



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE

CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

**MICROCRÉDITO COMO CONTRIBUIÇÃO PARA A REDUÇÃO DA POBREZA:
UM ESTUDO DE CASO SOBRE A EXPERIÊNCIA DO CREDIAMIGO EM
ITAPIPOCA**

SAMARA CRISTINA OLIVEIRA MELO

Fortaleza - CE
Janeiro de 2007

**MICROCRÉDITO COMO CONTRIBUIÇÃO PARA A REDUÇÃO DA POBREZA:
UM ESTUDO DE CASO SOBRE A EXPERIÊNCIA DO CREDIAMIGO EM
ITAPIPOCA**

SAMARA CRISTINA OLIVEIRA MELO

Orientadora: Mônica A. Amorim

Monografia apresentada à Faculdade de Economia,
Administração, Atuária e Contabilidade, para
obtenção do grau de Bacharel em Ciências
Econômicas.

Fortaleza-CE, 2007

Esta monografia foi submetida à Coordenação do Curso de Ciências Econômicas, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas, outorgado pela Universidade Federal do Ceará – UFC e encontra-se à disposição dos interessados na Biblioteca da referida Universidade.

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida, desde que feita de acordo com as normas de ética científica.

Monografia aprovada em 23 de januaro de 2007

	Média
Samara Cristina Oliveira Melo	-----
	Nota
Profª. Mônica A. Amorim Profª. Orientadora	-----
	Nota
Profª/Drª. Mª Goretti Serpa Braga Membro da Banca Examinadora	-----
	Nota
Prof. Drº. Marcelo Callado Membro da Banca Examinadora	-----

AGRADECIMENTOS

À Deus, pela vida e oportunidade de crescimento em cada momento. Por tudo que me proporcionou, por sempre iluminar meus caminhos e conquistas.

Aos meus pais, que não mediram esforços para dar as bases educacional e pessoal necessárias ao alcance de mais uma fase da minha vida. Pelo imenso amor e por estarem presentes em cada etapa, indicando os caminhos e apoiando as decisões.

À minha mestra, professora Mônica Amorim, orientadora não apenas nesta monografia, mas em diversos momentos da minha vida acadêmica e pessoal.

Às pessoas do CrediAMIGO, em especial aos assessores da agência Itapipoca, que foram imensamente prestativos em me receberem, e aos clientes que participaram da pesquisa, sem os quais esse trabalho não poderia ter sido realizado.

Às amigas Ana Cristina Maia e Ana Carina Craveiro, que prestaram valiosa ajuda para a realização de todo esse trabalho.

À professora Goretti Serpa, por fazer parte da Banca Examinadora, e ter sido responsável pelas diretrizes iniciais da monografia.

Ao professor Marcelo Callado por fazer parte da Banca Examinadora.

Também a todos aqueles, familiares, amigos, professores e colegas, que, de alguma forma, ajudaram a elaboração desse trabalho e se fizeram presentes no decorrer desta graduação.

RESUMO

Esta monografia apresenta um estudo sobre o microcrédito, empréstimo de pequeno valor destinado ao desenvolvimento de pequenas atividades produtivas, realizadas por pessoas de baixa renda. Além de mostrar o contexto em que o microcrédito se insere e suas características, buscou-se identificar os impactos causados em microempresários que fazem uso desse serviço, tendo como foco a melhoria na qualidade de vida de pessoas de baixa renda. Para conhecer esses impactos, realizou-se um estudo de caso com o programa CrediAMIGO, através de entrevistas à clientes na agência de Itapipoca, município do Estado do Ceará. Observou-se com o estudo que, para os entrevistados em geral, o microcrédito se apresenta como um instrumento de grande importância: a) no desenvolvimento de atividades produtivas, sendo indispensável para suprir as necessidades de capital de giro de micronegócios; b) na melhoria da qualidade de vida dos tomadores de crédito. O estudo mostrou ainda que, entre os entrevistados, o programa alcança pessoas que vivem abaixo da linha de pobreza.

Palavras-chave: pobreza; microempresários; microcrédito; CrediAMIGO; qualidade de vida.

SUMÁRIO

Introdução.....	1
1. Contextualização	3
1.1 A pobreza	3
1.2 Instrumentos de combate à pobreza	5
1.3 O segmento microempresarial.....	7
2. O Microcrédito	9
2.1 Microcrédito no mundo - Breve histórico	9
2.2 Microcrédito no Brasil	11
2.3 Conceitos.....	14
2.4 Características do microcrédito.....	16
3. A experiência do CrediAMIGO	19
3.1 Características do empréstimo CrediAMIGO	22
3.2 CrediAMIGO na agência Itapipoca: o crédito na visão dos microempresários.....	25
3.2.1 Características dos microempresários	27
3.2.2 Impactos do microcrédito.....	35
Conclusão.....	42
Referências Bibliográficas	44

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Pobres por região do Brasil	4
Tabela 2: Perfil pessoal dos clientes entrevistados	28
Tabela 3: Perfil da atividade dos clientes entrevistados.....	29
Tabela 4: Perfil de crédito dos clientes entrevistados	30
Tabela 5: Avaliação quanto ao programa pelos clientes entrevistados.....	31
Tabela 6: Outras fontes de renda familiar dos clientes entrevistados	33
Tabela 7: Percepção do impacto gerado pelo crédito na visão dos entrevistados.....	35

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Instituições de microfinanças no Brasil com mais de 2.000 clientes ativos (2001)	12
Quadro 2: Setores de atividades de acordo com o CrediAMIGO	22
Quadro 3: Produtos oferecidos pelo CrediAMIGO.....	24

ILUSTRAÇÃO

Ilustração 1: Mercados de IMFs no Brasil (2001).....	14
--	----

INTRODUÇÃO

No Brasil, 31,7% (IETS - PNAD) da população encontra-se abaixo da linha de pobreza. Soluções para pôr fim à pobreza não podem ser determinadas facilmente e não são fáceis de implementar. Programas de transferência de renda ainda são o meio a que mais se recorre quando se busca formas de combater a pobreza, porém essa é uma forma de amenizar o problema apenas no curto prazo e muitas vezes questionada quanto à sua eficácia. Dos meios de combate à pobreza, a geração de renda para os indivíduos pelo seu próprio trabalho, é uma das formas mais adequadas e sustentáveis no longo prazo.

Muitas pessoas, por não possuírem um bom nível educacional para conseguirem emprego no mercado formal de trabalho, ou por desejarem aumentar suas rendas, começam a trabalhar por conta própria (desenvolvendo pequenas atividades de comércio, prestação de serviços, ou mesmo na produção), integrando o setor informal da economia. No Brasil, é grande o número de pequenas empresas informais, elas são 98% das pequenas empresas existentes (IBGE - Ecinf).

Pessoas pobres, além de não possuírem recursos próprios que lhes propiciem uma boa qualidade de vida, quando realizam atividades produtivas encontram dificuldades para mantê-las, principalmente pela falta de capital de giro, e também, não contam com uma oferta de crédito adequada que possibilite seu desenvolvimento.

Nesse contexto, o microcrédito surge como um instrumento de auxílio ao desenvolvimento de atividades produtivas geradoras de renda para a população de baixa renda. São empréstimos de pequenos valores, fornecidos de maneira diferente da realizada pelo mercado tradicional de crédito, com tecnologia específica, visando atingir à população de baixa renda. Seus principais diferenciais são: o acesso ao crédito, realizado por meio de agentes de crédito; e a forma de garantia, o aval solidário.

Com a intenção de mensurar a importância do microcrédito produtivo, este estudo mostra um exemplo da prestação desse serviço.

A metodologia utilizada neste trabalho possui tanto caráter descritivo quanto exploratório, apresentando conceitos, marco teórico sobre o tema e um estudo de caso sobre a experiência do programa de microcrédito do Banco do Nordeste, que foi realizado por meio de pesquisa direta através de entrevistas com alguns clientes de uma agência do CrediAMIGO.

A realização deste estudo foi motivada pelo conhecimento do assunto microcrédito, adquirido através da experiência de estágio no CrediAMIGO em Fortaleza; e pela importância que este tema tem ganhado no Brasil e no mundo. A pesquisa foi realizada com clientes da agência de Itapipoca, município do Estado do Ceará. Para a escolha da agência, desejava-se que esta não atendesse à Capital - Fortaleza -, e sim municípios em que as pessoas apresentassem maior situação de pobreza, tendo sido escolhido Itapipoca por ser um dos mais próximos de Fortaleza.

O estudo teve o objetivo de mostrar de forma mais concreta o impacto gerado pelo microcrédito nos microempresários. Procurou-se saber, pela visão dos tomadores de crédito, em quais aspectos o CrediAMIGO está melhorando a qualidade de vida dessas pessoas e como o programa está contribuindo para a redução da pobreza.

O trabalho foi dividido em três partes: os dois primeiros capítulos teóricos e o terceiro o estudo prático. No primeiro capítulo é apresentado o cenário em que o microcrédito está inserido, expondo aspectos gerais sobre a pobreza, os instrumentos de combate a ela e o segmento microempresarial.

O segundo capítulo aborda os conceitos relacionados ao microcrédito, apresentando um breve histórico no mundo, sua utilização no Brasil e suas características operacionais.

No terceiro capítulo é apresentado o estudo de caso realizado com o CrediAMIGO, mostrando quais os impactos causados pelo microcrédito nos clientes entrevistados na agência de Itapipoca.

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

1.1 A pobreza

A pobreza é uma realidade presente em inúmeras partes do mundo e em todas as regiões brasileiras. O conceito de pobreza pode ser bem compreendido pela forma que é exposto no relatório do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará - IPECE - (2004):

De uma forma bastante ampla, a pobreza é considerada como a privação acentuada dos elementos básicos para a sobrevivência humana, incluindo a falta de alimentação adequada, a carência de habitação e vestuário, a baixa escolarização, a falta de participação nas decisões políticas etc. Isso se manifesta no fato de certos indivíduos não possuírem renda e/ou patrimônio suficientes para ter acesso a bens e serviços essenciais em níveis considerados adequados, de acordo com o padrão vigente numa sociedade.

A definição acima permite o esclarecimento de que a pobreza pode ser vista tanto sob aspectos quantitativos quanto sob aspectos qualitativos. Os aspectos quantitativos são de mais fácil percepção e estão diretamente relacionados às privações de bens materiais, os elementos básicos para a sobrevivência humana. Por aspectos qualitativos entende-se a situação de exclusão social a que essa população está sujeita, por exemplo, a falta de acesso à escola da qualidade.

O Fundo das Nações Unidas para a Infância – UNICEF (2005), lista cinco dimensões para a pobreza: a pobreza de renda; a mortalidade infantil; a falta de acesso à água potável; a falta de serviços de saneamento básico; a falta de acesso à educação e a má qualidade do ensino.

Em trabalho realizado sobre a evolução da pobreza no Nordeste do Brasil, Rocha (2003) explica sobre a abordagem adotada para a realização do mesmo que:

Apesar do caráter multifacetado da pobreza, síndrome de carências diversas, optou-se por privilegiar a abordagem de renda. Onde a economia é essencialmente monetária, como no Brasil, pobreza pode ser, pelo menos como ponto de partida, entendida como insuficiência de renda. O procedimento habitual consiste em recorrer à renda das famílias como *proxy* do seu nível de bem-estar, já que a satisfação de necessidades básicas, principalmente aquelas no âmbito do consumo privado, depende da renda monetária.

Em conformidade com a explicação de Rocha, o presente trabalho, apesar de considerar também relevante outras abordagens como determinantes de pobreza, fará

referência à pobreza de renda como sua principal dimensão, e neste sentido, adotará como meio para a melhoria do bem-estar da população, o aumento de sua renda.

Assim como as dimensões, os indicadores usados para mensurar a pobreza são diversos. O Instituto de Estudo do Trabalho e Sociedade - IETS¹ - define linhas de pobreza específicas para o Brasil e para cada região e estados brasileiros. A linha de pobreza é o dobro da de indigência ou de extrema pobreza, sendo essa definida como os custos de uma cesta básica alimentar que contemple as necessidades de consumo calórico mínimo de um indivíduo. Para o Brasil a linha de pobreza é a quantia de R\$154,00 *per capita*, sendo considerado pobre o indivíduo cujo rendimento é, em média, abaixo desse valor por mês.

Embora indicadores de qualidade de vida mostrem que no Brasil a população pobre tenha passado por uma melhoria de vida nos últimos anos, os dados sobre a renda da população brasileira ainda são perversos. O IETS divulga através de tabulação de dados da PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio - 2004 que 31,7% da população brasileira encontra-se abaixo da linha da pobreza. Quando se fala apenas do Nordeste, uma região historicamente castigada pela pobreza, esse dado se eleva para 55,3% da população.

A tabela 1 apresenta as porcentagens da população pobre do Brasil e das regiões brasileiras. O Nordeste é a região que apresenta o maior nível de pobreza, diferindo da segunda com maior número de pobres, a região Norte, em mais de dez pontos percentuais, no ano de 2004. Mais da metade da população da região Nordeste encontra-se em situação de privação das necessidades básicas de sobrevivência. Embora tenha havido oscilações dos valores entre os anos de 1998 e 2004, não se pode dizer que os níveis de pobreza tenham sofrido grandes reduções.

Tabela 1: Pobres por região do Brasil

Porcentagem por região							
	1998	1999	2001	2002	2003	2004	Linha de pobreza ²
Brasil	32,7	33,9	33,6	32,9	34,1	31,7	154
Norte¹	45,3	45,6	44,2	45,2	46,7	41,7	161
Nordeste	57,6	58,6	57,3	56,5	58,0	55,3	155
Centro-Oeste	22,7	25,0	24,5	23,5	25,2	21,0	134
Sudeste	19,3	20,6	21,5	21,0	22,5	20,7	154
Sul	24,1	25,9	23,2	21,8	21,6	19,5	160

Fonte: Elaborado pelo IETS com base na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD).

Obs.: A pesquisa não foi a campo em 2000.

Notas: 1 - Os estados da região Norte, exceto o estado de Tocantins, referem-se apenas a área urbana até 2003.

2 - Valores expressos em Reais de 2004, utilizando o INPC para o deflacionamento.

¹ Dado divulgado pelo IETS, tabulado a partir da PNAD/IBGE. Disponível em: <<http://www.iets.inf.br/>>, acesso em: 15 de agosto de 2006.

A pobreza pode ser combatida de diversas formas, porém seguindo três dimensões: a assistência social, porque a sobrevivência é um direito radical; a inserção no mercado, para que o pobre se auto-sustente e tenha projeto de vida; e a cidadania, para que o pobre assuma seu destino com a devida autonomia (PNUD, 2005).

1.2 Instrumentos de combate à pobreza

Não é descomedido falar que a pobreza sempre esteve evidente no mundo em sua forma material, porém nos últimos 30 anos esse tema passou a receber grande atenção por parte das ciências sociais e humanas. As discussões sobre as causas e soluções para os problemas de pobreza e desigualdade passaram muitas vezes por pontos de análise essencialmente teóricos. Contudo, o foco dessa análise mudou quando os cientistas passaram a observar a pobreza como um problema *per se* e não como uma consequência dos desajustes econômicos e dependente deles. A grande importância dessa mudança é que ela não é somente de perspectiva conceitual, mas tem implicações muito concretas, que vão desde as políticas de financiamento à pesquisa de agências e fundações públicas e privadas, nacionais e internacionais, até a própria agenda política brasileira (SCHWARTZMAN, 2004).

Soluções para pôr fim à pobreza não podem ser determinadas facilmente e não são fáceis de implementar. Como mencionado no tópico anterior, a pobreza pode ser combatida por meio da assistência social, da cidadania e da inserção no mercado.

Primeiro por meio da assistência social, para que o indivíduo tenha as mínimas condições de moradia, saúde e alimentação necessárias à sobrevivência. Segundo por meio da cidadania, quando Estado e sociedade oferecem aos pobres as condições necessárias para que esses exerçam seus direitos humanos, sociais e políticos da mesma forma que os demais indivíduos. E por último por meio da inserção no mercado, para que o indivíduo possa se sustentar por meios próprios e obter melhores condições de vida.

Estudiosos sobre o tema defendem que o elemento chave para a população sair dessa situação é a educação. De fato, uma população que possui um bom nível educacional² tem maior condição de ingressar no mercado de trabalho, integrar-se à sociedade e exercer sua cidadania, porém não se pode esperar até que toda a população seja contemplada com o nível educacional ideal. Assim, políticas públicas devem ser executadas nos três níveis de combate. Silva et al. apud Silva (2002), argumentam que “várias são as opções existentes no sentido de reduzir a desigualdade. Elas vão desde os esquemas de renda básica ou de renda mínima, que

² Para informações sobre as duas funções sociais opostas da educação, ver Reis e Schwartzman (2006).

se tratam de doações em dinheiro aos pobres até o microcrédito e as microfinanças, que visam fornecer serviços financeiros especialmente desenhados para suprir as necessidades dos mais carentes”.

A agenda política brasileira nos últimos anos voltou-se para essas questões, apresentando soluções mais efetivas que amenizam a situação de penúria e integram essa população carente à sociedade. Como afirma Rocha (2006), os indicadores de pobreza e indigência brasileiros vêm sendo favoravelmente afetados pelas políticas públicas relativas a aposentadorias e pensões, assim como pelos novos mecanismos de transferência de renda focalizadas nos mais pobres. Embora tais mecanismos sejam de fundamental importância, são programas de caráter emergencial e de curto prazo, que não atingem a origem do problema.

As dimensões citadas e suas formas de combate à pobreza são de extrema importância e devem ser empregadas da maneira correta. Contudo, o modo de sobrevivência e bem-estar mais seguro e digno para os pobres é o trabalho. O trabalho contempla exatamente a inserção da população no mercado para promover a geração de renda e como forma de melhorar sua condição de vida. Como explicam Reis e Schwartzman, a participação no mercado de trabalho é a principal forma de inclusão das pessoas nas sociedades modernas e o ponto de partida de todas as análises sobre inclusão e exclusão social. Grande parte da população de baixa renda busca como estratégia de sobrevivência o trabalho por conta própria. Conforme afirmam Carvalho e Abramovay (2004):

Os trabalhadores “por conta própria” constituem, isoladamente, o mais importante segmento na composição da pobreza brasileira - maior que os desempregados ou os assalariados -, sejam eles formais ou informais. Aumentar sua capacidade de investimento, melhorar suas condições produtivas e sua inserção em mercados mais promissores é uma das premissas básicas para a superação da pobreza em que se encontram atualmente. Embora a maior parte dos trabalhadores “por conta própria” tenha renda muito baixa, o acesso a serviços financeiros representa um fator de peso na dinamização de suas iniciativas econômicas.

É nesse contexto que o microcrédito é tido como um importante meio de combate à pobreza, visto que tem como finalidade promover a inserção dos indivíduos no mercado, garantindo sua auto-sustentação e permitindo que possa haver melhoria de vida dos mesmos. Silva (2002) salienta que uma das principais diferenças que o microcrédito apresenta em relação aos demais programas de redução da pobreza é o fato de ele não ser um programa “paternalista”. Muhammad Yunus, economista bengalês precursor do microcrédito, afirma que, do ponto de vista do beneficiário, a caridade pode ter efeitos desastrosos. Em muitos casos ela desmotiva o mendigo a sair de sua situação. De acordo com o pensamento de

Yunus, por não ser um instrumento de simples caridade e exigir pagamento dos empréstimos, o microcrédito disciplina o indivíduo e o dota de responsabilidade, o que lhe auxilia a sair da vida de miséria.

1.3 O segmento microempresarial

Os trabalhadores por conta própria, que essencialmente compõem o segmento de micros e pequenas empresas - MPEs -, estão cada vez mais presentes na economia brasileira. A maior parte das MPEs encontra-se no setor informal da economia. Dados da pesquisa Economia Informal Urbana - Ecinf - de 2003, realizada pelo IBGE, mostram que 98% das pequenas empresas não-agrícolas existentes no Brasil, fazem parte do setor informal³. Dessas, 88% pertenciam à trabalhadores por conta própria, sendo apenas 12% de pequenos empregadores (com até cinco empregados).

Ainda de acordo com a Ecinf, na região Nordeste também 98% das pequenas empresas não-agrícolas eram do setor informal, sendo 89% pertencentes a trabalhadores por conta própria.

Essas empresas sofrem grandes dificuldades de acesso ao crédito para o desenvolvimento de suas atividade. A Ecinf divulga que apenas 6% das empresas brasileiras do setor informal utilizaram crédito nos três meses anteriores à pesquisa. Entre as empresas que o fizeram, a principal fonte dos recursos, com 58% de participação, foram os bancos, públicos ou privados. No Nordeste o crédito entre essas empresas também apresentou uma participação de 6%.

Essa dificuldade de acesso ao crédito deve-se ao fato de que a oferta de crédito do sistema financeiro tradicional não é voltada para os microempresários. O método utilizado para os empréstimos tradicionais não é adequado às necessidades dessas pessoas. A prestação de serviços para o fomento das pequenas atividades necessita de uma atenção especial, pois essas, normalmente, não possuem os requisitos exigidos para a concessão de empréstimos, por exemplo, a documentação, as formas tradicionais de garantia. Yunus (2000) ainda explica que os bancos tradicionais pedem aos clientes que se dirijam a suas agências. Segundo ele,

³ Para definição do setor informal, entre outros fatores, a Ecinf descreve que: fazem parte do setor informal as unidades econômicas não-agrícolas que produzem bens e serviços com o principal objetivo de gerar emprego e rendimento para as pessoas envolvidas; as unidades do setor informal caracterizam-se pela produção em pequena escala, baixo nível de organização e pela quase inexistência de separação entre capital e trabalho, enquanto fatores de produção.

para um pobre - e ainda por cima analfabeto -, uma agência tem algo de terrível, de ameaçador.

O microcrédito se apresenta então, como uma forma de financiamento especial, com metodologia específica, voltado para atender às necessidades da população excluída do setor financeiro tradicional, a população de baixa renda.

2. O MICROCRÉDITO

Esse capítulo apresenta especificamente no tema microcrédito. Inicialmente é apresentado um breve histórico do microcrédito no mundo e sua utilização no Brasil. Posteriormente são abordados os conceitos relacionados ao assunto e suas características operacionais.

2.1 Microcrédito no mundo - Breve histórico

O ponto de partida para o uso do microcrédito com as atribuições e importância mundial que hoje ele possui foi Bangladesh, um dos países mais pobres do mundo, que nos anos 70, tinha pelo menos 40% de sua população vivendo em situação de extrema pobreza, sem condições de satisfazer as necessidades alimentares mínimas (YUNUS, 2000).

Essa iniciativa partiu do professor de economia, Muhammad Yunus, que juntamente com seus alunos, percebeu a realidade da população ao redor da universidade em que lecionava. Essas pessoas realizavam pequenas atividades como meio de sobrevivência e não tinham acesso ao crédito nos bancos comerciais para financiar suas pequenas atividades produtivas, tomando empréstimos com agiotas a juros de até 10% ao dia e não obtendo quase nenhum rendimento após o pagamento de suas dívidas.

Observando a vida daquelas pessoas, Yunus concluiu que a condição de pobreza em que elas se encontravam seria ultrapassada se lhes fosse possível acesso ao crédito para manterem seus negócios, longe das altas taxas de juros. O professor desejava que os pobres fossem afastados da ação dos agiotas e pudessem adquirir crédito de fontes mais justas, que não lhes causassem a dependência que tinham. Sua idéia era criar com isso oportunidades de trabalho e renda e buscava promover uma auto-estima nessas pessoas.

Yunus solicitou então a uma aluna um relatório sobre as pessoas de Jobra (pequena aldeia da cidade localizada perto da universidade) que dependiam de agiotas. O relatório indicava que 42 pessoas da aldeia encontravam-se naquela situação e que juntas necessitavam de um empréstimo de menos de US\$ 27 para romperem o ciclo de dependência. A maior parte dessas pessoas era de mulheres. Isso ocorria, entre outros fatores, porque elas praticamente não participavam do sistema de empréstimo bancário do país, representando menos de 1% de todos os empréstimos concedidos.

Yunus começou, em 1976, emprestando dinheiro próprio a essas pessoas pobres e tomando empréstimos em bancos comerciais para continuar realizando as operações de

crédito. Seguiu com sua idéia de que os pobres deveriam receber crédito de uma maneira sustentável. Para isso deveria haver mudanças na estrutura financeira, pois as instituições tradicionais não estavam interessadas em participar desse processo. Yunus fundou então, em outubro de 1983, o Grameen Bank (Banco da Aldeia), para fornecer empréstimos à população pobre. Segundo Yunus, o objetivo primordial do Grameen era acabar com a pobreza.

O professor defendia que o direito ao crédito financeiro deveria ser um direito de todos por ter um grande aspecto social, que os pobres já possuíam alguma habilidade geradora de renda e o que lhes falta era capital para aproveitar essa capacidade. Ele afirma que, apesar do potencial do microcrédito de retirar as pessoas da pobreza, este instrumento não deveria ser visto com uma política assistencialista devendo ser administrado, mesmo quando por gestão pública, de forma a obter retornos positivos, para poder ser sustentável. Perdoar as dívidas destruiria qualquer negócio de microcrédito, pois acabaria com sua reputação e não geraria os incentivos corretos para os devedores (NERI, 2005).

O alcance do Grameen Bank em todo esse tempo de atuação aumentou significativamente. Em 1997 o banco possuía 2,27 milhões de clientes (sendo 94% mulheres), presentes nas 38 mil aldeias atendidas (YUNUS, 2000). Em dezembro de 2006, o número de clientes chegou a quase sete milhões, sendo 97% mulheres. Com 2.319 filiais, o Grameen fornecia serviços em 74.462 aldeias, cobrindo mais de 89% das vilas existentes em Bangladesh (GRAMEEN BANK, 2007).

Outra experiência conhecida e bem sucedida em microcrédito aconteceu na Indonésia, com o Banco Rakyat, um banco estatal que, nos anos 70, atuava fornecendo pequenos empréstimos para agricultores. Seu produto era crédito subsidiado para produtores de arroz. Em 1984, foram realizadas diversas mudanças nesse serviço. Foi criada uma nova área no banco, chamada *unity desa*, com o objetivo de ampliar a área rural beneficiada, não mais se restringindo à agricultura. O sistema *unity desa* operava através de uma rede nacional de pequenas agências espalhadas em todo país. Juntamente com a ampliação da rede de atendimento, o banco tinha o objetivo de substituir o crédito subsidiado por um produto lucrativo que pudesse fornecer a sustentabilidade do programa. Também com essas mudanças, foram oferecidos novos serviços financeiros, como crédito, poupança e depósitos para a população rural da Indonésia. O *unity desa* opera como uma área separada do Banco Rakyat.

Esses dois casos foram essenciais para que o microcrédito fosse visto como um instrumento fundamental para o aumento da renda e da qualidade de vida da população pobre. Como explica Neri (2005), há muitos casos em que há uma verdadeira revolução gerada por esses programas que ajudam milhares de pessoas a saírem da pobreza e mesmo da indigência.

A experiência do banco Grameen, em Bangladesh, que já em 1976 despertou a atenção para esse problema, assim como a de outras instituições, serviram para incentivar o uso desse mecanismo em diversos países do mundo, inclusive no Brasil.

Como destaca Lhacer (2003), o Grameen Bank tornou-se referência absoluta como programa de erradicação da pobreza através do crédito. Seu modelo foi copiado e adaptado por dezenas de países, incluindo países desenvolvidos como Estados Unidos e Canadá. Instituições internacionais como Banco Mundial e BID passaram a apoiar o desenvolvimento do microcrédito, principalmente na América Latina e Ásia. Várias instituições não-governamentais entraram nesse mercado. Posteriormente, várias organizações sem fins lucrativos se transformaram em instituições financeiras regulamentadas e se tornaram auto-sustentáveis. Até 2003, segundo o Banco Mundial, existiam mais de 7mil instituições em todo o mundo atuando no setor microfinanceiro.

2.2 Microcrédito no Brasil

O Brasil foi o primeiro país da América Latina a criar, já em 1973, uma instituição nos moldes de uma instituição de microfinanças⁴ - IMF: o Projeto UNO - União Nordeste de Assistência à Pequenas Organizações - de Recife, posteriormente transformado no CEAPE/Pernambuco.

De acordo com Goldmark et al (2000), as microfinanças e a participação das IMF no Brasil tiveram quatro fases:

1. Início do microcrédito - 1986: ONGs, inclusive o sistema CEAPE - Centro de Apoio a Pequenos Empreendimentos, criado pela parceria entre a ACCION Internacional e a UNICEF - e o Banco da Mulher - associado ao Women's World Banking;
2. Surgimento dos Bancos do Povo - 1996: Portosol - Instituição Comunitária de Crédito criada pelo Governo de Porto Alegre - e suas réplicas, que envolviam governos municipais e estaduais e têm atraído outros atores governamentais;
3. Atuação dos Bancos Comerciais - 1996: VivaCred - Projeto da ONG Viva Rio. Primeiro projeto de microcrédito a receber recursos de uma instituição privada, a Fininvest;
4. Atuação dos Bancos Estatais - 1997: Programa CrediAMIGO do Banco do Nordeste - criado com o apoio do Banco Mundial.

⁴ O microcrédito é o principal serviço das microfinanças e por isso o mais representativo, logo, quando se deseja apresentar dados sobre microcrédito, normalmente se recorre aos dados sobre microfinanças.

O microcrédito pode ser operado por instituições financeiras e não financeiras da Sociedade Civil (Representadas pelas OSCIPs - Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público -, que incluem as ONGs - Organizações não-governamentais); do Poder Público (Bancos de desenvolvimento, por exemplo); da Iniciativa Privada (SCM - Sociedades de Crédito ao Microempendedor - e outras instituições financeiras, como Bancos). Dentre as instituições brasileiras que atualmente atuam nesse setor podem ser citados o Banco do Nordeste, com o CrediAMIGO; a Caixa Econômica Federal; o Banco do Brasil, com o Banco Popular do Brasil; o Unibanco, com o Microinvest; o ABN Real, com o Real Microcrédito; o BNDES com o Programa de Crédito Produtivo Popular; o Banco da Mulher; a rede CEAPE. O quadro 1 apresenta uma visão sobre as instituições de microfinanças brasileiras que, no ano de 2001, possuíam mais de 2.000 clientes ativos.

Quadro 1: Instituições de microfinanças no Brasil com mais de 2.000 clientes ativos (2001)

Ranking por número de clientes	Tipo de IMF	Estrutura legal	Clientes ativos	Carteira ativa (R\$)	Valor médio do empréstimo (R\$)
Banco do Nordeste (CE)	Instituição financeira	Banco estatal	85.309	49.847.600	584
Banco do Povo de São Paulo (SP)	Agência do governo	Iniciativa do governo	9.521	16.148.660	1.696
Banco do Povo de Goiás (GO)	Agência do governo	Iniciativa do governo	7.535	8.386.455	1.113
CEAPE (MA)	Afiliada de rede internacional	OSCIP	5.467	2.985.111	546
CEAPE (RN)	Afiliada de rede internacional	ONG	5.411	4.030.880	745
CEAPE (PE)	Afiliada de rede internacional	OSCIP	4.527	2.996.848	662
Visão Mundial (BA/MG/PE/RN)	Afiliada de rede internacional	ONG	2.583	1.591.880	616
CEAPE (SE)	Afiliada de rede internacional	OSCIP	2.543	1.826.593	718
Portosol (RS)	Organização de sociedade civil	OSCIP	2.069	3.860.355	1.866

Fonte: Goldmark, 2002.

Goldmark (2002) explica que, em 2001, essas nove IMFs com mais de 2.000 clientes ativos atendiam a 79% dos clientes ativos de microfinanças no Brasil. O Banco do Nordeste

sozinho era responsável por 54% do total de clientes atendidos pelas instituições de microfinanças. Das nove IMFs apresentadas no quadro, seis estão localizadas no Nordeste. O valor médio do empréstimo nessas IMFs reflete as diferenças regionais. Assim, o valor médio do empréstimo nas seis maiores IMFs no Nordeste é de R\$ 642, muito inferior ao valor médio de empréstimo da Portosol no Sul (R\$ 1.866), do Banco do Povo de São Paulo, no Sudeste (R\$ 1.696), e do Banco do Povo de Goiás, no Centro-Oeste (R\$ 1.113).

O segmento de microfinanças teve significativo crescimento a partir do ano 2000. Como destaca Goldmark et al (2002), o número de clientes ativos passou de 76.700 em dezembro de 1999 para 158.654 em dezembro de 2000, mais que o dobro de clientes atendidos naquele ano. O Banco do Nordeste foi o maior responsável por esse crescimento, pois apenas o CrediAMIGO apresentou um crescimento de clientes ativos de 35.322 para 85.309, mais que a metade do total de clientes atendidos pelo segmento nesse ano.

O crescimento das IMFs no país, contudo, esteve muito aquém de alguns países latino-americanos e de instituições do sistema financeiro brasileiro. Um estudo do BNDES (GOLDMARK et al., 2002), mostra que, mesmo com os crescentes investimentos nesse mercado, a oferta de crédito no Brasil ainda não atinge à demanda potencial⁵. Em 2002, existiam 8,2 milhões de microempreendimentos elegíveis para microfinanças enquanto a penetração da indústria microfinanceira no Brasil é de 2% da demanda potencial, uma porcentagem muito baixa quando comparada a outros países em desenvolvimento, inclusive em vários outros países da América Latina. No Chile, Peru e Paraguai, as IMFs penetraram em torno de 25-35% do mercado de demanda potencial, enquanto as taxas correspondentes a El Salvador e Nicarágua são estimadas em aproximadamente 70%. Em um caso extremo, o da Bolívia, o mercado microfinanceiro ficou de tal modo saturado e competitivo que sua taxa de penetração estimada é 163%.

O estudo apresenta os números de IMFs no Brasil e nas regiões brasileiras – ilustração 1. Em 2001, existiam no Brasil 121 IMFs, com um total de 158.654 clientes ativo. Contudo, a atividade de microfinanças varia muito de uma região para outra. A região Sudeste era a que possuía o maior número de IMFs (50), porém no Nordeste o número de clientes era seis vezes maior, apesar dessa região possuir apenas 28 IMF. O Nordeste sozinho era responsável pela metade da carteira ativa do Brasil.

⁵ Christen apud Goldmark (2002) define demanda potencial para microfinanças o número de microempreendedores elegível que demanda produtos microfinanceiros.

Ilustração 1: Mercados de IMFs no Brasil (2001)



Fonte: Goldmark et al. 2002.

Nos últimos anos, o segmento microfinanceiro ganhou maior espaço na pauta dos assuntos do governo brasileiro que passou a incluir em seu plano de desenvolvimento, medidas para ampliação de serviços financeiros destinados à população de baixa renda e microempreendedores. No Governo do Presidente Lula foi implementado um programa de bancarização e um Programa de Microcrédito. Dentre as medidas tomadas pelo governo federal, destaca-se a instituição, em 2005, do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado - PNMPO -, cujos objetivos, como divulgados pelo MTE - Ministério do Trabalho e Emprego -, são: incentivar a geração de trabalho e renda entre os microempreendedores populares, disponibilizar recursos para o microcrédito produtivo orientado e oferecer apoio técnico às instituições de microcrédito produtivo orientado, com vistas ao fortalecimento institucional destas, para a prestação de serviços aos empreendedores populares.

2.3 Conceitos

O termo microcrédito possui várias definições. O microcrédito pode ser visto como qualquer empréstimo de pequena monta, destinado aos mais pobres, ou, levando em consideração as condições de seu surgimento e sua finalidade, como um crédito especial, de pequeno valor, voltado para pequenas atividades produtivas.

Observando-se a etimologia da palavra micro, não é errado dizer que esse seja genericamente um crédito de pequeno valor. A idéia central de microcrédito, quando da sua consolidação a partir da iniciativa de Muhammad Yunus é a de que esse fosse direcionado à redução da miséria por meio da geração de renda. Quando Yunus começou a realizar empréstimos de mínimos valores, eles eram oferecidos a pessoas muito pobres, cujo único

meio de sobrevivência era desenvolver atividades que lhes gerassem alguma renda mínima capaz de prover-lhes o essencial, a alimentação. Embora Yunus não limitasse a finalidade dos empréstimos, pelas características das pessoas atendidas, eles praticamente se restringiam à financiar suas atividades geradoras de renda.

Para determinar o conceito de microcrédito é necessário dizer que não está muito claro em termos conceituais, a distinção e os limites dos termos microcrédito e microfinanças. Dois pontos de vista podem ser considerados quando se busca o conceito de microcrédito e sua relação com as microfinanças. Um se refere a microfinanças como sendo a prestação de serviços financeiros diversos aos mais pobres, como empréstimos, seguros e poupanças, sendo o microcrédito um instrumento das microfinanças. O outro atribui um *status* especial ao microcrédito, por ser um crédito produtivo e operado de forma diferenciada dos demais serviços.

O primeiro conceito iguala o microcrédito aos outros tipos de serviços financeiros prestados à população de baixa renda, sendo tomado como qualquer tipo de crédito, por exemplo, crédito para consumo, crédito habitacional, entre outros.

O Governo Federal Brasileiro, por exemplo, na Medida Provisória que regula as operações de crédito realizadas por instituições financeiras destinada à população de baixa renda e a microempreendedores (MP nº 122), posiciona-se de acordo com esse conceito, igualando o microcrédito aos outros tipos de créditos prestados. A Medida Provisória,

não vincula o microcrédito à atividade produtiva, não proíbe sua utilização para o consumo e apenas se limita a classificá-lo como um pequeno volume de recurso creditício. [...] Desse modo, é necessário que se faça distinção entre microcrédito e microfinanças, compreendida como a oferta de uma cesta de produtos financeiros para o segmento de baixa renda, como crédito ao consumidor, trocas de cheques, poupanças, serviços de penhora, empréstimos para habitação e cartões de crédito. O microcrédito coloca-se, neste contexto, como um dos produtos de microfinanças (SANTOS, 2004).

Nesse ponto de vista, microcrédito e microfinanças são classificados apenas pela idéia de pequenos valores.

No segundo ponto de vista, o conceito de microcrédito traz em si a limitação de ser destinado à pequenas atividades produtivas, e a forma como é operado. Seguindo essa linha, Parente (2002) considera as diferenças na metodologia para concessão, explicando que o microcrédito,

carrega um conjunto de atributos relativo à forma como o crédito é concedido e restituído, à finalidade do empréstimo a ao público apto a figurar como tomador.

Parente, porém, generaliza a forma especial da prestação desse serviço para todos os serviços das microfinanças. O setor de microfinanças é definido por Parente (2002), como sendo,

um segmento do sistema financeiro voltado para a prestação de uma gama de serviços financeiros adequados e sustentáveis para a camada da população de baixa renda, buscando atender as necessidades das pessoas excluídas desse sistema.

Nesse sentido, todos esses serviços financeiros devem ser ofertados de forma adequada, sendo utilizadas tecnologias especiais (prazos, valores, periodicidade de pagamento, sistema de garantia) para que a população de baixa renda possa realmente ser atendida; e sustentáveis, para que se possa manter a continuidade da prestação dos mesmos. Segundo Parente (2003), o alvo das microfinanças é, pois, duplo: promover o segmento microempresarial, ao mesmo tempo em que combate a pobreza, mesmos objetivos do microcrédito, este se diferenciando então pela finalidade: fomentar atividades produtivas.

Conforme o enfoque deste trabalho, em que se considera o microcrédito como instrumento de combate à pobreza, a definição mais adequada é a de Barone et al. que diz que:

Microcrédito é 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 et al., 2002).

O microcrédito então é visto como: um serviço das microfinanças; um crédito de pequenos valores, que possui limitações quanto ao público alvo (população de baixa renda), à destinação (crédito produtivo), ao prazo de reembolso (curto prazo) e principalmente quanto à tecnologia de concessão.

2.4 Características do microcrédito

Como visto, o microcrédito é hoje operacionalizado por diversas instituições e com diferentes formas de concessão, acompanhamento e reembolso do crédito. Porém em essência, essas instituições possuem características semelhantes. O principal objetivo do microcrédito é viabilizar um meio de auto-sustento para atividades geradoras de renda tendo como causa final, ajudar pessoas de baixa renda a melhorarem sua situação. O crédito deve tornar-se não um instrumento de criação de dívida, mas uma forma contínua de

financiamento, dando sustentabilidade a essas atividades. A seguir apresentam-se as principais características e a tecnologia usada nesse tipo de empréstimo:

1. Produto: empréstimos de pequenos valores para atividades produtivas, utilizados prioritariamente para suprir as necessidades de capital de giro, podendo ser estendido para compra de equipamentos e reformas na atividade. O crédito deve ser contínuo, normalmente os valores iniciais são bem pequenos e crescem à medida que o cliente realiza o pagamento dos empréstimos anteriores.

2. Público Alvo: microempreendedores que atuam geralmente no setor informal da economia, normalmente população de baixa renda. Embora algumas instituições atendam à área rural, a maior parte dos clientes atendidos é da área urbana.

3. Características das atividades: as empresas geralmente estão dentro da residência dos clientes e não possuem as finanças diferenciadas das finanças de casa.

4. Agente de crédito: o agente de crédito é o elo de ligação do cliente com a instituição, muitas vezes as pessoas de baixa renda deixam de utilizar serviços financeiros tradicionais, pois se sentem constrangidas de ir até a instituição. O agente vai até onde o potencial cliente se encontra, na sua atividade, para “conquistá-lo” e oferecer o crédito, tornando-se responsável por todo o processo de concessão do crédito e acompanhamento do cliente. A responsabilidade do agente vai além de apenas ofertante de crédito, pois ele é o facilitador do cliente perante a instituição, porém, seguindo as regras impostas por esta.

5. Sistema de Garantia: O sistema de garantia utilizado é o mecanismo de aval solidário. Lhacer (2003) esclarece que o aval solidário (ou garantia solidária) é um tipo de fiança na qual o empréstimo, que pode ser concedido para cada indivíduo de um grupo separadamente ou para o grupo como um todo, é garantido por todos os membros em conjunto.

Pessoas de baixa renda isoladamente não conseguem crédito no mercado formal por não terem garantias reais a oferecer, entretanto estes podem se organizarem em grupos. Para que o grupo seja bem sucedido é necessário que os membros conheçam uns aos outros e que haja confiança mútua entre os clientes, pois eles passam a ser responsáveis por todos os demais (aval solidário). Esse tipo de aval é uma forma explícita de capital social, que tem como componente básico a confiança. A questão da importância do capital social nesse mercado de crédito é resumida quando Robert Putnam (1996) explica que,

assim como o capital convencional no caso dos mutuários convencionais, o capital social serve como uma espécie de garantia, estando porém disponível para os que não têm acesso aos mercados de crédito regulares. Não dispondo

de bens físicos para dar em garantia, os participantes na verdade empenham suas relações sociais. Assim o capital social é usado para ampliar os serviços de crédito disponíveis nessas comunidades e para aumentar a eficiência com que aí operam os mercados.

A confiança é necessária tanto entre os clientes entre si, na formação do grupo, quanto entre a instituição e os clientes. As instituições possuem conhecimento superficial sobre os clientes e suas atividades. Apenas com o passar do tempo e com o conhecimento das atitudes dos clientes as relações de confiança são aprofundadas. Essa é a explicação para o fato de os primeiros empréstimos serem de menores valores e os posteriores terem valores crescentes.

O agente de crédito e o aval solidário são considerados a grande inovação criada pelo Grameen Bank para que fosse possível a oferta de crédito para a população pobre.

6. Concessão de crédito: o microcrédito é chamado de crédito “desburocratizado” por não exigir garantias reais tais como comprovantes de renda, planos de negócios e análises financeiras formais. O crédito é concedido ao cliente após aprovação de sua proposta pela instituição que é feita com o agente de crédito e leva em consideração a necessidade de capital para a atividade e a capacidade de pagamento do cliente. Parente (2003) explica que as tecnologias de análise de risco incorporam, além da capacidade de pagar (construção informal do fluxo de caixa do cliente), a análise da vontade de pagar (análise do caráter) e a construção de garantia não convencional baseada no compromisso pessoal e/ou solidário.

7. Prazos de reembolso: os reembolsos são realizados em prazos curtos, mensais, quinzenais e até semanais. Isso é necessário, pois a rotatividade do capital das microempresas é extremamente alta. Para os microempresários é mais garantido realizar pagamentos imediatos com o capital gerado ao longo do dia na atividade do que guardá-lo por muito tempo, pois esses correm o risco de usarem o excedente para suas necessidades pessoais. Esse mecanismo reduz o risco de inadimplência.

8. Juros: as taxas de juros cobradas normalmente não são baixas, pois a instituição necessita cobrir seus custos operacionais e garantir sua sustentabilidade. Embora Yunus tenha se diferenciado por oferecer taxas de juros bem menores do que as que eram tomadas pelas pessoas pobres de Jobra, normalmente clientes de microcrédito não demandam crédito barato e aceitam taxas de juros de mercado. Parente (2003) explica que as pessoas pobres aceitam pagar juros de mercado para ter acesso ao crédito.

Nesse contexto, pode-se dizer que por fazer uso de uma tecnologia inovadora, o microcrédito se destacou como crédito produtivo destinado à população de baixa renda, tendo sido disseminado em vários países.

3. A EXPERIÊNCIA DO CREDIAMIGO

Nesse capítulo, será apresentada a experiência do CrediAMIGO, uma instituição que financia atividades produtivas através do microcrédito, de acordo com as características e tecnologia apresentadas acima.

A experiência do BNB em microcrédito demonstra como instituições que prestam serviços financeiros ao segmento microempresarial podem ser bem sucedidas e contribuir para o fomento desse segmento, melhorando a qualidade de vida das famílias que dele participam.

O segmento microempresarial surgiu como alternativa para a geração de renda entre as pessoas que, na maioria das vezes, não conseguiam um emprego que lhes dessem estabilidade de renda e então decidiram trabalhar por conta própria, montando pequenos negócios em diversas áreas.

A principal característica dessas unidades produtivas é não contar com um capital suficiente para compra de mercadorias (ou insumos), nem para realizar o investimento necessário à sua continuidade e progresso. Dessa forma, essas atividades acabam não gerando grande melhoria na renda e na qualidade de vida da família, pois, a relação entre as finanças da atividade e da família é estreita e geralmente inseparável.

O CrediAMIGO entrou então nesse contexto, como mecanismo de auxílio ao desenvolvimento dessas atividades, que em geral participam do setor informal da economia. Como descreve o próprio Banco do Nordeste⁶, o CrediAMIGO é o Programa de Microcrédito Produtivo e Orientado que oferece pequenos empréstimos de maneira rápida e sem burocracia, para microempreendedores que necessitem de dinheiro e orientação para investir em seu negócio. Sua missão é:

Contribuir para o desenvolvimento do setor microempresarial mediante oferta de serviços financeiros e assessoria empresarial, de forma sustentável, oportuna, adequada e de fácil acesso, assegurando novas oportunidades de ocupação e renda para a Região Nordeste e norte dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo do Brasil.

O BNB foi o primeiro banco público de 1º piso no Brasil a operar com crédito de pequeno valor. As motivações como banco de desenvolvimento regional para sua entrada

⁶ Grande parte das informações contida nesta parte do trabalho compreende material de divulgação do Banco do Nordeste, através da página na internet (www.bnb.gov.br), ou livretos distribuídos, incluídos nas referências bibliográficas desse trabalho.

nesse mercado estavam tanto nas mudanças organizacionais em curso na época, quanto nos componentes dos cenários nacional e internacional. O sucesso da implantação desse tipo de crédito em outros países com uma realidade de pobreza parecida com a do Nordeste do Brasil, foi fundamental para a iniciativa do Banco do Nordeste. Como visto no primeiro capítulo, no final dos anos 90, quase 60% da população do Nordeste encontrava-se abaixo da linha da pobreza. Conforme revela o próprio BNB,

As experiências bem sucedidas dos chamados ‘bancos sociais’ ou entidades similares, implantadas em países como Bangladesh, Indonésia, Bolívia e Peru, que apresentam aspectos semelhantes aos da região Nordeste levaram o Banco Mundial e o Banco do Nordeste a um processo de cooperação para implementação de um programa de desenvolvimento local integrado a sistema de microcrédito.

A idéia surgiu a partir da verificação de que os serviços de financiamento até então oferecidos pelo BNB não atendiam às pequenas atividades produtivas informais devido à restrição da regulamentação do sistema bancário brasileiro para tais operações. Lhacer (2003) explica que o BNB procurou o apoio do Banco Mundial em 1996, pois enxergava no microcrédito a possibilidade de atender a demanda por crédito do setor informal da economia, responsável por mais de 50% da ocupação de mão-de-obra em sua área de atuação.

Observando essa realidade, o Banco do Nordeste partiu para a criação de seu Programa de Microcrédito, que foi guiada por alguns aspectos por ele descritos:

1. O microcrédito é um negócio viável, com grande alcance social;
2. A economia informal desenvolve atividades nos setores de comércio, produção e serviços;
3. A maior concentração se encontra nos centros urbanos;
4. As organizações de microcrédito seguem um padrão de pequenas agências, localizadas próximas dos clientes, com estruturas enxutas e oferecem serviços rápidos;
5. Os empréstimos são de pequenos valores, crescendo gradualmente de acordo com a capacidade de absorção e pagamento;
6. Os prazos são relativamente curtos, adequados às atividades do tomador;
7. Não há mais de um crédito simultâneo para um mesmo cliente;
8. O empréstimo funciona como um processo educativo para microempresários;
9. Utiliza-se como garantia o aval solidário;
10. A inadimplência é rigorosamente controlada, não sendo possível prorrogação ou rolagem de dívidas;

11. A pontualidade é alta, por pressões morais e pela necessidade de ter continuidade ao crédito;

12. O custo financeiro deve cobrir os custos operacionais e de captação de recursos para dar sustentabilidade ao sistema.

O CrediAMIGO foi criado então com base nas características exigidas tanto com relação à demanda quanto à oferta desse mercado específico de crédito.

O BNB iniciou sua atuação no mercado de microcrédito com cinco agências-piloto. Após cinco meses, o programa começou a ser operado efetivamente, em abril de 1998, com a abertura de mais 46 agências atuando nas médias e grandes cidades do Nordeste. O CrediAMIGO, como programa do Banco do Nordeste tem sua atuação voltada para a região nordeste do Brasil, nortes de Minas Gerais e do Espírito Santo. Atualmente, o CrediAMIGO atende a 1.200 municípios, dos 1.985 atendidos pelo BNB, divididos sob a responsabilidade de 170 agências e 27 postos de atendimento a clientes, estando presente em quase todas as 180 agências do Banco do Nordeste.

Para oferecer cobertura aos clientes de todos esses municípios, o CrediAMIGO trabalha com assessores de crédito que são os responsáveis pela operacionalização do programa diretamente com o cliente em seu local de trabalho. Cada assessor atende a determinados municípios, definidos de acordo com os critérios estabelecidos pelo programa. A operacionalização do programa pelos assessores (e outros colaboradores), é de responsabilidade do Instituto Nordeste Cidadania, uma OSCIP parceira do CrediAMIGO.

Os clientes assistidos desenvolvem atividades relacionadas à produção, à comercialização de bens e à prestação de serviços. São, em sua maioria, pessoas que trabalham por conta própria, em negócios de pequeno porte, e se caracterizam por disporem de um mínimo de capital fixo, utilizarem poucos trabalhadores - familiares ou assalariados, registrados ou não - e por participarem diretamente da produção.

O programa atende à microempreendedores de diversas atividades como ambulantes, borracheiros, feirantes, sacoleiras, pequenos lojistas e fabricantes de produtos para consumo, entre outros. O crédito é fornecido, de acordo com a classificação do próprio CrediAMIGO - quadro 2 -, aos três setores de atuação das atividades: indústria, comércio e serviços, estando a grande maioria dos clientes no setor de comércio, 92%; 5% no de serviços; e 3% no de indústria (dados referentes à dezembro de 2005).

Quadro 2: Setores de atividades de acordo com o CrediAMIGO

As iniciativas dos clientes podem ser agrupadas, conforme o setor em que os clientes atuam:	
Indústria	Marcenarias, sapatarias, carpintarias, artesanatos, alfaiatarias, gráficas, padarias, produções de alimentos, etc;
Comércio	Ambulantes, vendedores em geral, mercadinhos, papelarias, armarinhos, bazares, farmácias, armazéns, restaurantes, lanchonetes, feirantes, pequenos lojistas, açougueiros, vendedores de cosméticos etc.
Serviço	Salões de beleza, oficinas mecânicas, borracharias, etc.

Fonte: BNB - CrediAMIGO

Como perfil geral do cliente CrediAMIGO, pode-se dizer que a maioria dos clientes: é do sexo feminino (61%); analfabeta ou com o 1º grau incompleto (68%); possui renda familiar inferior à R\$1.000,00 (57%); tem idade superior a 36 anos (58%), dos quais 18% tem mais de 50 anos, faixa etária conhecida por ser de difícil colocação no mercado de trabalho (dados referentes à dezembro de 2005).

O CrediAMIGO, é referência quando se trata da oferta de crédito a empreendimentos de pequeno porte, tanto pela ampla área de atuação, quanto pelo volume de empréstimos e número de clientes ativos.

A posição divulgada pelo programa, até outubro de 2006, traz uma quantidade acumulada de operações de 3.036.690, com um desembolso total de R\$2,58 bilhões e em valor médio de R\$851,71. No mesmo período, o CrediAMIGO atendeu a um total de 223.196 clientes⁷ com uma carteira ativa de R\$144,7 milhões.

Quanto à taxa de inadimplência do programa (calculada pela relação dos valores em atraso de 1 a 90 dias, com a carteira ativa), apresentou um comportamento de queda, estando em 0,73% ao final de 2006.

3.1 Características do empréstimo CrediAMIGO

O CrediAMIGO usa basicamente a metodologia utilizada pelas outras instituições, já citadas. Na operacionalização do crédito, o CrediAMIGO adota a metodologia do microcrédito produtivo orientado, que exige o relacionamento direto com os microempreendedores no local onde é executada a atividade econômica e possibilita o acesso fácil ao crédito e acompanhamento empresarial aos clientes. O atendimento aos empreendedores é feito pelos assessores de crédito, pessoas treinadas que efetuam o levantamento sócio-econômico para definição das necessidades de crédito e a prestação de orientação educativa sobre o planejamento do negócio. O levantamento sócio-econômico é

⁷ São considerados clientes ativos aqueles que possuem operações normais, ou em atraso de até 90 dias.

feito para que os valores e prazos sejam de acordo com o tipo, tamanho e necessidade de crédito da atividade, e da capacidade de pagamento.

Para adquirir um empréstimo junto ao CrediAMIGO é necessário que o interessado seja maior de idade; possua uma atividade produtiva há no mínimo um ano⁸; tenha disponibilidade de se integrar a um grupo de pessoas (não parentes próximos) que morem ou trabalhem próximos; possua identidade, cadastro de pessoas físicas (CPF) e comprovante de residência.

A formação do grupo é necessária para que se possa pôr em prática o sistema de garantia, o aval solidário. A grande diferença nesse sistema é que a garantia é conjunta, ou seja, todo o grupo se responsabiliza pelo pagamento integral do empréstimo. Ainda na formação do grupo, é importante que os integrantes tenham conhecimento uns dos outros, já que irão assumir a responsabilidade de ser fiador de cada um. Para uma maior segurança do pagamento, não é permitida a participação de pessoas dependentes financeiramente de outro integrante; é ainda desejável que as atividades dos membros do grupo sejam diferentes, pois uma eventual crise no ramo acarretaria maior possibilidade de perda de vários empréstimos.

O empréstimo é liberado de uma só vez, na agência do CrediAMIGO, diante de todo o grupo. É necessário que o grupo esteja completo, pois cada membro deve assinar pela parte que lhe cabe e pelo aval solidário. Os valores iniciais variam de R\$100,00 a R\$2.000,00 de acordo com a necessidade e o porte da atividade, a serem avaliados pelo assessor de crédito juntamente com o cliente. Os empréstimos podem ser renovados e os valores evoluírem até R\$8.000,00, dependendo da capacidade de pagamento e da evolução da estrutura da atividade.

Os empréstimos podem ser feitos através da contratação de vários produtos, sendo o Giro Popular Solidário o principal produto do programa - quadro 3. Além dos financeiros, o programa também oferece outros produtos, com destaque para a conta corrente.

⁸ O produto CrediAmigo Comunidade permite que os empréstimos sejam adquiridos para iniciar atividades produtivas.

Quadro 3: Produtos oferecidos pelo CrediAMIGO

Produtos oferecidos pelo CrediAMIGO	
Produtos Financeiros	
Giro Popular Solidário	Utiliza o aval solidário com grupo de três a dez pessoas. Usado para movimentar a atividade, servindo como fonte de recursos para compra de material e mercadorias. Os valores variam de R\$100,00 a R\$1.000,00. A taxa de juros é de 2% ao mês mais a taxa de abertura de crédito (TAC) de até 3% do valor liberado. O prazo de pagamento é de até seis meses. Pagamentos são fixos e podem ser quinzenais ou mensais.
Giro Solidário	Utiliza o aval solidário com grupo de três a dez pessoas. Para atividades com poder de pagamento um pouco maior. Usado para movimentar a atividade, servindo como fonte de recursos para compra de material e mercadorias. Os valores são de R\$1.000,00 a R\$8.000,00. A taxa de juros é de 4% ao mês, mais a TAC de até 3% do valor liberado. O prazo de pagamento é de até seis meses. Pagamentos são fixos e podem ser quinzenais ou mensais.
Crediamigo Comunidade	Destinado ao financiamento de capital de giro e à compra de pequenos equipamentos para a população de mais baixa renda nas áreas semi-urbanas e urbanas. Contempla microempresários que já possuam ou queiram iniciar suas atividades produtivas. Nessa modalidade, o grupo ainda se constitui através do aval solidário, porém formam-se os Bancos Comunitários, que são compostos de 15 a 30 pessoas que moram na mesma comunidade. Os empréstimos vão de R\$100,00 a R\$1.000,00. A taxa de juros é de 2% ao mês, mais a taxa de abertura de crédito (TAC) de até 3% do valor liberado. O prazo de pagamento é de até seis meses. Pagamentos são fixos e podem ser quinzenais ou mensais.
Giro Individual	São concedidos a membros de Grupos Solidários que expandiram suas atividades e necessidades de forma que não podem mais ser supridas nesses grupos. São oferecidos créditos individuais para atender a demanda de capital de giro. Sistema de garantia exige coobrigado. Os valores são de R\$300,00 a R\$8.000,00. A taxa efetiva de juros é de 4% ao mês, mais a TAC de até 3% do valor liberado. O prazo de pagamento é de até seis meses. Pagamentos são fixos e podem ser quinzenais ou mensais.
Investimento Fixo	Voltado para o cliente CrediAMIGO que deseja adquirir máquinas, equipamentos e instalações ou fazer algum tipo de reforma na atividade ou na residência. Sistema de garantia exige coobrigado. Os valores vão até R\$3.000,00. A taxa efetiva de juros é de 3% ao mês, mais a TAC de até 3% do valor liberado. O prazo de pagamento é de até dezoito meses. Pagamentos são fixos e mensais.
Outros produtos	
Conta Corrente	O programa abre conta corrente para todos os seus clientes, sem cobrar taxa de abertura e manutenção de conta, facilitando o recebimento e movimentação do crédito.
Assessoria Empresarial	Assessor de crédito oferece noções gerenciais básicas aos clientes, para que eles possam se integrar ao mercado de forma competitiva. Dessa forma, o progresso dos clientes também é garantia de retorno dos empréstimos concedidos e do desenvolvimento da região Nordeste.
Seguro Prestamista	Oferece proteção em caso de morte no decorrer da operação. Quita a operação do cliente que falecer e devolve o valor pago pelo cliente, referente à operação em andamento, para a família.
Seguro Vida CrediAmigo	É um seguro financeiro de adesão opcional para o cliente. Tem por objetivo garantir o pagamento de indenização ao(s) beneficiário(s) do seguro, caso o segurado venha a falecer por morte de qualquer causa ainda realiza sorteios mensais de prêmios em dinheiro para os segurados.

Fonte: BNB – CrediAMIGO

Quanto à participação dos produtos financeiros no total de empréstimos, o Giro Popular Solidário é o produto que tem maior adesão, representando 52,2% das operações realizadas, seguido do Giro Solidário, com 29,3% das operações realizadas. O Investimento Fixo representa 12,3%, o Giro Individual possui 5,5% das operações e o CrediAMIGO

Comunidade, que é o produto mais recente tem a participação de 0,8% das operações (dados referentes a outubro de 2006).

Todas essas características fazem com que o CrediAMIGO seja considerado o maior programa de microcrédito produtivo orientado do Brasil.

A seguir, apresenta-se o CrediAMIGO e o seu funcionamento na prática. Esse estudo foi realizado através de pesquisa direta em um município cearense, onde se procurou identificar os impactos gerados pelo acesso ao crédito aos microempresários da região e descobrir se os objetivos do programa estão sendo atingidos.

3.2 CrediAMIGO na agência Itapipoca: o crédito na visão dos microempresários

Essa parte do trabalho mostra de forma mais concreta os impactos do CrediAMIGO para a população beneficiada. As questões examinadas são: Em quais aspectos o CrediAMIGO está melhorando a qualidade de vida dessa população? Como o programa está contribuindo para a redução da pobreza?

Para encontrar informações que possam responder aos questionamentos acima, considerou-se que a realização de uma pesquisa de campo seria o mecanismo mais apropriado para analisar os pontos de interesse.

Optou-se buscar junto aos próprios clientes, o conhecimento dos resultados práticos do programa dado o interesse em conhecer a visão para esse tipo de questionamento, segundo a experiência e percepção do próprio cliente.

É necessário fazer algumas considerações sobre a metodologia da pesquisa antes de apresentar os resultados.

A pesquisa foi realizada na Agência do CrediAMIGO do município de Itapipoca, uma agência localizada em um município do Estado do Ceará, distante cerca de 140km da Capital, Fortaleza. A agência Itapipoca foi escolhida por ser uma das mais próximas de Fortaleza. Desejava-se não fazer a pesquisa em Fortaleza para que se conhecessem os impactos em pessoas que apresentassem maior situação de pobreza. O município de Itapipoca possuía, em 1º de janeiro de 2000, 94.369 habitantes (IBGE - Censo Demográfico 2000), sendo 71,45% da população considerada pobre (PNUD – Atlas de Desenvolvimento Humano 2000)⁹. Na agência, procuraram-se ainda clientes vindo de outros municípios que integram sua área de jurisdição, com o objetivo de tornar a amostra mais significativa.

⁹ Dados divulgados pela Rede Brasileira para o Desenvolvimento Municipal – Muninet. Disponível em: <<http://www.munit.org.br>>, acesso em: 25 de janeiro de 2007.

Realizou-se uma pesquisa direta através de entrevistas com alguns clientes na agência. Foram realizadas, visitas à agência durante três dias não sucessivos. Os clientes foram abordados pela pesquisadora dentro da agência, no momento da renovação de seus empréstimos. Na abordagem encontrou-se resistência por parte dos clientes. Para que esses se dispusessem a responder as entrevistas era necessário explicá-los que a pesquisa destinava-se ao desenvolvimento de um trabalho particular e não possuía nenhuma ligação com o CrediAMIGO. Mesmo assim alguns clientes demonstravam receio de fornecer informações e se recusaram a participar da pesquisa, ou não responderam satisfatoriamente alguns questionamentos. Foram entrevistados vinte e três clientes, tendo uma participação, ao todo, de sete grupos, sendo entrevistados todos os clientes de alguns grupos, e de outros, apenas alguns membros. Dentre as localidades que os clientes disseram morar, foram citadas: Itapipoca, Itapajé, Umirim e Trairi, todas localizadas em um raio de 60 km de Itapipoca.

As entrevistas foram guiadas por um questionário que visava, em duas partes, conhecer as características dos clientes tanto pessoais como da atividade que eles realizam.

Para as entrevistas foram preferencialmente escolhidos membros dos grupos de aval solidário que possuíam mais de três renovações de crédito. Com esse requisito buscou-se selecionar clientes que já estavam há um considerável tempo no programa e que por isso já sentiam maiores impactos decorrentes dos empréstimos. Cabe esclarecer que, como a cada renovação é permitida a inclusão e a exclusão de clientes no grupo, há a possibilidade de alguns clientes estarem abaixo de três renovações e por isso não terem ainda experimentado impactos decisivos em suas trajetórias de negócios.

Exceto por esse critério, os clientes foram escolhidos aleatoriamente, conforme os participantes chegavam à agência e conforme a disponibilidade desses de participar das entrevistas.

É indispensável dizer que os resultados obtidos a partir da pesquisa realizada não necessariamente reproduzem a completa realidade do programa e de seus clientes, pois os entrevistados compõem uma amostra da qual não se pode inferir o perfil de todos os clientes CrediAMIGO. Ou seja, os clientes podem diferir em vários aspectos: pela região, pelo nível de renda, pelas características da família, etc. Os motivos que os levam a tomarem empréstimos, o significado do crédito para suas atividades e para suas vidas são também fatores muito peculiares a cada um dos clientes, embora possa haver uma tendência caso os clientes apresentem perfis semelhantes.

As características aqui apresentadas não visam então formular conclusões acerca de todos os clientes do programa, mas, apenas mostrar um pouco da realidade de alguns deles, e

assim, refletir sobre os possíveis impactos do CrediAMIGO sobre a melhoria de vida neste grupo analisado.

Supunha-se antes de realizar a pesquisa, que o foco dos empréstimos não incidiria diretamente sobre as pessoas consideradas pobres, de acordo com os critérios de renda apresentados neste trabalho no capítulo primeiro, embora saibamos que os empréstimos sejam direcionados a atividades de pessoas de baixa renda. Supunha-se, também, que os microempresários tomadores dos empréstimos observam o progresso de suas atividades. Com a pesquisa se buscará mostrar em quais faixas de renda encontra-se população pesquisada, quais os níveis de bem-estar que esses clientes apresentam, e que grau de melhoria os clientes puderam perceber como resultado dos empréstimos nas atividades e em suas vida.

Na primeira parte dos resultados da pesquisa é apresentado um perfil quantitativo dos clientes entrevistados. Na segunda, é feita uma avaliação qualitativa, com a tentativa de mostrar se o microcrédito influenciou, ou não, na atividade (gerando aumento de renda) e na qualidade de vida desses clientes.

3.2.1 Características dos microempresários

Nessa parte é apresentado um quadro geral do perfil dos clientes entrevistados, de suas atividades, situação creditícia, avaliação dos clientes quanto ao CrediAMIGO e suas fontes de renda familiar.

Os resultados contidos na tabulação de toda a pesquisa são aqueles informados pelos entrevistados, porém passíveis de alguns ajustes de enquadramento. Algumas questões podem não ter sido respondidas por todos eles, por isso algumas porcentagens foram feitas sobre a quantidade de respostas, não sobre o total de entrevistados. As informações sobre faixas etárias, número de pessoas que moram na residência, entre outras, foram tabuladas a partir das respostas dadas pelos clientes.

Perfil pessoal

A tabela 2 apresenta o perfil sobre as variáveis pessoais dos entrevistados. A primeira consideração a ser feita é que a maioria dos entrevistados (78%) é do sexo feminino, o que é condizente com o que a literatura em geral afirma e com o que o próprio Banco do Nordeste divulga: as mulheres estão em maior número entre os microempreendedores que adquirem crédito. Uma razão para esse fato, de acordo com o pensamento de Yunus (2000) é que as mulheres têm menores oportunidades no sistema bancário tradicional. Além disso, são mais aplicadas, procuram garantir o futuro dos filhos e revelam uma constância maior no trabalho.

Ele afirma que o dinheiro, quando utilizado por uma mulher numa família, beneficia mais o conjunto dos membros do que quando é utilizado por um homem.

Tabela 2: Perfil pessoal dos clientes entrevistados

		% de Clientes
Sexo	Feminino	78,26
	Masculino	21,74
Idade*	Até 24 anos	13,64
	De 25 a 35 anos	27,27
	De 36 a 49 anos	45,45
	50 anos ou mais	13,64
Escolaridade**	Ensino Fundamental I	8,70
	Ensino Fundamental II	34,78
	Ensino Médio	47,83
	Ensino Superior	8,70
Estado Civil	Solteiro	30,43
	Casado	56,52
	Divorciado	13,04
Mora em residência própria*	Sim	80,95
	Não	19,05
N° pessoas na residência	2	8,70
	3	30,43
	4	17,39
	5	26,09
	6	17,39

Fonte: Elaboração do autor

*Porcentagens feitas sobre a quantidade de respostas, não sobre o total de clientes entrevistados.

**Os níveis escolares incluem anos de escolaridade incompletos.

O maior número de entrevistados concentra-se na faixa etária de 36 e 49 anos, sendo 45% dos entrevistados. Contudo, os clientes da amostra estão entre as idades de 21 e 53 anos, o que nos mostra que o segmento microempresarial realmente comporta pessoas de diferentes faixas de idade, inclusive pessoas com 50 anos ou mais (14%), que são as que mais encontram dificuldades de empregarem-se no mercado formal.

Com relação à escolaridade, nota-se que, entre esses microempreendedores, o número de escolarizados não é tão baixo, pois 48% disseram ter cursado até o ensino médio - incluindo o ensino pedagógico -, e quase 35%, o ensino fundamental II, até a 8ª série.

O número de entrevistados casados (incluídos os não casados oficialmente) representa mais do que a metade. A maioria dos clientes disse ter filhos, embora esse dado não tenha sido computado na pesquisa. Também a maior parte deles informou morar em habitação com três pessoas (30%) e 61% declararam morar em residência com mais de três pessoas, porém, esse número varia de duas até seis pessoas.

Ainda com relação à habitação, 81% dos entrevistados afirmaram morar em residência própria. Nessa categoria, todavia, estão incluídos os clientes que moram com os pais, avós ou

em residência dos sogros, neste caso também não pagando aluguel. O fato de morar em residência própria ou de não ter despesa com aluguel pode ser um facilitador no momento da solicitação do empréstimo, visto que isso atribui ao cliente maior credibilidade quanto à aplicação do dinheiro para a atividade. Isso pode ocorrer, embora não seja requisito para a solicitação do crédito e não seja necessário esse tipo de garantia (sendo necessário o comprovante de residência), para a concessão do empréstimo.

Perfil da atividade

Como esperado, constatados pelas próprias atividades, a maior parte das atividades está no setor informal da economia (90%); enquanto 9% dos entrevistados afirmaram ter a atividade registrada. Nesse caso, suas atividades localizavam-se em estabelecimentos fixos como bar e mercearia, e borracharia.

Tabela 3: Perfil da atividade dos clientes entrevistados

		% de Clientes
Setor da atividade	Comércio	52,17
	Serviço	8,70
	Indústria	39,13
Situação da atividade*	Formal	9,09
	Informal	90,91
Tempo de atividade*	1 a 5 anos	50,00
	6 a 10 anos	18,75
	Mais de 10 anos	31,25
Mão de obra empregada*	Trabalha Sozinho	27,27
	Familiar	54,55
	Outros	22,73

Fonte: Elaboração do autor

*Porcentagens feitas sobre a quantidade de respostas, não sobre o total de clientes entrevistados.

A tabela 3 apresenta o perfil das atividades dos entrevistados. Conforme a classificação setorial do CrediAMIGO - vista do quadro 2 -, grande parte das atividades está no setor de comércio, 52,17%. Dentre as atividades de comércio foram citadas: vendas de mercadorias em geral, lanches, cereais, frutas, cosméticos, confecções, miudezas; bar e mercearia; armarinho; autopeças. Essas vendas são feitas tanto em estabelecimentos fixos, como na modalidade “de porta em porta”, as chamadas sacoleiras. Também se registrou que quase 40% das atividades encontram-se no setor de indústria, se devendo ao fato de terem sido entrevistados dois grupos de mulheres que fazem bordados e rendas, e tais atividades estarem incluídas nesse setor. Entre os serviços prestados pelos entrevistados, que representam 9% das atividades, encontraram-se borracharia e salão de beleza.

Metade dos entrevistados possui suas atividade há menos de cinco anos. Porém existem aqueles que já estão há mais de dez anos com seus empreendimentos, como é o caso

das bordadeiras de Itapajé, que disseram realizar esse trabalho desde criança. Alguns disseram ter começado seus trabalhos por conta própria com outras atividades, não as que hoje desenvolvem.

Por serem atividades de pequeno porte, de caráter predominantemente informal, esperava-se que os clientes não contratassem (ou pouco contratassem), mão de obra remunerada. Assim, somente 9% dos entrevistados afirmaram realizar pagamento às pessoas que trabalham com eles na atividade. Quase 82% trabalham sozinhos ou recebem ajuda de familiares (irmãos, filhos, sobrinhos), quando necessário. Apenas 23% recebem ajuda de outras pessoas, dentre esses, 9% trabalham com sócios¹⁰.

Perfil de crédito

Para a maioria dos entrevistados, o CrediAMIGO foi a primeira fonte de crédito.

Quando foi perguntado se o cliente havia contraído empréstimos junto a outras instituições ou pessoas, apenas 17% disseram que sim (tabela 4), sendo que 8,7% afirmaram que “pegava empréstimo com parentes” enquanto que 8,7% tiveram empréstimos pessoais em outra instituição bancária. Conforme mostrado pela pesquisa do IBGE - Ecinf -, apenas 6% das pequenas empresas brasileiras haviam tomado crédito três meses antes dessa pesquisa. O fato de 83% dos entrevistados terem adquirido crédito pela primeira vez no CrediAMIGO, mostra como o microcrédito se apresenta como uma alternativa para pessoas que não conseguem obter crédito no sistema financeiro tradicional, normalmente a população de baixa renda, que encontra dificuldade de financiamento para suas atividades produtivas.

Tabela 4: Perfil de crédito dos clientes entrevistados

		% de Clientes
Obteve crédito de outras fontes antes do CrediAMIGO	Sim	17,39
	Não	82,61
Tipo do Empréstimo no CrediAMIGO	Giro popular solidário	100,00
	Giro solidário	0,00
	Investimento fixo	4,35
	Giro individual	0,00

Fonte: Elaboração do autor

Todos os entrevistados participavam de grupos que adquiriam o produto giro popular solidário, cujo valor do empréstimo se estende até R\$1.000,00. Desses, apenas 4,35% disseram ter contratado alguma vez o produto investimento fixo para adquirir equipamentos e novas instalações. Como visto anteriormente, esse empréstimo, no valor de até R\$3.000, é

¹⁰ Ressalta-se que há caso em que tanto familiar como outras pessoas trabalham na atividade.

fornecido a quem já participa de um grupo e cuja atividade possui capacidade de crescimento - ver quadro 3. Isso mostra que as atividades dos entrevistados são de pequeno porte. Entre os entrevistados, não foram encontrados clientes que participassem dos produtos giro solidário (cujos valores de empréstimos variam de R\$1.000 a R\$8.000), ou giro individual (valores de R\$300 a R\$8.000). Para esses produtos é necessário que a atividade do cliente seja um pouco mais estruturada, desenvolvida, com maior capacidade de pagamento. As atividades dos entrevistados não possuem essas características exigidas para esses produtos, ou seja, são realmente pequenas atividades, necessitando mais de capital de giro do que de investimento.

Os clientes avaliam o programa

A tabela 5 apresenta a visão dos clientes quanto ao programa. Em geral, os clientes entrevistados se mostraram satisfeitos com o CrediAMIGO.

Tabela 5: Avaliação quanto ao programa pelos clientes entrevistados

		% de Clientes*
Valores	Ruim	0,00
	Regular	9,09
	Bom	13,64
	Ótimo	77,27
Taxa de Juros	Ruim	0,00
	Regular	9,52
	Bom	23,81
	Ótimo	66,67
Prazos	Ruim	0,00
	Regular	13,64
	Bom	18,18
	Ótimo	68,18
Sistema de garantia	Ruim	0,00
	Regular	0,00
	Bom	13,64
	Ótimo	86,36
Metodologia de concessão de crédito	Ruim	0,00
	Regular	0,00
	Bom	0,00
	Ótimo	100,00

Fonte: Elaboração do autor

*Porcentagens feitas sobre a quantidade de respostas, não sobre o total de clientes entrevistados.

Sobre os valores dos empréstimos tomados, 77% dos clientes julgaram ótimo, pois consideraram suficientes para realizarem suas compras de mercadorias. Alguns clientes inclusive, afirmaram que suas atividades não geram melhores condições para aumentar os valores dos empréstimos, já que estes são dependentes do porte da atividade. Dos demais entrevistados, 14% disseram que os valores que tomavam eram bom e 9% disseram serem regular. Muitos disseram que queriam um valor maior, pois sabem que têm condições para

pagar o empréstimo e o CrediAMIGO não oferece. Porém, como parte do processo de empréstimo, o assessor de crédito deve avaliar a atividade do cliente quanto: ao porte, à capacidade de pagamento, ao mercado em que a atividade está inserida no período do ano em que os empréstimos estão sendo realizados, entre outros aspectos, e partir daí definir os valores apropriados.

Com relação à taxa de juros, 67% dos entrevistados classificaram como ótima. Aproximadamente 1/3 dos entrevistados julgaram a taxa como regular ou bom e desejavam taxas menores. Percebe-se, porém, que esses entendem que é necessário que exista uma taxa de juros nos mecanismos de empréstimos para que a instituição cubra suas despesas. Embora seja preferível taxa de juros mais baixa, o que eles demandam realmente é acesso ao crédito para manterem suas atividades e fazem jus aos seus compromissos financeiros.

Quanto aos prazos de reembolso, em geral, os entrevistados mostram-se satisfeitos, classificando como ótimos (68%). Dentre os que o julgaram bom ou regular (32%), alguns disseram que gostariam de prazos maiores, e que estes não fossem acompanhados pelo aumento das taxas de juros. Alguns, inclusive, mencionaram que seria melhor se o programa oferecesse carência, um prazo maior para o primeiro pagamento. Dessa forma eles teriam mais tempo para ter o retorno do capital investido para realizar o pagamento da primeira parcela, pois alguns dos clientes chegam a tirar o valor da primeira parcela do próprio valor tomado.

Os entrevistados também se mostraram satisfeitos quanto ao sistema de garantia, tendo 86% desses, classificado como ótimo, tanto com o sistema de garantia (o aval solidário) quanto com o seu próprio grupo. Os que acharam o sistema de garantia apenas bom (14%) foram aqueles cujos grupos apresentaram problemas. Esses disseram não gostar muito da metodologia do aval solidário, pois quando membros do grupo atrasam o pagamento os outros precisam repor a quantia faltante. Outra queixa com relação ao aval solidário é quando membros dos grupos faltam com as obrigações. Há casos, por exemplo, em que o grupo não pôde realizar a renovação no dia agendado na agência devido ao não comparecimento de um dos membros do grupo. Por esses motivos, alguns clientes gostariam que já o primeiro crédito pudesse ser feito de forma individual, e não obrigatoriamente em grupo solidário.

A metodologia de concessão de crédito foi julgada ótima por todos os entrevistados. Para eles, o intermédio do assessor de crédito realmente facilita a adesão ao sistema financeiro e as exigências necessárias aos empréstimos são fáceis de serem cumpridas.

Fontes de renda familiar

Observou-se que a maior parte dos clientes não possui como única fonte de renda familiar a atividade para qual adquiria empréstimos.

Em geral, a renda desses não é suficiente para custear todas as despesas e possuem algum tipo de ajuda financeira (de outros familiares, do governo federal, por exemplo) na manutenção da casa e no sustento próprio. Há clientes que possuem outra atividade própria geradora de renda, e mesmo entre os que não possuem, geralmente existem outras fontes de renda na família. A tabela 6 mostra as porcentagens de clientes em relação à participação de outras fontes de renda familiar, podendo esses apresentarem mais de uma fonte, por exemplo, clientes podem realizar outra atividade e terem familiares que também exerçam atividades.

Tabela 6: Outras fontes de renda familiar dos clientes entrevistados

	% de Clientes
Possui outro trabalho	34,78
Pessoas na família trabalham	65,22
Aposentadoria/pensão de familiares	21,74
Programas de transferência de renda	26,09

Fonte: Elaboração do autor

1. Renda proveniente de outras atividades próprias ou de membros da família

Quase 35% dos entrevistados possuem outras atividades ou trabalham em outras instituições, enquanto que 65% têm na família, membros que exercem outras atividades. Muitas vezes esses outros trabalhos são de extrema importância, sendo até o principal gerador de renda para o sustento da família, enquanto a renda gerada no micronegócio se apresenta como um complemento. Isso aconteceu, por exemplo, nos casos de clientes cujas atividades fazem parte do setor de comércio. Esses disseram que devido ao fato das vendas não estarem boas e a renda gerada pelas suas atividades não ser suficiente, precisam se dedicar mais à outra atividade que realizam.

Quanto aos outros trabalhos que os clientes realizam foram citados: transporte; serviço público; agente de saúde; e em maior número, 22%, professora.

Em geral, os entrevistados moram com parentes: maridos e filhos, pais, avós, sobrinhos e 65,22%, têm em casa ajuda financeira desses familiares. Existem famílias em que todos os membros trabalham em outras atividades. As mulheres casadas em geral informaram que os esposos trabalham fora e as maiores despesas da casa são pagas por eles. Nesse caso, a renda gerada pelas atividades das mulheres tem destinações distintas, sendo direcionada, por exemplo, para manter estudos dos filhos ou para consumo próprio (roupas, sapatos, etc).

Os clientes do sexo masculino não mencionaram trabalho da esposa como outra fonte de renda, porém quase 53% das mulheres entrevistadas afirmaram que seus maridos trabalham. Observou-se que a fonte de renda dos maridos varia muito. Dentre os casos citados, foi dito que o marido trabalha na agricultura e que esta atividade pouco agrega na renda da família, sendo a esposa (cliente do CrediAMIGO) que mantém a família com seu salário de professora e com a renda gerada pela atividade financiada pelo CrediAMIGO; Em outro caso entretanto, o marido também trabalha na agricultura e a renda da família é praticamente toda advinda dessa atividade. Outros trabalhos realizados pelos maridos, mencionados pelas clientes, incluem: carpinteiro, motorista, vendedor autônomo, dono de bar, dono de distribuidora de bebidas, funcionário público.

2. Renda proveniente de aposentadoria/pensão

Cerca de 22% dos entrevistados, citaram ter como fonte de renda familiar, aposentadoria recebidas pelos pais, avós ou marido, e pensão recebida do marido. Em geral, esses clientes disseram que a maior parte das despesas de suas residências é paga com essas rendas. Porém, 87% deles disseram ajudar nas despesas da casa, enquanto apenas 13% têm sua renda voltada para o consumo próprio.

3. Renda proveniente de programas de transferência de renda

Dentre os entrevistados, 26% tem sua renda complementada pelo “Bolsa Família”, programa do governo federal, que inclui antigos programas como o bolsa escola e vale gás. A opinião dos clientes quanto a esse programa de transferência de renda foi dividida. Para aqueles que disseram receber o vale gás, a ajuda parece ser insuficiente, pois a periodicidade é muito longa e o valor é muito baixo. Aqueles que recebem bolsa escola, classificaram a ajuda como de grande importância, pois, esse dinheiro garante o material escolar e fardamento dos filhos, reduzindo essa despesa do orçamento da família.

Muitas vezes a renda proveniente dessas outras fontes é a responsável pelo maior percentual no sustento da família. Com essas informações, percebe-se que não se pode afirmar que a renda gerada pela atividade dos entrevistados é a única a determinar as alterações na qualidade de vida dessas pessoas. A maioria dos entrevistados não pôde atribuir melhorias ocorridas no consumo familiar especificamente à renda gerada por sua atividade (financiada pelo CrediAMIGO), porque geralmente não há divisão da renda total da família para as despesas domésticas. Para aqueles clientes que não necessitam ajudar nas despesas da casa, observou-se aumento no consumo pessoal devido à melhorias geradas na atividade financiada.

3.2.2 Impactos do microcrédito

A partir das informações coletadas, procurou-se identificar os impactos que os entrevistados sentiram em suas atividades e em suas vidas após a contratação do microcrédito junto ao CrediAMIGO.

Impactos observados na atividade

Para iniciar a pesquisa acerca dos impactos ocorridos, primeiramente foi perguntado se os clientes sentiam alguma dificuldade para desenvolver a atividade antes de adquirirem empréstimos e se com a captação do crédito haviam notado melhorias no aspecto citado. Quase metade dos entrevistados afirmou não terem nenhum tipo de dificuldade antes de contrair o empréstimo. Para os que apresentavam dificuldades (52%) - tabela 7 -, essas eram relacionadas à compra de mercadorias/materiais, principalmente à falta de capital de giro para realizar uma compra maior e disponibilizar maior variedade de produtos para seus clientes.

Tabela 7: Percepção do impacto gerado pelo crédito na visão dos entrevistados

	% de Clientes	
Cliente apresentava dificuldades de operação antes do crédito	52,17	
Cliente notou melhoria na atividade produtiva financiada	73,91	
Percepção quanto ao aumento do consumo após o CrediAMIGO*	Notou	27,27
	Notou Pouco	50,00
	Não notou	22,73
Itens cujo consumo aumentou após o CrediAMIGO	Eletrodomésticos	8,70
	Melhoria na Residência	21,74
	Saúde	21,74
	Educação	13,04
	Transporte	17,39
	Alimentação	26,09
	Lazer	4,35
	Consumo pessoal	30,43

Fonte: Elaboração do autor

*Porcentagens feitas sobre a quantidade de respostas, não sobre o total de clientes entrevistados.

Quando perguntados sobre melhorias notadas em suas atividades, mesmo entre os que afirmaram não ter dificuldades de operação, 74% notaram que o crédito realmente impactou positivamente na atividade. Quase todos os clientes informaram ter percebido crescimento em suas atividades. As melhorias notadas foram principalmente: a compra de mercadorias/materiais em maiores quantidades e por isso mais baratas; o aumento dos produtos/serviços ofertados e a diversificação dos mesmos; a possibilidade de compras contínuas e regulares das mercadorias/materiais; e o aumento das vendas decorrente dos fatores anteriores e da vendas para pagamentos posteriores, o chamado fiado, o que ocorria com dificuldade, pois o capital dessas atividades é de grande rotatividade.

O aumento das vendas foi um dos itens mais citados quanto às melhorias notadas após a contratação do crédito. A grande maioria diz que a renda gerada pela atividade vai para a reposição de mercadoria e materiais em geral.

Segundo depoimento de clientes:

- “A atividade melhorou porque tem maior capital e pode variar a mercadoria, assim a venda aumenta”;
- “Com o dinheiro do CrediAMIGO tem mais facilidade de comprar material, compra mais em conta”;
- “Se não tivesse crédito ficaria difícil de comprar à vista”;
- “A atividade melhorou porque pode variar os produtos. Com o crédito dá pra cobrir o fiado”.

Parte dos clientes utiliza os empréstimos para pagar mercadorias/materiais que compraram no decorrer do mês e diz que se não tivesse esse dinheiro fixo, não poderia realizar essas compras à prazo, o que significa que iria reduzir sua oferta de produtos e conseqüentemente suas vendas.

Alguns poucos clientes informaram não estar notando grandes melhorias na atividade atualmente, chegando a dizer que continuam no CrediAMIGO apenas para manter o empréstimo. Para eles, empréstimos anteriores foram mais proveitosos, com facilidade de fazer o reembolso e puderam observar melhorias significativas. Segundo eles isso ocorre pela condição desfavorável em que o comércio, setor em que atuam, se encontra. Esses clientes dizem manter o crédito apenas para não se desvincular do grupo. Nesse caso, o grupo deve lhes trazer algum benefício, por exemplo, as relações de segurança, confiança, companheirismo que os membros mantêm entre si; e o crédito deve ainda ser de boa valia, pois o cliente não tem nenhuma obrigação de continuar no programa e caso os empréstimos fosse prejudiciais, o cliente deixaria de contraí-lo.

Com relação à atividade, podemos concluir que para os entrevistados em geral os empréstimos impactaram positivamente, contribuindo para o crescimento das mesmas, a redução do risco de interrupção dos negócios, e o conseqüente aumento e estabilidade da renda gerada por essas atividades.

Impactos observados no consumo

Melhorias na qualidade de vida de pessoas de baixa renda podem ser notadas principalmente através do aumento do consumo de itens básicos. Normalmente, quando pessoas de renda baixa usufruem algum aumento em sua renda, inicialmente o utiliza para

melhorar a alimentação, vestuário, condições de moradia. Entre os entrevistados pode-se notar essa tendência. Um primeiro aumento na renda, para a maior parte dos clientes, é redirecionado para a atividade produtiva. Contudo, para clientes de renda extremamente baixa a renda é empregada no consumo de itens básicos, principalmente alimentação.

Quanto às melhorias percebidas, a tabela 7 mostra que, em geral, os entrevistados experimentaram aumento no consumo (77%), embora 50% tenha considerado pouco significativo. Para os que notaram melhorias, as porcentagens referentes aos vários itens são apresentadas na tabela. São eles: aquisição de algum eletrodoméstico, como fogão; melhoria na residência, como compra de cozinha, reforma, pagamentos domésticos (aluguel, água, luz), compra de terreno; saúde, como compra de medicamentos e realização de exame; educação; transporte; alimentação; lazer; consumo pessoal, como vestuário, perfumaria e outros artigos.

O consumo pessoal foi o item mais citado entre os entrevistados, 30% deles passaram a utilizar mais produtos de consumo próprio, como roupas, sapatos perfumes, cosméticos. O segundo item mais citado foi alimentação, 26% aumentaram seu consumo de alimentos como cereais, massas, carnes, frutas, verduras. Melhorias relacionadas à saúde e à residência foram realizadas por 22% dos entrevistados. Entre melhorias realizadas em educação, citadas por 13% dos entrevistados, pode-se citar a realização de curso de informática e cursos técnicos oferecidos pelo SEBRAE. O lazer foi pouco contemplado entre as melhorias notadas: apenas 4% dos clientes afirmaram terem destinado o incremento de sua renda para divertimento, um item que não é de consumo básico entre as pessoas de baixa renda. Alguma afirmação de que o crescimento da atividade proporcionou melhoria nas condições de lazer e de transporte foi feita entre os clientes que possuem uma maior renda familiar, o que não surpreende por esses grupos já terem as necessidades vitais atendidas.

Alguns entrevistados (23%) afirmaram não terem notado aumento no consumo. Para esses clientes os empréstimos facilitam a compra de mercadorias/materiais para a atividade, o que ocasiona aumento na produção e a venda e conseqüentemente aumentam suas rendas. Porém, quando perguntados sobre a repercussão do aumento da renda no consumo pessoal ou no consumo doméstico, disseram não ser significante. Para eles, os aumentos de renda gerados só servem para investir em suas atividades e para pagarem os empréstimos. Clientes que estavam realizando a primeira renovação, disseram que melhorias tanto no consumo, quanto na atividade ainda não puderam ser notadas, porém acreditam que isso ocorrerá com a continuidade do crédito e o correto investimento na atividade.

Impactos sobre as mulheres

As mulheres são a maior parte entre os microempresários tomadores de crédito. O comportamento dessas frente ao aumento da renda nas atividades depende da parcela que esta representa na renda familiar. Para se perceber em quais aspectos as entrevistadas observaram melhorias com o aumento da renda, pode-se dividi-las em três grupos: aquelas que não ajudam nas despesas domésticas, aquelas que necessitam ajudar nas despesas e aquelas que sustentam (ou praticamente sustentam) financeiramente suas residência.

Para as entrevistadas em geral, observou-se impactos relacionados a melhorias em suas residências. O incremento de renda gerado por suas atividades produtivas proporciona melhorias para a família, relacionadas ao aumento do consumo de alimentos, a gastos com educação ou a melhorias realizadas na moradia. A maior parte das entrevistadas disse ajudar nas despesas de casa (67%), em alguns casos sendo responsáveis pelo sustento da família (28%), algumas vezes porque a renda do marido é muito baixa; enquanto em outros ajudam apenas quando necessário (39%). Dentre essas pode-se citar o caso em que a cliente além de exercer a atividade para a qual adquire crédito, trabalha como professora, podendo assim dividir as despesas com o marido, que é motorista. Em geral, entre as clientes casadas, os maridos são responsáveis pelas despesas mais altas na residência. Para as clientes que se enquadram nos perfis acima, um aumento da renda é usualmente destinado à despesas com a residência. Também nesses casos, algumas entrevistadas dizem não poder aumentar seu consumo pessoal, pois a renda só é suficiente para manter as despesas da casa. A dificuldade dessas clientes em adquirir itens “não básicos” pode ser comprovada no depoimento de uma entrevistada que disse poder utilizar para seu próprio consumo no máximo R\$50,00 da renda gerada pela sua atividade financiada e que conseguiu comprar o par de óculos que precisava com o aumento da renda gerado pelo empréstimo.

Há casos em que clientes citam melhorias realizadas em suas residências, porém enfatizam que essas são realizadas com a renda do marido. Apesar de não podermos dizer em alguns casos que o aumento das atividades dos clientes gera diretamente as melhorias nas suas residências ou no seu consumo, cabe dizer que a melhoria financeira que esse crescimento da atividade proporcionou pode ter permitido as mudanças ocorridas.

Observou-se ainda que no caso de clientes que possuem outras atividades, a atividade para qual adquirem crédito se torna importante para a melhoria e o consumo de algum item em especial. Um exemplo é o de uma entrevistada para qual a atividade é fundamental por lhe permitir realizar gastos com educação e transporte para manter os estudos de sua filha em outra cidade. Ainda se referindo a melhorias com educação, clientes realizaram curso de

vendas no SEBRAE, oferecido pelo CrediAMIGO, e afirmaram que o curso ajudou o seu desempenho na atividade.

Entre as exceções também se observou alguns impactos. Para algumas clientes (33%), a renda gerada pelas suas atividades não é empregada nas despesas da residência, servindo na maioria dos casos para financiar o consumo pessoal. Isso acontece principalmente quando a residência é sustentada pelo marido, ou pelos pais. Nesse caso, as atividades financiadas são para essas mulheres um meio de independência financeira com relação à pessoa que sustenta a casa. Em depoimento, uma cliente afirmou que o salário do marido é suficiente para cobrir todas as despesas da casa e que o lucro que ela adquire na atividade financiada é revestido exclusivamente para seu consumo de perfumes, cosméticos, roupas, etc.

Outro resultado da pesquisa foi a percepção de que o microcrédito é realmente um instrumento de motivação à geração de trabalho e renda. Isso pôde ser comprovado pelo relato da cliente quanto à importância que sua atividade ganhou a partir do acesso ao crédito. A cliente informou trabalhar com bordados desde criança, porém apenas ajudando sua mãe e que somente após entrar no grupo para adquirir empréstimos no CrediAMIGO passou a ter essa atividade como geradora de renda pessoal e a trabalhar para si.

Importância do CrediAMIGO para os clientes

Para finalizar os questionamentos, foi perguntados aos clientes o que eles achavam que iria acontecer caso deixassem de tomar crédito no CrediAMIGO. Os entrevistados em geral (91%) afirmaram que se não obtivessem mais o crédito, suas atividades produtivas iriam ser muito dificultadas, embora desejassem não deixar de exercê-las. Dentre esses, alguns revelaram que iriam buscar crédito em outra instituição, pois sem crédito é inviável trabalhar. Nota-se com isso, que a cultura do crédito já está sendo firmada entre os microempreendedores como um serviço benéfico e não com um instrumento de criação de dívida. A visão contrária também pôde ser notada excepcionalmente, conforme o depoimento da cliente que pareceu ver o CrediAMIGO mais como uma dívida do que como uma forma de financiamento. Segundo ela, se deixasse de contrair o empréstimo iria diminuir as compras, porém diminuiria também a dívida. Para apenas 9% dos entrevistados, a perda do crédito afetaria muito pouco a atividade.

Com relação à atividade, os clientes passariam a ter dificuldades quanto: à compra de mercadoria/material à vista mais barata; à reposição de mercadoria/material na mesma quantidade; à realização do pagamento no dia certo para as compras feitas à prazo no decorrer do mês.

Dentre os que falaram que a falta do crédito traria problemas para a atividade, 70% afirmaram que teria repercussão no consumo pessoal e da família. Por exemplo, uma cliente revelou ter aumentado seu consumo de produtos alimentícios e que caso não fosse possível obter o crédito, iria retornar à situação de falta de dinheiro para a compra e consumo desses produtos.

Resultados gerais da pesquisa

Com a pesquisa, foi possível perceber que os empréstimos têm impactos diferentes na vida dos clientes, dependendo de sua situação financeira e social e do significado da atividade na renda da família. A destinação que o cliente dá à renda gerada pela sua atividade varia conforme ele tenha outros trabalhos ou não, sustente financeiramente sua residência ou more em residência sustentada por outros (por exemplo, pais, cônjuge), entre outros aspectos. Pessoas responsáveis pelo pagamento de alguma despesa doméstica observam com maior frequência, impactos positivos em suas residências gerados pela melhoria nas suas atividades. Isso foi predominante entre os entrevistados (70%).

Aqueles que não realizam gastos domésticos (30%) observam com maior frequência, aumento do consumo próprio.

Embora a maioria dos clientes informe que não usufruem benefícios diretos em suas residências ou em seu próprio consumo da mesma forma que usufruem em suas atividades, a situação em que esses se encontram nos permite notar que essa afirmação pode não refletir a realidade. Essas pessoas desenvolvem suas atividades para gerar renda para satisfazer alguma necessidade e proporcionar-lhes algum bem-estar. Caso a atividade seja prejudicada, de alguma forma haverá um impacto negativo na qualidade de vida dos mesmos. Justifica-se isso pelo fato das atividades consideradas informais normalmente não terem uma diferenciação entre as finanças da família e da atividade; com isso o dinheiro necessário para as despesas familiares frequentemente é retirado do caixa da atividade, não havendo controle de caixa, ou seja, fluxo de entrada e saída de capital. Em microempresas de maior porte, atividades bem estruturadas, por vezes conseguem realizar essa distinção, porém esse não é o predomínio das atividades dos entrevistados. Na maioria dos casos, o microcrédito acaba sendo um instrumento de melhoria da qualidade de vida desses clientes, pois eles se utilizam dos benefícios gerados em suas atividades da forma mais adequada, ou para a manutenção de suas atividades, ou, mesmo que indiretamente, para satisfação pessoal ou da família.

Apesar de se notar que, pelas características dos entrevistados, a maioria deles não se enquadra na situação da extrema pobreza, é possível que entre os entrevistados tenha casos

em que esteja havendo redução da pobreza. Isso pôde ser percebido pelo depoimento de uma cliente. Suas vendas de lanches e roupas lhe permitem pagar o aluguel da residência onde mora com uma sobrinha, e a maioria das outras despesas. Segundo ela, a melhoria em sua atividade, causada pelo empréstimo, gerou uma renda contínua, o que lhe proporcionou um aumento no consumo de produtos alimentícios básicos, como macarrão, carne, açúcar, cereais, etc.

A pesquisa permitiu ainda refletir sobre duas suposições levantadas anteriormente: a primeira de que, apesar dos empréstimos serem direcionados para microempreendedores de baixa renda, não contemplavam as pessoas realmente consideradas pobres; a segunda, que os tomadores verdadeiramente observavam o progresso de suas atividades quando obtêm crédito. Para o primeiro caso, constatou-se que há clientes cuja renda domiciliar *per capita* está abaixo da linha de pobreza para o Nordeste (R\$155,00), contrariando a suposição. Isso pode ser afirmado se tomarmos como base o fato de 26% dos entrevistados serem beneficiários do programa de transferência de renda do Governo Federal. Esse programa atende a famílias com renda mensal de até R\$120,00 por pessoa, quantia abaixo da linha de pobreza considerada para qualquer região brasileira. Pode-se comprovar o fato de que instrumentos de combate à pobreza devem ser utilizados nas duas dimensões simultaneamente, de assistencialismo e de apoio à geração de renda, quando percebemos que essas pessoas estariam em pior situação se não tivessem suas atividades produtivas. A segunda suposição foi confirmada facilmente tendo em vista que 74% dos entrevistados informaram terem notado melhoria na atividade após terem acesso ao crédito.

De uma forma geral, a pesquisa levou a concluir que para os entrevistados, o crédito fornecido pelo CrediAMIGO: proporciona estabilidade financeira à atividade; auxilia a independência financeira, principalmente das mulheres; proporciona melhoria na qualidade de vida, inclusive de pessoas consideradas pobres; e contribui para a geração de trabalho e renda.

CONCLUSÃO

Pequenas atividades produtivas são realizadas como meio de auto-sustento para diversas pessoas de baixa renda. As atividades informais formam um setor de grande importância econômica para o Brasil e mesmo sendo em grande número essas empresas normalmente passam por dificuldades de acesso ao crédito. Para suprir essa necessidade, surge um mecanismo, que traz uma tecnologia de concessão inovadora, o microcrédito.

Nesse trabalho, fez-se um estudo da atuação do microcrédito na vida de microempresários, procurando identificar sua importância para esses. A análise, foi feita através da realização de uma pesquisa direta com clientes do programa CrediAMIGO, a qual levou à conclusão de que o microcrédito pode ser um mecanismo de melhoria da qualidade de vida de pessoas de baixa renda e sua utilização deve ser motiva para isso.

Para 83% dos clientes que participaram da pesquisa, o CrediAMIGO foi a primeira fonte de crédito para o desenvolvimento de suas atividades produtivas, mostrando que o microcrédito se apresenta como uma alternativa para muitas pessoas que não conseguem obter crédito no sistema financeiro tradicional. Nota-se ainda, que a cultura do crédito já está sendo firmada entre os microempreendedores como um serviço benéfico, impulsionador dos negócios e não com uma criação de dívida.

Com esse acesso ao crédito, os microempresários conseguem perceber crescimento em suas atividades, pelo aumento de suas vendas devido ao aumento da oferta de mercadorias/materiais. Além dos impactos em suas atividades, geralmente essas pessoas observam impactos positivos diversos em suas vidas e em sua família. Dos entrevistados, 77% notaram pelo menos um pequeno aumento no consumo de algum item. Esse aumento foi notado principalmente no consumo pessoal (30% dos casos), e na alimentação (26%).

Os impactos causados especificamente nas mulheres, que são a maior parte entre os microempresários tomadores de crédito, são variáveis principalmente de acordo com a participação da renda gerada pela atividade nas despesas domésticas. Para 67% delas, a renda gerada é utilizada para o consumo familiar, e um aumento na renda proporciona alguma melhoria para a família.

Para 91% dos microempresários, a falta do crédito traria dificuldades para desenvolverem suas atividades, por exemplo, não poderiam realizar compras de mercadorias à vista mais baratas, repor mercadoria na mesma quantidade, realizar pagamentos no dia certo.

A análise do microcrédito, de acordo com a experiência desenvolvida pelo programa CrediAMIGO, em especial sua atuação no município de Itapipoca-CE, nos permite concluir que o microcrédito, visto como uma forma de financiamento para pequenas atividades produtivas, se apresenta como um instrumento de grande importância no desenvolvimento dessas atividades produtivas e figura-se como um instrumento que contribui para a redução da pobreza, proporcionando melhoria na qualidade de vida, principalmente com relação ao aumento do consumo de itens básicos, de pessoas de baixa renda.

De acordo com os resultados da pesquisa, o microcrédito pode ser visto então sob algumas perspectivas: proporcionar estabilidade financeira à atividade; auxiliar a independência financeira, principalmente das mulheres; proporcionar melhoria na qualidade de vida; e contribuir para a redução da pobreza ao passo que auxilia a geração de trabalho e renda.

Esta pesquisa mostrou que o microcrédito concedido pela agência do CrediAMIGO em Itapipoca alcança pessoas que se encontram abaixo da linha de pobreza, melhorando a qualidade de vida das mesmas.

Este estudo de caso pode ser um passo inicial para o desenvolvimento de trabalhos que meçam os resultados de mecanismo que contribuem para a redução da pobreza ou políticas de desenvolvimento econômico que tenham como foco o combate a ela. A partir deste estudo surgem questionamentos quanto a real eficiência do microcrédito enquanto instrumento de combate à pobreza: O CrediAMIGO reduz efetivamente os níveis de pobreza ou apenas motiva e melhora o padrão de vida de pessoas de baixa renda? Pode o microcrédito ser um fator de desenvolvimento econômico efetivo ao invés de um paliativo contra a pobreza? Essas indagações permanecem com sugestões para que sejam desenvolvidos futuros trabalhos nessa linha.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Willy Farias. **Microcrédito, uma tecnologia contra a exclusão social**. 2003.63p. Monografia (Bacharelado em Ciências Econômicas). Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Universidade Federal do Ceará.

BANCO DO NORDESTE: CrediAmigo-Microrédito. Disponível em: <http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Produtos_e_Servicos/Crediamigo/gerados/O_que_e_objetivos.asp>. Acesso em: 16 de junho de 2006.

CARVALHO, Carlos Eduardo; ABRAMOVAY, Ricardo. O difícil e custoso acesso ao sistema financeiro. In SANTOS, Carlos Alberto dos, org. **Sistema Financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas**, pp. 17-45. Brasília: SEBRAE, 2004.

CREDIAMIGO. **Banco do Nordeste Microcredit Program**. Relatório anual 2005. Banco do Nordeste, 2005.

CREDIAMIGO. **Construindo microcrédito sustentável no Brasil**. CrediAmigo: a experiência de microcrédito do banco do nordeste. Banco do Nordeste, 2003.

CREDIAMIGO. **Programa de microcrédito do Banco do Nordeste**. Relatório anual 2004. Banco do Nordeste, 2004.

CREDIAMIGO. **CrediAmigo – Programa de microcrédito do Banco do Nordeste**. A comercialização de microfinanças. V Fórum Interamericano da Microempresa. Banco do Nordeste, 2002.

GOLDMARK, Lara et al. **A situação das microfinanças no Brasil**. Rio de Janeiro: BNDES, 2000.

GOLDMARK, Lara et al. **Entendendo as microfinanças no contexto brasileiro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

GRAMEEN BANK. Disponível em: <<http://www.grameen-info.org/bank>>. Acesso em: 25 de janeiro de 2007.

IPECE. **Fundo de combate à pobreza**. Fortaleza, 2004.

LHACER, Priscilla Maria Villa. **Acesso ao crédito pela população de baixa renda: a experiência do microcrédito e o mecanismo de aval solidário**. Dissertação de Mestrado, USP, 2003.

MUNINET. **Rede Brasileira para o Desenvolvimento Municipal**. Disponível em: <<http://www.munit.org.br>>. Acesso em: 25 de janeiro de 2007.

NERI, Marcelo Côrtes; MEDRADO, André Luiz. **Experimentando Microcrédito: uma análise do impacto do CrediAMIGO sobre acesso ao crédito**. Ensaios Econômicos da EPGE 608. Rio de Janeiro: EPGE-FGV, 2005.

PARENTE, Silvana. **Microfinanças – Saiba o que é um banco do povo**. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2002.

PARENTE, Silvana. **O mercado financeiro e a população de baixa renda**. In II Seminário Banco Central sobre Microfinanças. Fortaleza, 2003.

PNUD. **Relatório de desenvolvimento humano – Brasil 2005: racismo, pobreza e violência**. Brasília, 2005.

PUTNAM, Robert D. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

REIS, Elisa Pereira; SCHWARTZMAN, Simon. **Pobreza e exclusão social: aspectos sócio políticos**. Disponível em: <<http://www.schwartzman.org.br/simon/>>. Acesso em: 30 de junho de 2006.

ROCHA, Sonia. **Alguns aspectos relativos à evolução 2003-2004 da pobreza e da indigência no Brasil**. Rio de Janeiro: 2006. Disponível em: <http://www.iets.inf.br/rubrique.php3?id_rubrique=87>. Acesso em: 04 de agosto de 2006.

ROCHA, Sonia. **Pobreza no Nordeste: a evolução nos últimos trinta anos (1970-1999)**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.

SANTOS, Carlos Alberto dos, org. **Sistema Financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas**. Brasília: SEBRAE, 2004.

SCHWARTZMAN, Simon. **As causas da pobreza**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2004.

SILVA, Marcelo Roque da. **O papel do micro-crédito e das micro-finanças como instrumentos de redução da pobreza**. VII Congresso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Lisboa, Portugal, 8-11 Oct. 2002.

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

UNICEF. **Situação Mundial da Infância - Brasil**. 2005.