

## **Microcrédito: estudo de caso do Programa Crediamigo do Banco do Nordeste do Brasil S/A no Município de Pereiro/CE**

*Microcredit: a case study of the Crediamigo Program of the Northeastern Bank of Brazil in the City of Pedreiro/CE*

Ana Regina Sousa Pinheiro

Graduada em Administração pela Faculdade Evolução do Alto Oeste Potiguar - FACEP.

E-mail: [aninha-pinhoero17@hotmail.com](mailto:aninha-pinhoero17@hotmail.com)

Washington Sales do Monte<sup>1</sup>

Mestre em Ambiente, Tecnologia e Sociedade pela UFERSA – Professor da Faculdade do Vale do

Jaguaribe - FVJ. E-mail: [wsalesmkt@gmail.com](mailto:wsalesmkt@gmail.com)

Alzira Maria Câmara Amado de Oliveira

Mestre em Ciências da Educação – Professora do curso de Administração da Faculdade Evolução do Alto Oeste Potiguar – FACEP – E-mail: [alziramara@yahoo.com.br](mailto:alziramara@yahoo.com.br)

### **Resumo**

Este artigo apresentar a importância do microcrédito para o crescimento dos empreendedores da cidade de Pereiro/CE. O microcrédito hoje é um fator que vem contribuindo para o crescimento econômico e social de pequenos e médios negócios. A política creditícia, de um modo geral, é inacessível à maioria dos pequenos empresários que não atendem às exigências de garantia real dos financiamentos bancários. Diante desse cenário, surgem as micro finanças, como instrumento que atende às necessidades específicas desse público, criando alternativas de crédito para aqueles que possuem as mesmas condições de acessos aos bancos tradicionais, onde a principal exigência para obtenção de recursos financeiros é apresentar alguma garantia real para o cliente receber o crédito. Foi investigada, por meio de um estudo de caso, realizado no Crediamigo de Pereiro, comparando a um referencial teórico bibliográfico, a atuação do microcrédito como agente desenvolvimento da cidade, proporcionando oportunidades às pessoas de baixo poder aquisitivo a promover ações transformadoras de situação econômica e social. Esses objetivos, são basicamente, o estímulo das atividades produtivas e das relações sociais, uma vez que possibilitam ocupação, emprego e renda, através da concessão assistida do crédito.

**Palavras-chave:** Empreendedores; Programa Social e de Desenvolvimento; Microcrédito.

### **Abstract**

This paper shows the importance of microcredit as a social program for a development in the city of Pereiro/CE. Microcredit is now a factor that has contributed to the economic and social growth of small and medium businesses. The credit policy, in general, is inaccessible to most small business owners that do not meet the collateral requirements for bank financing. Against this backdrop comes the microfinance as an instrument that meets the specific needs of this audience, creating credit alternatives for those the same conditions of access to traditional banks, where the main requirement for obtaining financial resources to present any real guarantee for the customer receive credit. It was investigated through a case study in Crediamigo of Pereiro/CE, compared to a bibliographic theoretical framework, the role of microcredit as an agent development of the city, providing opportunities to people with low purchasing power to promote transforming actions of the economic situation and social. These goals are basically the stimulation of productive activities and social relations, as possible occupation, employment and income, assisted by the lending.

**Keywords:** Entrepreneurs; Social and Development Program; Microcredit.

<sup>1</sup>Autor correspondente. Artigo recebido em 20 de setembro de 2015. Aprovado em 20 de dezembro de 2015. Avaliado pelo sistema *double blind review*.

## 1 INTRODUÇÃO

Empreender no Brasil não é uma tarefa muito fácil. Falta de estrutura para atender às demandas, conhecimento técnico, habilidade e estratégias para o desenvolvimento do negócio, entre outras dificuldades apresentadas pelos empreendedores. Porém, a falta de apoio financeiro é considerada um fator limitante ao desenvolvimento dos negócios, pois no momento de obter esse apoio, existem grandes dificuldades em conceder garantias no momento de concessão de um empréstimo. Essa dificuldade tem sido apontada como um dos principais motivos que sustentam a armadilha da pobreza e a desigualdade de renda. É seguindo esse obstáculo que se destaca entre o mundo empreendedor o microcrédito, (ALVES e SOARES, 2004) (LANGONI, 1973).

O Microcrédito é um crédito produtivo e orientado, ofertado em pequena escala de maneira rápida e sem burocracia, com o propósito de gerar emprego e renda para os microempreendedores autônomos que necessitam de dinheiro para investir em seu negócio, (NERI, 2008).

Segundo Muniz (2010), O Microcrédito é o termo usado hoje para designar uma variedade de empréstimos, cujas características comuns são: Serem de pequeno valor; serem direcionadas a um público restrito, definindo por sua baixa renda ou pelo ramo de negócios, que usualmente não tem acesso às formas convencionais de crédito por não terem como oferecer garantias reais.

O Microcrédito na verdade é um instrumento eficaz na promoção e consolidação das atividades econômicas locais, que possibilita uma nova maneira de fazê-las crescer, promovendo sua inserção no setor formal da economia e ampliando as atividades dos microempreendedores para novos mercados, (KWITKO, 2002), (NICTER; GOLDMARK; FIORE, 2002).

Das particularidades do segmento de baixa renda, a burocracia para a concessão de crédito é um dos principais motivos do afastamento do interessado do crédito e no dinheiro propriamente dito hoje. Existem evidências de disponibilidade que o acesso ao crédito orientado tem dado às pessoas menos favorecidas, maneiras de aumentar, diversificar e progredir sua atividade comercial, protegendo suas fontes de rendas, (BARROS; HENRIQUE; MENDONÇA, 2006).

Os empreendedores mais carentes sem acesso a empréstimo, principalmente por se classificarem como *informal* devem perceber que o microcrédito é uma grande oportunidade para obter crescimento, estruturar e formalizar seus empreendimentos. Existem indivíduos com perspectivas de alcançar crescimento do seu pequeno negócio, mas que não têm nenhum tipo de recurso financeiro para recorrer. Essas pessoas precisam somente de uma oportunidade, (SINGER, 2002).

O Crediamigo é um programa de microcrédito produtivo e orientado do Banco do Nordeste, e tem por objetivo oferecer crédito de maneira rápida e com pouca burocracia para microempreendedores das áreas atendidas pelo Banco do Nordeste.

Assim, seu principal objetivo é contribuir de maneira rápida e oportuna para o desenvolvimento de atividades econômicas e produtivas que acelerem o processo de sustentabilidade da região, tornando a competitividade no cenário econômico nacional e mundial, (SANDRONI, 2010).

Na atualidade, o Crediamigo é o maior microcrédito da América Latina. O Crediamigo está presente em 1.198 municípios da área de atuação do Banco do Nordeste, com 928 municípios tendo mais de 20 mil clientes ativos. O atendimento se dá por meio de uma estrutura logística que dispõe de 170 agências e 27 postos de atendimento a clientes, com 892 colaboradores operacionalizando o programa nestas unidades. Na cidade de Pereiro/CE o Crediamigo atua há mais de 10 anos. A população pode ser classificada por pessoas que têm o espírito empreendedor e que desejam aumentar seu próprio negócio.

O microcrédito surge com a intenção de conceder pequenos valores a microempresas e a empreendedores que não têm alcance ao sistema financeiro por várias razões e também por não terem aval real para oferecer. Este crédito aplica à produção (capital de giro e investimento em

capital fixo) além de ter uma metodologia exclusiva que é a concessão assistida do crédito. Nesse caso, torna necessário indagar a seguinte questão: Qual a importância do microcrédito para o crescimento e desenvolvimento da região da cidade de Pereiro/CE? Dessa forma o objetivo principal desse artigo é analisar a importância do microcrédito para o crescimento e desenvolvimento dos empreendedores da cidade de Pereiro/CE.

## 2 MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa é caracterizada descritiva com uma abordagem quantitativa, também caracterizada como estudo de caso, (MARCONI e LAKATOS, 2002, 2007). Pode ser caracterizada, ainda, como pesquisa bibliografia. Quanto aos métodos técnicos, foi aplicado um estudo de caso, assumindo como elemento da problemática existente com os clientes do Crediamigo da Cidade de Pereiro/CE, (GIL, 2002).

A pesquisa utilizou uma amostra do tipo probabilística simples, visto que cada cliente teve a oportunidade de envolver-se na amostra, posto que, a opção dos componentes ocorreu de maneira aleatória, durante visitas periódicas no empreendimento de cada cliente na Cidade de Pereiro/CE, realizadas no tempo em que se desenvolveu a pesquisa. A coleta dos dados foi realizada no período 01 a 30 de outubro de 2015, na cidade de Pereiro/CE, desenvolvida com 50 (cinquenta) microempreendedores, dentro de uma população de 890 (oitocentos e noventa) clientes, tendo como maioria a amostra clientes do setor informal. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado de 10 questões, sendo que cinco dessas questões foram utilizadas para definir o perfil do cliente, e as demais sobre o empreendimento do cliente, para tabulação dos dados planilhas do *software Excel da Microsoft Office*, 2013, para o processamento das informações, construção dos gráficos e a conversão dos dados em porcentagem, que facilitaram sua leitura e análise.

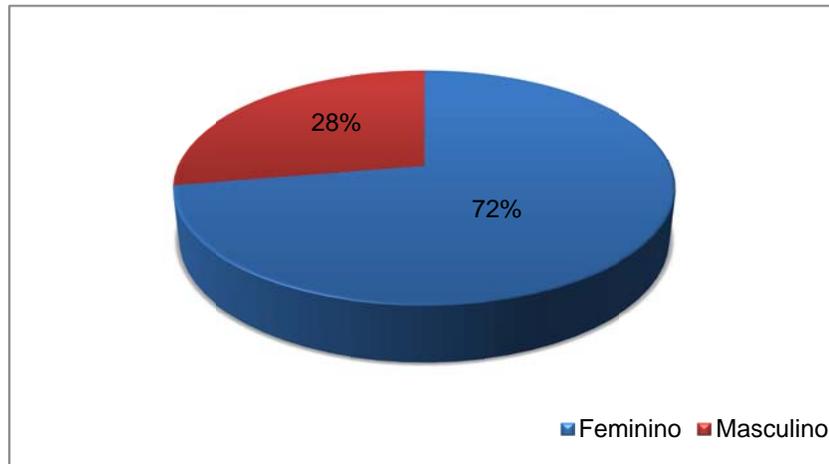
## 3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

### 3.1.1 PERFIL DOS MICROEMPREENDEDORES DA CIDADE DE PEREIRO/CE

O Microcrédito do Programa Crediamigo do BNB tem como proposta beneficiar pequenos empresários da cidade de uma determinada região, não faz distinção quanto ao gênero dos sujeitos, no entanto a pesquisa buscou identificar o percentual desses gêneros que buscam esse tipo de benefício, tais dados estão representados no gráfico 1, o qual nos mostra que a maioria dos clientes são predominantemente do sexo feminino, representando 72,3% de sua clientela contra 27,7% do sexo masculino.

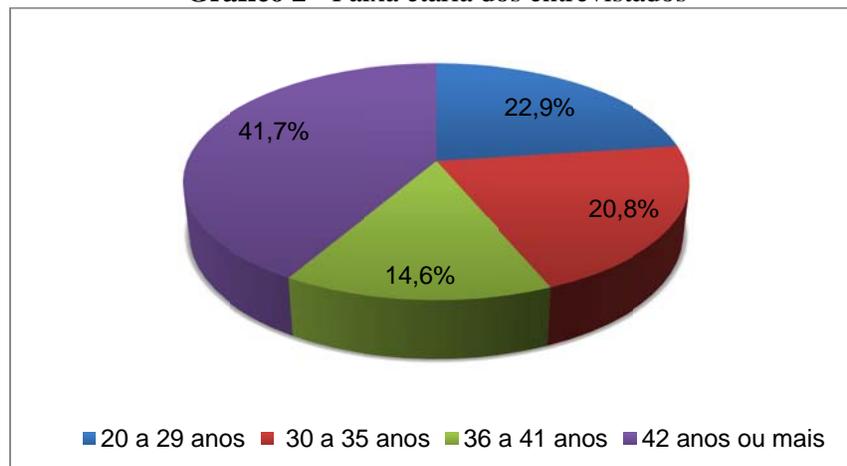
Diante desse resultado, percebe-se uma crescente participação das mulheres no mercado de trabalho e principalmente como donas de seu negócio próprio. Isso comprova a afirmação de Neri (2008, p.19) de que “quem comanda os negócios são as mulheres, os homens, quando presentes, ficam observando da cadeira de balanço suas mulheres comandar as ações. São elas as verdadeiras protagonistas econômicas dos negócios familiares”.

Essas mulheres buscam autorrealização e independência financeira através de seus empreendimentos, pois para elas a família e trabalho constituem um duplo desafio que é enfrentado positivamente.

**Gráfico 1 - Gênero**

**Fonte:** Dados da pesquisa, 2015.

Outro ponto que se buscou identificar na pesquisa foi a faixa etária dos que estão envolvidos nesse tipo de serviço. Os dados apresentados no gráfico 2, representa a faixa de etária dos empreendedores, com 41,7% tendo 42 anos ou mais; 22,9% com idade de 20 a 29 anos; 20,8% com idade entre 30 a 35 anos, e 14,6% com a faixa de 36 a 41 anos.

**Gráfico 2 - Faixa etária dos entrevistados**

**Fonte:** Dados da pesquisa, 2015.

O resultado é comprovado pela maioria de empreendimentos são geridos por sujeitos de 42 anos ou mais de idade, nesse caso o indivíduo, sem emprego e com dificuldades para ser inserido no mercado de trabalho, vê como solução a abertura do seu próprio negócio. Outro fato é que a experiência acumulada ao longo dos anos possibilita credibilidade para abrir um negócio próprio. IBGE (2010).

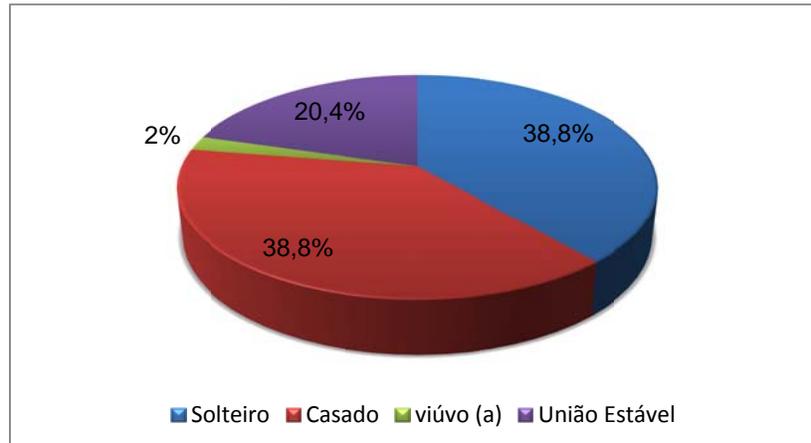
Já na faixa etária de 20 a 29 anos, os dados decorrem do fato de os jovens estarem cada vez mais em busca de sua independência financeira, sendo assim quem empreende assume a responsabilidade pelos caminhos da empresa e isso vai definir também os seus caminhos pessoais.

O gráfico 3 apresenta o estado civil dos sujeitos pesquisados, em que, 38,8% são solteiros;

38,8% dos empreendedores são casados, 20,4 % possuem união estável, e apenas 2% são viúvos.

O fato de uma grande maioria ser casado é devido à manutenção da própria família, uma vez que a maioria possui o pequeno empreendimento como fonte única de renda, ou seja, atividade principal na geração de renda, e grande parte o tem como fonte complementar da renda familiar (Diário de campo, 2015).

**Gráfico 3 - Estado Civil**

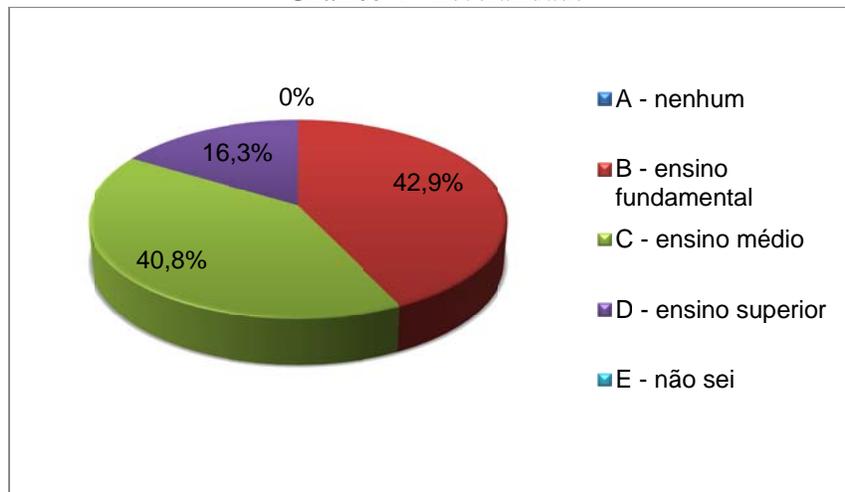


Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Já em relação aos jovens, tais dados justificam-se pelo fato de que uma nova geração de empresários vem ganhando força em todo país. São pessoas que, apesar da idade, vêm lidando diariamente com os pontos positivos e os desafios no caminho da opção em gerir o seu próprio negócio.

O gráfico 4 abaixo caracteriza-se pela apresentação dos resultados no tocante ao grau de instrução dos empreendedores, em relação a esses dados observa-se que a grande maioria dos entrevistados, 41%, possuem ensino fundamental; 40,8% afirmam terem ensino fundamental completo, sendo que apenas 16,3% afirmam que possuem ensino superior completo.

**Gráfico 4 - Escolaridade**



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Diante de tais dados, verifica-se que existe um grande número de empreendedores com segundo grau completo e ensino fundamental incompleto. Esses números demonstram que os

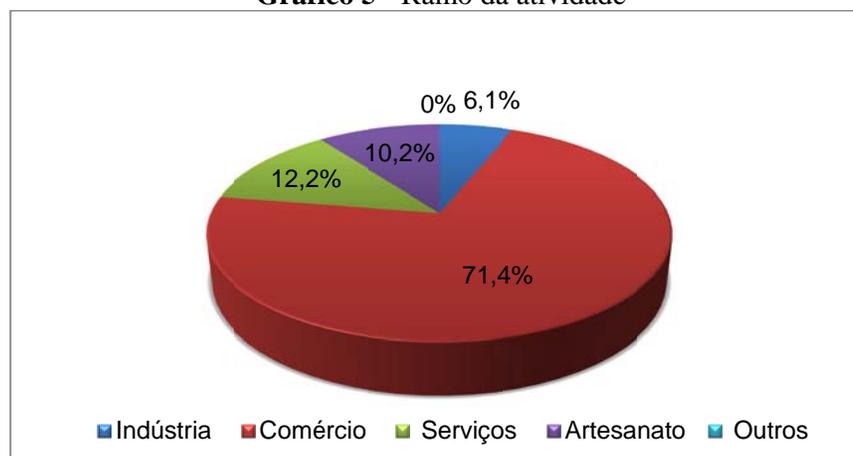
beneficiados pelo microcrédito possuem apenas uma formação básica, presumindo que tenham apenas conhecimentos práticos sobre a atividade exercida, o que se torna um ponto crítico, uma vez que essas pessoas podem não ter capacidade para gerir um negócio, como também uma realidade preocupante por se tratar de atividades informais, não possuindo o direito aos benefícios e as obrigações de um trabalhador e/ou uma empresa formal.

Esse levantamento mostra a baixa escolaridade dos brasileiros empreendedores, o que pode destacar que essa é uma das razões para o país ter um número de pessoas que empreendem por necessidade ao invés de abrir um negócio em função da oportunidade.

O gráfico 5, abaixo, retrata a disparidade nas atividades dos clientes do Crediamigo, uma vez que as atividades com comércio ganham um lugar de destaque, representando 71,4% delas. Seguido pelo setor de serviços com 12,2%, o setor da indústria com 10,2% e o setor de artesanato 6,1% no ramo de atividades desenvolvidas por estes clientes.

A maioria no setor de comércio é resultante do tempo de giro do produto em cada atividade. Usualmente, no comércio, ele ocorre mais apressadamente do que nas atividades industriais e de serviços. Para Parente (2008, p.20) ‘‘ a maioria dessas microempresas é criada com economias próprias - ou com ajuda de parentes e amigos - como alternativa de ocupação de renda e até como estratégia de sobrevivência’’.

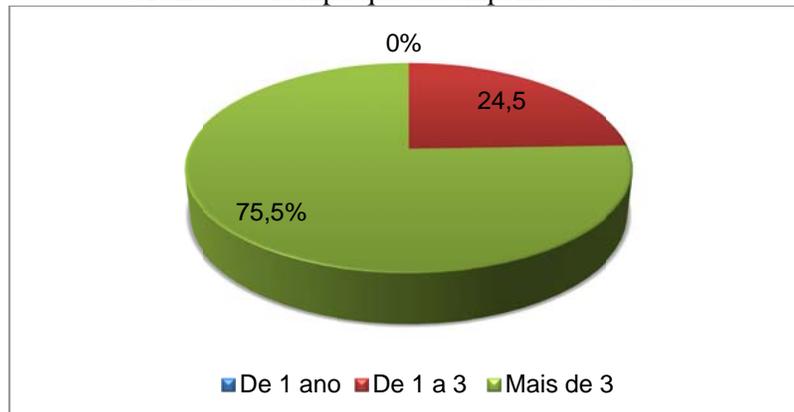
**Gráfico 5 - Ramo da atividade**



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

É possível perceber, ainda, que, o Crediamigo facilita o acesso ao crédito às pessoas de perfil empreendedor que a partir de interesse em iniciar uma atividade produtiva, contribuem para o crescimento e desenvolvimento da sociedade em que está inserida, através do fortalecimento dessas atividades socioeconômicas.

Ao analisarmos o gráfico 6, referente ao tempo de atividade do cliente, verificamos que 24,5% dos clientes estão entre 01 e 03 anos no ramo de atividades, enquanto que 75,5% dos clientes estão no mercado há mais de 3 anos, provando sua estabilidade financeira e o quanto estão atuantes e conhecem o ramo de atividade que desempenham; quanto aos empreendedores que atuam no mercado, a pesquisa mostra que nenhum empreendedor desempenha suas atividades há menos de um ano. Isso é uma prova de que o empreendedorismo está atuando no mercado há muito tempo, e que os micro e pequenos empreendedores estão cada vez mais em busca de constante independência financeira no seu negócio, com isso conquistando sua sobrevivência.

**Gráfico 6 - Tempo que desempenha a atividade**

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

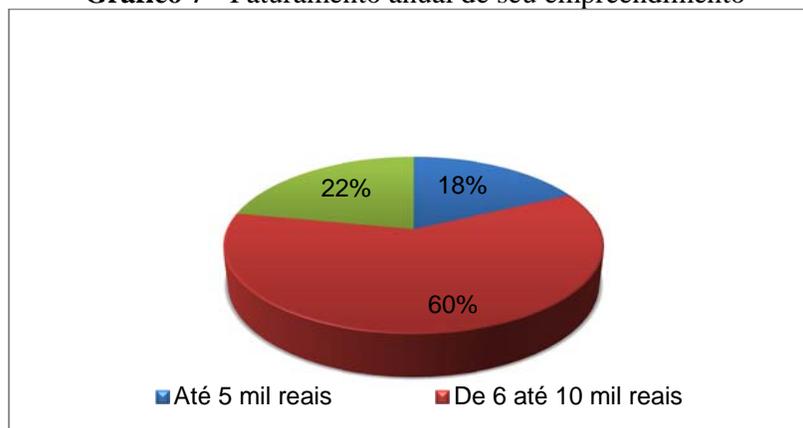
Para Neri (2008, p.302) “a ampliação do acesso ao crédito para os mais pobres tem sido apontada na literatura como uma das alternativas para redução significativa da pobreza”.

Desse modo, o empreendedorismo é utilizado como alternativa para gerar renda e ocupação, através da abertura do negócio próprio como solução para falta de emprego.

Em relação ao faturamento anual dos clientes, o gráfico 7 comprova, de acordo com os empreendedores pesquisados, que a maioria deles possuem um faturamento anual entre R\$ 6.000,00 e R\$ 10.000,00 mil reais, uma vez que 60% dos clientes confirmaram estar nessa faixa de faturamento. Já 22% dos empreendedores possuem um faturamento anual entre R\$ 11.000,00 e R\$ 30.000,00 mil reais, enquanto que 18% dos empreendedores esse faturamento é de até R\$ 5.000,00 mil reais/ano.

O Crediamigo não tem distinção de seus respectivos clientes, já que estes estão subdivididos em subsistência, acumulação simples e acumulada, ou seja, vai de um público mais humilde aos microempresários.

Sendo assim pode-se observar que o microcrédito é um instrumento eficiente para melhorar as condições socioeconômicas da população.

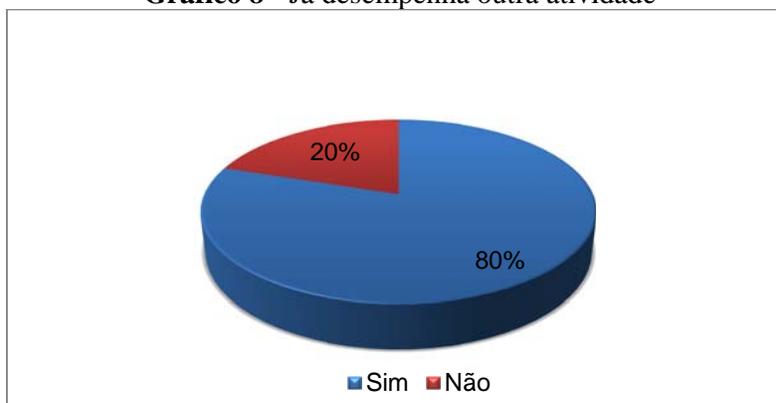
**Gráfico 7 - Faturamento anual de seu empreendimento**

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Com o mercado competitivo e os clientes cada vez mais exigentes, os empreendedores estão cada vez mais inovando em seus negócios, como também em busca de novos serviços e produtos

para seus respectivos clientes. O gráfico 8 a seguir comprova que o comodismo não faz parte da vida dos empreendedores atendidos pelo Crediamigo, pois estão sempre em busca de algo novo.

**Gráfico 8 - Já desempenha outra atividade**



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Os resultados encontrados confirmam cada vez mais o quanto os empreendedores estão atentos ao mercado, uma vez que 80% desses empreendedores afirmaram desempenhar outro tipo de atividade, além da nova atividade desenvolvida através do Crediamigo, e com isso conquistando mais clientes e garantido renda extra. Por outro lado apenas 20%, dos empreendedores entrevistados, responderam que desempenham apenas a atividade que é financiada pelo programa.

### 3.1.2 INFORMAÇÕES REFERENTES À ATIVIDADE DESENVOLVIDA

No gráfico 9, representam-se as dificuldades vivenciadas pelos empreendedores como fatores primordiais para o sucesso ou insucesso do empreendimento. A pesquisa revelou que 2,1% dos empreendedores apontam diversos fatores que contribuem para o sucesso ou não do seu empreendimento; já 4,3% apontam a concorrência como fator principal para tais resultados; enquanto que, 10,6% dos entrevistados relatam que a falta de experiência é o que influencia no sucesso do seu negócio ou não; já 83%, grande maioria dos entrevistados, destacam a falta de crédito como ponto decisivo para o êxito ou não do seu negócio. Pois é um fator que limita o desenvolvimento dos negócios, uma vez que não possuem capital de giro próprio disponível que facilite a realização de seus sonhos.

**Gráfico 9 - Dificuldade vivenciada**



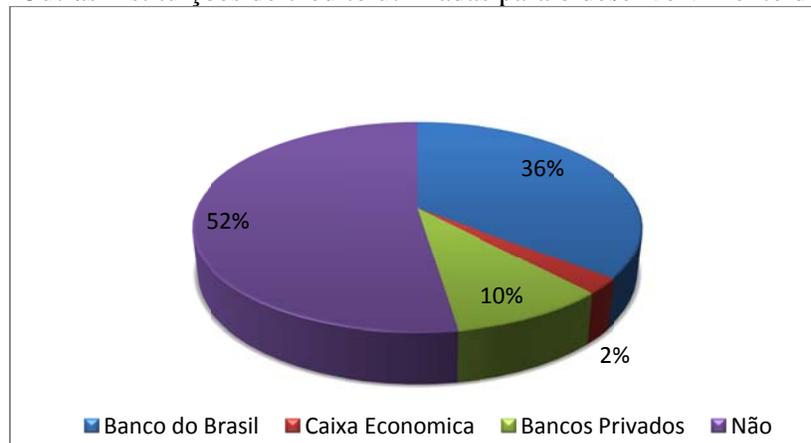
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

O Crediamigo é apontado como um dos principais fatores que contribuem para continuarem a seus negócios, pois é um crédito rápido e de fácil acesso (G1, 2015).

A seguir destacaremos outras Instituições financeiras, além do BNB, que estão atuando com o microcrédito. O que comprova que com a entrada dessas no mercado ficou ainda mais fácil o cliente ter acesso ao crédito. Na pesquisa realizada foi comprovado o quanto os clientes já atuam com alguma linha de crédito, em algumas instituições financeiras. Seja ela para usufruir em uso pessoal ou para seu negócio próprio.

Diante desta informação, o gráfico 10 apresentará o uso pelos empreendedores de outras instituições de crédito utilizadas para o desenvolvimento de seus negócios, e que confirmará que esses empreendedores já atuam junto a algumas instituições financeiras e que já tem experiência com crédito. Uma vez que, 2% desses empreendedores utilizam-se de créditos fornecidos pela Caixa Econômica Federal; 10% utilizam-se de créditos de bancos privados para os desenvolvimentos de seus negócios; seguido de 36% que utilizam créditos do Banco do Brasil, contra 52% dos entrevistados que ainda não possuem nenhum vínculo com outra instituição, a não ser a do o BNB (Crediamigo). É um dado relevante, pois, vivemos em um cenário com vários atrativos e facilidades na concessão de crédito, porém, ainda existem pessoas que preferem trabalhar apenas com uma instituição financeira por medo do endividamento.

**Gráfico 10** - Outras instituições de crédito utilizadas para o desenvolvimento de seu negócio.



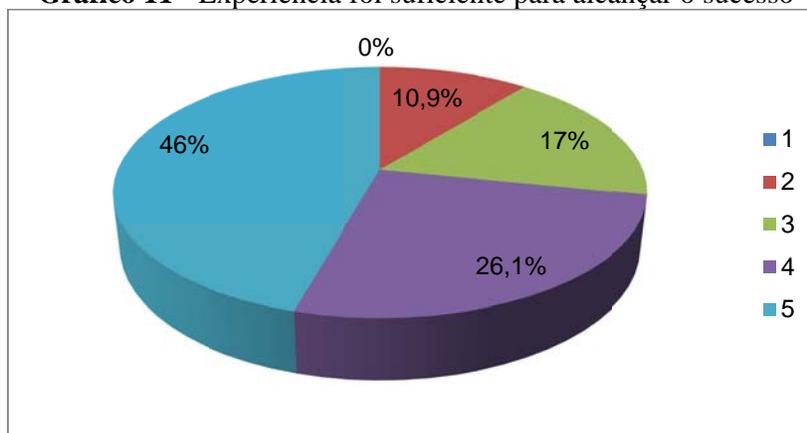
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Concordando com o exposto, Caldas (1998) explica que o microcrédito é uma forma de democratizar o acesso ao dinheiro, livrando os empreendedores das mãos dos agiotas. Porém, grande parte dos tomadores de empréstimo, sem educação ou acesso a informações básicas sobre economia e negócios, não sabe gerir eficientemente o crédito obtido. Assim, os projetos de microcrédito não devem ser vistos como substitutos de outros programas de proteção social, mas complementares, de modo que essas experiências sirvam para aumentar o sucesso da atividade de cada empreendedor.

O gráfico 11, a seguir, mostra-nos se a experiência com o microcrédito foi suficiente para alcançar sucesso. Tais dados foram obtidos por meio de questionário, os quais em uma escala de 1 a 5 os entrevistados mediram seu grau de experiência para alcançar o sucesso do seu negócio. Nesse sentido 46% dos entrevistados responderam que o microcrédito é sim um fator primordial para que o negócio permaneça e eles continuem ganhando o mercado, assinalando o nível máximo do grau de experiência. Já para 26,1% esse grau de experiência na escala atingiu o nível 4; enquanto que 17% desses empreendedores assinalaram o nível 3 de experiência, denotando ser importante a

experiência, mas não como fator importante para o seu sucesso; para 10,9% dos entrevistados o nível 2 se destaca, isso significa que a experiência não contou muito para eles no alcance do seu sucesso.

**Gráfico 11** - Experiência foi suficiente para alcançar o sucesso



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Segundo Neri (2008), as experiências demonstram que se o microcrédito for bem aplicado funciona como alavanca para a melhoria das condições de vida dos seus clientes. De modo de gerar uma verdadeira revolução, ajudando milhares de pessoas a saírem da pobreza.

O mercado se encontra cada vez mais exigente e se os microempreendedores não forem em busca de conhecimentos, e pela excelência no bom atendimento, infelizmente essas empresas vão ficar para trás.

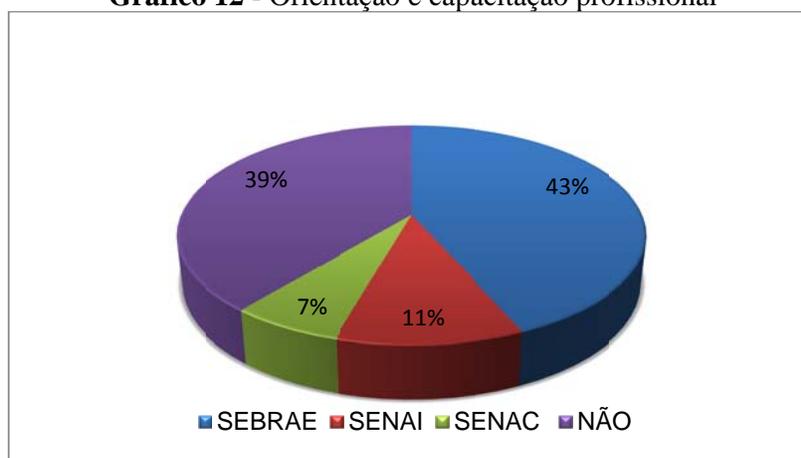
A experiência é um fator importantíssimo para o sucesso de um empreendimento, mas não é o suficiente, é preciso que se entenda sobre o seu negócio e para isso é necessário que o empreendedor se capacite. E em relação a isso, existem vários apoios existentes aos micro e pequenos empresários, e são essas capacitações que ajudam e auxiliam na busca pela melhoria nos empreendimentos, tais como, consultoria, oficinas, minicursos, dentre outros que estão sempre atuando pela busca da qualidade das organizações.

O gráfico 12 representa a orientação e capacitação profissional, os dados nele contidos indicam que a busca por mais conhecimentos é uma das características dos microempreendedores, uma vez que 43,5% deles buscaram cursos para aprimorarem-se, sendo o SEBRAE o responsável pela capacitação e aprimoramento em sua grande maioria. O SEBRAE é agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, mas não é uma instituição financeira, por isso não empresta dinheiro. Articula (junto aos bancos, cooperativas de crédito e instituições de microcrédito) a criação de produtos financeiros adequados às necessidades do segmento. Também orienta os empreendedores para que o acesso ao crédito seja, de fato, um instrumento de melhoria do negócio, (PORTAL SEBRAE, 2015). Além do SEBRAE, o empreendedor pode contar com outras instituições de orientação e capacitação profissionais, entre elas a pesquisa revelou que 11% desses empreendedores buscaram o SENAI; 7% buscaram o SENAC; já 39% dos empreendedores entrevistados não realizaram nenhum tipo de capacitação.

Somente emprestar não ajuda o crescimento de um negócio, deve-se verificar também sua aplicação, pois a inaplicabilidade prejudica o desenvolvimento do negócio. A esse respeito, Parente (2002, p. 67) diz que o objetivo do acompanhamento é: “ monitorar os clientes para a correta aplicação do crédito, verificando e auxiliando na evolução de sua atividade e praticando

procedimentos preventivos de cobrança”.

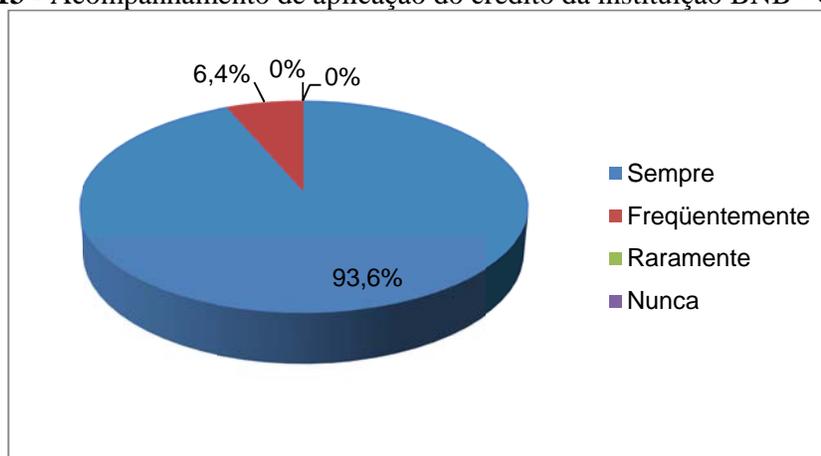
**Gráfico 12 - Orientação e capacitação profissional**



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

O gráfico 13 representa o acompanhamento de aplicação do crédito por parte do BNB. Ao que se refere esse gráfico constatamos que apenas 6,4% dos entrevistados responderam que o acompanhamento é frequente; ao mesmo tempo em que 93,6% responderam que sempre recebem acompanhamento de aplicação de crédito. Por meio destes dados, pôde-se constatar que o Crediamigo realiza a verificação da aplicação do crédito, perfazendo assim a satisfação de seus clientes, pois demonstra que a instituição se preocupa com o bem estar deles.

**Gráfico 13 - Acompanhamento de aplicação do credito da instituição BNB - Crediamigo**



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

O gráfico 14 representa as mudanças ocorridas nos empreendimentos através do microcrédito. Segundo Neri (2008), há milhões de pessoas pobres com características empreendedoras e que possuem planos traçados, mas ainda não alcançaram a realização devido ao microcrédito não ter chegado até eles.

Os dados contidos no gráfico 14 mostram que as mudanças obtidas através do microcrédito foram as seguintes: 18% dos pesquisados afirmaram ter utilizado os recursos do microcrédito para

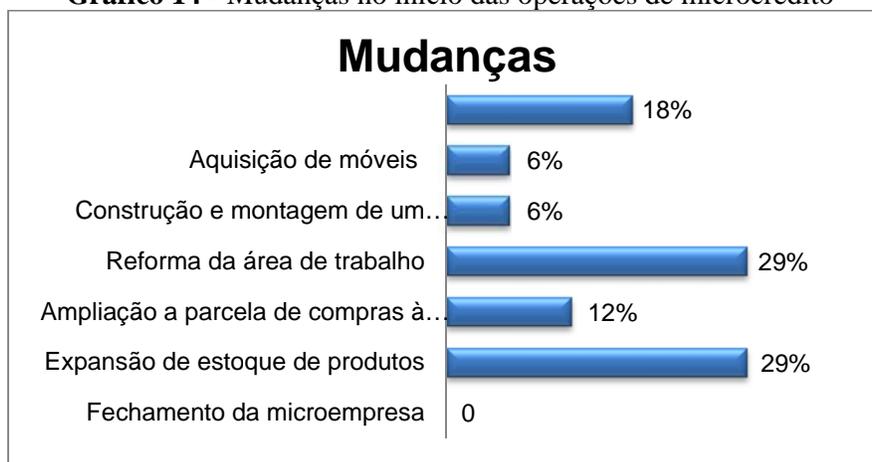
aquisição de máquinas e equipamentos; 6% para aquisição de móveis, mais 6% para construção e montagem de novas instalações de trabalho; 29% para mudança/ reforma da área de trabalho, sendo o mesmo percentual para a expansão de estoques de produtos; 12% em aplicação na parcela de compras à vista.

Os dados apresentados evidenciaram o crescimento do padrão de consumo de bens duráveis dos indivíduos da amostra, como também o aumento de seus estoques.

Pode-se dizer que a participação no programa de microcrédito provocou alterações significativas na estrutura financeira dos pequenos empreendedores, repercutindo na melhoria da qualidade de vida, ao verificar a evolução de bens duráveis que passaram a fazer parte do domicílio do pequeno empreendedor.

Já em relação ao aumento de estoque isso é muito significativo para o empreendedor, pois suas compras são feitas à vista, com isso ganhando desconto, e satisfazendo seus clientes com produtos sempre disponíveis.

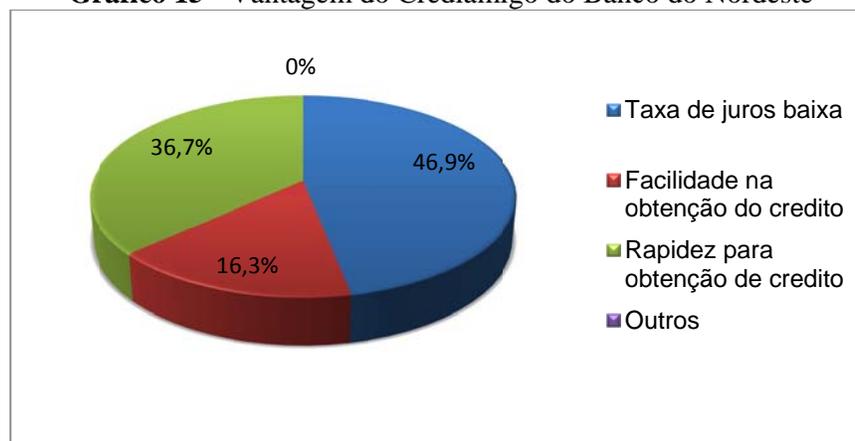
**Gráfico 14 - Mudanças no início das operações de microcrédito**



**Fonte:** Dados da pesquisa, 2015.

Os resultados comprovam que o microcrédito é uma boa opção para o empreendedor que precisa de dinheiro para montar ou ampliar o negócio. O empréstimo é oferecido com taxas de juros mais baixas em relação a outras linhas de crédito, (G1, 2015).

No gráfico 15, representam-se as vantagens do Crediamigo do Banco do Nordeste para os empreendedores. Desse modo pôde-se observar que entre os entrevistados, 46,9% responderam que procuraram o Crediamigo pelo fato de ele possuir a vantagem da menor taxa de juros do mercado; para 36,7% dos empreendedores pesquisados um ponto primordial do Crediamigo foi a rapidez para obtenção de crédito; já para 16,3% dos pesquisados, uma das maiores vantagens é a facilidade na obtenção do crédito.

**Gráfico 15 - Vantagem do Crediamigo do Banco do Nordeste**

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Sabe-se que o mercado hoje está com taxas absurdas quando o assunto é dinheiro, porém as linhas de crédito que são direcionadas para pequenos empreendedores são as menores do mercado; o Crediamigo é destacado como uma das que tem mais facilidade de crédito, sem contar que é a menor taxa de juros do mercado, e, em toda história de sucesso que tem o programa. Com isso pessoas veem o Crediamigo com olhar diferente, como um parceiro para a melhoria do pequeno empreendedorismo.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A redução do número de empregos formais provocou o crescimento dos pequenos negócios na economia brasileira, como uma alternativa encontrada pela população para obter trabalho e renda. Nesse contexto, passaram a exercer um papel relevante na economia e sua representatividade e importância socioeconômica foram demonstradas pelo fato de serem grandes geradoras de empregos e de desenvolvimento socioeconômico local.

Durante este trabalho, foram feitas pesquisas para embasar uma resposta ao programa representado na introdução, se o microcrédito tem contribuído para o desenvolvimento dos empreendedores da cidade de Pereiro/CE. Assim pode-se concluir que o crédito solidário está sempre contribuindo para o setor micro empresarial, mediante as ofertas de produtos financeiros e de assessoria empresarial, de forma oportuna e de fácil acesso, assegurando novas oportunidades de ocupação e renda. Percebem-se também, aspectos relacionados ao microcrédito desde perspectiva de superação da segmentação de mercado financeiro para servir melhor as camadas de baixa renda.

Observou-se que se o microcrédito é concedido de forma desburocratizada, logo políticas proporcionam a redução das desigualdades sociais; se a diferença central da burocracia do microcrédito para o crédito comum é a forma de garantia real e adota a metodologia do aval solidário, como mecanismo de acesso ao crédito e também se o microcrédito permite acesso à população de baixa renda, logo os empreendedores surgirão e a renda será mais bem distribuída. Isso se pode validar conforme os resultados obtidos na pesquisa de campo.

A falta de oportunidade e má distribuição de renda no Brasil fazem com que muitas pessoas, principalmente as com baixa renda, busquem oportunidades no empreendedorismo. E o Crediamigo é uma forma de tornar mais fácil o viés do empreendedorismo, sobretudo na cidade campo desta pesquisa.

Foi estudado que o grande problema do Brasil não é a pobreza propriamente dita e sim a má distribuição de renda existente entre a população, por isso, esse deve ser o foco dos programas sociais, de forma a buscar realocar os recursos financeiros entre a população de alta e baixa renda do país. Desse modo, o microcrédito está no mercado com a intenção de suprir a demanda por capital dos pequenos empreendedores.

Pode-se concluir que o resultado da pesquisa de campo, afirma que o microcrédito é uma alternativa para combater a carência por crédito existente para os empreendedores, oferecendo uma oportunidade até pouco tempo inexistente para essas classes mais necessitadas, num propósito direto à geração de empregos e inclusão social. Nesse contexto foi observado o quanto o microcrédito tem contribuído para o desenvolvimento socioeconômico dos pequenos empreendedores.

Dessa forma, verificou-se que o microcrédito é uma fonte de recurso adequado para o atendimento das necessidades de crédito dos pequenos empreendedores, e ajuda a estimular o crescimento dos micro e pequenos negócios, a fornecer recursos para atender prontamente essas necessidades, de forma a corrigir as restrições no acesso ao crédito, ocorridas no sistema financeiro tradicional.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Sérgio D.S; SOARES, Marden Marques. **Democratização do crédito no Brasil atuação do Banco Central, 2004.**
- BARROS, Ricardo Paes de; HENRIQUE, Ricardo; MENDONÇA, Rosane. Estudo: **A estabilidade inaceitável: Desigualdade e pobreza no Brasil**, site, out.2006. Disponível em: <[http://www.mds.gov.br/ascom/temp/td0800PB Estabilidade.pdf](http://www.mds.gov.br/ascom/temp/td0800PB%20Estabilidade.pdf)>. Acesso em 18 de out, 2015.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- KWITKO, Evanda Evani Burtet. **Guia básico para a constituição e legalização de instituição microfinanceira**. Rio de Janeiro: BNDS, 2002.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas 2003.
- \_\_\_\_\_, **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- LANGONI, CG. **Distribuição de renda e desenvolvimento econômico do Brasil**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1973.
- NERI, Marcelo. **Microcrédito, o mistério nordestino e o Grammen Brasileiro**. Rio de Janeiro: FGV\IBRE, 2008.
- NICHTER, Simeon, GOLDMARK, Lara, FIORE, Anita. **Entendendo as microfinanças no contexto brasileiro**. [SL]: BNDS, 2002.
- SANDRONI, Paulo. **Dicionário de economia do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- SINGER, Paulo. **Introdução á economia solidária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.