



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

**REGINA NATALIA PESSOA DOS SANTOS**

**INCLUSÃO FINANCEIRA: UM ESTUDO COM BENEFICIÁRIOS DE**  
**MICROCRÉDITO**

**FORTALEZA**

**2019**

REGINA NATALIA PESSOA DOS SANTOS

INCLUSÃO FINANCEIRA: UM ESTUDO COM BENEFICIÁRIOS DE MICROCRÉDITO

Monografia apresentada ao curso de Administração do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Jocildo Figueiredo Correia Neto

FORTALEZA

2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- S238i Santos, Regina Natalia Pessoa dos.  
Inclusão financeira : um estudo com beneficiários de microcrédito / Regina Natalia Pessoa dos Santos.  
– 2019.  
73 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, 2019.  
Orientação: Prof. Dr. Jocildo Figueiredo Correia Neto.
1. Administração. 2. Inclusão Financeira. 3. Microcrédito. 4. Crediamigo. I. Título.

CDD 658

---

REGINA NATALIA PESSOA DOS SANTOS

INCLUSÃO FINANCEIRA: UM ESTUDO COM BENEFICIÁRIOS DE MICROCRÉDITO

Monografia apresentada ao curso de Administração do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Jocildo Figueiredo Correia Neto

Aprovada em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Jocildo Figueiredo Correia Neto (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. João da Cunha Silva  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Ricardo Brito Soares  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, tudo.

Ao meu pai, que tanto me apoia e prioriza os meus objetivos em detrimento dos seus. Aos meus irmãos, pelos esforços a mim dedicados. À minha irmã pelo apoio e carinho. E a minha mãe, que em vida, foi exemplo de fé e persistência. Enfim, sou grata a minha família pelos valores e por acreditarem em mim.

Ao meu orientador, Prof. Jocildo Neto, pela disponibilidade, paciência e zelo nas correções. O meu respeito e admiração. O que estendo também aos componentes da banca.

Aos funcionários do posto de atendimento do Crediamigo de Pentecoste, obrigado pela atenção e prestatividade. E aos respondentes, pela gentileza de cederem seu tempo, possibilitando a realização dessa pesquisa,

Ao Programa de Residência Universitária, que viabilizou a minha permanência na universidade e muito contribuiu para que esse objetivo fosse alcançado. À Universidade Federal do Ceará, pela oportunidade de desenvolvimento profissional e crescimento pessoal.

Por fim, sou grata aos amigos e a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para o alcance desse propósito.

“A educação é a arma mais poderosa que você pode usar para mudar o mundo.” (Nelson Mandela)

## RESUMO

Este estudo aborda a inclusão financeira na perspectiva dos beneficiários do Crediamigo. Para isso, tem como objetivo avaliar a adequação do Crediamigo às dimensões da inclusão financeira na perspectiva dos beneficiários. As dimensões incluídas neste estudo são o Acesso, o Uso, a Qualidade e a Educação Financeira. Para dar embasamento teórico à pesquisa, foi feito um estudo bibliográfico discorrendo sobre a inclusão financeira, o microcrédito e o programa Crediamigo do Banco do Nordeste. A metodologia utilizada consiste em um estudo de campo com uma abordagem quali-quantitativa. Já a coleta dos dados se deu pela aplicação de questionários aos clientes do Crediamigo do município de Pentecoste. Após a análise dos resultados foi possível concluir que, quanto ao Acesso, o programa tem tornado o microcrédito mais acessível à população excluída do sistema financeiro formal, mas carece de ajustes para que a promoção do acesso seja mais conveniente para os beneficiários. O que poderia ocorrer através de uma maior utilização dos canais eletrônicos. Quanto ao Uso, tem buscado viabilizá-lo com recursos adequadas a esse perfil de clientes. Quanto à Qualidade, a inclusão está acontecendo com um bom nível de qualidade, porém, necessitando melhorar, principalmente, no impacto causado no orçamento dos beneficiários para que eles possam usufruir do sistema financeiro de forma equilibrada e vantajosa. E quanto à Educação Financeira, esse é um ponto que carece melhorar consideravelmente para que os clientes possam utilizar o crédito de forma consciente e segura. Desse modo, foi possível perceber que o programa está alinhado às diretrizes da inclusão financeira, porém, carece de ajustes para que seus beneficiários sejam incluídos de forma mais acessível e consciente.

**Palavras-chave:** Inclusão Financeira. Microcrédito. Crediamigo.

## ABSTRACT

This study addresses the financial inclusion from the Crediamigo beneficiaries' perspective. For this, has as goal to evaluate the Crediamigo adequacy to the financial inclusion dimensions from beneficiaries' perspective. The dimensions included in this study are the Access, Use, Quality and Financial Education. To give a theoretical basement to the research, it was done a bibliographical study speaking about the financial inclusion, the microcredit and the program Crediamigo of Banco do Nordeste. The methodology utilized consists in a field study with a quali-quantitative approach. The data collect was done by questionnaires applications with the clients of the Crediamigo from Pentecoste. After the results analysis was possible to conclude that, as to Access, the program has been making the microcredit more accessible to the people excludes from the formal financial system, but lacks of adjustments to promote a more convenient access to the beneficiaries. What could occur through increase use of electronic channels. As to the Use, has been looking to enable it with the adequate resources to this profile of clients. Regarding the Quality, the inclusion is happening with a good level of quality, however, with a necessity to get better, mainly, on the impact done in beneficiaries' budget so that they can enjoy the financial system in a balanced and advantageous way. And about the Financial Education, that is a point the needs to get better considerably so the clients can use the credit in a consciously and safe way. Therefore, it was possible to noticed that the program are aligned with the financial inclusion guidelines, however, needs adjustments to make its beneficiaries more accessible and consciously included.

**Keywords:** Financial Inclusion. Microcredit. Crediamigo.

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – Conceito de microfinanças, microcrédito e MPO .....	16
Figura 2 – Modelo de atuação das instituições financeiras formais .....	27
Figura 3 – Operacionalização do crédito utilizando de aval solidário.....	28

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Características fundamentais do microcrédito.....	30
Quadro 2 – Produtos e Serviços .....	33

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Valores Desembolsados por ano (1998-Abr/2019).....	35
Gráfico 2 – Gênero dos Respondentes .....	41
Gráfico 3 – Faixa Etária.....	42
Gráfico 4 – Nível de Escolaridade.....	42
Gráfico 5 – Renda mensal .....	43
Gráfico 6 – Moradia .....	43
Gráfico 7 – Frequência .....	47
Gráfico 8 – Valores Financiados .....	48
Gráfico 9 – Acesso ao Grupo Solidário.....	49
Gráfico 10 – Documentação Exigida.....	52
Gráfico 11 – Entrevistas .....	55
Gráfico 12 – Linhas de Crédito .....	57
Gráfico 13 – Questão: “Se eu pegar emprestado R\$ 1.000,00 de um amigo e após um mês pagar R\$ 1.000,00 (mil reais). Eu estaria pagando juros de:”.....	58

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Indicadores de Sustentabilidade .....	36
Tabela 2 – Principais motivos que levam os clientes até a instituição financeira .....	45
Tabela 3 – Acessibilidade .....	46
Tabela 4 – Fatores que influenciaram a fazer o Crediamigo .....	48
Tabela 5 – Comparação com o sistema tradicional .....	49
Tabela 6 – Quanto ao Grupo Solidário .....	50
Tabela 7 – Aplicação do Valor Financiado .....	51
Tabela 8 – Custos e Prazos.....	53
Tabela 9 – Comprometimento da renda .....	54
Tabela 10 – Impactos na renda .....	54
Tabela 11 – Resolução de Problemas .....	56
Tabela 12 – Orientação .....	57
Tabela 13 – Taxa de Juros .....	58
Tabela 14 – Consequências de não quitar (ou pagar) o valor financiado .....	59
Tabela 15 – Nível de insegurança.....	60

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	15
<b>2.1</b>	<b>Inclusão Financeira</b> .....	15
<b>2.1.1</b>	<i>Breve Histórico da Inclusão Financeira</i> .....	15
<b>2.1.2</b>	<i>Inclusão Financeira no contexto atual</i> .....	17
<b>2.1.3</b>	<i>Dimensões da Inclusão Financeira</i> .....	19
<b>2.1.3.1</b>	<i>Acesso ao sistema financeiro</i> .....	19
<b>2.1.3.2</b>	<i>Uso do sistema financeiro</i> .....	21
<b>2.1.3.3</b>	<i>Qualidade do sistema financeiro</i> .....	22
<b>2.1.3.4</b>	<i>Educação Financeira</i> .....	24
<b>2.2</b>	<b>Microcrédito</b> .....	25
<b>2.2.1</b>	<i>Característica do Microcrédito</i> .....	26
<b>2.2.1.1</b>	<i>Quanto ao Acesso</i> .....	26
<b>2.2.1.2</b>	<i>Quanto ao Uso</i> .....	27
<b>2.2.1.3</b>	<i>Quanto à Qualidade</i> .....	29
<b>2.2.1.4</b>	<i>Quanto à Educação Financeira</i> .....	29
<b>2.2.2</b>	<i>Crediamigo</i> .....	31
<b>2.2.2.1</b>	<i>Crediamigo como instrumento de Inclusão Financeira</i> .....	31
<b>2.2.2.2</b>	<i>Características do Crediamigo</i> .....	32
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	38
<b>3.1</b>	<b>Enquadramento Metodológico</b> .....	38
<b>3.2</b>	<b>Procedimentos Metodológicos</b> .....	38
<b>4</b>	<b>ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	41
<b>4.1</b>	<b>Perfil dos Respondentes da pesquisa</b> .....	41
<b>4.2</b>	<b>Percepção dos respondentes quanto ao Acesso ao Crediamigo</b> .....	44
<b>4.3</b>	<b>Percepção dos respondentes quanto ao Uso do Crediamigo</b> .....	46
<b>4.4</b>	<b>Percepção dos respondentes quanto à Qualidade do Crediamigo</b> .....	51
<b>4.5</b>	<b>Percepção dos respondentes quanto à Educação Financeira</b> .....	56
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	61
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	66
	<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS CLIENTES DO CREDIAMIGO DE PENTECOSTE-CE</b> .....	71

## 1 INTRODUÇÃO

A inclusão financeira é um tema que tem se destacado nos últimos anos, se tornando pauta de interesse global, devido à sua atuação na redução da desigualdade social e econômica (SELA, 2017; OLIVEIRA, 2018). Sua relevância se dá na medida em que agrega ao mercado financeiro formal aquelas pessoas localizadas na base da pirâmide de renda, uma vez que um maior acesso aos serviços financeiros contribui de forma relevante para a redução das desigualdades socioeconômicas (SELA, 2017).

Porém, mesmo com as inúmeras iniciativas que vem ocorrendo nos últimos anos, dados do *Global Findex Database* (2017) apontam que cerca de 1,7 bilhão de adultos acima de quinze anos não possuem acesso a uma conta bancária, a qual constitui o primeiro passo para a inclusão financeira.

Diante desse cenário, o Brasil também tem buscado, há alguns anos, implementar ações visando promover a inclusão financeira da população vulnerável economicamente. Essas ações se baseiam no conceito de inclusão financeira plena adotada pelo Banco Central, o qual definiu em seu Relatório de Inclusão Financeira (RIF, 2015, p.18), como “o estado no qual toda a população tenha acesso e faça uso, de maneira simples, equilibrada e consciente, de serviços financeiros que tragam ganhos de bem-estar ao cidadão, de maneira conveniente e por preços acessíveis”.

No entanto, não há um consenso quanto à sua definição. Diversos países formulam seus próprios conceitos. De forma geral, as definições se norteiam em três dimensões: acesso, uso e qualidade. O acesso se refere à disponibilidade de produtos e serviços financeiros oferecidos pelas instituições. O uso está relacionado à extensão e à profundidade de uso desses produtos/serviços financeiros. Já a qualidade refere-se à relevância dos mesmos para a vida diária do consumidor, além da adequação ao perfil do público-alvo (BANCO CENTRAL, 2015). Porém, para que essa inclusão realmente ocorra, e de forma adequada, é necessário oferecer educação financeira, pois a falta de conhecimento no assunto dificulta o uso e contribui para que continuem à margem do sistema (SELA, 2017). Dessa forma, a educação financeira se configura como mais uma dimensão da inclusão financeira.

Diante disso, depreende-se que a inclusão financeira não se restringe apenas à possibilidade de acesso, mas à real condição de acesso e decisão de utilização, as quais devem ser adequadas às necessidades de seus usuários, contribuindo para a melhoria na qualidade de vida deles (SELA, 2017).

Dentre os diversos produtos e serviços financeiros, o crédito é a ferramenta mais utilizada para promover a inclusão financeira e social (ZIGER, 2009). Segundo Freitas (2016), é a que possui maior repercussão social e efeito multiplicador. Isso ocorre devido à sua modalidade de microcrédito que, por meio de uma metodologia específica, concede empréstimos de pequenos valores a pessoas que não possuem acesso às formas tradicionais oferecidas pelo sistema financeiro (BANCO CENTRAL, 2014). Um exemplo disso no contexto brasileiro é o Crediamigo, o qual é considerado o maior programa de microcrédito do país, atuando principalmente na região Nordeste (LIMA, 2016). O Crediamigo concedeu em torno de R\$ 8.953.730.000,00 em crédito para 4.243.181 contratações no ano de 2018 (BANCO DO NORDESTE, 2018).

Dada a relevância desse programa na concessão de pequenos empréstimos à população mais carente e, conseqüentemente, na inclusão financeira dessas pessoas, surge a necessidade de analisar se o programa segue as direções que buscam promover a inclusão financeira. Assim, o presente estudo possui como problema de pesquisa a seguinte questão: na perspectiva dos beneficiários, o Crediamigo está alinhado às direções apontadas pela política de inclusão financeira?

Nota-se que o problema de pesquisa adota a abordagem da questão pela perspectiva de seus beneficiários, uma vez que são os afetados diretamente tanto pelas barreiras de exclusão, como pelas políticas de inclusão. Além disso, há uma carência em apresentar o assunto pela perspectiva dos beneficiários, visto que a literatura predominante consiste em relatórios técnicos, de gestão, enfim, documentos que abordam o ponto de vista das instituições ou que apresentam dados de pesquisas quantitativas sobre exclusão financeira.

Tendo em vista a pertinência desse assunto para a sociedade e buscando compreender e contribuir para a discussão do tema, esse trabalho tem como objetivo geral: avaliar a adequação do Crediamigo às dimensões da inclusão financeira na perspectiva dos beneficiários.

Para isso, o presente estudo apresenta os seguintes objetivos específicos:

- 1) Avaliar o programa em relação à dimensão Acesso.
- 2) Avaliar o programa em relação à dimensão Uso.
- 3) Avaliar o programa em relação à dimensão Qualidade.
- 4) Avaliar o programa em relação à dimensão Educação Financeira.

Para se alcançar os objetivos pretendidos, a metodologia utilizada consiste em uma pesquisa descritiva quanto aos objetivos, documental e de campo quanto aos procedimentos

técnicos. Já a abordagem se caracteriza como quali-quantitativa e a análise dos dados, coletados por meio de questionário, foi realizada por meio de uma análise de conteúdo.

O presente trabalho está estruturado em 5 seções. A primeira consiste na introdução, na qual são apresentados a contextualização do problema e os objetivos da pesquisa. A segunda contém o referencial teórico, na qual são apresentados os principais conceitos necessários para a realização da pesquisa, se dividindo, basicamente, em inclusão financeira e microcrédito. Já na terceira seção estão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para a coleta e análise dos dados da pesquisa. A quarta seção contém a análise dos resultados, os quais estão divididos por tópicos específicos para cada dimensão da inclusão financeira pesquisada e para o perfil dos respondentes. Na quinta seção são apresentadas as considerações finais como as principais conclusões, confronto com os objetivos pretendidos na pesquisa e sugestões de novas pesquisas. Por fim, estão as referências bibliográficas utilizadas e, em apêndice, o questionário aplicado.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

O referencial teórico está, basicamente, dividido em duas partes necessárias à fundamentação da pesquisa. A primeira parte aborda a inclusão financeira, enquanto a segunda, o microcrédito.

### **2.1 Inclusão Financeira**

Nesta seção, é apresentada uma contextualização da inclusão financeira, passando por um breve histórico até os dias atuais. Além disso, aborda algumas de suas dimensões.

#### ***2.1.1 Breve Histórico da Inclusão Financeira***

A existência de instituições que tinham a função de fornecer créditos à população mais carente remonta de séculos passados, como o caso dos fundos de caridade na Inglaterra, no século XV, nos quais eram concedidos empréstimos a juros baixos para um público específico. Porém, foi somente a partir da segunda metade do século XX que o microcrédito ganhou destaque (LIMA, 2009).

Isso ocorreu devido à visibilidade internacional que algumas experiências conquistaram, como o *Grameen Bank*, fundado em 1983 em Bangladesh, e o Banco Sol, na Bolívia. Estas instituições traziam uma nova visão creditícia se diferenciando das demais, principalmente, por conseguirem alcançar um nível de desenvolvimento tecnológico, operacional e financeiro capazes de facilitar consideravelmente o acesso ao crédito (LIMA, 2009; FREITAS, 2016; LIMA, 2017).

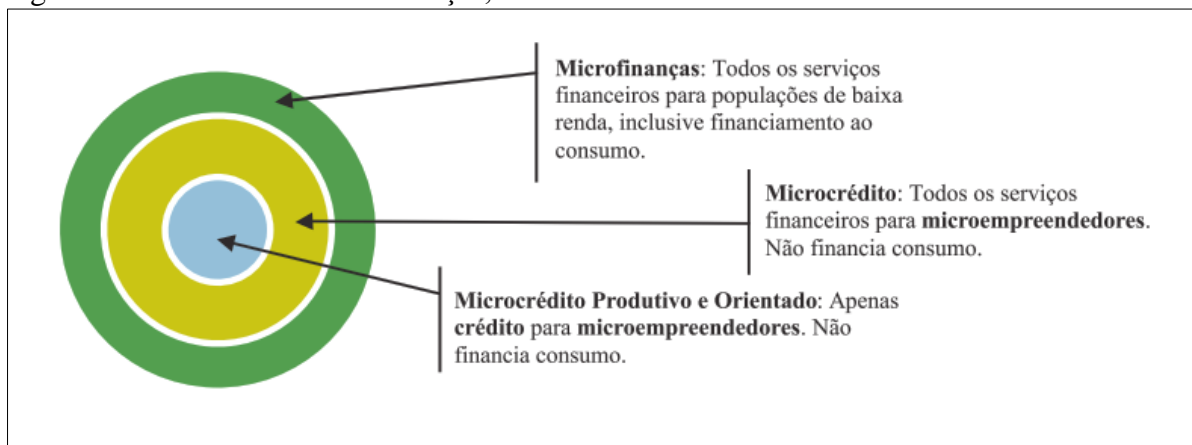
Apesar da importância do microcrédito como mecanismo de fortalecimento da renda, foi surgindo a necessidade de novos produtos e serviços financeiros voltados para o público de baixa renda. Ou seja, era necessário envolver o segmento de finanças como um todo. Desse modo, se desenvolveu um cenário propício para a criação de programas e ações diversificadas e voltados para a inclusão financeira das populações mais carentes e dos pequenos empreendimentos formais e informais. O que contribuiu para o surgimento das microfinanças, as quais, em uma perspectiva ampliada, buscam amenizar a restrição do mercado aos serviços de crédito ofertados para esse perfil de usuários. Elas são constituídas por alternativas que visam impactar positivamente essa realidade, utilizando-se, para isso, de

mecanismos que democratizam a oferta e a concessão de crédito (ESTRELLA, 2008; FREITAS, 2016).

Assim, as microfinanças podem ser definidas como a oferta de serviços financeiros como crédito produtivo, crédito para consumo, poupança, seguro etc. Ou seja, abrangem uma série de ferramentas que buscam incluir a população socialmente vulnerável no sistema financeiro. A operacionalização dessas ferramentas se dá por meio das instituições microfinanceiras (IMFs) (BARONE; SADER, 2008; LIMA, 2009).

Dando prosseguimento nessas práticas, em 2005, foi criado no Brasil o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) para direcionar recursos ao setor de microcrédito. Sua metodologia de atuação consiste no relacionamento direto com os microempreendedores por meio de agentes de crédito, com atendimento no local de sua atividade (GREATTI, 2017). A figura a seguir apresenta a relação entre essas ações.

Figura 1 – Conceito de microfinanças, microcrédito e MPO.



Fonte: Soares e Sobrinho (2008).

Diante da evolução das microfinanças e com uma visão mais ampliada, outras variáveis foram incorporadas e o tema passou a ganhar destaque como inclusão financeira (SELA, 2017). Assim, à ideia de inclusão financeira, antes focada no acesso, foram incorporados novos fatores e o seu conceito foi passando por mudanças. Atualmente, o Banco Central adota a seguinte definição para a inclusão financeira plena: “o estado no qual toda a população tenha acesso e faça uso, de maneira simples, equilibrada e consciente, de serviços financeiros que tragam ganhos de bem-estar ao cidadão, de maneira conveniente e por preços acessíveis” (BANCO CENTRAL, 2015, p. 18).

Com os avanços das ações tanto em nível nacional como global nesse setor, a educação financeira e a proteção ao consumidor também ganharam destaque na discussão, a

qual passou a ser denominada de cidadania financeira. Esse termo é recente e engloba uma visão mais ampliada da inclusão financeira (SELA, 2017). A definição adotada para a cidadania financeira “é o exercício de direitos e deveres que viabilizam um comportamento financeiramente sustentável e a participação consciente no sistema financeiro, contribuindo para sua solidez e eficiência e para o bem-estar financeiro das pessoas” (BANCO CENTRAL, 2017, p. 27). Desse modo, essa nova concepção engloba direitos e deveres do cidadão quando o assunto é sua vida financeira, focada na oferta de proteção, educação e inclusão financeira aos cidadãos (SELA, 2017).

### ***2.1.2 Inclusão Financeira no contexto atual***

Segundo Sela (2017), a inclusão financeira possibilita a inserção de indivíduos localizados na base da pirâmide de renda ao sistema financeiro formal na medida em que facilita o acesso a serviços dessa natureza. Para isso, várias ações e programas governamentais têm sido desenvolvidos de maneira a atuarem na promoção ao acesso (Correspondentes Bancários, Instituições de Microfinanças, entre outros) e ao uso dos serviços financeiros (Contas simplificadas, Crédito etc.).

A inclusão financeira adequada, equilibrada e responsável representa uma importante ferramenta para reduzir a desigualdade de renda e social, contribuindo para o desenvolvimento econômico do país, uma vez que permite o provimento de serviços financeiros tal como requerido pela demanda (GREATTI, 2017; SELA, 2017).

Diante da relevância, diretamente vinculada ao papel dos serviços como agente redutor da pobreza e da desigualdade social, a inclusão financeira passou a ser tema de interesse global, a qual vem sendo estimulada e promovida por organizações em nível mundial como a *Alliance for Financial Inclusion* (AFI), *Global Findex – World Bank* e G20 (GREATTI, 2017; SELA, 2017).

No Brasil, esse tema vem sendo discutido há alguns anos, porém, na perspectiva do microcrédito. Mas, a partir de 2009, o debate ganhou uma nova dimensão, com os seminários sobre inclusão financeira realizados pelo Banco Central, entre os anos de 2009 a 2014. Sendo nesse período criado o projeto de inclusão financeira para o país, o qual incorporou ações vinculadas ao Grupo de Especialistas em Inclusão Financeira do G20. Já a partir de 2015, os seminários foram realizados na perspectiva da cidadania financeira. Juntamente com esses seminários eram elaboradas uma série de pesquisas, ações e metas com o objetivo de analisar o panorama e fomentar a inclusão financeira no país (SELA, 2017).

Apesar das iniciativas de promoção da inclusão acontecerem em nível global, essas organizações enfrentam ainda grandes desafios, dado o número de indivíduos que se encontram à margem do sistema financeiro tradicional. Estima-se que, no mundo, 1,7 bilhão de adultos (acima de quinze anos) não possuem acesso a uma conta bancária, a qual constitui o primeiro passo para a inclusão (GLOBAL FINDEX DATABASE, 2017).

Segundo o *Global Findex Database* (2017), a inclusão financeira se tornou prioridade para o *World Bank* devido ao fato de os serviços financeiros poderem ajudar as pessoas a escapar da pobreza, facilitando investimentos em saúde, educação e negócios. Contribuindo ainda para o gerenciamento de emergências financeiras, as quais podem levar as famílias à uma série de privações. Uma vez que, para contornar a situação, acabam recorrendo a meios informais que podem ser inseguros e de difícil gerenciamento da dívida.

Ao analisar as ações voltadas para disseminar a inclusão financeira, percebe-se que desde o início ela tem como principal pilar o microcrédito. Mas, além do microcrédito, outros produtos e serviços passaram a ser demandados e foram incorporados posteriormente, como a poupança e o seguro. Esses três são os principais produtos que promovem a inclusão financeira da população mais carente, o que demonstra a necessidade de uma maior variedade de produtos e serviços ofertados a esse público (SELA, 2017).

Sobre o crédito, para Greatti (2017), ele pode representar a saída da zona da miséria e, no caso dos empreendedores, a continuidade do empreendimento. Nesse contexto, dentre os produtos financeiros, o microcrédito é o que se destaca como principal, uma vez que leva condições de crédito aos empreendedores mais carentes e informais.

Sistemas financeiros inclusivos permitem que as pessoas menos favorecidas se previnam contra as variabilidades econômicas que podem estar relacionadas a doenças, roubos, desempregos, crises, entre outras variáveis. Assim, os empréstimos ou a poupança seriam opções para suavizar os impactos desses imprevistos. Além de permitir, em outros casos, investimentos em negócios, educação etc. (SELA, 2017).

Segundo Sela (2017), a importância da poupança como instrumento de inclusão financeira se dá na medida em que previne o cidadão perante situações inesperadas e possibilita o planejamento para realizar desejos e projetos específicos no futuro. Dada a sua relevância, nesse contexto, o Banco Central criou em 2003 as contas simplificadas de poupança que se caracterizam pela maior facilidade de abertura e isenção de tarifas. Constituindo-se como produtos adaptados às necessidades da população de baixa renda (ANDRADE; DINIZ, 2016; BANCO CENTRAL, 2018).

Porém, Greatti (2017) ressalta que, embora a poupança represente uma fonte de segurança para as famílias contra eventos inesperados, a população de baixa renda dificilmente consegue poupar. Contrastando com a ampliação do crédito, o hábito de poupar ainda é baixo no Brasil, praticado por cerca de 14% dos adultos (GLOBAL FINDEX DATABASE, 2017).

Por fim, o seguro também se caracteriza como um instrumento financeiro de reprodução social desses indivíduos (SELA, 2017). Uma vez que, dado o ambiente em que vivem, estão mais expostos a doenças, acidentes, mortes, danos e perdas relacionadas aos bens e à propriedade. Nesse cenário, o seguro desempenha uma importante função, incorporando elementos de serviços financeiros e de proteção social. Se destacando então, o segmento de microsseguros que representa à essa população vulnerável, maior proteção contra imprevistos, de forma mais adequada ao seu perfil e à sua capacidade financeira.

Desse modo, esse conjunto de produtos e serviços se complementam, proporcionando sustentabilidade a todo o processo, à medida que o microcrédito e a poupança, auxiliam na produção de riqueza, o microsseguro protege os bens e os ganhos obtidos contra eventos adversos (SELA, 2017).

### ***2.1.3 Dimensões da Inclusão Financeira***

O processo de inclusão financeira não está relacionado apenas à possibilidade de acesso aos produtos e serviços, mas ao real acesso e à decisão de utilização dos produtos e serviços que buscam satisfazer as necessidades e contribuir para a melhoria na qualidade de vida dos indivíduos (SELA, 2017).

#### ***2.1.3.1 Acesso ao sistema financeiro***

Segundo o Relatório de Inclusão Financeira (2015), o acesso corresponde à disponibilidade de serviços e produtos financeiros.

De acordo com Sela (2017), as instituições financeiras tradicionais tendem a se localizar nas áreas com maior concentração de renda. Assim, para se obter serviços dessa natureza é preciso despender tempo e recursos para o deslocamento por parte daqueles que vivem em regiões mais pobres. Além disso, nas áreas mais distantes dos grandes centros urbanos observa-se uma maior exclusão financeira do que nas regiões mais desenvolvidas, onde os níveis de acesso às instituições financeiras são maiores.

Para Sela (2017), isso acontece pelo fato de as instituições financeiras estarem concentradas nas áreas urbanas, o que faz com que os produtos, mesmo aqueles mais básicos, estejam distantes das pessoas mais vulneráveis financeiramente e que vivem em áreas remotas.

Essa privação de acesso ao sistema financeiro é vivida por uma considerável parcela da população. O que reforça o cenário de desigualdade social, uma vez que suas potencialidades econômicas e sociais são bastante reduzidas (SELA, 2017). Dados do *Global Findex Database* (2017) mostram que, no Brasil, 32% dos indivíduos com mais de 15 anos que não possuem conta, afirmaram que a localização distante das instituições financeiras está entre as barreiras que os impedem de acessá-las.

Para que a população possa usufruir dos produtos e serviços disponibilizados pelas instituições financeiras, estas dispõem de canais de acesso que podem ser físicos ou remotos (GREATTI, 2017).

As oportunidades de acesso ocorrem, principalmente, por meio dos seguintes canais: instituições financeiras, correspondentes e instituições de microfinanças. Dentre esses, as instituições financeiras, forma tradicional de acesso a esses serviços, operam como intermediárias dos mercados financeiros, por meio da captação de poupanças junto aos agentes econômicos superavitários, ou da concessão de crédito junto aos agentes deficitários. Sua atuação se dá por dois tipos de unidades de atendimento ao público: as agências bancárias e os postos de atendimento (SELA, 2017).

Os correspondentes bancários, por sua vez, são empresas contratadas por instituições financeiras para prestarem serviços em nome da contratante. No entanto, a responsabilidade pela prestação dos serviços através de correspondente é exclusiva da parte contratante. Esses correspondentes englobam casas lotéricas, correios, supermercados, farmácias e outros tipos de estabelecimentos comerciais que não podem ter como atividade principal a de correspondente (ANDRADE; DINIZ, 2016; GREATTI, 2017; SELA, 2017). Tais correspondentes facilitam o acesso aos serviços financeiros em municípios desassistidos e oferecem mais conveniência nas áreas já atendidas (SELA, 2017). Segundo o Relatório de Inclusão Financeira (2015), os correspondentes bancários têm predomínio na capilaridade do Sistema Financeiro Nacional (SFN), representando 70% dos pontos de atendimento em 2014.

Já as instituições de microfinanças são aquelas que ofertam microserviços financeiros à população de baixa renda, como microcrédito, microsseguros e microinvestimentos. E por isso, são as que atuam mais diretamente com o público excluído do sistema financeiro tradicional (SELA, 2017).

Além desses canais de distribuição físicos, há os eletrônicos que, segundo Bader e Savoia (2013), adicionam um poderoso elemento à logística de distribuição, produzindo mudanças e gerando oportunidades de acesso ao redor do mundo. Esses meios virtuais têm se tornado bastante atrativos, principalmente pelo público localizado distante dos pontos de acesso físicos. A tecnologia pode eliminar a necessidade de viajar longas distâncias até uma instituição financeira, além de que diminuindo os custos da prestação de serviços aumenta-se a acessibilidade. Ou seja, a tecnologia pode ajudar a superar barreiras que impedem o acesso ao sistema financeiro (GLOBAL FINDEX DATABASE, 2017).

A expansão e otimização dos canais de acesso, físicos e eletrônicos, proporcionam uma melhora na distribuição e, conseqüentemente, no nível de inclusão financeira do país, uma vez que aumenta a oferta de produtos e serviços, viabilizando o acesso a um percentual cada vez maior da população (BADER; SAVOIA, 2013; SELA, 2017).

#### *2.1.3.2 Uso do sistema financeiro*

Essa dimensão se refere à extensão e à profundidade do uso de serviços financeiros (BANCO CENTRAL, 2015).

Segundo SELA (2017) mesmo que um indivíduo tenha acesso a uma conta bancária (corrente ou poupança), ele não pode ser considerado incluído se não a utilizar, uma vez que não há real consumo do serviço financeiro, ou seja, uso. Esse fato também foi identificado por pesquisas realizadas pelo Banco Central e pelo *Global Findex Database*, ambas referente ao ano de 2017. Os resultados da pesquisa realizada pelo Banco Central apontaram que 83,5% da população adulta (acima de 15 anos) possuíam relacionamento com o SFN, mas não considerou se havia movimentação nas contas, ou seja, se recebiam depósitos ou não. Já quando a movimentação é considerada, o percentual cai para 72%, na mesma pesquisa, e 70% na pesquisa do *Global Findex Database* (2017). Portanto, muitas pessoas podem se vincular formalmente a uma instituição financeira, mas não fazer uso dos serviços (BANCO CENTRAL, 2017; SELA, 2017).

Diante do exposto, depreende-se que o acesso é condição necessária, mas não suficiente para o uso. Uma vez que as instituições financeiras tradicionais ofertam produtos e serviços que não condizem com as necessidades da maioria da população, com altas taxas de juros e exigências que desencorajam os clientes de renda mais baixa (SELA, 2017).

Segundo o *Global Findex Database* (2017) ter uma conta representa um importante passo em direção à inclusão financeira. Porém, para se beneficiar plenamente, as pessoas precisam ser capazes de usá-la de forma segura e conveniente.

As limitações ao uso afetam tanto os indivíduos como os pequenos empreendimentos, que se deparam com diversos obstáculos quando buscam adquirir algum produto ou serviço junto a uma instituição financeira como, por exemplo, burocracia excessiva, necessidades de garantias, custos de transação, prazos, parcelas, carência, entre outros (SELA, 2017).

Dados da pesquisa do *Global Findex Database* (2017) apontam que o custo representa uma barreira significativa para os indivíduos que vivem à margem do sistema financeiro. No Brasil, ele foi citado como barreira por aproximadamente 60% dos adultos (acima de quinze anos) que não possuem relacionamento com instituições financeiras.

Outra barreira que tem grande impacto é a assimetria de informações, tanto por parte das instituições financeiras como por parte dos clientes (SELA, 2017). A assimetria de informações ocorre quando as partes não possuem informações completas sobre a transação, isso resulta, entre outras implicações, na seleção adversa, que é quando não se dá para distinguir as melhores opções entre as que estão disponíveis (PINDYCK, 2013). Ou seja, não dá para distinguir os clientes mais arriscados dos menos arriscados, além do fato que quanto menor o negócio, mais difusas são as informações que são disponibilizadas em menor quantidade e qualidade. Assim, a combinação desses fatores, faz com que as instituições, para se protegerem de eventuais perdas, cobrem taxas de juros mais altas que, por sua vez, afastam a possibilidade de uso por parte daquelas pessoas com renda mais baixa (LIMA, 2009; SELA, 2017).

Greatti (2017) afirma que é preciso derrubar essas barreiras para que a população de baixa renda possa usufruir da gama de serviços prestados. Nesse contexto, o desafio para intensificar o uso consiste na adequação dos produtos e serviços financeiros às necessidades dos cidadãos (BANCO CENTRAL, 2015).

### *2.1.3.3 Qualidade do sistema financeiro*

Esta dimensão está relacionada à relevância dos serviços e produtos financeiros para a vida diária do consumidor (RIF, 2015). Dessa forma, envolve uma análise mais complexa devido à sua subjetividade, uma vez que está relacionada a opiniões e percepções (BANCO CENTRAL, 2017).

Uma das características da qualidade refere-se à adequação dos produtos e serviços às necessidades e ao equilíbrio orçamentário da população que se encontra fora do sistema financeiro. Como essas necessidades diferem daquelas apresentadas pelo público financeiramente incluído, tanto a logística de distribuição quanto as características desses produtos devem ser adequados ao perfil do público não incluído para que se preserve a qualidade na promoção da inclusão financeira (BADER; SAVOIA, 2013; BANCO CENTRAL, 2015).

Outro aspecto relacionado à qualidade, e que indica a fragilidade dessa dimensão é o endividamento. Na perspectiva do crédito, segundo Greatti (2017) o uso inadequado pode provocar o superendividamento, o que acarreta danos tanto materiais, perda de bens e queda de consumo, por exemplo, como também em danos sociais e psicológicos, como perda moral e pressão da sociedade. Os indicadores de endividamento refletem como está o comprometimento da renda e a inadimplência, fatores que podem afetar negativamente a saúde financeira do cidadão (BANCO CENTRAL, 2015).

No caso dos empréstimos, o comprometimento da renda desejável ocorre quando não provoca desequilíbrio no orçamento familiar. Quando esse desequilíbrio acontece, as consequências percebidas são os atrasos nos pagamentos das parcelas. Esses atrasos passam a ser frequentes, configurando como inadimplência (BANCO CENTRAL, 2015).

Além disso, essa dimensão da inclusão financeira é influenciada pela qualidade do relacionamento entre os clientes e as instituições. Assim, ao assegurar um bom relacionamento com os usuários é possível garantir que a inclusão financeira gere benefícios em termos de bem-estar ao indivíduo, uma vez que haverá um elo de confiança entre as partes. Porém, o nível de confiança depende da segurança e da proteção ao consumidor. Esta, por sua vez, não depende apenas das ações implementadas pelas instituições, mas também do nível de conhecimentos financeiros adquiridos pelos beneficiários (BANCO CENTRAL, 2017).

Dados do *Global Findex Database* (2017) apontam que a desconfiança no sistema financeiro foi citada por cerca de um quarto dos adultos, que não possuem uma conta em uma instituição financeira, como motivo de não se relacionar com estas instituições. Essa falta de confiança está, geralmente, ligada à falta de conhecimentos financeiros.

Portanto, a qualidade da inclusão também passa pela educação financeira, uma vez os indivíduos de baixa renda, ao serem incluídos no sistema, correm alto risco de endividamento e de terem grande parte de sua renda comprometida devido à falta de conhecimentos no assunto, o que causa também sensação de insegurança, podendo distanciá-los cada vez mais (GREATTI, 2017).

#### 2.1.3.4 Educação Financeira

Apesar da disponibilidade de produtos e serviços financeiros ter aumentado consideravelmente nos últimos anos, diversas pessoas esbarram na pouca instrução financeira, o que dificulta o uso e contribui para que continuem à margem do sistema. Porém, esse fato não se restringe apenas às classes mais pobres da população, mas boa parcela dela (SELA, 2017).

A falta de educação financeira é uma dificuldade apontada tanto pelas instituições de crédito quanto pelos estudiosos. Pois, ela é um componente fundamental na inclusão das camadas mais pobres da população no sistema financeiro, permitindo que as pessoas tenham autonomia e condições de tomar as melhores decisões (CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 2013).

Uma das responsabilidades das instituições financeiras consiste na concessão de uma educação financeira aos seus clientes, pois a falta dela leva as famílias ao endividamento, resultante do uso inadequado de recursos, e ao alto comprometimento da renda, o que agrava ou perpetua a exclusão social (BIROCHI; POZZEBON, 2016; GREATTI, 2017).

Para Greatti (2017) o acesso ao crédito deve ser ofertado em paralelo à educação financeira, uma vez que o conhecimento pode disciplinar o uso consciente dos instrumentos financeiros e minimizar os riscos do uso indevido do crédito.

Como afirmam Bader e Savoia (2013) a educação financeira é absolutamente indispensável para minimizar o receio e a sensação de insegurança em entrar no sistema financeiro formal, causados pela falta de conhecimento. Uma vez que a carência em educação financeira pode prejudicar a relação entre os clientes e as instituições, comprometendo o pagamento de dívidas, por exemplo, tornando o cliente refém das instituições financeiras (CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 2013).

Diante disso e com o intuito de transformar essa realidade, a educação financeira tem sido alvo de políticas privadas e públicas direcionadas a essa parcela financeiramente excluída (SELA, 2017). No Brasil foi lançado em 2010 a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), a qual tem por finalidade “contribuir para o fortalecimento da cidadania ao fornecer e apoiar ações que ajudem a população a tomar decisões financeiras mais autônomas e conscientes” (ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA, 2018).

A educação financeira, por meio de informações, instruções e aconselhamentos, possibilita melhorar o entendimento sobre produtos e serviços financeiros e conceitos. O que contribui para o desenvolvimento de habilidades e da confiança, uma vez que os indivíduos se

tornam mais conscientes dos riscos, levando-os a tomarem decisões que melhoram seu bem-estar financeiro (SELA, 2017). Nesse sentido, a educação financeira configura-se como uma forte ferramenta para a expansão da inclusão.

A educação financeira possibilita ainda a conscientização dos cidadãos para a importância do planejamento financeiro, de modo a desenvolver uma relação equilibrada com o dinheiro, passando a tomar decisões adequadas sobre finanças e consumo (SELA, 2017). Portanto, ela contribui ainda para estimular a poupança, uma vez que ajuda a equilibrar as necessidades e os desejos de consumo com os objetivos de longo prazo, através da conscientização dos indivíduos quanto aos fatores internos e externos que influenciam suas escolhas de consumo.

## **2.2 Microcrédito**

Segundo Lima (2016), o acesso ao crédito pode ser considerado um direito fundamental da pessoa, na medida em que contribui para a garantia da igualdade de oportunidades e possibilita melhorar suas condições de vida e trabalho.

Nesse sentido, o crédito demandado pela população excluída do sistema financeiro tradicional, com suas características próprias e metodologia de contato de proximidade com o tomador, passou a ser denominado microcrédito (SELA, 2017). A linha de microcrédito disponibiliza um tipo de crédito diferenciado das demais ofertadas no sistema tradicional (LIMA, 2016).

Diante desse cenário, o microcrédito surge como uma alternativa de democratização através de estratégias que facilitam o acesso e promovem a inclusão financeira. O que contribui para o desenvolvimento econômico-social por viabilizar a realização de projetos e a melhoria na qualidade de vida (DUARTE, 2017; LIMA, 2017).

De acordo com Soares, Barreto e Azevedo (2011), o microcrédito pode assumir uma função social e econômica extra, indo além do interesse privado de sustentação das pequenas empresas, mas contribuindo também para o desenvolvimento social e econômico da população de baixa renda. A disponibilidade de crédito para esse público colabora para a geração de riqueza para eles e, conseqüentemente, para o país. O que faz do microcrédito uma importante ferramenta das políticas de desenvolvimento (BANCO CENTRAL, 2002).

Sela (2017) afirma que o microcrédito é o embrião da inclusão financeira. Correspondendo ao projeto de maior força dentro do tema, tendo sido a atividade mais

importante no contexto das políticas de inclusão financeira, atuando na concessão de empréstimos de pequeno valor (GREATTI, 2017).

### ***2.2.1 Característica do Microcrédito***

Sua diferença em relação ao crédito tradicional se dá, principalmente, por: público-alvo, que são as pessoas classificadas como baixa renda e pequenos produtores formais ou informais; finalidade, pode ser destinado ao aumento do capital de giro ou fixo; e o montante, valores relativamente pequenos (MOTA; SANTANA, 2011).

#### ***2.2.1.1 Quanto ao Acesso***

Dado o perfil diferenciado dos beneficiários do microcrédito, é preciso encurtar as distâncias geográficas entre as instituições concedentes e o público-alvo. Pois, como os microempreendedores, geralmente, não dispõe de tempo para se deslocar grandes distâncias, as instituições buscam minimizar esse problema se localizando mais próximas das residências ou dos locais de trabalho desses clientes. Ou ainda, encurtando essa distância através dos agentes de crédito (ESTRELLA, 2008).

A disponibilidade do microcrédito foi largamente ampliada com a implementação do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO), instituído pela Lei nº 11.110, de 25 de Abril de 2005 (alterada pela Lei nº 13.636, de 20 de Março de 2018), a qual representa o marco regulatório legal do microcrédito no Brasil (FREITAS, 2016; PLANALTO, 2018).

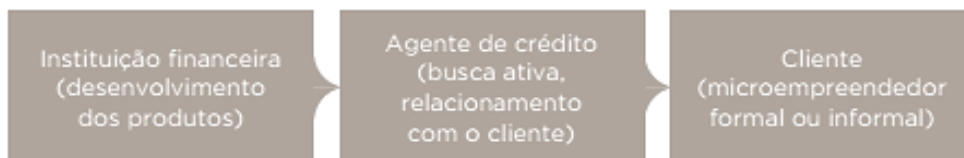
Esse programa consolidou o conceito de crédito orientado concedido para o atendimento das necessidades financeiras de pequenos empreendedores e utiliza metodologia baseada no relacionamento direto com os clientes no local onde é executada a atividade econômica (SOARES, SOBRINHO, 2008).

Nesse caso, ao contrário das operações tradicionais, é o agente de crédito que vai até o cliente. Ele participa de todas as etapas do processo, passando pela entrevista, liberação e recebimento. Mantendo um acompanhamento constante do mesmo (BANCO CENTRAL, 2002; ESTRELLA, 2008).

Essa metodologia é o que faz o diferencial no microcrédito pois, não são os microempreendedores formais e informais que buscam as instituições financeiras, mas os agentes de crédito que vão até eles e oferecem os produtos juntamente com orientações. Assim,

buscam estabelecer uma relação de confiança, a qual se torna a base de trabalho do agente (CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 2013). A imagem abaixo resume o modelo de atuação do microcrédito na promoção do acesso.

Figura 2 – Modelo de atuação das instituições financeiras formais.



Fonte: CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (2013).

Essa forma de atuação pode se tornar um ciclo virtuoso. Uma vez que, ao promover essa proximidade e fortalecer o relacionamento entre os tomadores de crédito e as instituições concedentes, os clientes podem passar a se beneficiar de outros produtos e serviços financeiros, como microsseguros e microinvestimentos, por exemplo (CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 2013).

Em relação às instituições que disponibilizam o microcrédito no país, desde a sua criação, o PNMPO teve a adesão de diversas instituições fomentadoras do microcrédito. As principais que atuam nesse mercado são o Banco do Nordeste, a Caixa Econômica Federal, o Banco do Brasil, o Banco da Amazônia, o Banestes e a Agência de Fomento do Paraná (FREITAS, 2016).

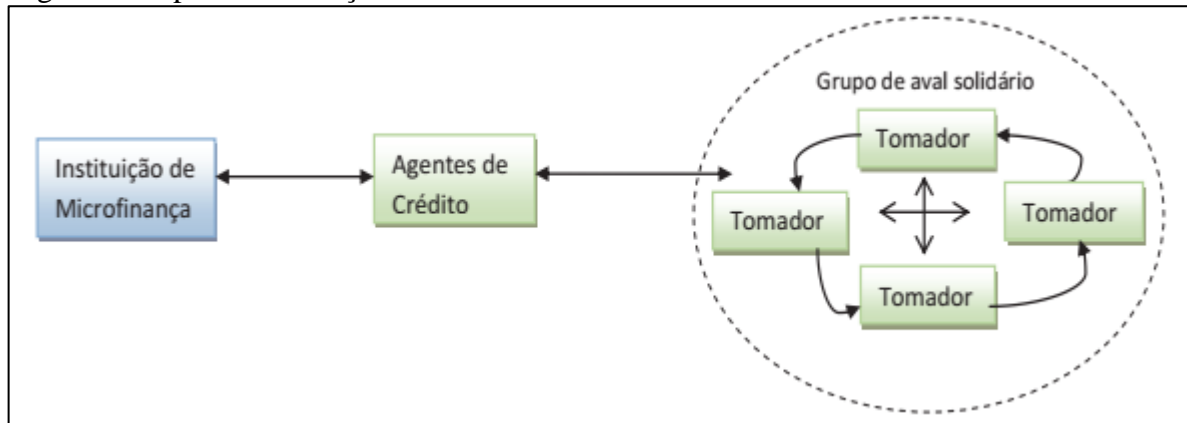
Dentre estas instituições destaca-se o Banco do Nordeste, responsável pelo programa Crediamigo. Este é considerado o maior programa de microcrédito brasileiro e o maior da América Latina, funcionando como Microcrédito Produtivo Orientado (LIMA, 2016).

#### 2.2.1.2 Quanto ao Uso

Sua metodologia consiste na formação de pequenos grupos solidários, nos quais os seus membros assumem solidariamente a responsabilidade da quitação do empréstimo, no caso da inadimplência de algum deles. Essa metodologia permite que eles fiscalizem uns aos outros, para o cumprimento da obrigação (FREITAS, 2016). Dessa forma, a garantia física ou monetária que seria exigida em um empréstimo tradicional passa a ser, no grupo solidário, o comprometimento do grupo em pagar a parcela devida por algum dos componentes

(ESTRELLA, 2008). A imagem abaixo mostra a operacionalização do crédito através do aval solidário.

Figura 3 – Operacionalização do crédito utilizando de aval solidário.



Fonte: Freitas (2016).

Esse aval solidário, segundo Lima (2009) reduz os efeitos negativos da seleção adversa em decorrência da assimetria de informações. No caso em questão, isso se aplica no sentido de que as Instituições Financeiras (IFs) não são capazes de distinguir os clientes mais arriscados dos menos arriscados. Para se proteger, elas elevam os juros, o que dificulta o uso do crédito por parte das pessoas mais pobres. Esse problema é minimizado, por exemplo, com o uso, dentro de determinados limites, de históricos de crédito (PINDYCK, 2013). E no caso das IMFs na medida em que elas concedem o crédito para grupos solidários, que assumem a obrigação total. Esses grupos costumam ser constituídos por indivíduos que se conhecem e que existe uma relação de confiança entre si, diminuindo os efeitos da seleção adversa, além da existência de um fluxo de informação maior (LIMA, 2009).

Essa forma de atuação diferenciada do aval solidário, por não exigir garantias reais, permite que aquelas pessoas que não fazem uso do crédito tradicional, por não possuírem ativos que possam ser usados como garantia do empréstimo, passem a usar esses produtos e serviços financeiros (ESTRELLA, 2008).

Seguindo essa linha de promover o uso por parte desse público de baixa renda, algumas ações visam adequar a oferta do microcrédito ao perfil deles. Entre essas ações pode-se destacar a localização próxima dos clientes, atuação dos agentes de crédito, além de reduzir a burocracia e agilizar a entrega do crédito. Esses tipos de ações tornam o crédito mais atrativo para esse público e reduz o custo operacional suportado por eles (ESTRELLA, 2008).

Quanto as taxas de juros, no microcrédito, elas podem ser sustentáveis ou subsidiadas. No primeiro caso, ela é suficiente para cobrir os custos financeiros e

administrativos da instituição. Já na segunda situação, a taxa é insuficiente para cobrir esses custos precisando de suporte de algum programa público de crédito (ESTRELLA, 2008).

#### *2.2.1.3 Quanto à Qualidade*

Na perspectiva de que a qualidade está ligada à adequação do produto ao usuário, pode-se destacar características como parcelas e prazos para pagamentos compatíveis com a realidade dos pequenos empreendedores que, geralmente, possuem negócios com curto ciclo operacional. Desse modo, pequenas parcelas em prazos curtos facilitam o controle dos pagamentos por parte dos beneficiários (ESTRELLA, 2008).

Outras particularidades comuns ao microcrédito e adequadas ao perfil dos clientes são os empréstimos de baixos valores, com possibilidade de renovação, os quais podem ter seus valores crescentes de acordo com a capacidade de pagamento do cliente e até o limite estabelecido pela instituição (ESTRELLA, 2008).

Os agentes de crédito atuam nas diversas dimensões da inclusão financeira, as quais são promovidas de forma integrada. No fator qualidade, eles também assumem um papel relevante. São os agentes que coletam informações ativamente e captam clientes para os bancos, tratando caso a caso, conforme as necessidades individuais dos empreendedores (CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 2013).

Como no microcrédito, geralmente, não há garantias formais, mas um acordo entre os membros do grupo em honrar o compromisso de quitar o empréstimo, a capacidade de pagar a dívida passa pelas análises objetivas e subjetivas dos agentes de crédito. Isso é possível através do relacionamento próximo com os clientes, assim o agente é capaz de analisar a necessidade e a capacidade de pagamento do microempreendedor. Desse modo, a identificação das necessidades e a orientação financeira contribuem para a redução dos riscos de endividamento e, conseqüentemente, para a qualidade do serviço (CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 2013).

#### *2.2.1.4 Quanto à Educação Financeira*

O microcrédito tem como uma de suas vertentes a orientação aos seus beneficiários. Ela ocorre por meio dos agentes de crédito, os quais atuam junto aos tomadores de crédito fornecendo orientações financeiras e de gestão (DUARTE, 2017).

Desse modo, os agentes de crédito são os maiores responsáveis por atenuar a barreira da falta de educação financeira. Eles são encarregados de acompanhar e orientar cada cliente, avaliando tanto a necessidade de crédito como o sucesso da operação financeira. Fornecem orientações para os tomadores de crédito, a fim de garantir o seu desenvolvimento e, conseqüentemente, o retorno do empréstimo. Sendo um elo entre a instituição e o beneficiário (ESTRELLA, 2008; FREITAS, 2016).

Como os agentes gerenciam uma carteira de clientes, geralmente delimitadas por áreas geográficas, há uma relação próxima entre eles. O que facilita a coleta de informações e as orientações para cada beneficiário. De modo geral, as orientações financeiras são direcionadas para o controle das contas, o orçamento doméstico, a renegociação de dívidas, a seleção de fornecedores, organização das compras. Orienta ainda, sobre a necessidade de se programar para a aposentadoria (CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 2013). Em resumo, o agente funciona, na maioria das vezes, como um orientador contábil-financeiro para o pequeno empreendedor (ESTRELLA, 2008).

Conforme o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) (2013) a educação financeira vai além da transação de crédito, ela contribui para o sucesso dos empreendimentos, o que é de interesse da instituição financeira, do cliente e da própria sociedade. Além disso, a educação financeira leva à utilização do crédito de maneira responsável, garantindo a permanência desse público no sistema financeiro de forma saudável e duradoura (GREATTI, 2017).

O Banco Central (2002) classificou como características fundamentais do microcrédito os seguintes aspectos:

Quadro 1 – Características fundamentais do microcrédito.

(continua)		
<b>CARACTERÍSTICA</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>DIMENSÃO</b>
<b>Crédito Produtivo</b>	É voltado para o pequeno empreendimento formal ou informal, apoiando negócios gerenciados por pessoas de baixa renda. Não visa financiar o consumo.	Qualidade
<b>Ausência de Garantias Reais</b>	Como o público-alvo carece de ativos que possam ser usados como garantia, o microcrédito, para minimizar o problema, atua através do aval solidário. Assim, os membros do grupo assumem o compromisso de liquidar o crédito total, o que contribui para o estabelecimento de uma rede de apoio e vigilância para que todos cumpram a sua parte, reduzindo os riscos de inadimplência.	Uso
		Qualidade

Quadro 1 – Características fundamentais do microcrédito.

		(conclusão)
<b>Crédito Orientado</b>	Esse carácter assistencialista se dá na figura do Agente de Crédito, devido ao aspecto informal dos pequenos negócios que necessitam de maior apoio.	Educação Financeira
		Qualidade
<b>Crédito Adequado ao Ciclo do Negócio</b>	Empréstimos de baixos valores; prazos de pagamentos curtos; possibilidade de renovação; empréstimos com valores crescentes até o limite da instituição.	Qualidade
		Uso
<b>Baixo Custo de Transação</b>	A redução do custo de transação para o cliente está na localização da instituição próxima ao público-alvo, no mínimo de burocracia e na agilidade na entrega do crédito.	Acesso
		Uso
<b>Ação Econômica com Forte Impacto Social</b>	A atuação do microcrédito tem impacto positivo nas situações de pobreza. Influenciando tanto no aumento da renda, como nos aspectos sociais e na qualidade de vida.	Qualidade

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Por fim, o quadro acima relaciona as características do microcrédito, apontadas pelo Banco Central (2002), com algumas das dimensões da inclusão financeira. De modo a identificá-las de forma integrada nas diversas características.

### 2.2.2 *Crediamigo*

O Crediamigo foi fundado em 1998 pelo Banco do Nordeste. O programa busca oferecer uma linha de crédito de forma menos burocrática e muito mais rápida aos seus clientes (LIMA, 2016). Possui como missão “Contribuir para o desenvolvimento socioeconômico dos empreendedores e empreendedoras, por meio de produtos e serviços de microfinanças e orientação empresarial, de forma sustentável, oportuna e de fácil acesso” (BANCO DO NORDESTE, 2018).

#### 2.2.2.1 *Crediamigo como instrumento de Inclusão Financeira*

De acordo com Lima (2016) por atuar em um segmento de mercado que o próprio mercado não tem interesse, que é atender à população de baixa renda, devido ao seu alto risco considerado, o banco de desenvolvimento surge como uma alternativa para corrigir essa falha, oferecendo às pessoas excluídas do sistema financeiro a possibilidade de inserção por meio da oferta de microcrédito, contribuindo para a geração de renda. Essas ações configuram-se como oportunidades para que as pessoas de baixa renda consigam quebrar o ciclo da pobreza.

Segundo Estrella (2008) o programa foi criado com o objetivo de dar apoio ao setor microempresarial, sobretudo as atividades informais. Contribuindo mediante a oferta de serviços financeiros, de forma sustentável, oportuna e de fácil acesso.

Assim, iniciativas como o Crediamigo contribuem de forma decisiva para reduzir as desigualdades socioeconômicas entre as regiões do país. Sua constituição, em 1998, marcou o início da atuação do Banco do Nordeste nas microfinanças e a primeira iniciativa do gênero entre bancos públicos brasileiros (BANCO DO NORDESTE, 2018).

Ao longo do tempo, o desempenho e a cobertura geográfica do programa ganharam destaque e reconhecimento como importante instrumento de política pública que promove a inclusão financeira, atua no combate à pobreza e na redução das desigualdades (BANCO DO NORDESTE, 2017; FREITAS, 2016).

#### *2.2.2.2 Características do Crediamigo*

Em relação à sua forma de atuação, o Crediamigo situa-se dentro das políticas microfinanceiras do Banco do Nordeste. Tem em vista operacionalizar o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) do Governo Federal. O banco atua por meio de parceria com o Instituto Nordeste Cidadania (INEC), OSCIP que contribui com a operacionalização do Crediamigo. Seguindo a metodologia do PNMPO o programa opera por meio de agentes de crédito (BANCO DO NORDESTE, 2019).

Quanto à acessibilidade, a área de atuação do Crediamigo é bem ampla, pois conforme Relatório do Programa de Microfinanças do Banco do Nordeste (2018), o programa está presente em 11 estados, localizados na região Nordeste, norte de Minas Gerais e norte do Espírito Santo, ou seja, em toda a área de atuação do Banco do Nordeste. A operacionalização se dá através de suas 475 unidades de atendimento espalhadas pela região. Sendo o Ceará, o estado com o maior número de Unidades do Crediamigo, com 137, seguido da Bahia com 79.

No que se refere ao uso, o programa atingiu 2.065.167 clientes ativos em 2018. Tem como estratégia conceder empréstimos com valores crescentes ao longo do tempo, condicionados ao pagamento do crédito anterior. Essa metodologia busca ainda provocar um efeito positivo na redução de inadimplência (BANCO DO NORDESTE, 2018; SOARES; BARRETO; AZEVEDO, 2011).

Já os pagamentos de curto prazo possibilitam selecionar os tomadores de crédito menos pontuais, além de permitir ao credor o retorno mais rápido do crédito (SOARES; BARRETO; AZEVEDO, 2011).

O programa busca oferecer uma linha de crédito de forma rápida e sem muita burocracia, adotando a metodologia do aval solidário. Ou seja, ocorre por meio de grupos solidários em que a responsabilidade pelo pagamento da dívida é compartilhada pelos integrantes. Os quais elegem um representante que atua em nome do grupo. Assim, se torna possível o uso do crédito por parte de pessoas menos favorecidas economicamente, uma vez que para esse público, a oferta de garantias é de difícil alcance (LIMA, 2016; SOARES; MENDONÇA, 2016). Conforme o site do Banco do Nordeste (2019) a documentação necessária para o cadastro de um cliente é o CPF, RG e Comprovante de Residência atualizado.

Segundo o site do Banco do Nordeste (2019) o programa Crediamigo possui as seguintes linhas de crédito, desenvolvidas de acordo com as necessidades e possibilidades dos clientes:

Quadro 2 – Produtos e Serviços.

(continua)

LINHA	GIRO SOLIDÁRIO	GIRO INDIVIDUAL	INVESTIMENTO FIXO
FINALIDADE	Recursos para capital de giro, ou seja, aquisição de matéria prima/mercadorias.	Recursos para capital de giro, ou seja, aquisição de matéria-prima/mercadorias.	Recursos destinados somente para investimento fixo (aquisição ou reforma de móveis, utensílios, máquinas e equipamentos; reformas e assistência técnica de instalações físicas; aquisições de veículos automotores como: carros e motos etc.).
VALORES	R\$ 100,00 a R\$ 15.000,00	R\$ 300,00 até R\$ 15.000,00	R\$ 300,00 até R\$ 15.000,00
TAXA DE JUROS	Taxa efetiva de juros de 2,3% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de 3% sobre o valor liberado.	Taxa efetiva de juros de 2,5% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de 3% sobre o valor liberado.	Taxa de juros de 2,5% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de até 3% sobre o valor liberado.
PRAZOS	4 a 12 meses	1 até 12 meses sem carência	Prazo de 1 até 24 meses
FORMA DE PAGAMENTO	Pagamentos fixos e mensais	Pagamentos fixos e mensais	Pagamentos fixos e mensais
REQUISITOS/GARANTIA	Grupo solidário de 3 a 10 pessoas, que se constituem em avalistas uma das outras, ou seja, avalistas solidários.	O cliente precisa ter um negócio próprio já estabelecido há 6 meses, com funcionamento regular e conhecimento da sua atividade/Coobrigado.	O cliente precisa ter um negócio próprio estabelecido no mínimo há 6 meses, com funcionamento regular e conhecimento da sua atividade/Coobrigado.

Quadro 2 – Produtos e Serviços.

(conclusão)

LINHA	CREDIAMIGO COMUNIDADE	CREDIAMIGO MAIS	SEGURO VIDA CREDIAMIGO
FINALIDADE	Crédito para capital de giro produtivo, melhoria da infraestrutura do local do empreendimento ou moradia e aquisição de pequenas ferramentas.	Recursos para Investimento fixo (aquisição de máquinas e equipamentos, novos ou usados e reformas e assistência técnica de instalações físicas) e Capacitação (custos com pagamento de cursos de capacitação, educação formal e/ou consultoria gerencial para o titular da empresa ou seus empregados).	O Seguro Vida Crediamigo traz tranquilidade e segurança para você e sua família. Ele garante o pagamento de indenização ao(s) beneficiário(s) do seguro no caso de falecimento do segurado.
VALORES	R\$ 100,00 até R\$ 1.100,00	R\$ 1.000,00 até R\$ 15.000,00	Prêmio no valor de R\$ 30,00, pago em parcela única
TAXA DE JUROS	Taxa de juros de 1,08% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de 3% sobre o valor liberado.	Taxa de juros de 2,0% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de até 3% sobre o valor liberado.	
PRAZOS	Prazo de 4 a 12 meses	Prazo até 24 meses	Capital Segurado: R\$ 3.600,00 / Auxílio Funeral: R\$ 1.008,00 / Cesta Básica R\$ 1.008,00 Participação em quatro sorteios mensais de R\$ 1.500,00 cada.
FORMA DE PAGAMENTO	Pagamentos fixos e mensais	Carência de até 6 meses	
REQUISITOS/GARANTIA	Admite-se que até 20% dos integrantes do Banco da Comunidade estejam iniciando atividades produtivas/grupo solidário de 11 a 30 pessoas, que se constituem em avalistas uma das outras, ou seja, avalistas solidários.	Ter experiência mínima de 12 meses no Crediamigo/Ser formalizado (possuir CNPJ)/Coobrigado.	

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Outros produtos do programa são: Orientação Empresarial e Ambiental, Conta Corrente (isenta de tarifas de abertura e manutenção de conta corrente), Seguro Prestamista (garante a quitação do crédito em caso de morte do segurado) (BANCO DO NORDESTE, 2019).

A evolução, ao longo dos anos, dos valores concedidos pelo programa pode ser observada no gráfico a seguir.

Gráfico 1 – Valores Desembolsados por ano (1998-Abr/2019).



Fonte: Banco do Nordeste (2019).

Sobre os valores dos financiamentos, o Relatório do Programa de Microfinanças do Banco do Nordeste (2018) aponta que 80% dos créditos concedidos estão na faixa de até R\$ 3.000,00. Diante desse cenário, pode-se inferir que apesar dos valores concedidos individualmente serem baixos, ao juntar todas as operações ofertadas pelo programa geram um impacto positivo muito grande, gerando emprego e renda e, conseqüentemente, a inclusão financeira e social das pessoas de baixa renda (LIMA, 2016).

O Crediamigo se adequa a um perfil específico da população que pode ser definido como o de pessoas que estão fora do mercado de trabalho formal e iniciam pequenos negócios, por conta própria (LIMA, 2016). Possuem baixo nível de escolarização e a maioria pertencem ao gênero feminino, cerca de 67% (BANCO DO NORDESTE, 2018; LIMA, 2016).

Desse modo, a abordagem ao cliente é feita de forma diferenciada. Utilizando a metodologia do microcrédito produtivo orientado, o agente de crédito realiza o atendimento, geralmente, no local de trabalho do cliente. Essa visita juntamente com o levantamento socioeconômico possibilita uma melhor avaliação e definição das necessidades de crédito de cada cliente. Aliando relacionamento próximo e orientação sobre o planejamento do negócio, o programa alcança um nível maior de adequação às necessidades de seus beneficiários e, conseqüentemente, fornece um serviço com qualidade (CAPOBIANGO; SILVEIRA; LIMA, 2015).

Além disso, dados do Relatório do Programa de Microfinanças do Banco do Nordeste (2018), mostram que cerca de 50% dos clientes possuem renda inferior a R\$1.000,00 mensal. O que mostra a importância do microcrédito como ferramenta de inserção financeira e

de desenvolvimento da população mais carente. Apesar da baixa renda de seus beneficiados, a metodologia de conceder pequenos empréstimos por meio do aval solidário, faz com que o índice de inadimplência seja baixo, não ultrapassando os 2%, como pode ser verificado na tabela abaixo:

Tabela 1 – Indicadores de Sustentabilidade.

<b>INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Carteira de Empréstimos (R\$ Milhões)	2.236,60	2.742,30	3.033,30	2.930,40	3.023,70	3.349,89
Índice de Inadimplência	1,07%	1,03%	1,22%	1,90%	1,56%	1,30%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

No que diz respeito à educação financeira, os agentes de crédito são os responsáveis pela instrução dos empreendedores formais ou informais, a fim de levantar informações que indiquem a necessidade de crédito. Sendo esta função realizada no próprio local de trabalho do cliente. Os agentes oferecem orientações que visam melhorar a aplicação dos recursos, buscando integrá-los de maneira competitiva no mercado (BANCO DO NORDESTE, 2018).

Além disso, o site disponibiliza uma série de cartilhas que orientam sobre vendas, planejamento, uso do crédito, qualidade, marketing, cuidados ambientais, educação financeira, entre outros (BANCO DO NORDESTE, 2018).

Como é possível observar, o agente de crédito exerce um papel fundamental na operacionalização do Crediamigo. Segundo Souza e Júnior (2019) o agente de microcrédito é o responsável pela oferta de crédito assistido, com atendimento exclusivo e contribui para o processo de educação financeira dos microempreendedores. Entre as atividades desenvolvidas por esses agentes estão: Visitas prévias à concessão do crédito; Análise do empreendimento e empreendedor; Formalização do crédito; Visitas de acompanhamento e monitoramento; E Cobranças (SOUZA E JÚNIOR, 2019).

Eles são contratados e treinados pelo instituto responsável pela operacionalização do Crediamigo. Segundo dados do INEC (2019), a sua remuneração é composta por: Salário Base (R\$ 1.189,13) + Remuneração Situacional + Remuneração Variável. Para Souza e Júnior (2019) a remuneração é composta por: Remuneração Fixa + Remuneração por Nível + Remuneração Variável por Desempenho. Sendo detalhadas do seguinte modo:

- Remuneração Fixa: reajustada anualmente pela inflação.
- Remuneração por Nível: existem 11 níveis estabelecidos, nos quais o agente ascende para o nível seguinte a cada 39 clientes adicionados a sua carteira.

- Remuneração Variável por Desempenho: considera a carteira ativa do agente, com base em fatores como o número de novos clientes, retenção e inadimplência.

Além disso, os agentes têm seus desempenhos avaliados através do monitoramento de suas ações, de seu comportamento técnico e ético, se este estão seguindo efetivamente a metodologia proposta pelo Crediamigo e pelos indicadores de suas carteiras ativas (SOUZA E JÚNIOR, 2019).

### **3 METODOLOGIA**

Esta seção apresenta a metodologia utilizada no presente estudo, descrevendo o enquadramento e os procedimentos metodológicos utilizados.

#### **3.1 Enquadramento Metodológico**

Quanto aos objetivos trata-se de uma pesquisa descritiva, pois, segundo Collis e Hussey (2005), permite identificar e obter informações sobre as características de um determinado problema ou questão. Além de avaliar e descrever as características das questões pertinentes.

Em relação aos procedimentos técnicos, classifica-se como documental e de campo. É documental pois se utiliza de materiais que ainda não receberam tratamento analítico, ou que podem ser reelaborados (GIL, 2002). Por fim, é uma pesquisa de campo pois, conforme Gil (2002), esse tipo de pesquisa caracteriza-se por focalizar um grupo e buscar informações para explicar e interpretar o que acontece nele.

Em relação à abordagem, caracteriza-se como uma pesquisa de métodos mistos, uma vez que associa as formas quantitativa e qualitativa. É quantitativa pelo fato de examinar a relação entre variáveis, por meio de procedimentos estatísticos (CRESWELL E ROCHA, 2010). Dessa forma, os dados obtidos na pesquisa de campo foram quantificados, o que possibilitou uma análise mais clara do comportamento das variáveis. Porém, é preciso interpretar e relacionar esses dados a fim de avaliar a relação deles com a inclusão financeira do grupo analisado. O que justifica a necessidade da abordagem qualitativa, a qual utiliza-se de método subjetivo para explorar e entender o significado que indivíduos ou grupos atribuem a um problema social (CRESWELL E ROCHA, 2010).

#### **3.2 Procedimentos Metodológicos**

Para alcançar o objetivo proposto, optou-se por realizar a pesquisa no Município de Pentecoste. Essa escolha se deu pela distância dos grandes centros urbanos e, conseqüentemente, por possuir menor número de instituições financeiras localizadas. O que representa a necessidade de iniciativas que promovam a inclusão financeira da população local. Dados do censo demográfico de 2010 estimaram uma população de 35.400 habitantes, com um PIB per capita de R\$ 9.112,00, em 2015 (IBGE, 2018). Já em relação ao número de instituições

financeiras localizadas no município, dados do Banco Central (2019) apontam a presença de 28 correspondentes bancários em atividade, em junho de 2019. Já a Estatística Bancária Mensal por município (ESTBAN) revela a presença de duas agências bancárias localizadas na cidade, até março deste ano (BANCO CENTRAL, 2019).

Além disso, a cidade conta com um posto de atendimento do Crediamigo, o qual possuía em torno de 4.432 clientes ativos, em 2018, segundo informações obtidas no posto de atendimento. Desse total, 1.100 são de outro município, restando aproximadamente 3.332 clientes ativos de Pentecoste, que constituem o universo da pesquisa. Desse total, que engloba clientes de diversas linhas de crédito, inclusive o individual, optou-se por trabalhar apenas com os que integravam grupos solidários. Porém, não foi possível obter informações sobre a quantidade desses beneficiários específicos.

Quanto à coleta dos dados primários, ela se deu através da aplicação de questionários estruturados que, segundo Gil (2002), consistem em um conjunto de questões que são respondidas pelo pesquisado e constituem o meio mais rápido de obtenção de informações. O questionário utilizado (APÊNDICE A) é constituído por questões fechadas e divididas nas seguintes seções: Crediamigo (informações acerca da pesquisa), Acesso, Uso, Qualidade, Educação Financeira e Perfil dos Respondentes. De modo a buscar informações referentes a cada uma das dimensões da inclusão financeira.

Primeiramente, foi aplicado um pré-teste com cinco pessoas, no qual foi possível perceber uma maior dificuldade em responder as perguntas com a escala Likert. Por isso, em vez de utilizar a escala com 5 pontos (concordo totalmente, concordo parcialmente, nem concordo e nem discordo, discordo parcialmente, discordo totalmente) optou-se por adaptar a escala para 3 pontos, mas mantendo a simetria das respostas com uma opção positiva, uma neutra e outra negativa (concordo, nem concordo e nem discordo, discordo). O mesmo raciocínio foi utilizado nas categorias de resposta sobre frequência (nunca, raramente, às vezes, quase sempre, sempre) que ficaram do seguinte modo: nunca, às vezes, sempre. Além disso, algumas perguntas foram modificadas ou retiradas com a intenção de deixar o questionário mais objetivo e mais rápido de ser respondido.

Após as alterações, os questionários definitivos foram impressos e aplicados em Pentecoste, no posto de atendimento do Crediamigo, sendo parte no mês de novembro de 2018 e parte no mês de maio de 2019. Os quais foram preenchidos individualmente pelos próprios clientes, enquanto aguardavam o atendimento. Dado o layout do estabelecimento, no qual várias mesas redondas estão distribuídas no espaço para atendimento dos grupos, não era possível que os respondentes saíssem do campo de visão dos demais integrantes do seu grupo. Mas era

orientado a eles lerem em silêncio e evitarem se comunicar sobre as perguntas enquanto estavam respondendo. Alguns, aproximadamente uns 8, solicitaram que o questionário fosse lido para eles, pelo aplicador. O que foi feito em local mais afastado possível dos demais componentes do grupo.

Pela necessidade de deslocamento até o posto de atendimento, fluxo variável de clientes atendidos por dia e restrição da aplicação dos questionários para dois ou três integrantes do mesmo grupo, a fim de obter respostas de grupos solidários variados, obteve-se um total de 115 questionários válidos.

Além disso, informações complementares, como a quantidade de clientes ativos no posto de atendimento, o modo de atuação do agente e sua orientação, a abordagem dos clientes, entre outras informações relevantes para a realização do trabalho foram coletadas no posto de atendimento e através do *Whatsapp*.

Com base na metodologia exposta acima, os dados foram analisados por meio da análise de conteúdo, que, segundo Gil (2002), permite um processo de análise e interpretação interativo, em que o pesquisador pode elaborar inferências sobre a situação estudada a partir das inter-relações entre as unidades e entre as categorias em que elas se encontram reunidas. Os resultados obtidos, seguindo a metodologia apresentada acima, estão apresentados na seção a seguir.

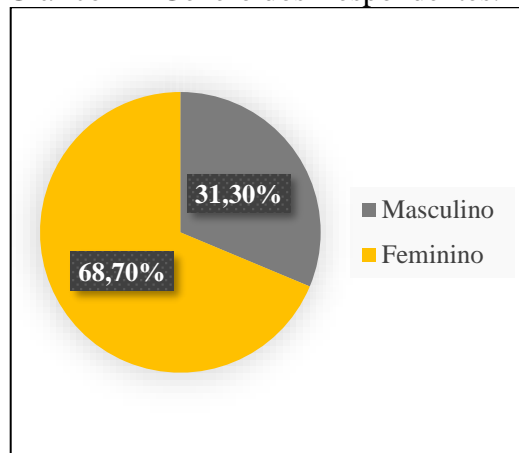
## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta seção apresenta a análise realizada nos resultados obtidos na pesquisa. Em que, primeiramente, é apresentado o perfil dos respondentes e, em seguida, os resultados direcionados para cada dimensão da inclusão financeira estudada.

### 4.1 Perfil dos Respondentes da pesquisa

O gráfico 2 apresenta o perfil dos respondentes da pesquisa. Como é possível observar, a maioria é do público feminino. Esse fato representa a realidade dos beneficiários do Crediamigo que, segundo dados do Banco do Nordeste (2018), cerca de 67% pertence ao gênero feminino.

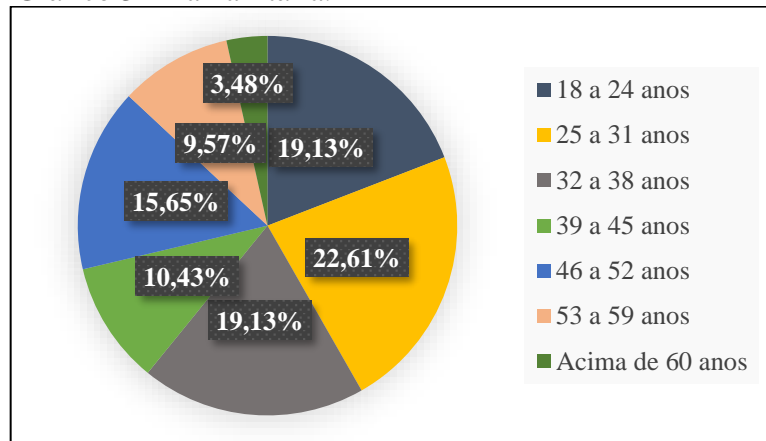
Gráfico 2 – Gênero dos Respondentes.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Em relação à faixa etária, percebe-se a predominância de clientes mais jovens, sendo 41,74% dos respondentes com idades até 31 anos. Esse perfil condiz com os dados levantados pelo Banco do Nordeste (2018), nos quais 39% dos clientes do Crediamigo possuem até 34 anos.

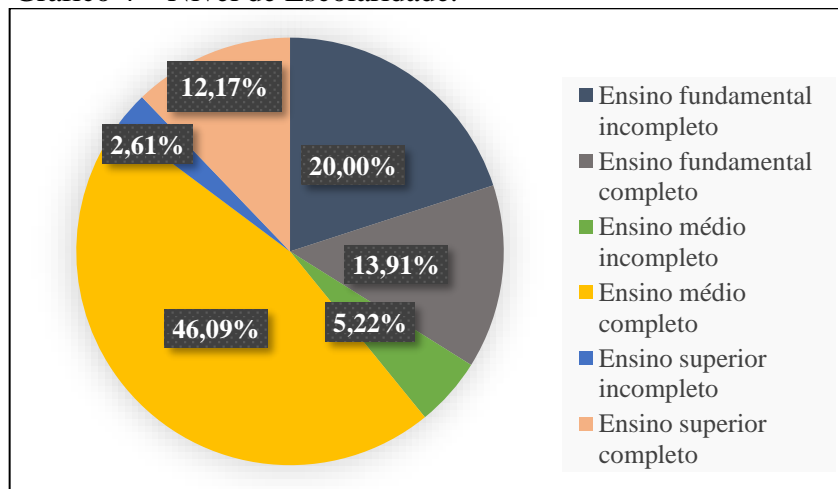
Gráfico 3 – Faixa Etária.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Sobre a escolaridade, o nível com maior número de respondentes é o ensino médio completo, com 46,09%. Os níveis inferiores englobam um total de 39,13% dos respondentes, assim, apenas 14,78% iniciaram ou concluíram o nível superior, conforme o gráfico abaixo.

Gráfico 4 – Nível de Escolaridade.

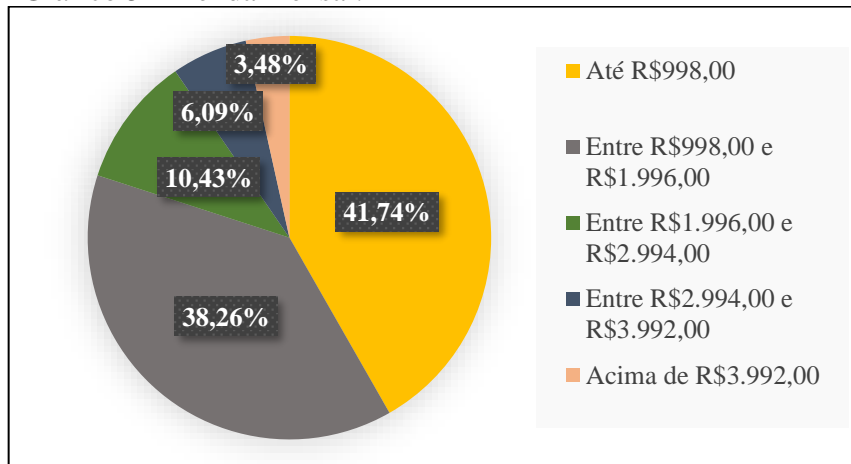


Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Essa predominância de respondentes que possuem ensino médio completo está em conformidade com os dados do Banco do Nordeste (2018), nos quais 43% dos clientes do Crediamigo completaram de 9 a 11 anos de ensino.

No caso da renda, o perfil é de um público com renda mais baixa, dado que 41,74% possuem renda de até um salário mínimo. Enquanto 38,26% alcançam até dois salários mínimos mensalmente. Ou seja, 80% dos respondentes tem renda de até R\$ 1.996,00. Como pode ser observado no gráfico 5.

Gráfico 5 – Renda mensal.

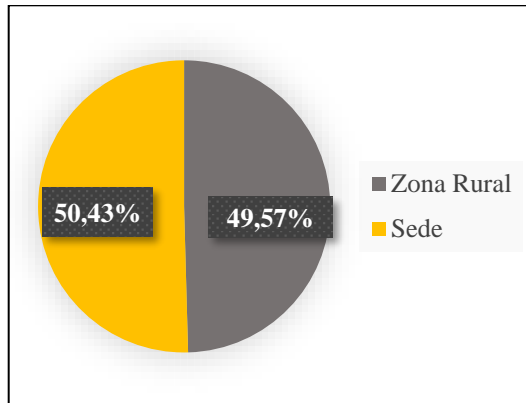


Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Os dados levantados pelo Banco do Nordeste (2018) apontam que 50% dos beneficiários do Crediamigo tem renda mensal de até R\$ 1.000,00. E 39% estão na faixa de R\$ 1.000,00 a R\$ 3.000,00. O que caracteriza a predominância de clientes com renda baixa.

Além disso, foi verificado a localização da moradia dos respondentes. As respostas apontaram que 50,43% residem na área urbana do município, enquanto os demais residem nas áreas rurais, conforme o gráfico 6.

Gráfico 6 – Moradia.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Fazendo uma comparação entre os que residem na zona urbana com os da zona rural, estes localizados ainda mais distantes das instituições financeiras e, conseqüentemente, necessitando mais de ações voltadas para a inclusão financeira. É possível verificar que a maioria deles se encaixa no perfil dos que se encontram à margem do sistema financeiro tradicional. Pois, dos respondentes que possuem renda de até um salário mínimo (48), 32 estão localizados na zona rural, o que representa 66,67% dos que tem a menor renda.

Além disso, dos 23 respondentes que não concluíram o ensino fundamental, 16 são da zona rural do município. Eles representam 61,54% dos que possuem fundamental incompleto ou completo, e apenas 28,57% dos que concluíram o ensino superior. Portanto, os habitantes das áreas rurais, além da distância entre as instituições financeiras, enfrentam barreiras como o baixo nível de escolaridade e de renda. E o fato de quase a metade dos respondentes viverem nessas áreas demonstra a relevância do Crediamigo no processo de inclusão financeira dessas pessoas.

#### **4.2 Percepção dos respondentes quanto ao Acesso ao Crediamigo**

A primeira dimensão da inclusão financeira abordada nessa pesquisa é o acesso. Como explanado anteriormente, o acesso se refere à disponibilidade de serviços e produtos financeiros. Ou seja, da localização das instituições e de seus canais de acesso (postos de atendimento, agências, correspondentes, canais eletrônicos etc.). Incluindo ainda o agente de crédito, responsável por encurtar a distância entre os clientes e as instituições.

Nesse sentido, o município de Pentecoste conta com um posto de atendimento do Crediamigo. Já a agência bancária do Banco do Nordeste mais próxima está localizada no município de Itapipoca, distante cerca de 61,3 km (INTERNET, 2019). Os procedimentos relativos ao Crediamigo são realizados no posto de atendimento, porém, a abertura da conta corrente e a prestação de serviços relacionados (cartão, senhas etc.) são realizados na agência. O que faz com que parte dos clientes precisem se dirigir até outra cidade, fato confirmado por 67,83% dos respondentes da pesquisa. No entanto, ao serem questionados se pensaram em desistir do Crediamigo devido à necessidade de se deslocar até outra cidade, a maioria discordou (68,70%), 13,04% ficaram indecisos e 18,26% pensaram em desistir. Desses, a maioria (66,66%) reside na zona rural.

Em relação à frequência em que eles precisam ir ao posto de atendimento ou à agência, cerca de 88,70% afirmaram que não precisam ir com muita frequência. Geralmente, eles precisam ir ao posto de atendimento para assinar o contrato (85,22%), ou seja, apenas no ato da contratação ou renovação do serviço. Outros fatores que exigem o deslocamento dos clientes até a instituição financeira estão discriminados na tabela a seguir.

Tabela 2 – Principais motivos que levam os clientes até a instituição financeira.

Motivos	Quant.	%
Realizar a entrevista com o agente de crédito.	17	14,78%
Abrir a conta corrente.	27	23,48%
Receber o cartão.	25	21,74%
Assinar o contrato do Crediamigo.	98	85,22%
Resolver algum problema.	43	37,39%
Outra	3	2,61%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Analisando a tabela acima, percebe-se que os motivos que levam ao deslocamento até a instituição financeira são questões pontuais, como abrir a conta corrente e receber o cartão, que são ações realizadas, geralmente, durante a primeira contratação do serviço. A realização da entrevista é feita, na maioria das vezes, na casa ou local de trabalho dos clientes já que apenas 14,78% informaram que a realização da entrevista aconteceu no posto de atendimento. Outro fator que leva ao deslocamento até o posto de atendimento é para a resolução de problemas (37,39%). Ou seja, não há a necessidade de ir até a instituição financeira regularmente.

Um fator importante que contribui para isso é o fato de o agente de crédito ir até a casa ou local de trabalho do cliente, visto que 88,70% dos respondentes declararam que receberam a visita do agente de crédito. A atuação do agente além de encurtar a distância entre os clientes e as instituições financeiras, rompe outras barreiras que dificultam o acesso ao sistema financeiro tradicional como, por exemplo, o ambiente e as roupas mais formais, a linguagem mais “complicada”, a imagem de um ambiente burocrático etc. Desse modo, a figura do agente de crédito que vai até o ambiente em que o cliente vive ou trabalha e a linguagem mais apropriada ao ouvinte promove uma identificação e a construção de uma visão mais humanizada da instituição financeira, aproximando esta dos clientes.

A relevância do agente de crédito nesse processo de inclusão se mostra significativa no fato que 31,30% dos respondentes disseram que não teriam acesso ao Crediamigo se o agente não fosse até sua casa ou local de trabalho. Além disso, há a questão do tempo ganho por causa da instituição financeira ir até o cliente por meio do agente de crédito, pois 34,78% dos respondentes alegaram que gastam muito tempo quando precisam ir até o posto de atendimento do Crediamigo, a maioria deles (67,50%) da zona rural.

Outro modo de reduzir a distância entre cliente e instituição financeira se dá por meio dos canais de acesso eletrônicos viabilizados pela internet que, apesar de muitas vezes estar presente em áreas remotas, não é uma via muito utilizada pelos beneficiários, visto que apenas 13,04% afirmaram fazer uso da internet para realizar alguma consulta, pagamento etc, relacionados ao Crediamigo e 11,30% disseram que já aconteceu de não precisar se deslocar

até o posto de atendimento por que conseguiram resolver pela internet. As informações apresentadas nesse tópico estão resumidas na tabela abaixo.

Tabela 3 – Acessibilidade.

	Concordo		Nem concordo, nem discordo		Discordo		Total
Gasto muito tempo quando preciso ir até o posto de atendimento do Crediamigo.	40	34,78%	20	17,39%	55	47,83%	115
Tive que ir até outra cidade por causa do Crediamigo.	78	67,83%	5	4,35%	32	27,83%	115
Ter que me deslocar até outra cidade me fez pensar em desistir do Crediamigo.	21	18,26%	15	13,04%	79	68,70%	115
O agente de crédito foi até a minha casa ou local de trabalho.	102	88,70%	6	5,22%	7	6,09%	115
Se o agente de crédito não fosse até minha casa ou local de trabalho eu não teria acesso ao Crediamigo.	36	31,30%	21	18,26%	58	50,43%	115
Preciso ir ao posto de atendimento do Crediamigo com muita frequência.	2	1,74%	11	9,57%	102	88,70%	115
Faço uso da internet para realizar alguma consulta, pagamento etc.	15	13,04%	13	11,30%	87	75,65%	115
Já deixei de ir ao posto de atendimento porque consegui resolver pela internet.	13	11,30%	7	6,09%	95	82,61%	115

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Com base nas informações levantadas pode-se destacar como dificuldades no acesso questões como a necessidade de deslocamento até outra cidade e a pouca utilização de recursos eletrônicos, por parte dos clientes, nos procedimentos relacionados ao Crediamigo. O que poderia ser uma ferramenta de expansão e facilitação do acesso, visto que o público jovem representa uma considerável parcela dos clientes do programa, como mostrado anteriormente.

Por outro lado, a pouca necessidade de o cliente ir até a instituição financeira e a atuação do agente de crédito representam uma característica positiva na promoção do acesso ao microcrédito, principalmente para a população localizada em áreas mais distantes.

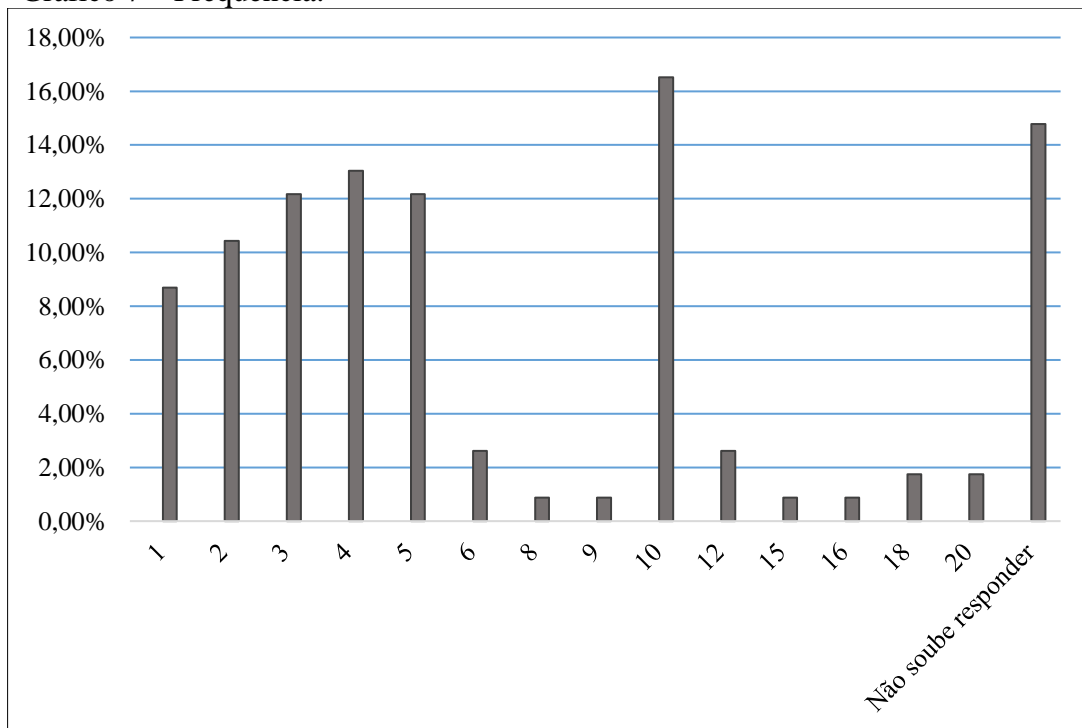
### 4.3 Percepção dos respondentes quanto ao Uso do Crediamigo

A segunda dimensão da inclusão financeira abordada nessa pesquisa é o uso. Essa dimensão abrange questões como a extensão e a profundidade do uso de serviços financeiros. Ou seja, se além do contato inicial, geralmente por meio da abertura de uma conta corrente, há uma movimentação e um uso continuado desses serviços. E para que isso aconteça, é necessário, além de promover o acesso, viabilizar o uso através de condições adequadas à realidade desses indivíduos, como baixa taxa de juros, garantias alternativas, documentação simplificada etc.

Nesse contexto, o Crediamigo configura-se como uma porta de entrada para o sistema financeiro para muitos de seus beneficiários, pois somente 23,48% dos respondentes afirmaram que já possuíam conta bancária antes do Crediamigo. Portanto, para 76,52% dos respondentes, o primeiro acesso ao sistema financeiro se deu pelo programa. Além disso, 77,39% informaram que usam a conta apenas para movimentações do Crediamigo, o que reforça a relevância do programa no processo de inclusão.

Porém, após esse contato inicial que ocorre por meio da abertura da conta corrente, é preciso verificar a extensão do uso do microcrédito por parte dos beneficiários. Conforme o gráfico 7 é possível perceber que boa parte dos beneficiários costuma adquirir o serviço com certa frequência, visto que 53,91% dos respondentes já fizeram o Crediamigo entre quatro e 20 vezes, 31,30% até três vezes e 14,78% não souberam responder a quantidade.

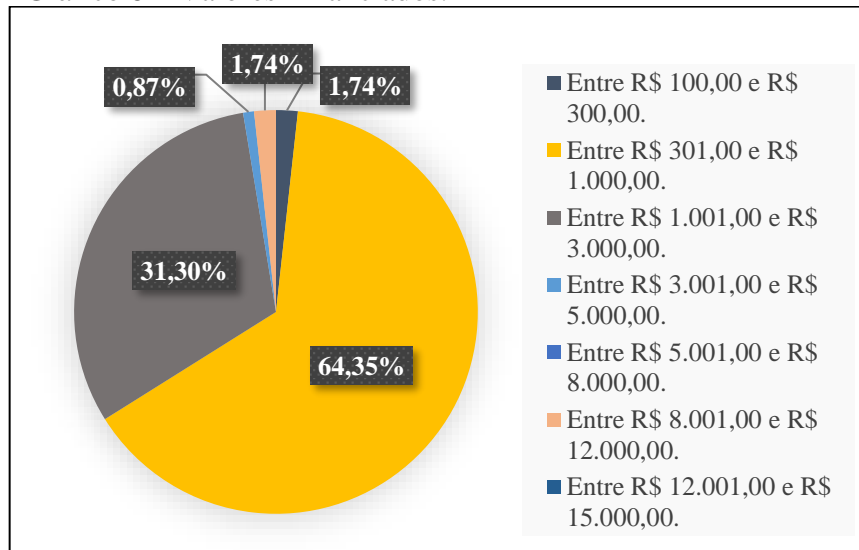
Gráfico 7 – Frequência.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Um dos fatores que favorecem essa frequência na aquisição do empréstimo se deve ao baixo valor financiado. Segundo dados do Banco do Nordeste (2018), 64% dos empréstimos variam entre R\$ 100,00 a R\$ 2.000,00. Na pesquisa em questão, 64,35% dos respondentes declararam que fazem empréstimos entre R\$ 301,00 e R\$ 1.000,00 e 31,30% entre R\$ 1.001,00 e R\$ 3.000,00. Ou seja, a maior parte dos valores concedidos são de baixo valor.

Gráfico 8 – Valores Financiados.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A importância de contrair empréstimos de baixos valores para a frequência na aquisição do serviço se dá pelo fato de proporcionar a quitação em um curto período, pois os valores baixos são divididos em poucas parcelas, fazendo com que a rotatividade entre aquisição, quitação e renovação gire mais rápido.

Quanto à intenção de permanecer beneficiário do programa, 73,91% declararam que pretendem renovar o Crediamigo. Essa continuidade no uso do serviço se dá por uma série de medidas que buscam promover o uso frequente do microcrédito. Além dos pequenos valores financiados, a baixa taxa de juros, a agilidade e a pouca burocracia foram, segundo os respondentes, fatores que os motivaram a fazer o Crediamigo, conforme tabela abaixo.

Tabela 4 – Fatores que influenciaram a fazer o Crediamigo.

	Concordo	Nem concordo, nem discordo	Discordo	Total
A baixa taxa de juros foi um fator que me motivou a fazer o Crediamigo.	88 76,52%	26 22,61%	1 0,87%	115
A agilidade e a pouca burocracia foram fatores que me motivaram a fazer o Crediamigo.	82 71,30%	27 23,48%	6 5,22%	115

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Quanto à taxa de juros, ela varia de 1,08% e 2,5% ao mês, segundo informações do site do Banco do Nordeste (2019) e foi considerada um ponto importante para 76,52% dos respondentes. Em relação a agilidade e a pouca burocracia, também relevantes para 71,30% dos respondentes, isso ocorre pela exigência de uma documentação simplificada - CPF, Documento de Identificação com foto e Comprovante de Residência atual, segundo o site do Banco do

Nordeste (2019). Além da atuação do agente de crédito e da celeridade na liberação do empréstimo, o que contribui para reduzir a burocracia e dar agilidade à operação.

Outra medida que viabiliza o uso do microcrédito pela população excluída do sistema tradicional é a metodologia de garantia utilizada. Ao contrário dos bancos tradicionais que exigem bens, a garantia no Crediamigo se dá por meio do aval solidário. Conforme a tabela 5, menos da metade dos respondentes (46,09%) informaram que possuem bens que poderiam usar como garantia, e um percentual ainda menor, 23,48%, já fizeram empréstimos em outros bancos.

Tabela 5 – Comparação com o sistema tradicional.

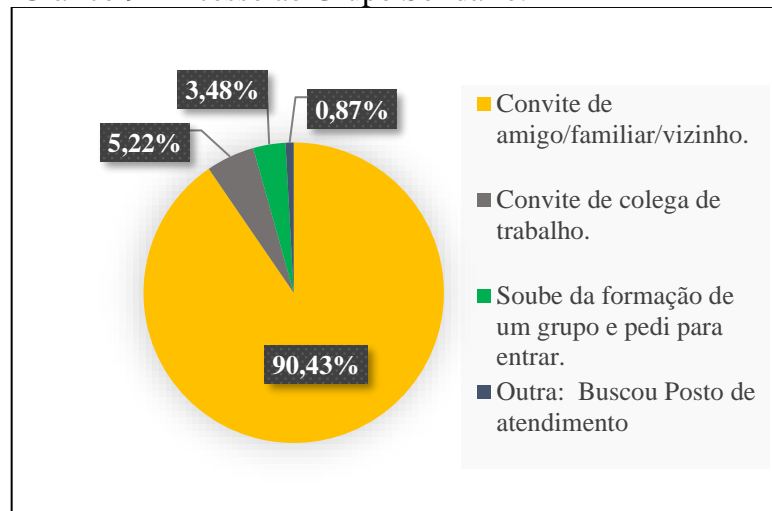
	Concordo		Nem concordo, nem discordo		Discordo		Total
Já fiz empréstimos em outros bancos.	27	23,48%	4	3,48%	84	73,04%	115
Possuo bens (veículos, imóveis etc.) que posso usar como garantia para fazer empréstimos.	53	46,09%	14	12,17%	48	41,74%	115

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Com base na tabela acima, verifica-se que a maior parte dos respondentes não está no perfil exigido pelo sistema tradicional. Porém, com a metodologia do aval solidário, é possível viabilizar o uso do crédito para esse público.

Desse modo, a metodologia de grupos solidários fornece uma garantia alternativa de quitação do empréstimo. Assim, a formação dos grupos se dá pela reunião de pessoas próximas, como amigos, familiares, colegas de trabalho etc.

Gráfico 9 – Acesso ao Grupo Solidário.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Pelo gráfico anterior, 90,43% dos respondentes disseram que entraram no grupo através do convite de amigo, familiar ou vizinho, ou seja, por convite de pessoas próximas. Quando questionados se conheciam todos os integrantes antes da formação do grupo, 86,09% concordaram que conheciam, 6,96% nem concordaram, nem discordaram e apenas 6,96% afirmaram que não conheciam todos. Quanto ao contato entre os integrantes, 80,00% afirmaram manter contato constante e 20,87% veem os demais membros do grupo apenas quando precisam se reunir.

O fato de o grupo ser formado, em sua maioria, por pessoas próximas e que costumam manter contato constante, o nível de confiança tende a ser mais elevado, pois 78,26% dos respondentes disseram confiar plenamente que todos os integrantes pagarão a sua parte. Outro ponto que reafirma essa confiança é que 80,00% responderam que não se sentem pressionados pelos demais para quitar a sua parcela.

Porém, 11,30% informaram que há algum integrante com pagamento atrasado. Apesar dessa circunstância, a confiança que o crédito será quitado é alta, pois 80,87% fariam o empréstimo novamente com todos os atuais componentes. A tabela a seguir resume a opinião dos respondentes da pesquisa sobre o grupo.

Tabela 6 – Quanto ao Grupo Solidário.

	Concordo		Nem concordo, nem discordo		Discordo		Total
Conhecia todos os participantes antes da formação do grupo.	99	86,09%	8	6,96%	8	6,96%	115
Mantenho contato constante com todos os membros do grupo.	92	80,00%	18	15,65%	5	4,35%	115
Vejo os integrantes do grupo apenas quando precisamos nos reunir.	24	20,87%	17	14,78%	74	64,35%	115
Confio plenamente que todos os integrantes do grupo irão pagar a sua parte.	90	78,26%	20	17,39%	5	4,35%	115
Faria o empréstimo novamente com todos os integrantes do grupo.	93	80,87%	14	12,17%	8	6,96%	115
Me sinto pressionado(a) pelo grupo a pagar a minha parte do empréstimo.	2	1,74%	21	18,26%	92	80,00%	115
Existe algum integrante que está com pagamento atrasado.	13	11,30%	11	9,57%	91	79,13%	115

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

De modo geral, a metodologia do aval solidário possibilita que pequenos empreendedores formais e informais façam uso do microcrédito de uma forma mais segura. Ou seja, esse método permite que eles se beneficiem de um serviço financeiro que não teriam acesso na via tradicional. Assim, podem fazer uso do crédito para aplicar em seu pequeno empreendimento, pois 99,13% dos respondentes declararam utilizar o microcrédito em negócio próprio. Já o consumo doméstico, construção ou reforma é o destino dado por cerca de 28,70%

dos respondentes. A tabela abaixo ilustra as aplicações do valor financiado, segundo os respondentes da pesquisa.

Tabela 7 – Aplicação do Valor Financiado.

<b>Aplicação</b>	<b>Quant.</b>	<b>%</b>
Negócio próprio.	114	99,13%
Educação própria ou de familiar.	8	6,96%
Consumo doméstico/construção/reforma.	33	28,70%
Aquisição de bens pessoais (móveis, veículos, casa, eletrodomésticos etc.).	25	21,74%
Faço o empréstimo para outra pessoa.	2	1,74%
Pagamento de dívidas.	7	6,09%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

No entanto, 6,09% e 1,74% fazem o empréstimo para o pagamento de dívidas e para outra pessoa, respectivamente. Ou seja, não condizem com o perfil buscado pelo banco, que é de pequenos empreendedores formais e informais.

Por fim, as formas de pagamento também podem facilitar o uso do microcrédito. Para quase metade dos respondentes (45,22%) o coordenador grupo realiza o pagamento, isto é, um integrante é escolhido para representar o grupo e, ainda, fica responsável por recolher o valor das parcelas dos demais membros e realizar o pagamento. Assim, não é preciso que todos se desloquem até um estabelecimento financeiro, para realizar o pagamento. O qual, geralmente, é feito na agência bancária (46,09%) ou na casa lotérica (33,91%). O que facilita, principalmente, para aqueles que residem em locais distantes. Porém, nenhum dos respondentes realiza o pagamento por meio eletrônico, o que poderia facilitar ainda mais o processo.

Com base nessas informações é possível perceber que o programa busca oferecer meios que viabilizem o uso do microcrédito para aqueles que não teriam acesso ao crédito pelo sistema convencional. E além de promover o contato inicial com o sistema financeiro, promove um uso contínuo do serviço.

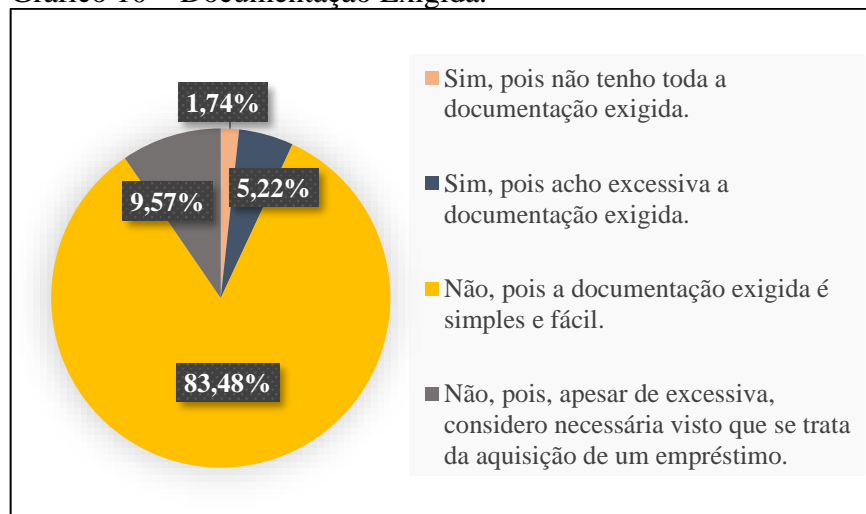
#### **4.4 Percepção dos respondentes quanto à Qualidade do Crediamigo**

A terceira dimensão da inclusão financeira abordada nessa pesquisa é a qualidade. Ela está relacionada à relevância dos serviços e produtos financeiros para a vida do consumidor (RIF, 2015). Dessa forma, envolve uma análise mais subjetiva, pois engloba variáveis como adequação dos produtos e serviços ao público-alvo, logística diferenciada, equilíbrio orçamentário, relacionamento entre a instituição e os clientes etc. Ela busca compreender a qualidade de maneira geral, assim, envolve as demais dimensões.

A conformidade do que é ofertado com as demandas diferenciadas por esse perfil de clientes passa, primeiramente pela logística diferenciada, isto é, pela forma de distribuição que, no caso do Crediamigo, conta com a atuação do agente de crédito que se desloca até a casa ou local de trabalho do cliente, como exposto anteriormente. Depois, vem a necessidade de uma documentação simplificada, visto que ainda existe uma parte da população que não possui toda a documentação civil básica. Ou seja, exigir uma documentação complexa afasta a possibilidade de inserção desse público no sistema financeiro.

Desse modo, segundo o site do Banco do Nordeste (2019), inicialmente os documentos necessários para o cadastro de um cliente do Crediamigo são: CPF, Documento de Identificação com foto e Comprovante de Residência atual. Essa documentação é considerada simplificada por cerca de 83,48% dos respondentes. Já 9,57% disseram achar a documentação excessiva, mas necessária visto que se trata de um empréstimo. O gráfico a seguir mostra a opinião dos respondentes sobre a documentação quando questionados se ela era um problema para fazer o Crediamigo.

Gráfico 10 – Documentação Exigida.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Essa facilidade em relação à documentação contribui ainda para reduzir os custos operacionais, por parte dos clientes, no processo de aquisição do empréstimo, pois 75,65% dos respondentes disseram que nunca consideram os custos de operação muito altos (deslocamento, preparação dos documentos, Taxa de Abertura de Crédito etc.). Já 18,26% consideram altos às vezes. O que contribui para elevar esses custos é a necessidade de se deslocar até a agência bancária do Banco do Nordeste localizada em outra cidade.

Além dos custos, os prazos também são indicadores utilizados para averiguar a dimensão qualidade. Quando questionados se o valor do empréstimo atende às suas necessidades, a maioria, 52,17%, responderam às vezes e 46,09% disseram que sempre atende. Ou seja, boa parte necessita financiar um valor maior, porém, ao serem perguntados se conseguem pagar antes do vencimento, desses 52,17% que não estão muito satisfeitos com o valor financiado, apenas 56,66%, afirmaram que conseguem pagar as parcelas antes do vencimento e 51,66% declararam considerar o valor das parcelas adequados aos seus rendimentos mensais. Portanto, a aquisição de um empréstimo mais alto comprometeria ainda mais a renda desses indivíduos.

Considerando todos os respondentes, o valor das parcelas é considerado adequado aos seus rendimentos mensais para 71,30%, que responderam sempre e 26,09% que afirmaram às vezes. O percentual de respondentes que afirmaram sempre conseguirem pagar as parcelas antes do vencimento é de 66,96%, enquanto 29,57% conseguem às vezes. Quanto ao prazo de carência e das parcelas, 44,35% e 49,57% respectivamente, declararam nunca considerarem curtos. Essas informações estão detalhadas na tabela a seguir.

Tabela 8 – Custos e Prazos.

	<b>Nunca</b>	<b>Às vezes</b>	<b>Sempre</b>	<b>Total</b>
O valor do empréstimo atende às minhas necessidades.	2 1,74%	60 52,17%	53 46,09%	115
Considero o valor das parcelas adequado aos meus rendimentos mensais.	3 2,61%	30 26,09%	82 71,30%	115
Consigo pagar antes do vencimento.	4 3,48%	34 29,57%	77 66,96%	115
Considero o prazo de carência curto.	51 44,35%	38 33,04%	26 22,61%	115
Considero os prazos das parcelas curtos.	57 49,57%	37 32,17%	21 18,26%	115
Considero os custos de operação muito altos (deslocamento, preparação dos documentos, Taxa de Abertura de Crédito etc.).	87 75,65%	21 18,26%	7 6,09%	115

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O comprometimento da renda é um dos pontos mais importantes para a qualidade da inclusão financeira, principalmente no microcrédito, pois o uso dos produtos e serviços financeiros deve ser feito de forma consciente e de modo a não afetar negativamente o equilíbrio financeiro dos beneficiários. Ao serem questionados se já tiveram que se desfazer de algum bem para realizar o pagamento das parcelas, 86,09% responderam nunca e 13,91%, às vezes. Na situação inversa, ou seja, se já deixaram de adquirir algum bem, 29,57% afirmaram às vezes. Já 34,78% às vezes recorrem ao empréstimo com amigos ou familiares para quitar as parcelas. Quanto ao comprometimento das outras despesas (água, luz, internet, aluguel etc.), 24,35% disseram que já deixaram de pagá-las, às vezes, para priorizar o pagamento do Crediamigo.

Referente aos gastos com alimentação, 20,87% dos respondentes já reduziram, às vezes, em virtude do pagamento das parcelas.

Tabela 9 – Comprometimento da renda.

	Nunca		Às vezes		Sempre		Total
Já tive que vender algum bem para pagar a parcela.	99	86,09%	16	13,91%	0	0,00%	115
Já tive que pegar dinheiro emprestado com amigos/familiares para pagar a parcela.	74	64,35%	40	34,78%	1	0,87%	115
Já deixei de pagar alguma conta (água, luz, internet, aluguel, lojas etc.) para pagar as parcelas.	86	74,78%	28	24,35%	1	0,87%	115
Já deixei de adquirir algum bem que precisava para pagar as parcelas.	75	65,22%	34	29,57%	6	5,22%	115
Já reduzi os gastos com alimentação para pagar as parcelas.	88	76,52%	24	20,87%	3	2,61%	115

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Desse modo, por mais que boa parte dos respondentes não considere o valor financiado totalmente satisfatório, ele é suficiente para provocar uma alteração no equilíbrio financeiro dessas pessoas, as quais necessitam de um maior planejamento para conseguirem quitar o empréstimo sem colocarem em risco outras despesas essenciais e sem a necessidade de recorrerem aos empréstimos informais.

Ao serem questionados sobre o impacto do Crediamigo na renda, a maioria discordou que houve redução da renda (76,52%) e concordou que houve aumento (70,43%). Em relação a qualidade de vida, para 73,91% teve melhora e para 25,22% não teve diferença. Quanto a capacidade de compra, aumentou para 70,43% e não teve alteração para 26,96%.

Tabela 10 – Impactos na renda.

	Concordo		Nem concordo, nem discordo		Discordo		Total
Minha renda diminuiu desde que fiz o Crediamigo.	3	2,61%	24	20,87%	88	76,52%	115
Minha renda aumentou desde que fiz o Crediamigo.	81	70,43%	30	26,09%	4	3,48%	115
Minha qualidade de vida melhorou com o Crediamigo.	85	73,91%	29	25,22%	1	0,87%	115
Minha capacidade de compra aumentou desde que fiz o Crediamigo.	81	70,43%	31	26,96%	3	2,61%	115

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

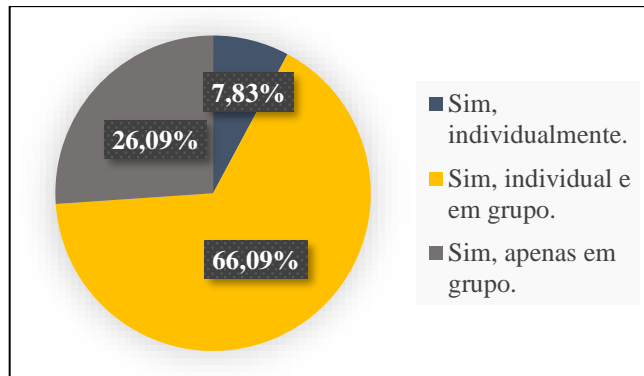
De modo geral, o programa proporciona impactos positivos na renda e na qualidade de vida dos beneficiários à longo prazo, o problema é a ausência de um melhor planejamento financeiro que minimize os impactos no período de pagamento das parcelas.

Outro aspecto relevante na qualidade se refere ao relacionamento entre a instituição financeira e o cliente. No caso do Crediamigo, é possível perceber que o agente de crédito assume um papel relevante na construção desse relacionamento, pois é ele quem faz a

intermediação entre a instituição financeira e o cliente. Ou seja, os beneficiários conhecem tanto a instituição, como seus produtos e serviços através do agente. Essa relação agrega qualidade aos clientes quando há confiança entre as partes e quando o cliente, apesar de seus poucos conhecimentos financeiros, sente segurança em relação à instituição e ao uso de seus produtos e serviços. Para os respondentes, 86,09% afirmaram se sentirem seguros e confiantes em relação ao banco e 66,09% disseram sentir segurança para fazer alguma reclamação, ou seja, sentem liberdade e segurança para confrontarem a outra parte quando necessário.

O fato de o agente ir até a casa ou local de trabalho do cliente e, na maioria das vezes, realizar a entrevista tanto em grupo como individualmente, conforme gráfico abaixo, promove uma aproximação e fortalece o relacionamento entre as partes. Tanto que, para 60,87% dos respondentes, o agente de crédito é indispensável no processo de aquisição do Crediamigo.

Gráfico 11 – Entrevistas.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A entrevista é importante também no sentido que, apesar de estarem em grupo, ela proporciona uma individualização e um direcionamento aos desejos e às necessidades de cada integrante, o que fortifica a relação. Por fim, a qualidade, dentro de sua subjetividade, envolve a sensação de respeito e de valorização. Isso se manifesta, por exemplo, no atendimento ao cliente. Quando perguntados sobre a resolução de problemas, 66,96% declararam nunca terem tido nenhum problema. Dos que tiveram, 23,48% conseguiram resolver facilmente, sem muita burocracia, enquanto 5,22% tiveram que se deslocar até outra cidade. Cerca de 15,65% sentiram interesse em resolver o problema por parte da instituição.

Tabela 11 – Resolução de Problemas.

Situações	Quant.	%
Consegui resolver facilmente, sem muita burocracia.	27	23,48%
Precisei me deslocar até outra cidade.	6	5,22%
Senti a necessidade de ter mais conhecimentos financeiros.	3	2,61%
Demonstraram interesse na resolução.	18	15,65%
Nunca tive nenhum problema.	77	66,96%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Apesar dos poucos conhecimentos financeiros, apenas 2,61% afirmaram terem sentido a necessidade de ter mais conhecimentos financeiros. No entanto, a proteção do consumidor não deve ficar sob responsabilidade somente da instituição, mas o cliente, através da aquisição de conhecimentos, deve buscar se proteger.

Resumindo, é possível identificar vários pontos favoráveis à dimensão qualidade como, por exemplo, a documentação simplificada, os baixos custos de operação, os prazos e o relacionamento. Porém, não tem sido muito satisfatória no comprometimento da renda, principalmente, durante o período de quitação do empréstimo, o que contribui para uma queda na qualidade na utilização dos serviços e produtos financeiros.

#### **4.5 Percepção dos respondentes quanto à Educação Financeira.**

A quarta dimensão abordada nessa pesquisa é a educação financeira. Sua relevância na inclusão financeira se dá pelo fato de possibilitar que as pessoas tenham autonomia e melhores condições de tomar decisões relacionadas à sua vida financeira. Além de contribuir para a proteção financeira dos tomadores de crédito.

No caso do Crediamigo, uma de suas vertentes é a orientação de seus beneficiários que fica sob responsabilidade do agente de crédito. Sobre a orientação em relação ao planejamento dos gastos para conseguir pagar o empréstimo, 37,39% afirmaram que sempre recebem, enquanto 32,17% disseram receber às vezes e 30,43% marcaram a opção nunca. Como visto no tópico anterior, um dos pontos que prejudica a qualidade da inclusão financeira é justamente a falta de planejamento no período de pagamento do empréstimo, o que compromete o orçamento mensal.

Sobre a orientação de como aplicar o dinheiro do Crediamigo, quase metade, 47,83% informaram sempre receber e 36,52% responderam às vezes. Assim, constata-se que há um direcionamento maior na orientação para a finalidade do uso do valor financiado. Em relação ao recebimento de visita ou orientação após o recebimento do crédito, 55,65% disseram não receber, 16,52% informaram receber às vezes e 27,83% nunca receberam. Ou seja, quando

vai realmente haver a aplicação do dinheiro e a necessidade de planejamento para quitação do empréstimo, isto é, no período de maior risco de utilização inadequada do recurso e desequilíbrio financeiro, não há um acompanhamento e orientação mais frequentes.

Em relação à orientação em geral dada pelo agente, 81,74% declararam que sempre é feita com uma linguagem simples e fácil de entender, 82,61% responderam que sempre entendem tudo o que o agente explica, 13,91% às vezes e 3,48% informaram que nunca entendem tudo o que o agente explica. Estas informações estão resumidas na tabela a seguir.

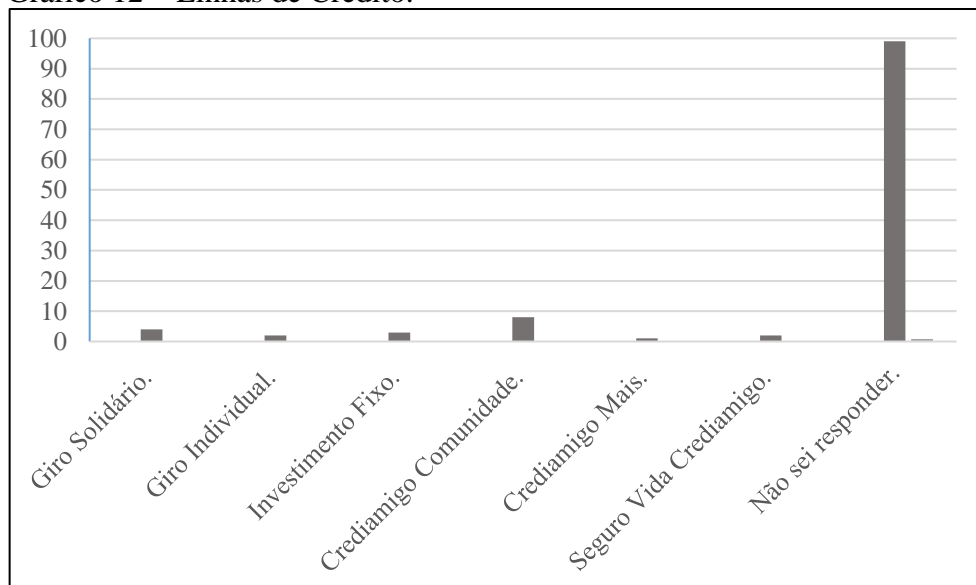
Tabela 12 – Orientação.

	Sempre		Às vezes		Nunca		Total
Recebo orientação para fazer planejamento dos meus gastos para conseguir pagar o empréstimo.	43	37,39%	37	32,17%	35	30,43%	115
Recebo orientação sobre como devo usar o dinheiro do empréstimo.	55	47,83%	42	36,52%	18	15,65%	115
A orientação do agente é feita de forma simples e com uma linguagem que consigo entender.	94	81,74%	18	15,65%	3	2,61%	115
Consigo entender tudo o que o agente de crédito explica.	95	82,61%	16	13,91%	4	3,48%	115
Recebo orientação/visita do agente de crédito depois da concessão do empréstimo.	32	27,83%	19	16,52%	64	55,65%	115

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Foi constatado na pesquisa que não há uma preocupação, por parte dos tomadores de crédito, em se atentar aos detalhes relacionados à aquisição do empréstimo como, por exemplo, a linha de crédito contratada. Como é possível observar no gráfico abaixo, a maioria, 86,09% não sabe informar qual produto está adquirindo.

Gráfico 12 – Linhas de Crédito.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Outro ponto que não é dado a devida importância pelos tomadores de crédito é a taxa de juros contratada, pois 85,22% informaram não saber a taxa de juros cobrada.

Tabela 13 – Taxa de Juros.

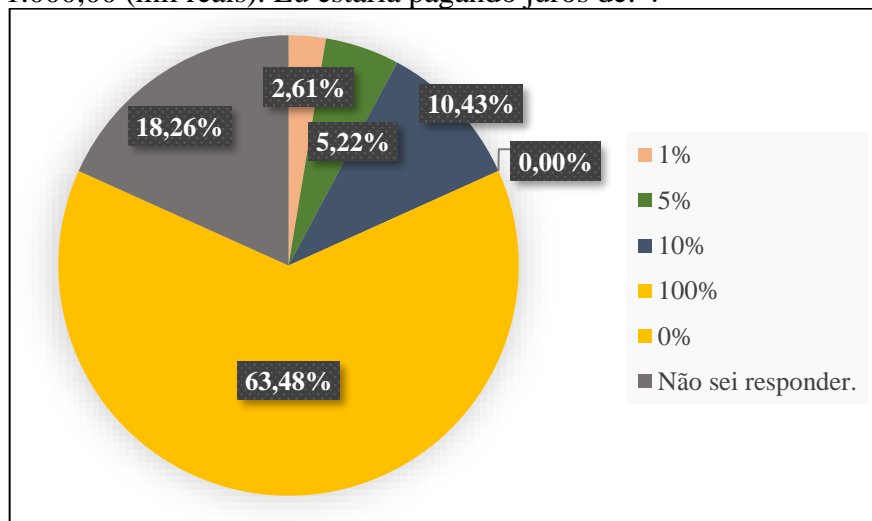
Taxa de Juros	Quant.	%
Taxa efetiva de juros de 2,3% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de 3% sobre o valor liberado.	11	9,57%
Taxa efetiva de juros de 2,5% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de 3% sobre o valor liberado.	0	0,00%
Taxa de juros de 1,08% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de 3% sobre o valor liberado.	3	2,61%
Taxa de juros de 2,0% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de até 3% sobre o valor liberado.	3	2,61%
Não sei responder.	98	85,22%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

No entanto, dos respondentes que declararam saber qual a taxa de juros contratada (7), 5 (71,42%) não sabiam a taxa de juros correta, apesar da maioria (5) ter ensino médio ou superior completo. Ou seja, não há um cuidado em conhecer os detalhes da operação, mesmo por parte dos que possuem um nível de escolaridade maior.

A pesquisa também buscou analisar o nível de entendimento sobre juros dos beneficiários. Através da pergunta “Se eu pegar emprestado R\$ 1.000,00 de um amigo e após um mês pagar R\$ 1.000,00 (mil reais). Eu estaria pagando juros de:” O gráfico abaixo apresenta as respostas.

Gráfico 13 – Questão: “Se eu pegar emprestado R\$ 1.000,00 de um amigo e após um mês pagar R\$ 1.000,00 (mil reais). Eu estaria pagando juros de:”.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A maioria 63,48% marcou a resposta correta (0%), mas 18,26% não souberam responder e 18,26% marcou outras opções de resposta. Assim, uma parte considerável, 36,52% não possui um entendimento correto acerca de juros. Relacionando com o nível de escolaridade, desses 36,52%, 40,47% possui apenas nível fundamental incompleto ou completo. Além disso, quando questionados, anteriormente, se a baixa taxa de juros foi um fator que os motivou a fazer o Crediamigo, desses 36,52% que não apresentaram um nível de conhecimento básico sobre juros, 83,33% concordaram que foi um dos fatores que os motivaram. Diante disso, é possível inferir que eles possuem a ideia comum de que juros baixos é “algo bom” e juros altos “não é bom”, mas não possuem um entendimento real de como funciona a questão dos juros.

Isso representa um risco, pois eles não possuem um entendimento básico do serviço que estão contratando. E, como explicado anteriormente, a educação financeira é uma importante ferramenta de proteção e defesa do consumidor. Nesse sentido, duas situações foram apresentadas com possíveis as consequências de não pagarem a sua parte no empréstimo. As situações e as respostas estão detalhadas na tabela abaixo.

Tabela 14 – Consequências de não quitar o valor financiado.

	VERDADEIRO		FALSO		Não sei responder		Total
Exclusão do grupo atual, mas posso participar de outro grupo.	14	12,17%	65	56,52%	36	31,30%	115
Caso o grupo não pague o valor total, apenas as pessoas que não pagaram a sua parte ficarão impossibilitadas de realizar outro empréstimo no Crediamigo.	18	15,65%	63	54,78%	34	29,57%	115

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Como é possível observar, um pouco mais da metade marcaram as respostas corretas, que são “falso” para as duas afirmações. Porém, uma parte considerável não soube responder ou respondeu errado. O que indica que quase a metade não possui entendimento suficiente das consequências de não cumprir com o que foi contratado.

A falta de conhecimentos básicos relacionado à aquisição do microcrédito é refletida na insegurança e no receio de serem prejudicados em decorrência do baixo nível de conhecimentos financeiros, conforme tabela a seguir.

Tabela 15 – Nível de insegurança.

	<b>Concordo</b>	<b>Nem concordo, nem discordo</b>	<b>Discordo</b>	<b>Total</b>
Tenho medo de ser prejudicado(a) de alguma forma, pois não tenho muitos conhecimentos sobre empréstimos bancários.	55 47,83%	23 20,00%	37 32,17%	115
Com os conhecimentos financeiros que eu tenho me sinto seguro para me relacionar com os bancos sem o agente de crédito.	51 44,35%	20 17,39%	44 38,26%	115

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Quase a metade (47,83%) demonstraram insegurança no uso do serviço financeiro. O que expressa o impacto da falta de conhecimentos financeiros na qualidade dessa inclusão, uma vez que esses beneficiários não estão usufruindo do sistema de forma consciente tanto em relação aos benefícios como aos riscos.

A outra questão apresentada na tabela acima, mostra a dependência em relação ao agente de crédito, pois 38,29% afirmaram não se sentirem seguros para se relacionar com a instituição financeira sem o apoio do agente de crédito.

De modo geral, a educação financeira é uma dimensão que precisa ser mais explorada, de modo a proporcionar uma inclusão financeira com mais qualidade, uma vez que está associada a todas as outras dimensões.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como questão norteadora: na perspectiva dos beneficiários, o Crediamigo está alinhado às direções apontadas pela política de inclusão financeira? A qual surgiu com base na necessidade de explorar conteúdos acerca da inclusão financeira em virtude de sua relevância para a sociedade e das ações que veem sendo implementadas com o intuito de modificar a realidade dos indivíduos que se encontram à margem do sistema financeiro tradicional.

Inicialmente, constatou-se que o perfil dos beneficiários do Crediamigo se enquadra na descrição dos indivíduos excluídos do sistema financeiro. São eles, em sua maioria, pessoas que vivem longe das instituições financeiras, possuem baixo nível de escolaridade e baixa renda.

A fim de avaliar de forma mais detalhada a relação entre o Crediamigo e a inclusão financeira, a pesquisa buscou fazer uma avaliação do programa pela perspectiva de várias dimensões da inclusão financeira. Para isso, alguns objetivos específicos foram traçados.

O primeiro objetivo consiste em avaliar o programa em relação à dimensão Acesso. Dentro desta dimensão existem algumas variáveis que podem ser destacadas para um melhor entendimento do tópico em questão. São elas:

- a) **Canais de Acesso:** o programa conta com um posto de atendimento do Crediamigo localizado no município. Porém, a agência bancária está localizada em outra cidade, o que dificulta um pouco o acesso. Pode-se destacar a atuação do agente que leva a instituição até o cliente, constituindo um importante meio de viabilização do acesso. Em relação aos canais de acessos eletrônicos constatou-se que não são devidamente explorados. Diante do alcance da internet e do perfil mais jovem dos beneficiários, este é um canal que, se bem utilizado, poderia facilitar e ampliar ainda mais o acesso ao microcrédito.
- b) **Distância:** nesse caso, os mais prejudicados são os beneficiários que residem na zona rural. O que é minimizado pelo papel do agente de crédito que possibilita encurtar essa distância entre a instituição e seus clientes, uma vez que é ele quem vai até o tomador do crédito. Cabe destacar que além de reduzir a distância, possibilita uma identificação do beneficiário com a instituição ao quebrar outras barreiras de acesso como o ambiente e o vestuário mais formais, a linguagem mais “complicada”, a imagem de um

estabelecimento burocrático etc. Contudo, uma barreira encontrada consiste no fato dos clientes precisarem se deslocar até a agência bancária localizada em outro município. Eles se deparam com essa dificuldade justamente na fase inicial da operação, uma vez que muitos deles não possuem conta no Banco do Nordeste, nem em outros bancos. Mais uma vez os canais digitais, se bem explorados, poderiam minimizar essa barreira, reduzindo ou até evitando a necessidade de se deslocar até outra cidade.

- c) **Tempo:** a metodologia do agente de crédito contribui ainda para diminuir a necessidade de os clientes irem até a instituição, tendo que se ausentar de seu local de trabalho e dispender um tempo considerável para isso. Inclusive, a baixa frequência em que os tomadores de crédito precisam ir até o posto de atendimento é uma vantagem, visto que eles não precisam ir regularmente, apenas em situações pontuais. Essas facilidades favorecem o acesso, uma vez que as pessoas, geralmente, não dispõem de tempo e recursos financeiros para estarem se deslocando até a instituição frequentemente.
- d) **Custo:** há um gasto maior no período de aquisição, principalmente quando os clientes precisam ir até a agência bancária, localizada em outra cidade. Mas no geral, os custos envolvidos são baixos, de modo a não prejudicar o acesso.

Portanto, conclui-se que, de modo geral, o programa tem tornado o microcrédito mais acessível à população excluída do sistema. Mas carece de ajustes para que a promoção do acesso seja mais conveniente para os beneficiários. O que poderia ocorrer através de uma maior utilização dos canais eletrônicos.

Em relação ao segundo objetivo específico, este buscou avaliar o programa em relação à dimensão Uso. Nesse âmbito, pode-se destacar os seguintes pontos:

- a) **Continuidade:** foi constatado que os usuários do programa costumam renová-los com certa frequência. O que representa a permanência dessas pessoas no sistema financeiro. Visto que, a maioria, além de não possuir conta bancária antes do Crediamigo, utiliza a conta apenas para movimentações do programa, ou seja, é o único contato com o sistema financeiro formal.
- b) **Valor Financiado:** o baixo valor, além de ser adequado às condições financeiras dessas pessoas, reduz o risco de endividamento, possibilita o

pagamento em poucas parcelas e com valores menores, o que favorece a renovação do programa e, conseqüentemente, a continuidade do uso.

- c) **Taxa de Juros:** apesar de uma parte considerável não ter conhecimentos suficientes sobre juros, eles têm a noção de que juros baixos é algo vantajoso. Tanto que esse foi um dos pontos que os motivaram a fazer o empréstimo.
- d) **Documentação Simplificada:** a documentação exigida está adequada para a maioria. Realmente é uma documentação simples, que além de contribuir para o uso, torna a operação mais rápida.
- e) **Aval Solidário:** esse se destaca como a ferramenta mais relevante na viabilização do uso, pois boa parte não dispõe de ativos que possam usar como garantia. Outro ponto constatado é que os grupos são formados por pessoas próximas como amigos, familiares e vizinhos, o que aumenta o controle entre os membros e a confiança em relação ao pagamento, reduzindo os riscos tanto para os beneficiários como para a instituição.

Diante disso, o programa tem buscado viabilizar o uso com recursos adequadas ao perfil de clientes que necessitam serem incluídos no sistema financeiro.

Já o terceiro objetivo específico buscou avaliar o programa em relação à dimensão Qualidade. Os tópicos citados anteriormente como o custo, o tempo, a continuidade do uso, a adequação do valor financiado, a documentação simplificada, entre outros, contribuem para que a inclusão aconteça com mais qualidade. Mesmo com toda a subjetividade dessa dimensão, cabe destacar mais alguns pontos:

- a) **Agente de Crédito:** mais uma vez é possível perceber a importância do agente, dessa vez contribuindo para a qualidade da inclusão, pois ele atua facilitando a logística de acesso, preservando o tempo dos clientes e proporcionando uma relação mais próxima entre instituição e clientes.
- b) **Prazos:** os beneficiários, de modo geral, demonstraram satisfação quanto aos prazos, o que indica que estão adequados à realidade e a capacidade de pagamento dessas pessoas.
- c) **Comprometimento da renda:** nesse ponto, percebe-se uma falta de planejamento financeiro para quitar o empréstimo sem comprometer as demais despesas domésticas. Por mais que eles consigam pagar e cumprir os prazos, o pagamento afeta o orçamento familiar fazendo com que eles precisem priorizar algumas despesas em detrimento de outras. Esse é um

ponto que prejudica a qualidade da inclusão financeira, visto que não estão usufruindo dos serviços de forma equilibrada e benéfica.

- d) **Relacionamento com a instituição:** foi possível perceber que os clientes em geral se sentem seguros em relação ao banco, não costumam ter problemas frequentes e os que já tiveram avaliaram bem a postura da instituição. A qualidade da inclusão passa pela necessidade de haver confiança no sistema financeiro, nesse caso, o agente de crédito assume uma importante função de transmitir confiança e segurança para os clientes.
- e) **Orientação:** apesar do empréstimo ser concedido em grupo, há uma certa individualização entre os clientes, de modo a permitir uma orientação mais direcionada a cada integrante. Possibilitando ao agente avaliar as necessidades e capacidades de cada um.

Dessa forma, é possível concluir que a inclusão está acontecendo com um bom nível de qualidade. Porém, necessitando melhorar, principalmente, no impacto causado no orçamento dos beneficiários para que eles possam usufruir do sistema financeiro de forma equilibrada e vantajosa.

Quanto ao último objetivo específico, avaliar o programa em relação à dimensão Educação Financeira, foi possível constatar os seguintes fatos:

- a) **Conhecimentos financeiros dos respondentes:** foi observado que o nível de conhecimentos financeiros deles é bem baixo. Questões básicas relacionadas à aquisição de empréstimos, como juros, não estão bem consolidadas em seus conhecimentos. Há ainda uma falta de atenção aos detalhes da operação que estão contratando, inclusive em relação às consequências de não cumprirem o contratado. O que representa um aumento do risco à que estão expostos, refletindo na sensação de insegurança causada justamente pelo baixo nível de conhecimentos financeiros.
- b) **Orientação:** com base nas informações levantadas foi possível identificar que a orientação não é feita de forma satisfatória, pois como para a maioria dessas pessoas o Credíamigo é o primeiro contato com o sistema financeiro formal, eles carecem de uma orientação financeira eficiente. Essa orientação deve abranger questões como planejamento do orçamento familiar, noções básicas de gestão, uma vez que são microempreendedores, conceitos acerca de juros, condições de financiamentos, enfim, uma série de tópicos que

estão relacionados tanto com a aquisição do empréstimo como com a quitação e proveito do programa. Além da carência de um acompanhamento após a aquisição do empréstimo.

Assim como a dimensão Qualidade, a Educação Financeira também está associada às demais dimensões, pois ela possibilita uma inclusão financeira mais consciente por parte dos beneficiados. No entanto, esse é um ponto que carece melhorar consideravelmente para que os clientes possam utilizar o crédito de forma consciente e segura.

Os objetivos específicos expostos acima contribuíram para o alcance do objetivo geral do presente estudo que é “Avaliar a adequação do Crediamigo às dimensões da inclusão financeira na perspectiva dos beneficiários”. Desse modo, foi possível perceber que o programa está alinhado às diretrizes da inclusão financeira, porém, como explicado acima, carece de ajustes para que seus beneficiários sejam incluídos de forma mais acessível e consciente.

Com base no que foi apresentado, a pesquisa foi de grande relevância para entender a inclusão financeira pelo lado das pessoas que carecem desse tipo de ação. Pois, por mais que as instituições implementem boas ferramentas do ponto de vista institucional, é necessário compreender como elas afetam o seu público-alvo, quais suas dificuldades e necessidades. Desse modo, a pesquisa contribuiu para o entendimento da inclusão financeira e seus impactos na realidade daqueles que são afetados tanto pela inclusão como pela exclusão financeira. Além de ter contribuído para expandir os conhecimentos da autora sobre o assunto.

Por fim, ressalta-se como limitações da pesquisa o tamanho da amostra, o fato de ter sido realizada com clientes de apenas um posto de atendimento, as dificuldades na aplicação dos questionários e a dificuldade de avaliar a Qualidade, dado a sua subjetividade.

Com base nisso, sugere-se para a realização de pesquisas futuras: o estudo mais aprofundado da qualidade da inclusão financeira; da ampliação da inclusão por meio dos canais de acesso eletrônicos; pesquisas com uma amplitude maior de respondentes, incluindo de outros municípios e estados, a fim de identificar semelhanças e/ou divergências entre os beneficiários do Crediamigo; pesquisas que envolvam outros programas ou ações ligadas à inclusão, mas que estejam voltadas para mostrar e entender o lado das pessoas que carecem serem incluídos no sistema financeiro.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. T.; DINIZ, E. Articulação Política na Avaliação da Inclusão Financeira Promovida pelo Banco Central do Brasil. **Organizações & Sociedade**, v. 23, n. 76, p. 150-171, 2016. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1984-92302016000100150](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302016000100150)> Acesso em: 28 set 2018.

BADER, M.; SAVOIA, J. R. F. Pensata: Logística da distribuição bancária: tendências, oportunidades e fatores para inclusão financeira. **Revista de Administração de Empresas**, v. 53, n. 2, p. 208-215, 2013. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/9600/pensata--logistica-da-distribuicao-bancaria--tendencias--oportunidades-e-fatores-para-inclusao-financeira>> Acesso em: 5 out 2018.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Correspondentes no país**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/fis/info/correspondentes.asp>> Acesso em: 18 jun. 2019.

\_\_\_\_\_. **ESTBAN - Estatística Bancária Mensal por município**. Disponível em: <<https://www4.bcb.gov.br/fis/cosif/estban.asp>> Acesso em: 18 jun. 2019.

\_\_\_\_\_. **III Fórum de Cidadania Financeira**. Brasília: Banco Central do Brasil, 2017. Disponível em: <[http://cidadaniafinanceira.bcb.gov.br/forum/Documents/Conceito\\_CF.pdf](http://cidadaniafinanceira.bcb.gov.br/forum/Documents/Conceito_CF.pdf)> Acesso em: 15 out 2018.

\_\_\_\_\_. **Introdução ao Microcrédito**/Francisco Marcelo Barone, Paulo Fernando Lima, Valdi Dantas, Valéria Rezende. – Brasília: Conselho da Comunidade Solidária, 2002. 65 p. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/public/microcredito/microcredito.pdf>> Acesso em: 28 abr. 2018.

\_\_\_\_\_. **Plano de Ação para Fortalecimento do Ambiente Institucional: relatório 2012-2014**. Parceria Nacional para Inclusão Financeira – Brasília: Banco Central do Brasil, 2014. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/pec/appron/apres/Relat%F3rio%20PNIF%20-%20Br.%200462.pdf>> Acesso em: 15 ago 2018.

\_\_\_\_\_. **Relatório de inclusão financeira**. – N. 3 –. Brasília: Banco Central do Brasil, 2015 – n.: il.; 28 cm. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/Nor/relincfin/RIF2015.pdf>> Acesso em: 15 ago 2018.

\_\_\_\_\_. **Resolução 3.104, de 25 de junho de 2003**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/pre/denor/port/2003/1/3.104%2C%20de%2025%20de%20junho.as>p> Acesso em: 2 out 2018.

BANCO DO NORDESTE. **Crediamigo**. Disponível em: <<https://www.bnb.gov.br/crediamigo>> Acesso em: 8 out. 2018.

\_\_\_\_\_. **Relatório do Programa de Microfinanças do Banco do Nordeste (2017)**. Disponível em: <<https://www.bnb.gov.br/documents/22492/23742/OS->

2018050-

RELATO%CC%81RIO+DE+MICROFINANC%CC%A7AS+2017+WEB.pdf/8ff13a3a-ae62-ef7d-da07-5843347dbdd2> Acesso em: 25 out. 2018.

\_\_\_\_\_. **Relatório do Programa de Microfinanças do Banco do Nordeste (2018)**. Disponível em:

<<https://www.bnb.gov.br/documents/22492/23742/RelatorioMicrofinancas2018.pdf/e8dbbd0a-c801-cccc-3762-d8730ba84252>> Acesso em: 17 jun. 2019.

BARONE, Francisco Marcelo; SADER, Emir. Acesso ao crédito no Brasil: evolução e perspectivas. **Revista da Administração Pública**, v.42, n. 6, Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v42n6/12.pdf>> Acesso em: 29 abr. 2018.

BIROCHI, R; POZZEBON, M. Improving Financial Inclusion: Towards a critical financial education framework. **Revista de Administração de Empresas**, v.56, n. 3, São Paulo May/June, 2016. Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902016000300266](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902016000300266)> Acesso em: 23 set 2018.

BRASIL. **Lei nº 13.636, de 20 de Março de 2018**. Dispõe sobre o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO); e revoga dispositivos das Leis nos 11.110, de 25 de abril de 2005, e 10.735, de 11 de setembro de 2003. Disponível em:

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2018/Lei/L13636.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13636.htm)> Acesso em: 18 out 2018.

CAPOBIANGO, R. P; SILVEIRA, S. F. R; LIMA, A. A. T. F. C. O Processo Político do Programa CrediAmigo segundo seus Gestores. **Revista interdisciplinar de gestão social**. v.4 n.2 maio / ago. 2015. Disponível em:

<<https://portalseer.ufba.br/index.php/rigs/article/viewFile/10106/11576>> Acesso em: 14 out 2018.

CEBDS. Microfinanças: Microcrédito e Microseguros no Brasil: o papel das instituições financeiras. Disponível em: <[https://sustentabilidade.santander.com.br/pt/Espaco-de-Praticas/PDF/Guiasecartilhas\\_microfinacas.pdf](https://sustentabilidade.santander.com.br/pt/Espaco-de-Praticas/PDF/Guiasecartilhas_microfinacas.pdf)> Acesso em: 20 out 2018.

CRESWELL, John W.; ROCHA, Luciana de Oliveira. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre, RS: Artmed, 2010.

COLLIS, Jill.; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2005.

DUARTE, S. P. S. **Efeitos do programa Agroamigo sobre os pequenos produtores rurais do Cariri cearense**. 2017. 71 f. Dissertação (Mestrado em Economia Rural) - Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017. Disponível em:

<<http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/28237>> Acesso em: 28 abr. 2018.

ENEF. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.vidaedinheiro.gov.br/quemsomos/>> Acesso em: 19 out. 2018.

ESTRELLA, Juliana. **Avaliando o microcrédito como uma política de redução de desigualdade de oportunidades e melhoria de bem-estar.** Rio de Janeiro 2008. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp104574.pdf>> Acesso em: 30 abr. 2018.

FREITAS, Wildston Silva de. **Políticas públicas do Distrito Federal: uma interface necessária com o empreendedorismo?** 2016. 89 f., il. Dissertação (Mestrado em Economia e Gestão do Setor Público) - Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/22967>> Acesso em: 16 ago. 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOOGLE MAPS. **Rotas.** Disponível em: <<https://www.google.com/maps/dir/Itapipoca,+CE,+62540-000/Pentecoste,+Cear%C3%A1/@-3.5159156,-39.5263587,10z/data=!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x7c1b364b0ef2211:0xc6efa20634a90dec!2m2!1d-39.5839241!2d-3.499706!1m5!1m1!1s0x7c0837345aa8a61:0x90ac7d702636c4c4!2m2!1d-39.2697747!2d-3.7924416!3e0>> Acesso em: 12 jun. 2019.

GREATTI, Ligia. **As cooperativas de crédito e a implementação da política de inclusão financeira no Brasil.** 2017. 263 f. Tese (doutorado) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo. 2017. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/18454>> Acesso em: 9 set. 2018.

IBGE. **Cidades.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/pentecoste/panorama>> Acesso em: 30 out. 2018.

INEC. **Editais e Informes.** Disponível em: <<http://www.inec.org.br/control/download/10442.pdf>> Acesso em: 16 out. 2019.

LIMA, Elizaneide Almeida de. **A política econômica do microcrédito no Brasil: um estudo sobre o CrediAmigo no Banco do Nordeste como forma de inclusão social e Econômica.** 2016. 92 f., il. Dissertação (Mestrado em Economia) —Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <[http://bdt.d.ibict.br/vufind/Record/UNB\\_ba32cd3ab4002c65df955ff0608c5a6c](http://bdt.d.ibict.br/vufind/Record/UNB_ba32cd3ab4002c65df955ff0608c5a6c)> Acesso em: 15 ago. 2018.

LIMA, Fernanda Maria Nogueira. **Microcrédito e bancarização no Brasil de 1995 a 2013.** 2017. 102 f. Dissertação (Mestrado em Economia Política) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Economia Política, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/20986/2/Fernanda%20Maria%20Nogueira%20Lima.pdf>> Acesso em: 03 mai. 2018

LIMA, Shanna Nogueira. Microcrédito como política de geração de emprego e renda. **Revista do BNDES**, v. 32, p. 47-76, dez. 2009. Disponível em: <[https://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/revista/rev3202.pdf](https://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/revista/rev3202.pdf)> Acesso em: 30 abr. 2018.

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

MOTA, W. L.; SANTANA, J. R. O Microcrédito como Estratégia de Redução da Pobreza no Nordeste: uma Avaliação a partir do Programa Crediamigo. **Rev. Econ. do Nordeste**, v. 42, n. 1, p. 25-48, jan./mar. 2011. Disponível em: <<https://ren.emnuvens.com.br/ren/article/view/142/121>> Acesso em: 28 abr. 2018.

OLIVEIRA, Danilo Senen Cavallieri de. **Fintechs e inclusão financeira**: o caso da implementação de uma plataforma digital de pagamentos em favelas do Rio de Janeiro e São Paulo. 2018. 105 f. Disponível em: <[http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/FGV\\_5ac18c77cf0071c6ef098e97be404bdf](http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/FGV_5ac18c77cf0071c6ef098e97be404bdf)> Acesso em: 14 ago. 2018.

PINDYCK, Robert S. **Microeconomia**. 8. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

SELA, Vilma Meurer. **A atuação dos atores no processo de formação da agenda de inclusão financeira no Brasil**. Tese (Doutorado em Administração Pública e Governo) - FGV - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2017. Disponível em: <[http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/FGV\\_106f5cfb6bb43ac7a29110b21dde641e](http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/FGV_106f5cfb6bb43ac7a29110b21dde641e)> Acesso em: 13 ago. 2018.

SOARES, R. B; BARRETO, F. A; AZEVEDO, M. T. Condicionantes da saída da pobreza com microcrédito: o caso dos clientes do Crediamigo. **Estud. Econômicos**, v. 41, n. 1, São Paulo, jan./mar. 2011. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-41612011000100005](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-41612011000100005)> Acesso em: 04 mai. 2018.

SOARES, R. B; MENDONÇA, K. V. Trajetória de crescimento para microempreendedores: diferencial de gênero dos clientes do programa crediamigo. **Estud. Econ.**, São Paulo, vol.46, n.3, p.701-731, jul.-set. 2016. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-41612016000300701](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-41612016000300701)> Acesso em: 14 set. 2018.

SOARES, Marden Marques; SOBRINHO, Abelardo Duarte de Melo. **Microfinanças**: o papel do Banco Central do Brasil e a importância do cooperativismo de crédito. Brasília: BCB, 2008. 202 p. Disponível em: <[https://www.bcb.gov.br/htms/public/microcredito/livro\\_microfinan%C3%A7as\\_internet.pd](https://www.bcb.gov.br/htms/public/microcredito/livro_microfinan%C3%A7as_internet.pd)> Acesso em: 18 set. 2018.

SOUZA, N. O; JÚNIOR, R. R. F. Perfil do agente de crédito e fatores relacionados à sua eficácia no programa Crediamigo (BNB). **Rev. Econ. do Nordeste**, v. 50, n. 1, p. 171-188, jan./mar. 2019. Disponível em: <<https://ren.emnuvens.com.br/ren/issue/viewIssue/103/157>> Acesso em: 16 out. 2019.

WORLD BANK. **The Global Findex Database 2017**: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. Disponível em: <<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/29510>> Acesso em: 18 out. 2018.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Biblioteca Universitária. **Guia de normalização de trabalhos acadêmicos da Universidade Federal do Ceará**. Fortaleza, 2013. Disponível em: <<http://www.repositoriobib.ufc.br/000046/00004667.pdf>> Acesso em: 12 dez. 2018.

ZIGER, Vanderley. **Cooperativismo de Crédito Solidário**: inclusão social e desenvolvimento local. In: FELTRIM, VENTURA, DOLT (Coords). **Inclusão financeira: Perspectivas e Desafios para inclusão financeira no Brasil-Visão de diferentes autores**. Banco Central do Brasil, 2009, Cap. 5, págs. 99-109. Disponível em: <[https://www.bcb.gov.br/Nor/Deorf/projincfin/livro\\_inclusao\\_financeira\\_internet.pdf](https://www.bcb.gov.br/Nor/Deorf/projincfin/livro_inclusao_financeira_internet.pdf)> Acesso em: 14 ago. 2018.

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS CLIENTES DO CREDIAMIGO DE PENTECOSTE-CE

### CREDIAMIGO

Caro respondente, este formulário tem como objetivo coletar informações sobre o Crediamigo, para a elaboração de uma monografia na Universidade Federal do Ceará. As respostas serão analisadas exclusivamente para fins de pesquisa. Desde já, agradeço sua colaboração e sinceridade ao responder o questionário.

#### 1. Você é beneficiário do Crediamigo em Pentecoste?

- Sim.  
 Não, mas já fui.

### ACESSO

#### 2. Quanto à acessibilidade:

Para cada item marque uma das três opções de resposta.

	Concordo	Nem concordo, nem discordo	Discordo
Gasto muito tempo quando preciso ir até o posto de atendimento do Crediamigo.			
Tive que ir até outra cidade por causa do Crediamigo.			
Ter que me deslocar até outra cidade me fez pensar em desistir do Crediamigo.			
O agente de crédito foi até a minha casa ou local de trabalho.			
Se o agente de crédito não fosse até minha casa ou local de trabalho eu não teria acesso ao Crediamigo.			
Preciso ir no posto de atendimento do Crediamigo com muita frequência.			
Faço uso da internet para realizar alguma consulta, pagamento, etc.			
Já deixei de ir no posto de atendimento porque consegui resolver pela internet.			

#### 3. Geralmente, preciso ir até o posto de atendimento do Crediamigo para:

Pode marcar mais de uma alternativa.

- Realizar a entrevista com o agente de crédito.  
 Abrir a conta corrente.  
 Receber o cartão.  
 Assinar o contrato do Crediamigo.  
 Resolver algum problema.  
 Outra: \_\_\_\_\_

### USO

#### 4. Fiz o Crediamigo pela primeira vez da seguinte forma:

- Convite de amigo/familiar/vizinho.  
 Convite de colega de trabalho.  
 Soube da formação de um grupo e pedi para entrar.  
 Outra: \_\_\_\_\_

#### 5. Quanto ao grupo solidário:

Para cada item marque uma das três opções de resposta.

	Concordo	Nem concordo, nem discordo	Discordo
Conhecia todos os participantes antes da formação do grupo.			
Mantenho contato constante com todos os membros do grupo.			
Vejo os integrantes do grupo apenas quando precisamos nos reunir.			
Confio plenamente que todos os integrantes do grupo irão pagar a sua parte.			
Faria o empréstimo novamente com todos os integrantes do grupo.			
Me sinto pressionado(a) pelo grupo a pagar a minha parte do empréstimo.			
Existe algum integrante que está com pagamento atrasado.			

#### 6. Quanto à frequência:

- Fiz o Crediamigo uma vez.  
 Fiz o Crediamigo duas vezes.  
 Fiz o Crediamigo três vezes.  
 Outra: \_\_\_\_\_

#### 7. Já fiz empréstimos no Crediamigo nos seguintes valores (de acordo com cada empréstimo):

- Entre R\$ 100,00 e R\$ 300,00.       Entre R\$8.001,00 e R\$ 12.000,00.  
 Entre R\$ 301,00 e R\$ 1.000,00.       Entre R\$ 12.001,00 e R\$ 15.000,00.  
 Entre R\$ 1.001,00 e R\$ 3.000,00.  
 Entre R\$ 3.001,00 e R\$ 5.000,00.

**8. Quanto ao uso:**

Pode marcar mais de uma alternativa.

- Já possuía conta bancária antes de fazer o Crediamigo.  
 Uso a conta no Banco do Nordeste apenas para movimentações do Crediamigo.  
 Pretendo renovar o Crediamigo.

**9. Geralmente, aplico o dinheiro do empréstimo nas seguintes situações:**

Pode marcar mais de uma alternativa.

- Negócio próprio.  
 Educação própria ou de familiar.  
 Consumo doméstico/construção/reforma.  
 Aquisição de bens pessoais (móveis, veículos, casa, eletrodomésticos, etc)  
 Faço o empréstimo para outra pessoa.  
 Pagamento de dívidas.

**10. Pago as parcelas do seguinte modo:**

Pode marcar mais de uma alternativa.

- Na agência bancária.  
 Na casa lotérica.  
 Pelo celular/internet.  
 Coordenador do grupo.  
 Outra: \_\_\_\_\_

**11. Informações gerais:**

Para cada item marque uma das três opções de resposta.

	Concordo	Nem concordo, nem discordo	Discordo
A baixa taxa de juros foi um fator que me motivou a fazer o Crediamigo.			
A agilidade e a pouca burocracia foram fatores que me motivaram a fazer o Crediamigo.			
Já fiz empréstimos em outros bancos.			
Possuo bens (veículos, imóveis, etc) que posso usar como garantia para empréstimos.			

**QUALIDADE****12. Quanto ao custo e prazo:**

Para cada item marque uma das três opções de resposta.

	Nunca	Às vezes	Sempre
O valor do empréstimo atende às minhas necessidades.			
Considero o valor das parcelas adequado aos meus rendimentos mensais.			
Consigo pagar antes do vencimento.			
Considero o prazo de carência curto.			
Considero os prazos das parcelas curtos.			
Considero os custos de operação muito altos (deslocamento, preparação dos documentos, Taxa de Abertura de Crédito, etc).			

**13. Considero a documentação exigida um problema quando vou fazer o Crediamigo?**

- Sim, pois não tenho toda a documentação exigida.  
 Sim, pois acho excessiva a documentação exigida.  
 Não, pois a documentação exigida é simples e fácil.  
 Não, pois, apesar de excessiva, considero necessária visto que se trata da aquisição de um empréstimo.

**14. Quanto ao comprometimento da renda:**

Para cada item marque uma das três opções de resposta.

	Nunca	Às vezes	Sempre
Já tive que vender algum bem para pagar a parcela.			
Já tive que pegar dinheiro emprestado com amigos/familiares para pagar a parcela.			
Já deixei de pagar alguma conta (água, luz, internet, aluguel, lojas, etc) para pagar as parcelas.			
Já deixei de adquirir algum bem que precisava para pagar as parcelas.			
Já reduzi os gastos com alimentação para pagar as parcelas.			

**15. Impactos na renda:**

Para cada item marque uma das três opções de resposta.

	Concordo	Nem concordo, nem discordo	Discordo
Minha renda diminuiu desde que fiz o Crediamigo.			
Minha renda aumentou desde que fiz o Crediamigo.			
Minha qualidade de vida melhorou com o Crediamigo.			
Minha capacidade de compra aumentou desde que fiz o Crediamigo.			

**16. Sobre a resolução de problemas:**

Pode marcar mais de uma alternativa.

- Consegui resolver facilmente, sem muita burocracia.  
 Precisei me deslocar até outra cidade.  
 Senti a necessidade de ter mais conhecimentos financeiros.  
 Demonstraram interesse na resolução.  
 Nunca tive nenhum problema.  
 Outra: \_\_\_\_\_

**17. Quanto ao relacionamento com o banco/agente de crédito:**

Pode marcar mais de uma alternativa.

- Me sinto seguro(a)/confiante no relacionamento com o banco.  
 Me sinto seguro(a) para fazer alguma reclamação.  
 Considero o agente de crédito indispensável para que eu possa obter o Crediamigo.

**18. O agente de crédito realizou entrevista antes de conceder o crédito?**

- ( ) Sim, individualmente.  
 ( ) Sim, individual e em grupo.  
 ( ) Sim, apenas em grupo.

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA****19. Quanto à orientação:**

Para cada item marque uma das três opções de resposta.

	Nunca	Às vezes	Sempre
Recebo orientação para fazer planejamento dos meus gastos para conseguir pagar o empréstimo.			
Recebo orientação sobre como devo usar o dinheiro do empréstimo.			
A orientação do agente é feita de forma simples e com uma linguagem que consigo entender.			
Consigo entender tudo o que o agente de crédito explica.			
Recebo orientação/visita do agente de crédito depois da concessão do empréstimo.			

**20. Caso não pague o empréstimo, as consequências são:**

Para cada item marque uma das três opções de resposta.

	Verdadeiro	Falso	Não sei responder
Exclusão do grupo atual, mas posso participar de outro grupo.			
Caso o grupo não pague o valor total, apenas as pessoas que não pagaram a sua parte ficarão impossibilitadas de realizar outro empréstimo no Crediamigo.			

**21. Sou/Fui beneficiário(a) da(s) seguinte(s) linha(s) de crédito:**

Pode marcar mais de uma alternativa.

- ( ) Giro Solidário.  
 ( ) Giro Individual.  
 ( ) Investimento Fixo.  
 ( ) Crediamigo Comunidade.  
 ( ) Crediamigo Mais.  
 ( ) Seguro Vida Crediamigo.  
 ( ) Não sei responder.  
 ( ) Outra: \_\_\_\_\_

**22. Se eu pegar emprestado R\$ 1.000,00 de um amigo e após um mês pagar R\$ 1.000,00 (mil reais). Eu estaria pagando juros de:**

- ( ) 1%                      ( ) 0%  
 ( ) 5%                      ( ) Não sei responder.  
 ( ) 10%  
 ( ) 100%

**23. A taxa de juros cobrada na minha linha de crédito é:**

- ( ) Taxa efetiva de juros de 2,3% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de 3% sobre o valor liberado.  
 ( ) Taxa efetiva de juros de 2,5% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de 3% sobre o valor liberado.  
 ( ) Taxa de juros de 1,08% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de 3% sobre o valor liberado.  
 ( ) Taxa de juros de 2,0% ao mês + TAC (Taxa de Abertura de Crédito) de até 3% sobre o valor liberado.  
 ( ) Não sei responder.  
 ( ) Outra: \_\_\_\_\_

**24. Informações gerais:**

Para cada item marque uma das três opções de resposta.

	Concordo	Nem concordo, nem discordo	Discordo
Tenho medo de ser prejudicado(a) de alguma forma, pois não tenho muitos conhecimentos sobre empréstimos bancários.			
Com os conhecimentos financeiros que eu tenho me sinto seguro para me relacionar com os bancos sem o agente de crédito.			

**DADOS DO RESPONDENTE****25. Gênero:**

- ( ) Masculino  
 ( ) Feminino  
 ( ) Outro: \_\_\_\_\_

**27. Faixa etária:**

- ( ) 18 a 24 anos  
 ( ) 25 a 31 anos  
 ( ) 32 a 38 anos  
 ( ) 39 a 45 anos  
 ( ) 46 a 52 anos  
 ( ) 53 a 59 anos  
 ( ) Acima de 60 anos

**28. Renda mensal:**

- ( ) Até R\$998,00  
 ( ) Entre R\$998,00 e R\$1.996,00  
 ( ) Entre R\$1.996,00 e R\$2.994,00  
 ( ) Entre R\$2.994,00 e R\$3.992,00  
 ( ) Acima de R\$3.992,00

**26. Nível de escolaridade:**

- ( ) Ensino fundamental incompleto  
 ( ) Ensino fundamental completo  
 ( ) Ensino médio incompleto  
 ( ) Ensino médio completo  
 ( ) Ensino superior incompleto  
 ( ) Ensino superior completo

**29. Moradia:**

- ( ) Zona Rural  
 ( ) Sede