tendo em vista a capacidade de pagamento demonstrada, pois os agiotas cobravam altíssimas taxas de juros e, ainda assim, esses microempresários informais conseguiam pagar em dia seus empréstimos (ALMEIDA, 2009).

Dessa forma, foi possível ao professor constatar que aqueles empreendedores necessitavam de assistência financeira com um mínimo de burocracia e excluindo-se a exigência de garantias reais. Diante disso, tomou a iniciativa de se utilizar de suas próprias economias para assistir financeiramente àqueles microempreendedores. Após contrair diversos empréstimos para dar a devida assistência aos referidos empresários, decidiu fundar o Grameen Bank, no ano de 1979.

Lhacer (2003) afirma que o Grameen Bank desenvolveu um método considerado inovador e baseado no aval solidário e na assistência do agente de crédito. A instituição do aval solidário eliminou as dificuldades relacionadas com a falta de garantias para os pequenos empreendedores. Quanto ao agente de crédito, que é a pessoa que faz o marketing direto e o acompanhamento da criação dos grupos, desenvolvimento das atividades e recolhimento dos pagamentos, passou a ser figura essencial em todo o processo. Configurou-se uma situação inversa ao sistema bancário tradicional, onde o banco vai até o cliente.

O Grameen Bank apresentou crescimento significativo desde então, sendo atualmente um dos bancos com maior volume de aplicações em Bangladesh, relevando uma iniciativa bem sucedida no contexto do microcrédito, o que levou ao surgimento de várias outras instituições no mundo, voltadas para o atendimento das demandas por microcrédito (LHACER, 2003).

2.2.3 Trajetória do Microcrédito no Brasil

Almeida (2009) relata que, no contexto brasileiro, o microcrédito se originou a partir da criação do Programa de União Nordestina de Assistência a Pequenas Empresas (UNO), no ano de 1973, quando a ONG *Acción Internacional* lançou o programa, incluindo assistência técnica, contando com a participação de organizações empresariais de Bahia e Pernambuco. A instituição UNO surgiu com o propósito específico de desenvolvimento de programa de crédito e capacitação direcionado para pequenos negócios populares, priorizando o setor informal da economia, configurando-se como uma associação civil, sem fins lucrativos.

Segundo o autor citado, o Programa UNO teve como prioridade melhorar a eficiência da modalidade de crédito ora criada, por meio de alternativas inovadoras de análise de crédito que apresentassem compatibilidade com a realidade vivida pelo pequeno empreendedor. Nessa direção, promoveu a formação de muitos profissionais alinhados com o novo contexto e assistiu financeiramente milhares de pequenos empresários em inúmeros municípios da Bahia e do Pernambuco. Da mesma forma que o Grameen Bank, a UNO deu total prioridade ao pequeno empresário sem garantias reais para oferecer e sem condições de obter crédito no sistema bancário e outros serviços no mercado, além da capacitação e assistência técnica. Estes aspectos caracterizam a UNO com pioneira no âmbito do microcrédito no Brasil.

Após a iniciativa de criação da UNO, verificou-se no Brasil o surgimento de outros programas e instituições, voltados para o atendimento ao pequeno empresário de baixa renda, por meio do microcrédito. Na década de 80, foi criado o Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos (CEAPE), inicialmente no Rio Grande do Sul e depois se espalhando pelo Brasil. Além disso, nessa trajetória do microcrédito, o Banco da Mulher e a Portosol. Entretanto, considera-se que um dos maiores destaques desta modalidade de microfinanças é a modalidade adotada pelo Banco do Nordeste do Brasil.

Almeida (2009) afirma que o Banco do Nordeste do Brasil/BNB iniciou suas atividades no microcrédito por meio do programa denominado Crediamigo, criado em 1998. Tendo iniciado seu funcionamento em apenas cinco agências-piloto, o programa alcançou, nos primeiros quatro anos, o número de 721 mil empréstimos na modalidade, dando apoio a empreendedores de baixa renda, contando com 164 unidades de negócio e 55 postos de atendimento, aspectos que levou o Crediamigo a ser considerado um dos maiores programas da espécie na América Latina.

Neste contexto, observa-se que, em vários países da América Latina e no Brasil, as ONG's foram pioneiras no processo de introdução de novas formas de operar o microcrédito. Após o surgimento do Programa UNO, no ano de 1973, inúmeras organizações da espécie foram criadas e funcionam em todo o território nacional. Este processo teve continuidade durante a década de 80, porém, a grande maioria das ONG's de microcrédito surgiram e passaram a funcionar efetivamente somente após o surgimento do Plano Real e da estabilização da economia, em 1994.

Nichter, Goldmark e Fiori (2002), afirma não haver como questionar a evolução do microcrédito no Brasil e também no mundo. Deve-se ressaltar que, levando em conta as grandes dificuldades existentes em várias regiões do Brasil para se desenvolver e reduzir a pobreza, passam a ser enfatizados pelos governos os pequenos e microempresários, como forma de estimular o desenvolvimento. Assim, administradores públicos e estudiosos mostram a microfinança significa uma alternativa viável para o desenvolvimento local e o alcance da igualdade socioeconômica.

2.3 Programas de Microcrédito no Brasil

No contexto mundial, o Brasil foi pioneiro no sentido de disseminar o microcrédito para o setor informal urbano. Barone et al (2002) relata que as experiências iniciais se verificaram no ano de 1973, em Recife e Salvador, através da iniciativa da ONG *Accion International*, que priorizava a assistência técnica, contando também com a participação de organismos empresariais e bancos regionais. Registrou-se a criação da União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações, publicamente conhecida como Programa UNO.

Considera-se importante a apresentação de um breve histórico deste programa, apresentando suas principais iniciativas no Brasil. Estas informações são apresentadas

claramente por Barone et al (2002). Com base nelas serão apresentadas a seguir de forma sucinta algumas das iniciativas deste setor no Brasil:

- **Programa UNO:** Trata-se de uma ONG cujo foco principal é o microcrédito e capacitação dos micro empreendedores que atuam informalmente. Suas operações eram garantidas por um aval moral entre os membros do grupo de pessoas tomadoras do empréstimo. Inicialmente, os recursos foram provenientes de doações internacionais e outras linhas de crédito.
- **Rede CEAPE:** A Federação Nacional de Apoio aos Pequenos Empreendimentos (FENAPE), hoje CEAPE nacional, surgiu no ano de 1990. Os CEAPES fazem parte da Rede CEAPE, de forma independente, porém, usam a mesma forma de operacionalizar o crédito produtivo orientado, priorizando a sustentabilidade e o apoio aos empreendedores que não tem acesso ao sistema financeiro tradicional, principalmente do setor informal.
- **Banco da Mulher:** O Banco da Mulher/Seção-Bahia surgiu em 1989 por meio do apoio do Fundo das Nações Unidas para a Infância/UNICEF e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), iniciando um programa de microcrédito baseado na técnica de operacionalização de Grupos Solidários. No princípio, proporcionava assistência apenas ao público feminino, incorporando depois a clientela masculina.
- **Portosol:** Trata-se de uma iniciativa da Prefeitura de Porto Alegre que, no ano de 1995, juntamente com entidades da sociedade civil, fez surgir a organização não governamental Portosol-Instituição Comunitária de Crédito, que desenvolve suas atividades concedendo créditos a pequenos empreendimentos, destinado a capital de giro e fixo, tendo como garantia o aval simples ou solidário, cheques e alienação de bens.
- **VivaCred:** Surgiu no ano de 1996, em decorrência de uma iniciativa do Movimento Viva Rio, tendo como propósito assistir financeiramente os micro empreendimentos de propriedade de pessoas baixa renda das comunidades carentes do Rio de Janeiro.
- **CrediAmigo:** Criado pelo Banco do Nordeste do Brasil (BNB) no ano de 1998, o programa tem como objetivo principal a oferta de crédito aos pequenos empreendedores de baixa renda da região Nordeste, norte de Minas Gerais e Espírito Santo. Funciona no sistema de grupos solidários, além de oferecer treinamento e capacitação gerencial para os tomadores.
- **Programa SEBRAE de Microcrédito:** Por iniciativa do SEBRAE, que iniciou sua participação no setor de microcrédito no ano de 2001, o programa foi criando com o propósito de aumentar as oportunidades de acesso ao crédito para pequenos empreendimentos, principalmente os informais.

O Microcrédito é uma ação econômica com forte impacto social, seu impacto positivo nas situações de pobreza é amplamente reconhecido. Ao permitir o acesso continuado ao crédito para negócios com capital próprio mínimo, fortalece-se o empreendimento e aumenta-se a renda das famílias (BARONE et al., 2002).

2.4 Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO)

Segundo Chaves et al (2005), o Estado defende a formação de parcerias com a iniciativa privada como forma de melhor assistir a população e melhorar a qualidade dos serviços de saúde, educação e assistência social, como também no sentido de preservar os direitos de grupos específicos de cidadãos. Neste contexto, a Lei nº 9.790/99 estabelece diretrizes para regulamentar essa parceira, tendo como principal propósito a mobilização de

pessoas e de recursos que permitam alavancar o desenvolvimento social no país. As referidas parcerias possibilitam o surgimento de instituições sem fins lucrativos, como as ONG's, que são responsáveis pela introdução do microcrédito no país, ainda na década de 1970. Este aspecto foi determinante para que surgissem as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP's), as Cooperativas de Crédito e as Sociedades de Crédito ao Microempreendedor (SCM's).

De acordo com Zancanella (2010), no período citado ainda não existia uma legislação que contemplasse o microcrédito e apenas em 2004 se verificou a edição da Medida Provisória nº 226, voltada para a implementação do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado. Entretanto, apenas em 2005, a Medida Provisória é convertida na Lei Ordinária nº 11.110, instituindo, no contexto do Ministério do Trabalho e Emprego, o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado/PNMPO.

O PNMPO tem por objetivo: “incentivar a geração de trabalho e renda entre os microempreendedores populares; disponibilizar recursos para o microcrédito produtivo e orientado e oferecer apoio técnico às instituições de microcrédito, o seu fortalecimento, para melhorar a prestação de serviços ao empreendedor popular” (BRASIL, 2005).

O programa tem como público-alvo as pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de atividade produtiva de pequeno porte, com renda bruta anual de até R\$ 60 mil (BRASIL, 2007). Atualmente, este limite chega a R\$ 120.000,00.

De acordo com a Lei 11.110/2005, os beneficiários do Programa devem receber orientações auxiliares sobre como planejar e gerir o negócio e sobre a concessão do crédito, durante a vigência do contrato, com o objetivo de alcançar melhor desempenho na atividade assistida. Observa-se também a necessidade de avaliação prévia da capacidade de endividamento do empreendedor e de seu ramo de atividade (BRASIL, 2005).

Segundo o Ministério do Trabalho e Emprego (BRASIL, 2007), o Programa abrange as seguintes operações: contratação direta – contratação com o tomador final, mediante utilização de estrutura própria; mandato – contratação de operações com o tomador final, por intermédio de parceria com Instituição de Microcrédito Produtivo Orientado; repasse – repassar recursos às Instituições de Microcrédito Produtivo Orientado, podendo ser de forma direta ou via Agente de Intermediação; aquisição de Operações de Crédito – compra de operações de microcrédito das Instituições de Microcrédito Produtivo Orientado, podendo ser de forma direta ou via Agente de Intermediação (BRASIL, 2007).

Os recursos previstos para o funcionamento do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado, seguem as diretrizes da Lei Nº 10.735/2003, sendo provenientes do Fundo de Amparo ao Trabalhador – FAT (até 200 milhões de reais) e 2% dos depósitos a vista. Esses depósitos serão realizados pelos bancos comerciais, os bancos múltiplos com carteira comercial e a Caixa Econômica Federal (BRASIL, 2003).

Os Bancos autorizados a operar com os recursos do FAT são: o Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste, Banco da Amazônia, Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES), (instituições financeiras oficiais de que trata a Lei nº 8.019, de 11 de abril de 1990); com a parcela dos recursos dos depósitos à vista serão: os bancos comerciais, os bancos múltiplos com carteira comercial e a Caixa Econômica Federal (BRASIL, 2007).

Zancanella (2010) acrescenta que foi criado também o Comitê Interministerial formado pelo Ministério do Trabalho e Emprego (Coordenador), Ministério da Fazenda e o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, com as seguintes funções: subsidiar a coordenação e a implantação das diretrizes do PNMPO; definir prioridades e condições técnicas e operacionais do PNMPO; receber, analisar e elaborar proposições a serem submetidas aos Ministérios diretamente envolvidos no PNMPO, no CODEFAT e no CMN e acompanhar e avaliar a execução do PNMPO.

Referindo-se às instituições de fomento, o autor citado afirma que são autorizadas a realizar operações de microcrédito as cooperativas singulares de crédito; as agências de fomento, que se enquadrem na Medida Provisória nº 2.192-70, de agosto de 2001; as sociedades de crédito ao microempreendedor, que se enquadrem na Lei nº 10.194, de 14 de fevereiro de 2001; as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, que atendam à Lei nº 9.790, de 23 de março de 1999 (Art 1º §6º).

Pereira (2007) evidencia que no ano de 2007 havia no Brasil 238 instituições habilitadas a atuarem no PNMPO. Porém, mesmo com a ascensão do setor, estimulado pela expansão do número de OSCIP's e da adesão das cooperativas de crédito, a quantidade de instituições disponíveis para atender à demanda ainda está abaixo da média internacional, tornando-se uma grande oportunidade de expansão para as instituições (PEREIRA, 2007).

Neste contexto, o PNMPO vem com o propósito de definir diretrizes para o setor de microcrédito no país, regulamentar a atividade e promover mecanismos para o desenvolvimento das instituições de microcrédito, para que haja melhor atendimento do público-alvo.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho objetiva analisar o impacto que o microcrédito causa nos negócios do micro empreendedor, mais especificamente aqueles ligados ao Banco Bradesco S/A, agência de Picos – PI. A investigação pode ser classificada tanto como qualitativa quanto como quantitativa. Ela é qualitativa à medida que faz uma interpretação da realidade com base nas informações coletadas e quantitativa ao ponto que adota técnicas estatísticas coleta e análise dos dados (MICHEL, 2005).

Trata-se de uma pesquisa de campo onde se tomou como técnica de coleta a observação direta extensiva, por meio da aplicação de questionários, ou seja, uma série de perguntas, que foram respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador (LAKATOS; MARCONI, 2010).

Por estar focado na análise de um grupo específico de pessoas este trabalho consiste em um estudo de caso, onde foi feito um aprofundamento de apenas um objeto permitindo conhecê-lo de maneira detalhada (GIL, 2002).

Optou-se pela técnica de amostragem probabilística ou aleatória, porque ela pode ser submetida ao tratamento estatístico permitindo compensar os erros amostrais, acrescentando relevância à representatividade da amostra. O público-alvo é representado pelas pessoas que aderiram ao programa de microcrédito do Banco Bradesco S/A da cidade de Picos – PI, no ano de 2014, tendo como base que ocorrem em média 10 adesões ao programa por mês que têm-se que ao final de um ano 120 pessoas ingressaram. Desse total, foram entrevistados 93 micro empreendedores.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Na busca por oferecer auxílio aos micro empreendedores, o Banco Bradesco S/A da cidade de Picos - PI oferece um Programa de microcrédito voltado para indústria, comércio e serviços, apoiando assim o crescimento e fortalecimento desta classe empresarial, por meio da ampliação do acesso ao crédito por parte dos pequenos empresários da cidade de Picos e macrorregião.

O microcrédito democratiza o acesso ao crédito, fundamental para a vida do qual grande parte dos brasileiros está excluída. A disponibilidade de crédito para empreendedores

de baixa renda, capazes de transformá-lo em riquezas para eles próprios e para o País, faz do microcrédito parte importante das políticas de desenvolvimento.

O Microcrédito Produtivo Orientado oferecido pelo Banco Bradesco é uma solução de crédito voltada para o empreendedor que quer investir no seu negócio. Com ele o cliente pode adquirir bens e equipamentos ou fazer pequenas reformas e ampliações. O crédito também pode ser utilizado como capital de giro.

As principais características deste programa de microcréditos são: possibilidade de contratar um novo microcrédito após cada quitação, facilidade de contratação e limites de pagamento de acordo com a capacidade do empreendimento, as taxas bastante acessíveis, visto que esta linha de crédito possui apoio do governo nas esferas federal e regional, proporcionando desenvolvimento dos empreendedores individuais, dos pequenos produtores e das micro e pequenas empresas, além de uma equipe especializada para esclarecer todas as suas dúvidas.

A cidade de Picos atualmente é conhecida por ser um grande entroncamento rodoviário do nordeste, com uma população fixa por volta dos 80 mil habitantes, sendo que sua população flutuante ultrapassa diariamente 300 mil pessoas. É um polo comercial no sudeste do Piauí que oferece grandes oportunidades para empreendedores, devido ao fluxo populacional ser alto, favorecendo as chances de prosperar no negócio, por isso muitos microempreendedores tentam ajuda financeira através do banco.

No decorrer da pesquisa foram obtidas informações a respeito do perfil dos sujeitos participantes, envolvendo idade, renda mensal, residência atual e setor de atividade em que atuam os micro empreendedores.

Acerca do grupo de micro empreendedores pesquisados, o Gráfico 1 mostra que 2% encontram-se na faixa etária de 18 a 20 anos de idade, 16% possuem entre 21 e 25 anos, 27% de 26 a 30 anos, 31% de 31 a 35 anos e 24% acima de 35 anos.

Pode-se verificar que a maioria dos pequenos empreendimentos é conduzida por pessoas com idade a partir dos 26 anos, permitindo inferir que o pequeno negócio representa uma alternativa, diante da escassez de emprego formal, que permite proporcionar melhores condições de vida para as famílias.

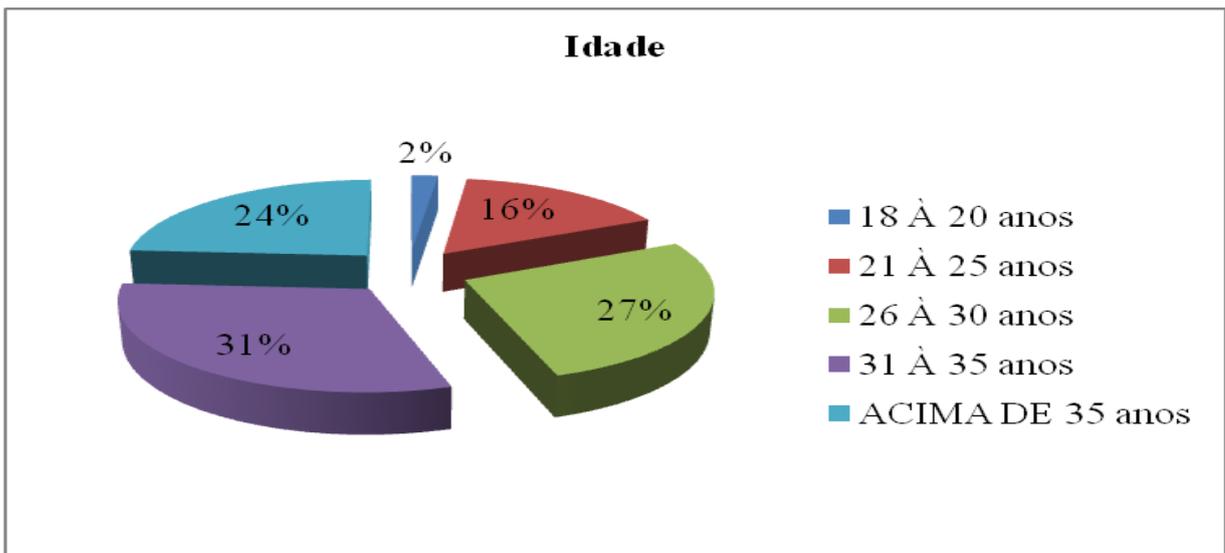


Gráfico 1: Idade

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

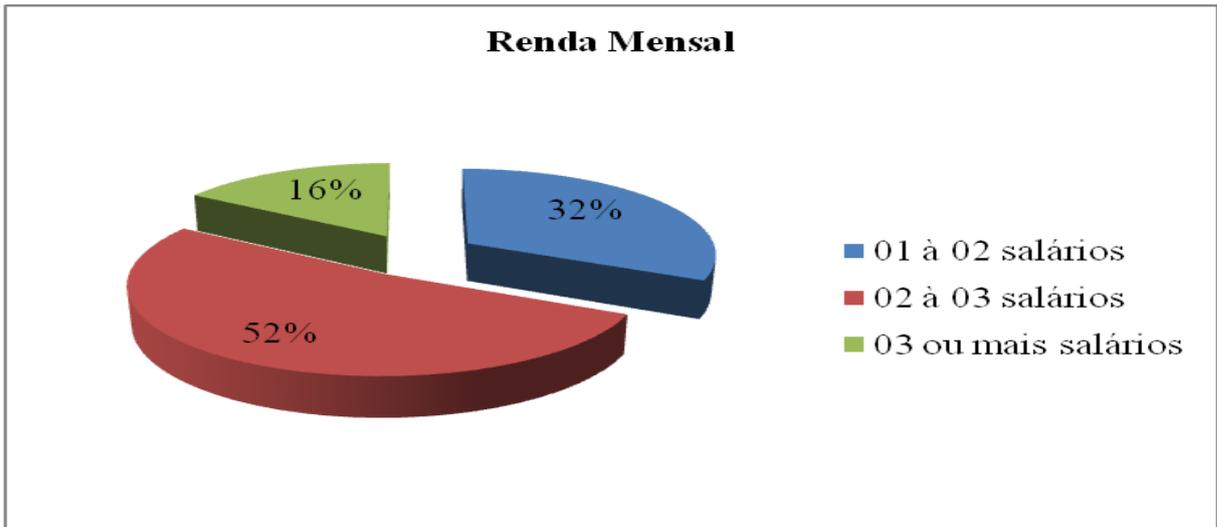


Gráfico 2: Renda Mensal

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

Quanto à renda mensal, o Gráfico 2 mostra que 32% dos entrevistados obtêm renda entre 01 e 02 salários mínimos, 52% de 02 a 03 salários e 16% ganham 03 ou mais salários. Diante dos altos índices de desemprego existentes no país, as informações apresentadas permitem evidenciar que a atividade exercida pelos pequenos empreendedores representa uma alternativa eficaz na geração de emprego e renda, bem como no incentivo à atividade empreendedora.

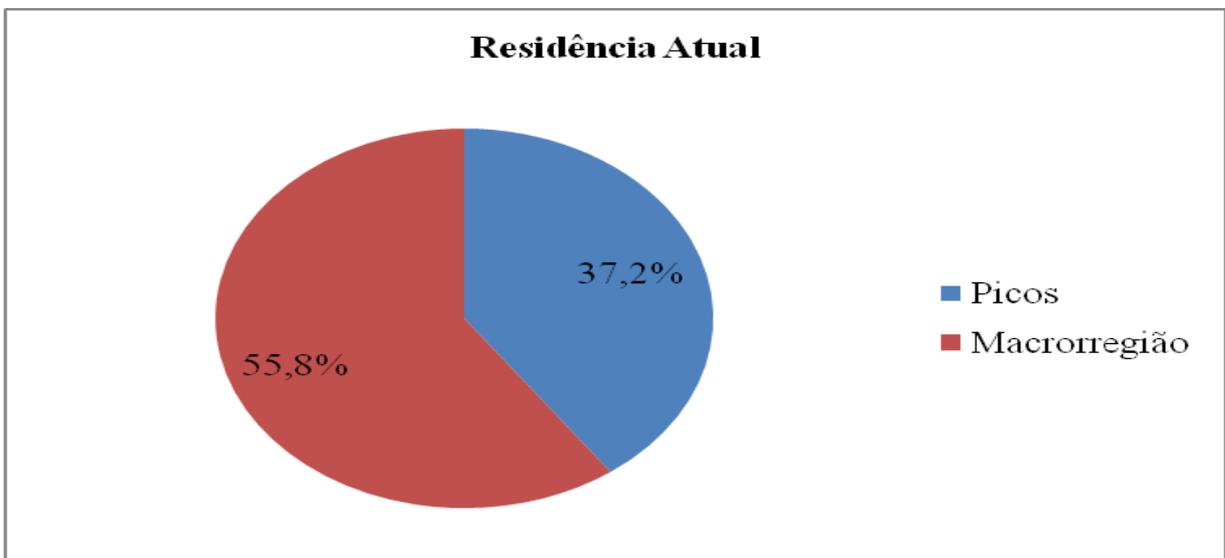


Gráfico 3: Residência Atual

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

O Gráfico 3 mostra que 37,2% dos participantes da pesquisa residem atualmente na cidade de Picos/PI e 55,8% moram na macrorregião sediada pela referida cidade. Os dados revelam que a atividade empreendedora cujos titulares recorrem à modalidade microcrédito não está limitada ao município de Picos, mas abrange as várias cidades ligadas comercial e culturalmente a esta localidade.



Gráfico 4: Setor de atividade em que atua

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

Em relação ao setor de atividade, o Gráfico 4 revela que 72% dos pequenos empreendedores que utilizam o microcrédito por meio do Banco Bradesco – agência de Picos/PI exercem a atividade comercial, 22,5% industrial e 5,5% se dedicam à prestação de serviços. Fica clara a predominância do comércio no grupo pesquisado, podendo haver relação com o menor grau de complexidade para o seu exercício, sendo geralmente praticado por meio da compra e venda de produtos de primeira necessidade, como alimentação e vestuário.

Para Santos (2006), uma explicação para a superioridade do setor de comércio pode ser encontrada no tempo de giro do produto em cada atividade. Geralmente no comércio ocorre mais rápido que nas atividades industriais e de serviços, como o capital de giro concedido pelo microcrédito que tem pequeno prazo para amortização, adequando-se melhor às atividades voltadas para esse setor.

Os entrevistados foram questionados sobre o principal impacto do microcrédito no funcionamento do negócio, no que se refere às vendas. Todos os participantes afirmam que o principal reflexo da utilização do microcrédito no funcionamento do empreendimento ocorre no aumento das vendas. Sobre este aspecto, infere-se que a utilização do microcrédito como injeção de capital de giro possibilita ao pequeno empreendedor adquirir maior quantidade e variedade de produtos e em melhores condições, o que leva ao aumento das vendas gerado por melhores preços e maior quantidade de produtos oferecidos.

Segundo Tomelin (2003), o Microcrédito contribui decisivamente para a democratização do acesso ao crédito, do qual a maioria da população brasileira está excluída. Além disso, importa ressaltar que a geração de trabalho e renda para as famílias menos favorecidas cria opções de ocupação e incremento de produtividade. Deve-se considerar também que o impacto do microcrédito nos pequenos empreendimentos traz como resultado importantes contribuições para a melhoria das condições de saúde, habitação e alimentação da população.

Procurou-se saber dos participantes da pesquisa qual o direcionamento dado aos valores obtidos por meio do microcrédito.

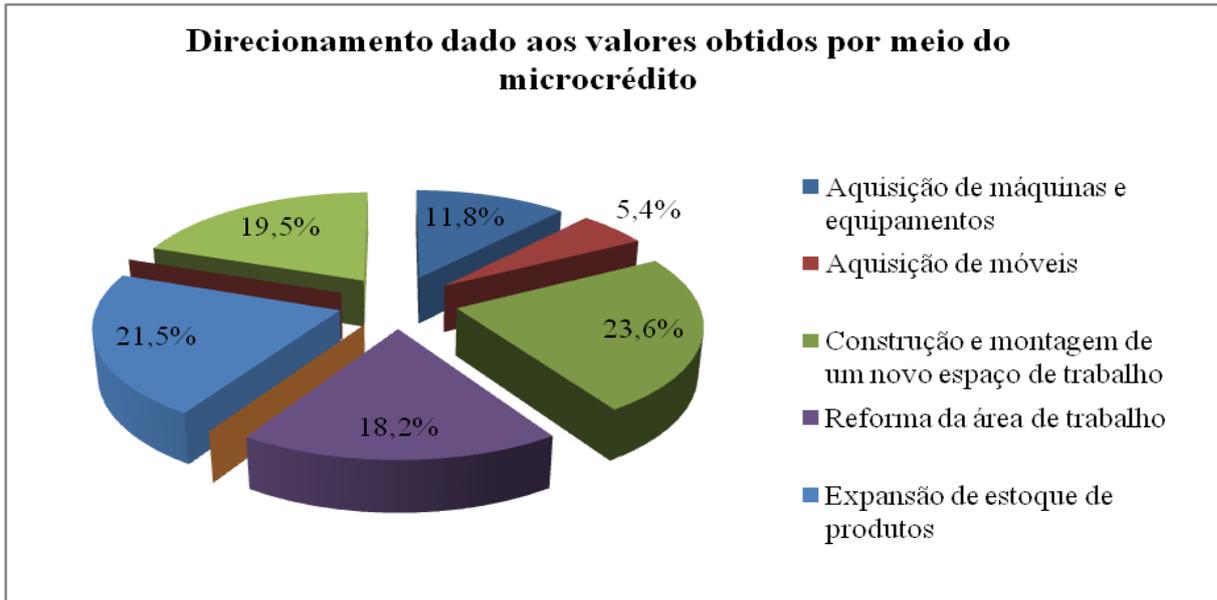


Gráfico 5: Direcionamento dado aos valores obtidos por meio do microcrédito

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

O Gráfico 5 mostra que, do total de pequenos empreendimentos pesquisados, 11,8% direcionam os valores obtidos por meio do microcrédito para aquisição de máquinas e equipamentos, 5,4% para aquisição de imóveis, 23,6% para construção e montagem de um novo espaço de trabalho, 18,2% para reforma da área de trabalho, 21,5% para expansão de estoque de produtos e 19,5% para ampliação do leque de produtos e serviços oferecidos. As informações permitem evidenciar que a construção e montagem de um novo espaço de trabalho e o aumento do estoque de produtos são as prioridades para os participantes da pesquisa, aspectos que, certamente, contribuem para ampliar a capacidade de produção ou estoque, como aumentar a oferta de produtos, o que ressalta a singularidade do microcrédito como uma linha de crédito destinada a alavancar as atividades do empreendedor que se encontra limitado pela falta de apoio financeiro.

Neste contexto, Lhacer (2003) afirma que o microcrédito apresenta características singulares em relação ao crédito tradicional, como público alvo diferenciado, finalidade e limites das operações, significando dizer que se trata de um tipo de crédito destinado, especialmente, aos empreendedores que se encontram abaixo da linha de pobreza, sem qualquer possibilidade de acesso às linhas de crédito convencionais. Sua utilização pode ser direcionada para o aumento do capital de giro ou fixo do empreendimento, excluindo-se sua destinação para o consumo e os valores são sempre pequenos.

Na sequência, os respondentes foram questionados sobre qual a principal vantagem que pode ser identificada no microcrédito.

Em relação à principal vantagem do microcrédito, de acordo com o Gráfico 6, mais da metade dos entrevistados (50,5%) responderam o baixo custo do empréstimo, 13% elegem o reforço no capital de giro como o aspecto mais positivo, 5,5% a possibilidade de expansão do negócio e 31% o aumento do estoque. As informações obtidas permitem verificar que, além do acesso ao crédito, é importante a obtenção de empréstimo a um custo que viabilize a atividade desenvolvida pelo pequeno empreendedor, sendo este o principal diferencial do microcrédito, pois os custos bancários tradicionais são incompatíveis com os micro empreendimentos, em função das tarifas e juros cobrados.

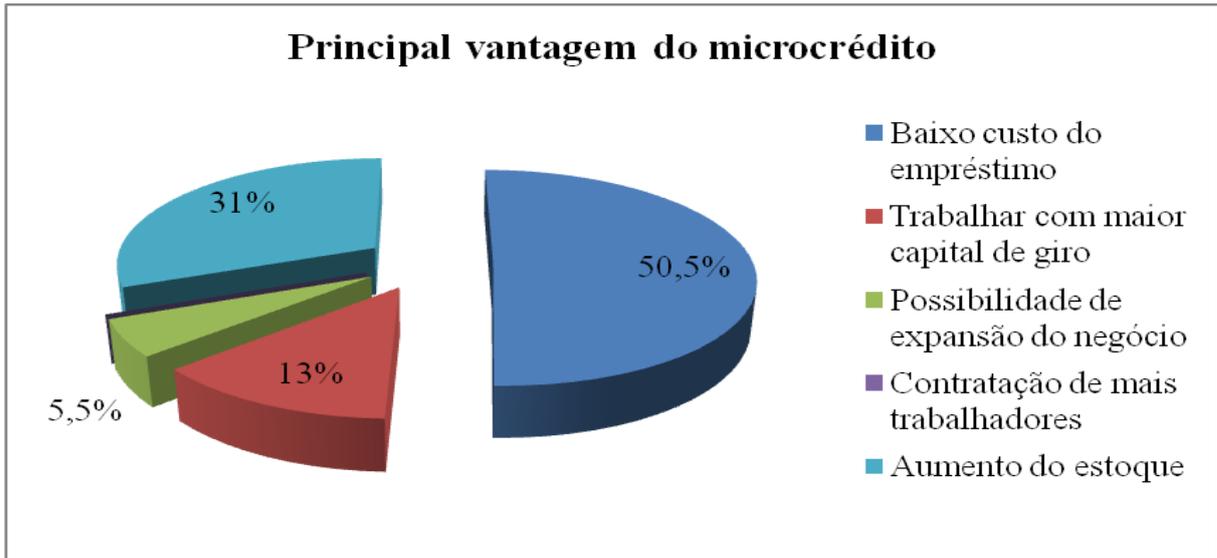


Gráfico 6: Principal vantagem do microcrédito

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

Ressaltando os encargos financeiros, existe a preocupação das instituições credoras praticarem juros subsidiados por haver a crença de ser esse um dos principais entraves para que os microempresários consigam acesso ao sistema bancário. A esse respeito, porém, Santos (2002), ressalta que os juros representam apenas um componente na formação do preço do crédito e tal posicionamento desconsidera a grande importância dos custos transacionais nestas operações. Sendo assim, a redução das taxas de juros, mas a cobrança de altas tarifas sobre serviços ocasionaria um custo implícito que o empreendedor de pequeno porte não teria condições de assumir.

Os respondentes foram questionados sobre o número de operações de microcrédito já realizadas com o Banco Bradesco, agência de Picos/PI.

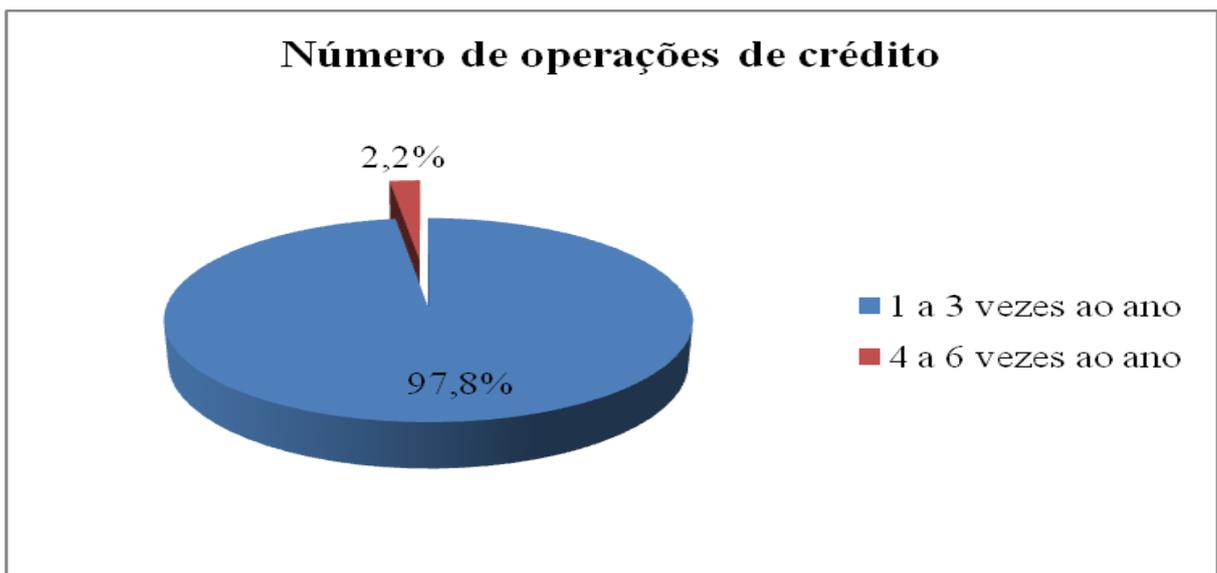


Gráfico 7: Número de operações de crédito com o Banco Bradesco – Agência Picos/PI

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

Segundo as informações disponíveis no Gráfico 7, do total de entrevistados, 97,8% realizam operações de microcrédito com o Bradesco – agência de Picos/PI, de 1 a 3 vezes ao

ano e 2,2% de 4 a 6 vezes ao ano. As informações permitem observar que os respondentes repetem a transação financeira várias vezes durante o ano, pois os prazos são curtos, mas a regularidade no cumprimento das obrigações por parte do pequeno empreendedor possibilita a realização de um novo empréstimo e ampliação dos limites anteriores, conforme afirma Silva (2007, p. 49): “Dentre os elementos que caracterizam a metodologia do microcrédito estão o pagamento das parcelas do empréstimo de forma periódica e a renovação consecutiva dos empréstimos com valores cada vez maior quando o anterior for liquidado”.

Questionou-se aos microempreendedores participantes da pesquisa se houve aumento em sua renda pessoal desde a aquisição do microcrédito.

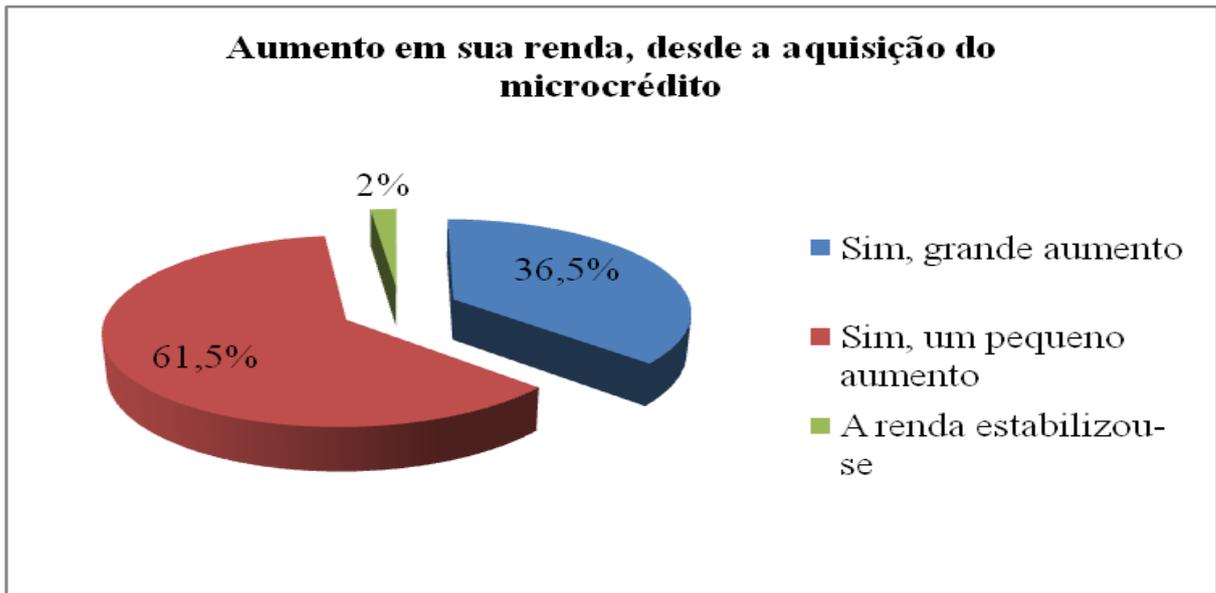


Gráfico 8: Aumento em sua renda, desde a aquisição do microcrédito

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

O Gráfico 8 apresenta as informações obtidas na coleta de dados. Para 36,5% dos entrevistados houve grande aumento na renda pessoal, 61,5% responderam que houve um pequeno aumento e 2% declararam que a renda se estabilizou. Verifica-se que houve aumento, maior ou menor, na renda pessoal da maioria dos entrevistados, em decorrência do uso do microcrédito no pequeno negócio. Este aspecto mostra que houve progresso na atividade empreendedora desenvolvida, que permite a retirada de uma renda maior, como também na qualidade de vida familiar, dando uma contribuição importante para o desenvolvimento socioeconômico da região e para a redução da pobreza.

Neste sentido, Barone et al (2002) afirma que o microcrédito representa um elemento imprescindível ao desenvolvimento econômico local. A prática desta modalidade de crédito nas regiões carentes de maneira sustentada e continuada é essencial a redução da pobreza. Isto porque negócios, que não tinham acesso a crédito ou pagavam altas taxas a agiotas, passam a poder contar com este importante instrumento para o seu progresso. Possibilita, ainda, a elevação da renda, e por conseqüência, o consumo (principalmente das famílias de renda mais baixa) e incrementa os níveis de ativos e práticas gerenciais dos microempreendimentos. Pode-se acrescentar que o fato de conceder o microcrédito em regiões menos desenvolvidas contribui para a redução das desigualdades socioeconômicas (BARONE et al, .2002, p. 22).

No sentido de avaliar com maior profundidade o impacto do microcrédito nos pequenos empreendimentos por meio do Bradesco – agência de Picos/PI, procurou-se saber qual o número de funcionários que possuía no início das operações com o referido Banco.

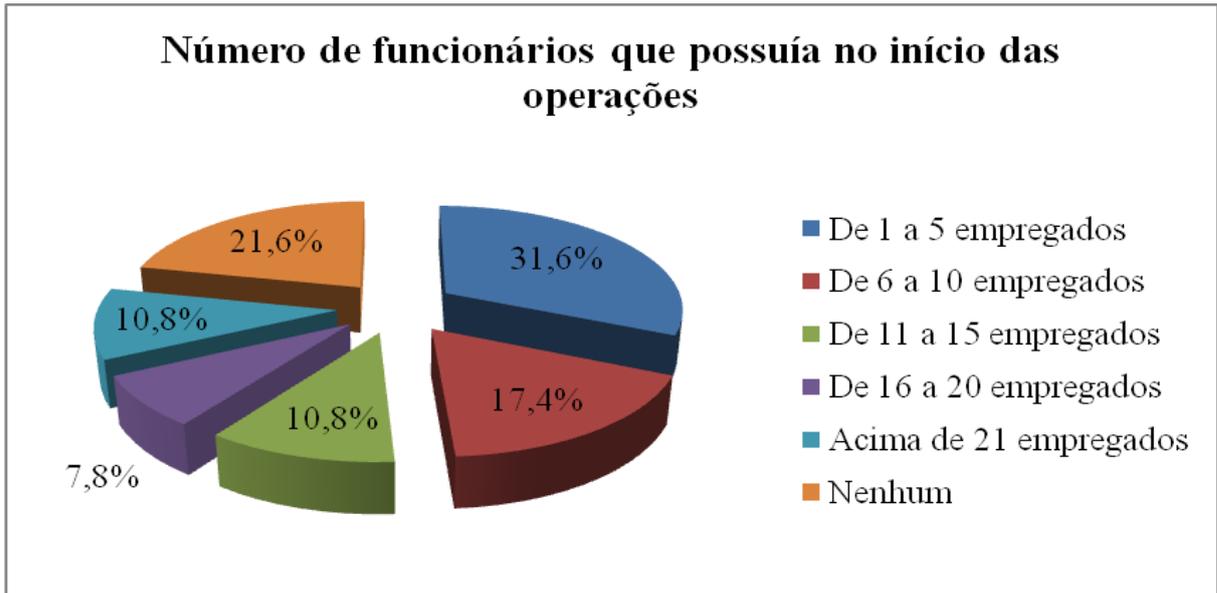


Gráfico 9: Número de funcionários que possuía no início das operações com o Bradesco – Agência Picos/PI

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

O Gráfico 9 revela que 31,6% possuía de 1 a 5 empregados, 17,4% de 6 a 10 empregados, 10,8% de 11 a 15 empregados, 7,8% de 16 a 20 empregados, 10,8% acima de 21 empregados e e 21,6% não possuía nenhum empregado no pequeno negócio. As informações obtidas deixam claro que a maioria dos empreendimentos pesquisados possuíam entre 1 e 5 empregados antes do acesso ao microcrédito, mas também mostra claramente um significativo percentual de unidades de negócios (21,6%) que não contava com nenhum empregado, permitindo inferir que o empreendedor trabalhava sozinho.

No intuito de realizar um comparativo da situação anterior com a atual, perguntou-se aos entrevistados qual o número de empregados permanentes que possui atualmente.

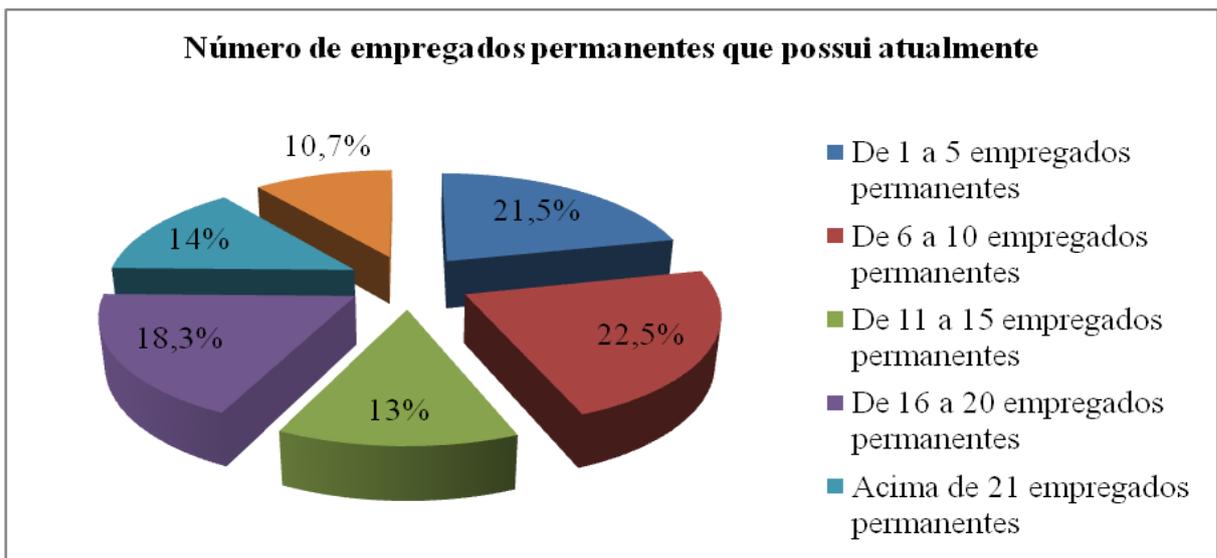


Gráfico 10: Número de empregados permanentes que possui atualmente

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

Os dados apresentados no Gráfico 10 mostram que 21,5% dos entrevistados possui atualmente de 1 a 5 empregados, 22,5% de 6 a 10 empregados, 13% de 11 a 15 empregados,

18,3% de 16 a 20 empregados, 14% acima de 21 empregados e 10,7% nenhum empregado. A comparação com o gráfico 10, que corresponde à situação anterior ao uso do microcrédito, e a atual permitem observar, basicamente, que os empreendimentos que não tinham nenhum empregado e que tinham entre 1 e 5 empregados evoluíram significativamente após a adesão ao empréstimo, pois os percentuais correspondentes apresentaram redução, enquanto houve aumento dos pequenos negócios que atualmente possuem um número maior de empregados. Este aspecto denota um crescimento visível dos empreendimentos pesquisados, tendo em vista que a contratação de mão de obra retrata evolução no volume de negócios realizados e, no caso do pequeno empreendimento, permite a análise sob a ótica do desenvolvimento local e regional promovido pelo aumento da circulação de bens e mercadorias.

Conceição (2005, p 49) afirma que os resultados positivos advindos da concessão do microcrédito transcendem o indivíduo e sua família, estendendo-se ao bairro, à localidade e se transforma em um elemento importante para a economia brasileira. Trata-se de uma modalidade de empréstimo que é parte integrante das estratégias de desenvolvimento local, na forma de alternativa viável para a reconstituição de vínculos produtivos entre agentes econômicos, comunidades e instituições governamentais.

Procurou-se saber ainda a quantidade de membros da família envolvidos na atividade da empresa, antes da solicitação do empréstimo do Banco Bradesco – Agência Picos/PI.

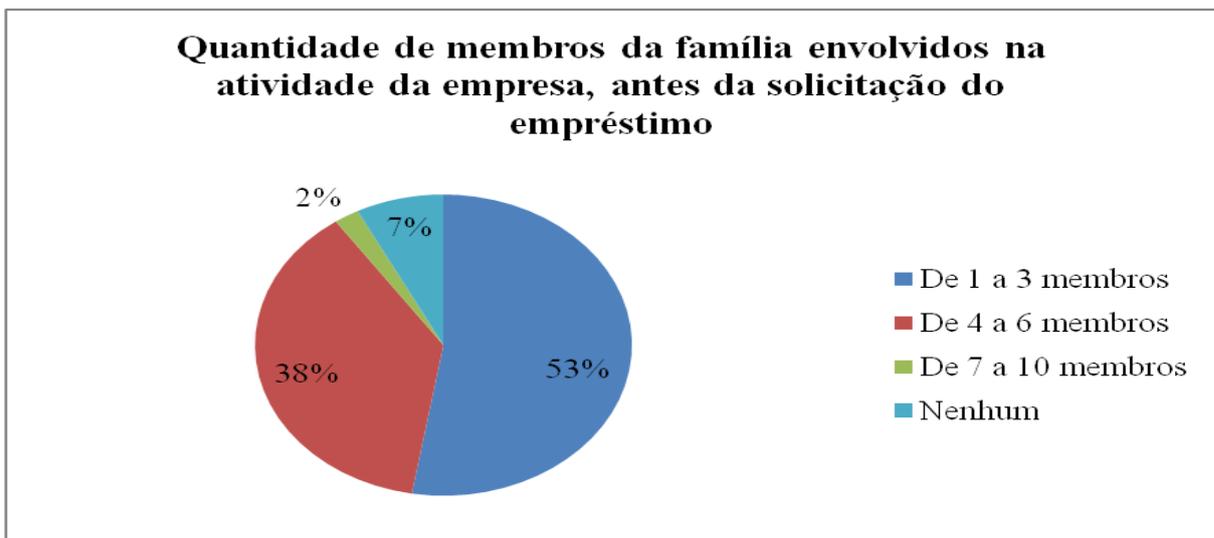


Gráfico 11: Quantidade de membros da família envolvidos na atividade da empresa, antes da solicitação do empréstimo do Banco Bradesco – Agência Picos/PI

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

Segundo os dados do Gráfico 11, 53% dos empreendimentos pesquisados possuíam de 1 a 3 membros da família envolvidos na atividade, 38% de 4 a 6 membros, 2% de 7 a 10 membros e 7% nenhum. Verifica-se que a mão de obra familiar era largamente utilizada nos pequenos negócios pesquisados antes do uso do microcrédito, pois a grande maioria dos entrevistados revelaram que até 6 membros trabalhavam no negócio.

Os respondentes foram questionados sobre a quantidade de membros da família envolvidos na atividade da empresa, depois da solicitação do empréstimo do Banco Bradesco – Agência Picos/PI.

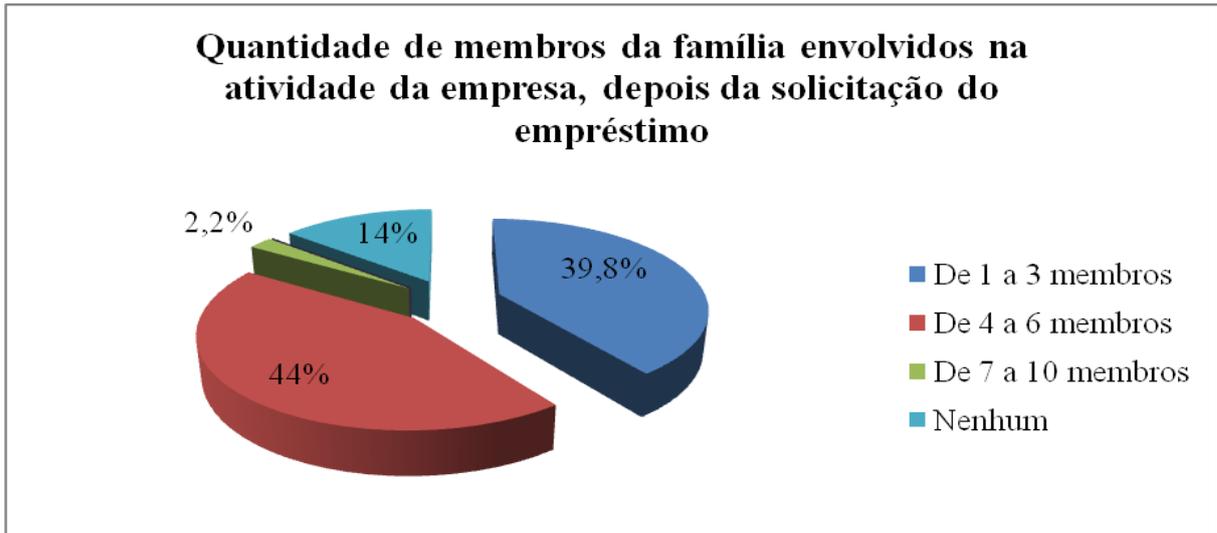


Gráfico 12: Quantidade de membros da família envolvidos na atividade da empresa, depois da solicitação do empréstimo do Banco Bradesco – Agência Picos/PI

Fonte: Pesquisa de Campo/2015

As informações contidas no Gráfico 12 permitem observar que, atualmente, 39,8% dos entrevistados contam com até 3 membros da família nas atividades do empreendimento, 44% de 4 a 6 membros, 2,2% de 7 a 10 membros e 14% nenhum. Verifica-se que os dados apresentados nos gráficos 12 e 13 não permitem atribuir ao uso do microcrédito qualquer alteração verificada, pois, ao tempo em que aumentou a quantidade de empreendimentos que possuem de 4 a 6 membros da família trabalhando, também aumentou consideravelmente a quantidade daqueles que não possuem nenhum membro da família em suas atividades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O advento da globalização provocou à diminuição da quantidade de empregos exercidos dentro da formalidade, trazendo como consequência a expansão dos pequenos empreendimentos na economia do país, representando uma opção para que a população ativa obtenha trabalho e renda. Dessa forma, os pequenos negócios ganharam relevância na economia, adquirindo representatividade e importância socioeconômica, por serem grandes geradores de empregos e de desenvolvimento socioeconômico local.

Neste contexto, o microcrédito vem representando uma fonte de recursos financeiros totalmente compatíveis com as necessidades de crédito dos pequenos empreendedores, porque contribui para estimular o crescimento dos micro e pequenos negócios através do atendimento das necessidades de capital de giro, de forma a corrigir as restrições no acesso ao crédito, ocorrida no sistema financeiro tradicional.

Os resultados da investigação mostraram que o aspecto mais positivo do uso do microcrédito no funcionamento do empreendimento ocorre no aumento das vendas. Neste sentido, a utilização do microcrédito como reforço de capital de giro possibilita ao pequeno empreendedor adquirir maior quantidade e variedade de produtos e em melhores condições, o que leva ao aumento das vendas gerado por melhores preços e maior quantidade de produtos oferecidos.

A construção e montagem de um novo espaço de trabalho e o aumento do estoque de produtos são as prioridades para os participantes da pesquisa, aspectos que, certamente, contribuem para ampliar a capacidade de produção ou estoque, como aumentar a oferta de produtos, o que ressalta a singularidade do microcrédito como uma linha de crédito destinada

a alavancar as atividades do empreendedor que se encontra limitado pela falta de apoio financeiro.

O baixo custo do empréstimo destacou-se como a principal vantagem do microcrédito. Entende-se que, além do acesso ao crédito, é importante a obtenção de empréstimo a um custo que viabilize a atividade desenvolvida pelo pequeno empreendedor, sendo este o principal diferencial do microcrédito, pois os custos bancários tradicionais são incompatíveis com os micro empreendimentos, em função das tarifas e juros cobrados.

Constatou-se que houve aumento, maior ou menor, na renda pessoal da maioria dos entrevistados, em decorrência do uso do microcrédito no pequeno negócio. Este aspecto mostra que existe progresso na atividade empreendedora desenvolvida, que permite a retirada de uma renda maior, como também na qualidade de vida familiar, dando uma contribuição importante para o desenvolvimento socioeconômico da região e para a redução da pobreza.

De maneira geral o microcrédito gerou impacto positivo nos pequenos empreendimentos participantes da pesquisa, principalmente pela contribuição decisiva para o aumento das vendas nos pequenos negócios, como pelo aumento na renda dos empreendedores, com reflexo na família, na economia local e nacional.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Wilton Luiz Mota. **O Sistema de Microcrédito como Estratégia de Redução da Pobreza: uma avaliação no âmbito dos municípios nordestinos**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Gestão de Empreendimentos Locais). Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão/SE, 2009.

BARONE, Francisco Marcelo et al. **Introdução ao Microcrédito**. Brasília: Conselho da Comunidade Solidária, 2002.

BARINI FILHO, Ulrico e CARDOSO, Onésimo de O. **A Abordagem Cognitiva na Formação de Competência Empreendedora: o caso da Odebrecht**. **Administração em Diálogo**, n. 5, Novembro 2003.

BOTELHO, Marisa dos Reis Azevedo ; RIBEIRO, Rodrigo Gurgel Cherubino . A oferta de microcrédito: distanciamento do objetivo de contribuição no combate à pobreza a partir da atuação segundo a lógica do sistema bancário. In: XI Encontro Nacional de Economia Política, 2006, Vitória (ES). **Anais do XI Encontro Nacional de Economia Política**, 2006. p. 1-25.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 2011.

BRASIL. Congresso Nacional. **Lei nº 10.735, de 11 de setembro de 2003**. Dispõe sobre o direcionamento dos depósitos à vista captados pelas instituições financeiras para operações de crédito destinados à população de baixa renda e a microempreendedores.

BRASIL. Congresso Nacional. **Lei nº 11.110, de 25 de abril de 2005**. Institui o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado – PNMPO.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Conheça o PNMPO**. 2007. Disponível em: <portal.mte.gov.br/pnmpo> Acesso em: 17 nov.2014.

CALDAS, Eduardo de Lima. Da Experiência do Microcrédito à Microfinança. **Revista Diálogo Econômico Local**, nº1, julho de 2003.

CHAVES, Alessandro Flávio Barbosa et al. Instituições de Microcrédito: Tributação e Responsabilidades. **SEBRAE/MG**. Junho, 2005.

CONCEIÇÃO, Jorge Henrique Muniz da. **Microcrédito como Instrumento de Geração de Renda e Emprego**: uma análise de experiências públicas municipais. 2005, 79 f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública e de Empresas) – EBAPE, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2005.

DOLABELA, Fernando. **Quero Construir a Minha História**. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Transformando Idéias e Negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Editora Campus, Rio de Janeiro, 2001. Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. Programa SP-CRED. São Paulo, mimeo, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LHACER, Priscilla M. Vila. **Acesso ao Crédito pela População de Baixa Renda**: a experiência do microcrédito e o mecanismo de aval solidário. Dissertação (Mestrado em Economia) Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo/USP. São Paulo, 2003.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: 7. Ed. Atlas, 2010.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 2005.

NICHTER, Simeon, GOLDMARK, Lara, FIORI, Anita. **Entendendo as Microfinanças no Brasil**. Rio de Janeiro: PDI/BNDES, 2002. 61p.

PEREIRA, Almir da Costa. Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO): Descrição, Resultados e Perspectivas. **VI Seminário Banco Central sobre Microfinanças**. Junho, 2007.

SANTOS, Carlos A. Microcrédito: notas sobre as características da demanda. **Políticas Sociais, IPEA** N. 4, p. 119-126, 2002.

SANTOS, Vilma da Silva. **O Microcrédito como Mecanismo de Fomento para o Desenvolvimento Socioeconômico**. Dissertação (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional). Universidade de Taubaté. Taubaté/SP, 2006.

SANTOS, Claire Gomes dos; CARRION, Rosinha da Silva Machado. Microcrédito e pobreza: um diálogo possível?. **Revista de Administração Contemporânea**. [online]. 2009, vol.13, n.spe, pp. 53-67.

SILVA, Roberto Vilela de Moura. **Disseminação de Programas Públicos de Microcrédito: o caso da região metropolitana de São Paulo**. 2007. 186 p. Dissertação (Mestrado em Administração Pública e Governo) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Fundação Getulio Vargas. São Paulo, 2007.

SILVA NETO, Paulo P. de F. **Estudos sobre Empreendedorismo**. Monografia do Programa de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC). Fundação Getúlio Vargas, EAESP, 2003.

TOMELIN, M. **O Microcrédito no Brasil**. Brasília, 2003. Disponível em: <www.saa.unito.it/pdf/alfa>. Acesso: 09 out.2015.

ZANCANELLA, Jânia Cosme *et al.* Avaliação do processo de implementação do programa nacional de microcrédito produtivo orientado (PNMPO), em minas gerais, na percepção dos dirigentes das instituições habilitadas. **APGS**, Viçosa, v 86 .2, n.1, pp. 86-108, jan./mar. 2010.



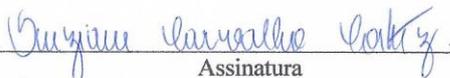
**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
“JOSÉ ALBANO DE MACEDO”**

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
- () Dissertação
- () Monografia
- (X) Artigo

Eu, Suziane Carvalho Cortez e Felipe Henrique Feitosa Nascimento, autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação O MICROCRÉDITO COMO UMA ALTERNATIVA PARA IMPULSIONAR OS NEGÓCIOS DO MICRO EMPREENDEDOR: Uma Análise Realizada no Banco Bradesco Agência de Picos – PI, de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 13 de Março de 2015.


Assinatura


Assinatura