



**O PERFIL DOS EMPREENDEDORES TOMADORES DO CREDIAMIGO EM
UMA CIDADE DO SERTÃO NORDESTINO**

**THE PROFILE OF CREDIAMIGO'S ENTREPRENEURS IN A TOWN IN THE
NORTHEASTERN OF BRAZIL DRYLAND**

Gyzza Palmeira Leão Lopes

Bacharel em Administração (UNIVASF)
Pós-Graduando em Gestão Pública (UNIVASF)
Email: gyzza.nicolas@gmail.com

Rosana Maria da Silva Sá

Bacharel em Administração (UNIVASF)
Pós-Graduando em Gestão Pública (UNIVASF)
Email: anarosa23b@gmail.com

Alvany Maria dos Santos Santiago

Doutora em Psicologia pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)
Professora da Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF)
Endereço: Colegiado de Administração. Av. José de Sá Maniçoba, S/N – Centro
56.304-917 – Petrolina/PE, Brasil
Email: alvany.santiago@univasf.edu.br

Resumo: O microcrédito atua com baixos valores a pequenos empreendedores informais e microempresas sem acesso ao sistema financeiro tradicional, principalmente por não terem como oferecer garantias reais. O objetivo deste estudo foi identificar o perfil dos tomadores de crédito do programa Crediamigo do Banco do Nordeste na cidade de Petrolina-PE. Foi realizada uma pesquisa quantitativa e descritiva com aplicação de entrevista com roteiro estruturado a uma amostra de 170 clientes ativos. Constatou-se que em média, a maioria é do sexo feminino, casados e em união estável, com idade de 34 a 41 anos, nível de escolaridade de Ensino Médio completo, atua no comércio, com renda familiar na faixa de R\$ 1.001,00 a 3.000,00, família formada por quatro pessoas e

residem em casa própria.

Palavras-chave: Empreendedores. Crediamigo. Microcrédito.

Abstract: Microcredit provides loans with small values to small informal entrepreneurs and microenterprises that don't have access to traditional financial system, mainly because they can not offer real guarantees. The main objective was to identify the profile of credit borrowers of Crediamigo program of Banco do Nordeste in Petrolina-PE. A quantitative and descriptive study was carried out and data were collected through a structured interview with a sample of 170 active credit borrowers. In average most of them are female, married and in common-law married, age from 34 to 41 years, with High School level of education, operates in commercial activity sector, with family income ranges from R\$ 1,001,00 to 3,000.00, whose family is formed by four people and own their house.

Key-words: Entrepreneurs. Crediamigo. Microcredit

Introdução

A política de microcrédito alinhada ao empreendedorismo configura-se como importante ferramenta para o desenvolvimento socioeconômico regional. As pessoas criam seu próprio negócios, seja para aproveitar a oportunidade identificada no mercado ou mesmo para atender as necessidades nos momentos de desemprego e crise econômica e, para empreender, necessitam de recursos financeiros, ou seja, do capital de giro para financiar as operações de seus negócios.

O microcrédito nos dias atuais é visto como política pública que facilita o acesso ao crédito a empreendedores, principalmente aos informais. Demonstrando que umas das características de seus tomadores é a informalidade de seus empreendimentos, ocasionado pelo nível de escolaridade ou acesso a informações.

De acordo com Rocha (2001), é notória a exclusão social dentro do sistema financeiro tradicional, pois 75% da população não possuem acesso ao sistema bancário, devido a burocracia e as altas taxas do mercado. Gonzales e Driusso (2008) articulam que, na prática, viabilizar a oferta de crédito para população de baixa renda não é tarefa trivial e citam o mercado americano, onde de 35 a 54 milhões de pessoas não tem acesso

de crédito.

Neste contexto de escassez de crédito para os microempreendedores, as instituições de microcrédito atuam de forma diferenciada das convencionais. A forma de atuação da política de microcrédito, incentiva a busca por parte dos microempreendedores a desenvolverem suas atividades informais com a ajuda do capital de giro ou investimento fixo.

Diante disso, Petrolina cidade do estado de Pernambuco, localizada no sertão nordestino, apresentava uma população estimada de aproximadamente 343.219 habitantes no ano de 2017, segundo o IBGE. Possui um crescimento significativo em seu comércio informal e, segundo o Ambiente de Microfinança Urbana (BNB) e o Instituto Nordeste Cidadania, o Crediamigo por ser uma política com baixos juros e voltado exclusivamente para o microcrédito, configura-se como programa de crédito mais procurado por empreendedores informais e formais que buscam recursos financeiros para seus negócios.

Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo identificar o perfil dos empreendedores tomadores de crédito do Crediamigo, na cidade de Petrolina-PE e procura responder à pergunta qual o perfil desses empreendedores tomadores do crédito do programa Crediamigo?

Esta pesquisa pode se configurar como importante instrumento para melhorar a gestão destes programas, considerando o seu importante aspecto de política pública e assim poder colaborar para o desenvolvimento social e econômico. Ademais, carece de estudo sobre o tema na região, inclusive voltados à identificação do perfil dos empreendedores tomadores de crédito em Petrolina-PE, no sertão Nordeste.

Além desta introdução, este artigo está estruturado em mais seis seções: o referencial teórico que aborda a recessão econômica e o empreendedorismo; o microcrédito: conceito, histórico e estudos anteriores e características do programa Crediamigo, a metodologia, resultados e discussões e as considerações finais que também expõe as sugestões para futuras pesquisas. Encerra-se apresentando as referências que serviram de base teórica para o presente estudo.

A recessão econômica e o empreendedorismo

Quando a economia retrocede após dois trimestres consecutivos de queda no Produto Interno Bruto (PIB), conseqüentemente aumenta o desemprego, diminui a renda familiar e cai o nível de produção, que se denomina de recessão econômica. Desde o segundo trimestre de 2014, a economia do Brasil encontra-se em recessão, já que o Produto per capita brasileiro caiu cerca de 9% entre os anos de 2014 e 2016, dados do Comitê de Datação do Ciclo Econômico (Codace) da Fundação Getúlio Vargas.

Segundo Filho (2017), esta crise resulta de choques de oferta e de demanda, ocasionados devido aos erros da política econômicas. Isso influencia a intenção de empreender, pois é na crise econômica que as pessoas buscam oportunidades de negócios.

Tonelli e Andreassi (2018) tratam do aumento do crescimento da população ativa brasileira empreendedora e aventam que esse cenário de crise econômica, com maior taxa de desemprego, e, por conseguinte, maior quantidade de pessoas em busca de fontes de renda configura-se como um dos motivos deste aumento. Os dois outros motivos são: “o esgotamento das estruturas organizacionais tradicionais, que, ao ficarem mais enxutas, não conseguem absorver a mão de obra disponível no mercado; e ainda o fato de que os jovens não estão mais tão interessados nas carreiras tradicionais do século passado e preferem criar suas próprias empresas” (TONELLII, ANDREASSI, 2018, p.27).

Ressalta-se, todavia, que o empreendedor assume papel estratégico ao identificar oportunidades de mercado e promover alterações tanto nos períodos de estagnação quanto nos de crescimento da economia (KUHL et al., 2016 apud ROLDÃO, MONTE-MOR E TARDIN, 2018).

Conforme explanado por Filho (2017), a intenção de empreender é tida por parte das oportunidades de negócios surgidas na crise econômica, ou melhor, é motivada pelo chamado empreendedorismo por necessidade. Além da motivação para empreendedor por necessidade, há a por oportunidade, de acordo com a pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2017.

Empreendedores por oportunidade são aqueles que afirmam ter iniciado o negócio, principalmente, pelo fato de terem percebido uma oportunidade no ambiente, já os por necessidade foram aqueles que afirmaram ter iniciado o negócio pela ausência de alternativas para a geração de ocupação e renda.

De acordo com Rocha (2014), em estudo referente ao impacto do empreendedorismo no desenvolvimento econômico, o empreendimento por oportunidade

é mais benéfico para o desenvolvimento econômico dos países embora o empreendimento por necessidade tenha sua relevância como alternativa para o desemprego, enfim houve significativa parcela, relação positiva entre os dois fenômenos.

O empreendedorismo por necessidade tem sido associado às condições de queda de atividade econômica que gera desemprego e diminui a oferta de emprego. A ocorrência desse cenário tem impulsionado pessoas a iniciarem uma atividade econômica que possibilite sua sobrevivência econômica (ROCHA, 2014).

A pesquisa GEM de 2017 apontou que a taxa total de empreendedorismo (TTE) no Brasil, composta pelos que iniciaram (criou ou melhorou com um novo negócio) e o que estão estabelecidos (realizou a manutenção de um negócio já estabelecido), foi de 36,4%, significando que em cada 100 brasileiros, entre adultos de 18 a 64 anos, 36 deles estavam empreendendo. Numericamente, em 2017, foram 50 milhões o contingente de brasileiros que já empreendem e/ou realizaram alguma ação que visasse em um futuro próximo a criação de um empreendimento.

Dados do GEM (2016) mostram que, os empreendedores iniciais brasileiros, com idade de 25 a 34 anos (30,3%) possuem até três anos e meio de atividade e foram motivados a empreender, em sua grande maioria, por uma oportunidade identificada no mercado. No Brasil em 2017, 59,4% dos empreendedores iniciais empreenderam por oportunidade e 39,9% por necessidade. Ainda na pesquisa do GEM de 2016, a taxa mais alta de empreendedorismo para aqueles que abrem a empresa por necessidade são das mulheres do que dos homens. Entre os novos empreendedores que fazem porque precisam, 48% são mulheres, já entre os homens este número cai para 37%.

Entretanto, o nível do empreender por necessidade ainda está significativamente acima da proporção registrada em 2014 (29%), ano anterior à crise econômica. Em 2016, para cada empreendedor inicial por necessidade, havia 1,4 empreendedores por oportunidade, em 2017 essa relação foi 1,5. A taxa de empreendedorismo por necessidade diminuiu de 36% em 2015, para 25% em 2016, demonstrando um certo crescimento por parte do empreendedorismo por oportunidade (GEM, 2016).

Roldão, Monte-Mor e Tardin (2018) apresentam evidências de que em cenários de estagnação econômica os indivíduos ficam mais propícios à atividade empreendedora na medida em que a recessão econômica se intensifica. Sugerindo-se que os indivíduos busquem na crise econômica oportunidades de negócios que podem estar sendo

motivadas, possivelmente, pelo empreendedorismo por necessidade. Arrighetti et al (2016) citado por Roldão, Monte-Mor e Tardin (2018) pontuam que, a crise econômica restringe as escolhas encontradas, ou seja, as pessoas buscam uma saída para amenizar as dificuldades do momento empreendendo.

Moura e Leocádio (2011) apud Roldão, Monte-Mor e Tardin (2018) afirmam que quanto maior o nível de escolaridade do indivíduo, maior a intenção de empreender, isto é a escolaridade afeta positivamente a intenção empreendedora.

Arrighetti et al. (2016) apud Roldão, Monte-Mor e Tardin (2018) argumentam que, na medida em que se aumenta o desemprego e diminuem-se as oportunidades de mercado, as pessoas são impelidas a se decidirem por uma *second best* alternativa, ou seja, em concentrar mais esforços no autoemprego como alternativa ao desemprego. Diante da dinâmica econômica, é importante conhecer alguns fatores que interferem no processo de inovação via intenção de empreender.

Desta forma, os dados e estudos apresentados evidenciam que em cenários de recessão econômica, aumenta o desemprego e diminui as oportunidades de mercado, levando as pessoas a concentrarem seus esforços no autoemprego. Nesta situação, a crise restringe o leque de escolhas, motivando os indivíduos a adotarem medidas empreendedoras como forma apenas de atenuar dificuldades de curto prazo gerados pela crise.

Microcrédito: conceito, histórico e estudos anteriores

Para efeito deste estudo adota-se a conceituação de microcrédito, cunhada por Barone,

[...] a concessão de empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e microempresas sem acesso ao sistema financeiro tradicional, principalmente por não terem como oferecer garantias reais. É um crédito destinado à produção (capital de giro e investimento) e é concedido com o uso de metodologia específica (BARONE, 2002, p.14).

Segundo o Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES), nos anos de 1973 a 1991, teve a primeira experiência do microcrédito no Brasil. Barone e Zouain (2007) acrescentam que a experiência deu-se nas metrópoles de Recife e Salvador com o experimento do Programa Uno, através da criação da União Nordestina de Assistência a

Pequenas Organizações.

Ao se estudar o tema, faz-se importante citar a experiência de Yunus, que em 1976 criou a primeira empresa especializada do mundo em microcrédito, o famoso Grameen Bank, em Bangladesh. Esta iniciativa serviu para inspirar outras experiências e políticas públicas de microcréditos, até no Brasil (CAVALCANTI, 2003).

Em meados de 1990, apareceram os primeiros programas públicos voltados para o microcrédito, dentre eles o Programa de Crédito Produtivo Popular (PCPP) e, especificamente no ano de 1996, o Banco do Nordeste lançou o programa Crediamigo, pioneiro entre os bancos públicos (BARONE e ZOUAIN, 2007).

Aos longos dos anos os programas de microcréditos vêm evoluindo, mesmo com a demanda expressiva: existem mais de 16 milhões de micro e pequenos negócios, no qual a maioria vive no setor informal e à margem do sistema formal de crédito (BARONE, 2002, p.22).

De acordo com Yunus (2000), ficou evidente com o sucesso do microcrédito que emprestar dinheiro aos pobres não só é uma operação viável do ponto de vista financeiro, mas também contribuir como um forte aliado no combate à pobreza, tornando assim uma das principais intenções na criação e desenvolvimento do Grameen Bank e das novas experiências de microcrédito.

O microcrédito é uma forma de democratizar o acesso ao dinheiro, que, segundo Caldas (1998) apud Andreassi (2004), livra os empreendedores das mãos dos agiotas. Entretanto, um importante desafio a ser superado é que grande parte dos tomadores de empréstimo, sem educação ou acesso a informações básicas sobre economia e negócios, não sabem gerir eficientemente o crédito obtido.

Alguns autores procuram investigar as variáveis que influenciam o desempenho dos empreendedores na utilização do microcrédito. Fontes e Pero (2013) apud Mendonça e Soares (2016) estudaram as determinantes da desigualdade e dos rendimentos dos empreendedores baseado nos dados da Pesquisa da Economia Informal e Urbana e verificaram que o capital humano (medido por meio do nível de escolaridade) e o capital financeiro são essenciais para as atividades desenvolvidas.

Fernandes (2013), apud Mendonça e Soares (2016), pesquisou sobre a importância do microcrédito por gênero e constatou que há a predominância das mulheres como tomadoras do microcrédito. De acordo com o resultado geral do Banco do Nordeste do

Brasil (2018), as mulheres representavam 67% em relação ao gênero dos tomadores de crédito do Crediamigo. Para Duflo (2011) apud Mendonça e Soares (2016), as mulheres têm maior propensão a gastar a renda em bens socialmente benéficos como serviços de saúde e alimentação e, por isso, o retorno do capital dos empréstimos são maiores do que os dos homens em termos de desenvolvimento econômico.

Ainda se tratando da influência do fator gênero no sucesso do negócio, Schör (2006) apud Mendonça e Soares (2016) enfatiza que a maioria dos empreendedores são homens e dominam fortemente o processo de inovação e a parte técnica. Justificam que os homens são mais objetivos que as mulheres e consideram a taxa de rentabilidade boa, os tornando mais otimistas. Nos estudos de Mendonça e Soares (2016), Santos e Santos (2017), Soares et al. (2011), nos seus achados demonstraram as mulheres existe trajetória de crescimento, mas com retornos decrescentes. As taxas médias de retorno são um pouco maiores para os homens, porém as mulheres possuem menores riscos de suas trajetórias.

Soares et al. (2011) investigaram a importância de alguns condicionantes facilitadores da saída da condição de pobreza dos clientes do Crediamigo/BNB, bem como a velocidade de ascensão do programa de microcrédito produtivo. Os resultados demonstraram que a medida que os clientes se mantêm no programa têm maior probabilidade de terem sucesso e sair da condição de pobreza. Outro resultado apontado foi que os indivíduos que moram com parentes, em domicílio emprestados ou em outros arranjos têm menor probabilidade de sair da condição de pobreza, em relação aos que possuem domicílio próprio. Foi verificado também que outras receitas familiares, ao entrar no programa influencia positivamente no sucesso dos microempresários.

As características do empréstimo foram estudadas também por Soares et. al. (2011), que sinalizou a eficácia da metodologia de empréstimos mais curtos e de valores iniciais modestos, pois garantem um acompanhamento mais próximo e com incentivos de renovações mais rápidos.

Característica do Programa do Crediamigo

O Programa de Microcrédito produtivo é orientado do Banco do Nordeste do Brasil (BNB): o Crediamigo, tem por finalidade facilitar o acesso ao crédito aos microempreendedores populares: formais e informais da economia (microempresas,

enquadradas como microempreendedores individual, empresário Individual, autônomo ou sociedade empresarial). O Ambiente de Microfinança Urbana (BNB) e o Instituto Nordeste Cidadania ressaltam que, o microempreendedor precisa possuir atividades produtivas de pequeno porte e faturamento anual de até R\$ 120 mil).

Considerado como maior Programa de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) da América do Sul e foi criado em 1998. Além da região Nordeste, ele atende também no norte de Minas Gerais e do Espírito Santo. A realidade do Nordeste é bem semelhante com algumas características de países que tiveram sucesso nos chamados “negócio social” e seu lançamento só foi possível, pois a demanda existente foi oriunda de pequenos empreendimentos informais e microempresas.

Segundo Buchmann e Neri (2008), por ter uma política de microcrédito e inspirado no modelo de Yunus, o Crediamigo é considerado como o “Grameen Bank Brasileiro”, que incentiva a concessão do microcrédito. Segue a mesma proposta de combater a pobreza através de empréstimos bancários, contribuindo financeiramente e socialmente na vida dos tomadores de crédito.

O BNB é considerado o órgão executor de políticas públicas e esse foi criado usando como a principal diretriz um negócio com largo alcance social e um instrumento considerado fortalecedor da cidadania. O microcrédito do BNB foi difundido com o intuito principal de gerar renda e trabalho com a empregos novos formalizados e um aproveitamento maior na economia em nível nacional. As necessidades públicas, ou melhores políticas sociais tem a preocupação dessas citados e tem o intuito de serem resolvidas por ações do governo.

Instituído pela Lei 11.110, 25 de abril de 2005, o PNMPO foi impulsionando a criar programas e linhas de financiamento especiais destinados aos microempreendedores, a seguir o Crediamigo tem sua atuação regulamentada pelas instituições financeiras por meio da parceria com Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs).

De acordo com Neri e Medrado (2005), os clientes do Crediamigo são formados por empreendedores de pequenos negócios, que atuam na sua grande maioria no setor informal da economia. Dados do BNB (2017) mostram que eles trabalham nos setores da indústria, comércio e serviço, mas a maioria da clientela do Crediamigo, cerca de 90%, se concentra no setor do comércio.

Metodologia

Para o atingimento do objetivo, foi realizada uma pesquisa quantitativa e descritiva. A pesquisa descritiva possui como finalidade primordial, o ato de descrever a verdadeira realidade e, segundo Gil (2009), é a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou então o estabelecimento de relações entre variáveis.

Inicialmente, foi realizada a pesquisa documental no Acompanhamento Diário do Sistema Operacional do Crediamigo (S580) quando foram coletados o quantitativo de clientes, os valores dos empréstimos e a classificação por gênero dos tomadores.

A população alvo foi de aproximadamente de 7.640 clientes do Crediamigo do município de Petrolina-PE. A amostra foi composta de 170 respondentes com a margem de erro de 7,45%. Para a definição da amostra levou-se em consideração o nível de confiança de 95%. O tamanho da amostra foi determinado pela fórmula apresentada por Martins e Theóphilo (2016):

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

n = tamanho da amostra aleatória a ser selecionada da população.

N = tamanho da população.

Z = abscissa do normal padrão.

p = estimativa da proporção.

e = erro amostral.

Os participantes foram selecionados por conveniência, foram indicados pelos agentes de crédito e outros clientes e contatados através de visitas ao local de trabalho e às residências e na agência do programa. Algumas dessas visitas foram realizadas em companhia dos agentes do microcrédito.

O instrumento de pesquisa utilizado foi a entrevista com roteiro estruturado e organizado em duas partes: os dados socioeconômicos e os fatores do microcrédito dos

tomadores de crédito. As entrevistas foram realizadas em março de 2018, sequenciando o pré-teste do instrumento, denominada de pesquisa piloto (LAKATOS E MARCONI, 2010).

Os dados foram organizados em tabelas e gráficos, utilizando-se os recursos de planilha eletrônica e analisados de acordo com a frequência e percentagem de cada variável estudada.

Resultados e Discussões

Com base nos dados coletados nas entrevistas com uma amostra de 170 clientes do Crediamigo no município Pernambucano de Petrolina e nos dados do Acompanhamento Diário do Sistema Operacional do Crediamigo (S580), foi realizado o levantamento do perfil dos microempreendedores. A pesquisa foi dividida em dois tópicos: o perfil dos tomadores de crédito - dados socioeconômicos e o perfil dos tomadores de crédito - dados do micronegócios.

Perfil dos tomadores de Crédito: dados socioeconômicos

A Tabela 1 apresenta os dados referentes a sexo, estado civil, faixa etária e a escolaridade dos participantes.

Tabela 1: Dados socioeconômico dos entrevistados: sexo, faixa etária, estado civil e escolaridade.

Sexo	Frequência	%
Feminino	99	61%
Masculino	63	39%
Faixa Etária	Frequência	%
18 – 25	15	9%
26 – 33	35	21%
34 – 41	46	28%
42 - 49	33	20%
Acima de 50	34	21%
Estado Civil	Frequência	%
Solteiro	30	19%
Casado	91	56%
Divorciado/Separado	17	10%
Viúvo	2	1%
União Estável	22	14%

Escolaridade	Frequência	%
Alfabetizado	7	4%
Ens. Fund.Incompleto	24	15%
Ens. Fund.Completo	13	8%
Ens. Médio Incompleto	21	13%
Ens. Médio Completo	70	43%
Ens. Superior Incompleto	12	7%
Ens. Superior Completo	16	10%

Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Conforme dados apresentados na Tabela 1, a maioria dos empreendedores são do sexo feminino, representando 61% dos 170 clientes entrevistados. Valor este, semelhante ao levantamento dos clientes do programa como um todo em relação a gênero, segundo BNB (2018), em que as mulheres representam 67% dos clientes; assim como do acompanhamento retirado do Sistema S580 deste município no início de março, mostrando que as mulheres representam aproximadamente 59,9%. Estes dados reafirmam os estudos de Fernandes (2013) citado por Mendonça e Soares (2016), que constatou a predominância das mulheres como tomadoras do microcrédito. Levando em consideração que uma parte destas mulheres estão empreendendo por necessidade, pois de acordo com os dados da GEM (2016) 48% dos que empreendem por necessidade são do gênero feminino.

Com relação à faixa etária, os entrevistados se concentram na faixa de 34 a 41 anos de idade (28%), na faixa de 26 a 33 anos (21%), na faixa acima de 50 anos (21%) e na faixa de 42 a 49 anos (20%). Este resultado demonstra que a maioria das faixas etárias apresentam índices significativos. Por fim, a menor concentração se encontra na faixa de 18 a 25 anos, que representa apenas 9% dos entrevistados, que indica que quanto mais baixa a idade, menor será o índice de clientes do microcrédito.

No que se refere à variável estado civil, dados da Tabela 1 apresenta a distribuição percentual dos entrevistados e, pode se afirmar que, a grande maioria são caracterizados por casados e com união estável, perfazendo um total de 70%.

Em termos de escolaridade, 43% possuem Ensino Médio Completo e 17% dos entrevistados têm Ensino Superior Incompleto ou completo, perfazendo um total de 60% dos participantes com Ensino Médio Completo e Ensino Superior Completo e Incompleto. A luz da teoria de Moura e Leocádio (2011), citado por Roldão, Monte-Mor e Tardin (2018), aponta que quanto maior a escolaridade, maior a intenção dos indivíduos

empreenderem, e sendo assim pelos resultados obtidos referente essa variável de escolaridade, pode-se aventar que apresentam uma maior intenção de empreender.

A Tabela 2 complementa o resultado do perfil dos tomadores de crédito e apresenta os dados socioeconômicos referentes à renda familiar, quantidade de componentes familiar, tipo de domicílio e a quantidade de pessoas que contribuem na renda da família.

Tabela 2: Renda, composição e número de componentes que contribuem na renda familiar e o tipo de domicílio.

Renda Familiar	Frequência	%
Até R\$ 954,00	2	1%
R\$ 954 a R\$ 1.000,00	6	4%
R\$ 1.001,00 a R\$ 3.000,00	86	53%
R\$ 3.001, 00 a R\$ 5.000,00	61	38%
Acima de R\$ 5.000,00	7	4%
Composição Familiar (n°)	Frequência	%
Sozinho	9	6%
Duas pessoas	29	18%
Três pessoas	47	29%
Quatro pessoas	49	30%
A partir de cinco	28	17%
Tipo de Domicílio	Frequência	%
Próprio	142	87%
Alugado	16	10%
Familiares	5	3%
Contribuição na Renda Familiar	Frequência	%
Uma pessoa	29	18%
Duas pessoas	107	66%
Três pessoas	17	11%
Acima de três	8	5%

Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Conforme a Tabela 2, os dados mostram que 53% dos entrevistados possui uma renda familiar mensal entre R\$ 1.001,00 a R\$ 3.000,00 e com 38% a faixa de renda entre R\$ 3.001 a R\$ 5.000; correspondendo o total de 91%. Observa-se que a renda familiar desses microempreendedores não é mais aquela apresentada por Yunus (2000), condições miseráveis e de pobreza. Ressalta-se que em tempo de crise, a renda das famílias é considerada um pouco baixa (R\$ 1.001,00 a R\$ 3.000,00), mas é de se esperar que com a crise houvesse a queda da renda de cada família.

Em relação à composição familiar, 30% dos tomadores de crédito têm quatro

peças na composição familiar e com apenas 1% de diferença, três pessoas compõem a família, ou seja, em 59% a família dos entrevistados é composta por 3 ou 4 pessoas.

No item tipo de moradia, observou-se ainda que 87% dos empreendedores do programa do Crediamigo da cidade em estudo; possuem domicílio próprio. Estes resultados de acordo com Soares et. al. (2011) apontam que estes clientes têm maior probabilidade de sucesso, em relação aos que moram de aluguel ou com familiares.

Ademais, no item referente à quantidade de pessoas que contribui para a renda familiar, 66% responderam que, apenas 2 pessoas colaboraram na renda familiar. Estes dados mostram, de acordo com Soares et. al. (2011), que isso influencia positivamente, pois a participação de outras receitas contribui para o sucesso dos microempresários.

Perfil dos tomadores de Crédito: dados do micronegócio

A Tabela 3 apresenta os dados referentes ao tempo como cliente do Crediamigo, o valor médio dos empréstimos tomados, o setor de atividade e a formalização dos empreendimentos.

Tabela 3: Tempo, valor médio, setor de atividade e formalização dos negócios

Tempo como cliente do Programa	Frequência	%
Acima de 11 anos	11	7%
8 a 11 anos	14	9%
5 a 8 anos	26	16%
2 a 5 anos	58	36%
6 meses a 2 anos	49	30%
Menos de 6 meses	4	2%
Valor médio empréstimo tomado	Frequência	%
R\$ 100 A R\$ 1.000	5	3%
R\$ 1.000,01 A R\$ 2.000	66	40%
R\$ 2.000,01 A R\$ 3.000	24	15%
R\$ 3.000,01 A R\$ 6.000	42	26%
R\$ 6.000,01 A R\$ 8.000	11	7%
R\$ 8.000,01 A R\$ 15.000	15	9%
Setor da atividade	Frequência	%
Comércio	86	70%
Serviço	32	26%
Indústria	5	4%
O empreendimento é formalizado	Frequência	%
Não	89	57%
Sim	68	43%

Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

A Tabela 3 mostra que a média de tempo como cliente do programa Crediamigo é maior no período de 2 anos a 5 anos. Esta variável diz respeito à participação no programa contabilizadas a partir da data de entrada. Percebe-se que na segunda posição, com 6 meses a 2 anos, que representa 30% do total dos clientes entrevistados. Veja que 66% são indicados dentro de 6 meses a 5 anos, se fossem classificados pela regra do GEM, uma boa parte por terem até 42 meses (3,5 anos) seriam considerados empreendedores iniciais e não estabelecidos.

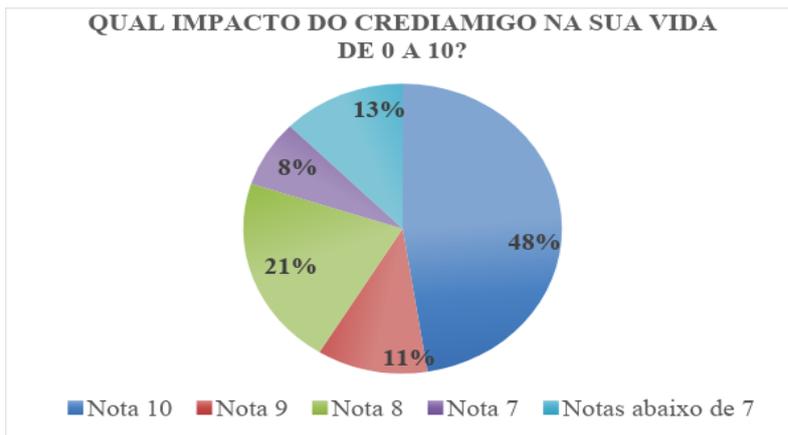
A média de empréstimos tomados em valor situa-se na faixa de R\$ 1.000,01 a R\$ 2.000,00 (40%). Isto sinaliza uma característica apontada por Soares et. al. (2011), a respeito do empréstimo, onde créditos mais curtos e com valores menores são mais eficazes, pois sua metodologia garante um acompanhamento mais próximo e com incentivos mais rápidos de renovação.

No item a respeito de qual setor de atividade os empreendimentos fazem parte, 70% dos entrevistados informaram que seus empreendimentos são do setor da atividade do comércio. Dados estes já confirmados pelo BNB (2017), onde no total da clientela do Crediamigo, 90% fazem parte do setor do comércio.

São 57% os empreendimentos não formalizados e 43% os formalizados. Conforme Barone (2002), aproximadamente 16 milhões de micro e pequenos negócios, no qual a maioria trabalha no setor informal e à beira do sistema formal de crédito, esses fazem parte dos programas de crédito existentes.

Para além dos objetivos aqui propostos, foram levantados dados referentes à avaliação do Programa Crediamigo e estão representados nos Gráficos 1 e 2.

Gráfico 1 – Impacto do programa do Crediamigo

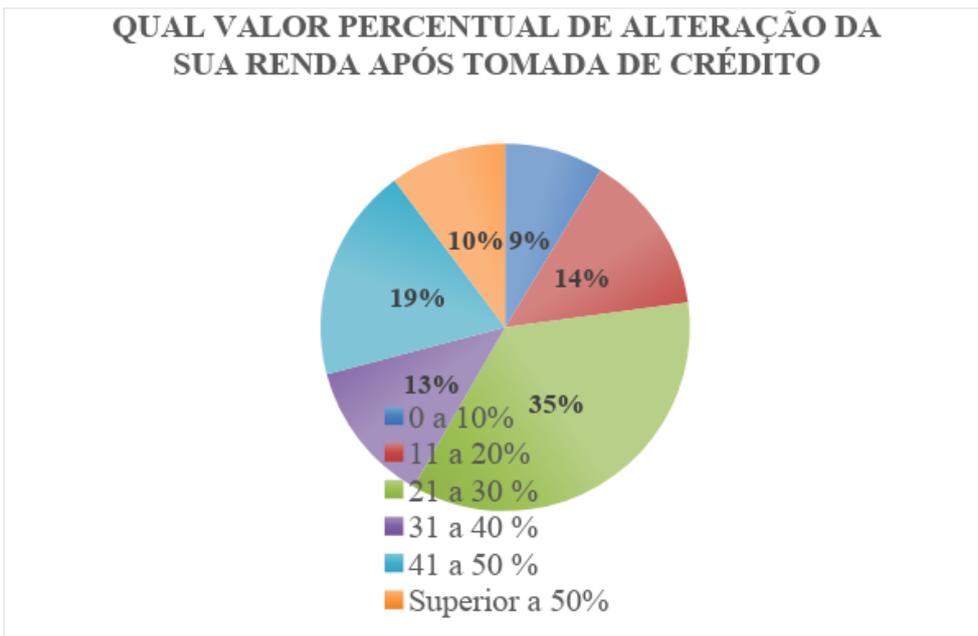


Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Os resultados descritos no Gráfico 1 apresentam que dos 48% dos clientes entrevistados, atribuíram a nota 10 ao Programa Crediamigo e 21% atribuíram a nota 8. Tais notas mostram um impacto positivo na vida dos clientes do Crediamigo e de seus negócios.

O Gráfico 2 apresenta o percentual de alteração de renda após tomada de crédito. Inicialmente, foi indagado aos participantes se houve alteração na renda após a tomada do crédito, 79% responderam sim e 21% responderam não. Na sequência, foi investigado o percentual desta alteração nos que responderam afirmativamente (79%). Constatou-se que dos 79% que afirmaram terem a renda alterada, 35% dos microempreendedores relataram um acréscimo na renda de 21% a 30%, após ter adquirido o crédito, que representa a predominância.

Gráfico 2 – Percentual de alteração de renda



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Sumarizando, depreende-se que o perfil do microempreendedor do Programa Crediamigo no município de Petrolina, em Pernambuco, é do sexo feminino, casados e em união estável, com idade de 34 a 41 anos e nível de escolaridade de Ensino Médio Completo, atuam no comércio ou possuem ponto comercial, com renda familiar na faixa de R\$ 1.001, 00 a 3.000,00, composição familiar com quatro pessoas, sendo que duas ajudam na renda familiar e residem em casa própria.

Considerações finais

Este estudo identificou o perfil dos empreendedores tomadores de crédito do Programa Crediamigo, do BNB, na cidade de Petrolina-PE, quando foram ouvidos 170 tomadores de microcréditos em entrevista com roteiro estruturado. Constatou-se que a maioria são empreendedoras casadas e em união estável com faixa etária predominante dos 34 a 41 anos e possui Ensino Médio Completo, com renda familiar na faixa de R\$ 1.001, 00 a 3.000,00. A composição familiar são quatro pessoas sendo que duas contribuem na renda familiar, o que pode melhorar a qualidade de vida e as chances do empreendimento prosperar. No aspecto de moradia 87%, tem domicílio próprio, indicando que tais empreendedores possuem ativos particulares, que podem ter sido contribuição indiretamente do crédito obtido pelo seu negócio, confirmando os resultados

referentes ao impacto relevante do Crediamigo na vida destes tomadores.

A partir dos dados encontrados constata-se que o desejo de obter o sustento familiar através da ação de empreender, contribuem ao combate à pobreza como também ameniza o medo dos riscos encontrados no mercado possuindo ou não acesso a informação básica sobre economia e negócios. Levando em consideração que esta busca pelo sustento na intenção de empreender possivelmente configura-se pela motivação classificada como por necessidade (FILHO, 2017).

As evidências das contribuições do microcrédito na vida dos empreendedores com melhorias nos aspectos socioeconômicos demonstram que, por terem acesso a este tipo de financiamento, podem evitar de se submeter aos juros altos dos outros meios de capital de giro ou recursos financeiros.

Portanto, através dos resultados deste estudo pode-se afirmar que o Crediamigo traz oportunidades de desenvolvimento como um todo, principalmente referente ao desenvolvimento socioeconômico local, na cidade do sertão pernambucano. Assim como estes resultados referente ao perfil identificado dos empreendedores, pode contribuir para uma melhor gestão do programa, já que os gestores com base nos resultados poderão mensurar e focar em seus principais objetivos para o alcance de suas metas.

Como proposta de futuro estudo sugere-se identificar que a estruturação do empreendimento deu-se através do Crediamigo apenas, que permitiu que eles saíssem da zona de pobreza, conforme Yunus (2000), ou se tinham outras fontes de renda e também estuda a origem dos empreendimentos e se seria predominante por necessidade ou oportunidade.

Referências

ANDREASSI, T. Impactos do microcrédito junto ao empreendedor de pequenos negócios: o caso do Bancri/SC. *Revista Administração em Diálogo*, n. 6, p. 75-85, 2004.

ANDREASSI, T; TONELLI, T. J. Empreendedorismo: Perspectivas para os empreendimentos femininos . *GV-executivo*, vol.17, n.3, maio-junho, 2018.

BNB - BANCO DO NORDESTE DO BRASIL. *Crediamigo*. Disponível em: < <https://www.bnb.gov.br/crediamigo> >. Acesso em: 10 fev. 2018.

BNDES - BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO. Microcrédito no Brasil: histórico e legislação. Disponível em: <<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/conhecimento/noticias/noticia/microcredito-brasil>>. Acesso em: 10 fev. 2018.

BARONE, F. M.; LIMA, P. F.; DANTAS, V.; REZENDE, V. *Introdução ao microcrédito*. Brasília, DF: *Conselho da Comunidade Solidária*, 2002.

BARONE, F. M.; ZOUAIN, D. M. Excertos sobre política pública de acesso ao crédito como ferramenta de combate à pobreza e inclusão social: o microcrédito na era FHC. *Revista de Administração Pública-RAP*, n. 41, p. 369-380, março-abril, 2007.

BUCHMANN, G; NERI, M. C. O Grameen brasileiro: Avaliação do desempenho econômico dos clientes do crediamigo. In: *XXXVI Encontro Nacional de Economia - ANPEC*, Salvador, p. 1-20, 2008.

CAVALCANTE, A.B. Microcrédito: Uma alternativa de política pública local de crédito produtivo para o Micro e Pequeno Empreendedor In: *ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO*, 27, 2003, Atibaia SP: ANPAD, 2003.

CODACE – COMITÊ DE DATAÇÃO DE CICLOS ECONÔMICOS. Comunicado de Datação de Ciclos Mensais Brasileiros – Out/2017. Disponível em: <<http://portalibre.fgv.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=8A7C82C55EC04CF1015FE89DE84D289C>> Acesso em: 20 abr. 2018.

FILHO, F. H. B. A crise econômica de 2014/2017. *Revista Estudos Avançado*, V. 31, n. 86, pg. 51-60, 2017.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil - 2016: relatório executivo. Curitiba: IBQP, 2016.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil - 2017: relatório executivo. Curitiba: IBQP, 2017.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GONZALES, L.; DRIUSSO, M. Inovações no microcrédito. *Revista GV Executivo*, v. 7, n. 3, pg. 54-59, maio/junho 2008.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Cidades. Petrolina - PE. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/petrolina>> Acesso em: 30 set. 2013.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos da metodologia científica*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, G. de A.; THEÓPHILO, C. R. *Metodologia da investigação científica para*

ciências sociais aplicadas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MENDONÇA, K. V., SOARES, R. B. Trajetória de crescimento para microempreendedores: diferencial de gênero dos clientes do programa crediamigo. *Revista Estudos Econômicos*, São Paulo, v.46, n. 3, p. 701-731, jul-set. 2016.

ROCHA, E. L. de C. Oportunidade ou Necessidade? Um estudo do impacto do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. *Revista Gest. Anál.*, Fortaleza, v. 3, n. 1/2, p. 31-46, jan./dez. 2014.

ROCHA, F. G. Microcrédito: o caso do Vivacred. *Revista de Administração Municipal*, IBAM, v. 46, n. 229, pg. 21-26, maio/junho 2001.

ROLDÃO, T.; MONTE-MOR, D. S.; TARDIN, N. A influência da recessão econômica na intenção de empreender: uma análise cross-country baseada na crise do subprime. *Revista O&S*. Salvador, v. 25, n. 85, pg. 320-338, abr/jun. 2018.

SANTOS, A. F. C.; SANTOS, T. L. O Microcrédito como ferramenta de Desenvolvimento Socioeconômico. *Revista Pensamento e Realidade*, v. 1, n. 1, p. 31-40, 2017.

SOARES, R. B.; AZEVEDO, M. T.; BARRETO, F. A. Condicionantes da saída da pobreza: o caso dos clientes do Crediamigo. *Estudos Econômicos*, São Paulo, v.41, n. 1, p. 119-142, jan/mar. 2011.

YUNUS, M. *O banqueiro dos pobres*. São Paulo: Ática, 2000.