

## **O MICROCRÉDITO COMO ESTÍMULO DE RENDA: UMA ALTERNATIVA IMPULSIONADORA DE RENDA AOS MICROEMPREENDEDORES URBANOS DE COROATÁ- MA**

Hugo Leonardo Carvalho Soares<sup>1</sup>

Luzinaldo Sousa Silva<sup>2</sup>

Márcio André Terto Carneiro<sup>3</sup>

### **RESUMO**

O microcrédito como alternativa de renda, saída da pobreza, inclusão social e melhora nas condições de desenvolvimento humano é uma realidade atual e cada dia buscada por pessoas excluídas de alguma forma do mercado de trabalho formal. O presente trabalho traz em seu arcabouço o microcrédito urbano, como fomento a microempreendedores da cidade de Coroatá, estado do Maranhão e suas peculiaridades, bem como fatores para obtenção, emprego e pagamento deste. Corrobora com o estudo da viabilidade desta alternativa para mudança de vida e inclusão social por parte do estrado capitalista e periférico, avesso a distribuição de oportunidade e renda aos que necessitam. O estudo reforça a importância do microcrédito como ferramenta para a dinamização econômica e o importante papel feminino nos pequenos negócios.

**Palavras-chave:** Microcrédito. Empreendedores. Alternativa de Renda. Inclusão Social.

### **ABSTRACT**

Microcredit as an alternative for income, escape from poverty, social inclusion and improvement in human development conditions is a current reality and is increasingly sought after by people excluded in any way from the formal labor market. The present work brings in its framework urban microcredit, as a support to microentrepreneurs in the city of Coroatá, state of Maranhão and its peculiarities, as well as factors for obtaining, employing and paying for this. It corroborates the study of the feasibility of this alternative to change life and social inclusion on the part of the capitalist and peripheral state, averse to the distribution of opportunity and income to those in need. The study reinforces the importance of microcredit as a tool for economic dynamism and the important role of women in small businesses.

**Keywords:** Microcredit. Entrepreneurs. Income Alternative. Social Inclusion.

<sup>1</sup> Mestre em Economia pela Universidade Federal da Bahia.

<sup>2</sup> Graduando em Administração na Universidade Estadual do Maranhão.

<sup>3</sup> Pós Graduado em Gestão Pública.

## 1 INTRODUÇÃO

O fraco cenário da economia brasileira nos últimos anos favoreceu o êxodo de atividades econômicas formais para informais. Neste contexto, os empreendedores por necessidade aumentam exponencialmente e de forma desordenada, o resultado são pessoas mais frustradas e isso traz um impacto social negativo às famílias da comunidade, em especial as mais pobres.

A justificativa para a análise desta problemática vem do convívio com pessoas que estão ativamente inseridas nesta proposta de financiamento de grupo com fomento a pequenos e micronegócios na cidade de Coroatá localizada no estado do Maranhão, desta forma, o estudo foca no impacto do microcrédito na tentativa de mudança da situação de vulnerabilidade na qual se encontram muitas famílias e muitos negócios neste município.

A pesquisa propõe-se debater a eficácia do microcrédito como instrumento fomentador de pequenos negócios e, com isso, discutir como os anseios de mudança socioeconômica dos microempreendedores podem ser atendidos. O objetivo geral é analisar o microcrédito como instrumento fomentador de renda. Paulatinamente, atendendo aos seguintes objetivos específicos: definir o conceito e metodologia do microcrédito; caracterizar sua importância e definir o público alvo e analisar os impactos do microcrédito na vida dos empreendedores.

Inicialmente fez-se uma revisão da literatura sobre o tema, apresentou-se a definição do microcrédito e seu histórico no mundo e no Brasil. Metodologicamente, apresentou uma análise descritiva através dos dados obtidos com os tomadores de crédito na cidade de Coroatá. A conclusão exposta após análise mostra uma conversão entre o comparativo dos dados obtidos e as afirmações dos teóricos trazendo uma resposta afirmativa ao questionamento deste estudo.

## 2 MICROCRÉDITO: IMPACTOS ECONÔMICOS E SOCIAIS

De acordo com Soares e Sobrinho (2008 apud LACERDA, 2013) há divergências sobre o conceito de microcrédito, na língua inglesa microcrédito e microfinanças são praticamente sinônimos com diferenças sutis. As microfinanças é conceituada como as prestações de serviços financeiros e destinados para a população de baixa renda de forma sustentável, sabidamente excluídas do sistema financeiro nacional, utilizando processos diferenciados de gestão.

Por outro lado, o microcrédito é entendido como a concessão de empréstimos de pequeno valor a empreendedores informais e microempresas sem acesso ao sistema financeiro tradicional. É uma modalidade de crédito destinada à produção (capital de giro e investimento) e concedido com o uso de metodologia específica.

### 2.1 Histórico do microcrédito

A história do microcrédito remonta ao século XIX, durante este século a Europa experimentou o surgimento de cooperativas de crédito, na Alemanha 1,4 milhões de pessoas

foram atendidas por essas cooperativas até 1910 e, posteriormente, sua influência foi estendida pela Irlanda e Itália (MONZONI, 2006).

Na Índia o governo de Madras, no estado de Tâmil Nadu, usou como exemplo a iniciativa da Alemanha para a criação de cooperativas de crédito no país em 1912, houve uma rápida expansão dessas instituições, de tal maneira que em 1946 contemplou 9 milhões de pessoas (MORDUCH, 1999).

O termo microcrédito não existia até a década de 1970 e iniciou-se basicamente com Muhammad Yunus, que ao observar a exploração de famílias próximas a faculdade que lecionava começou a emprestar dinheiro, próprio e de terceiros, focado nas mulheres em Bangladesh, um país de pouco mais de 130 milhões de habitantes e com renda per capita de 300 dólares por mês e ainda com 62% da população analfabeta (LEDERHANS, 2015).

O impacto do microcrédito em Bangladesh viabilizou o modelo proposto pelo Banco Grameen (o primeiro do mundo especializado em microcrédito e foi concebido pelo próprio professor Muhammad Yunus em 1976 visando erradicar a pobreza no mundo), esse modelo foi propagado para outros lugares como o continente asiático e o sul-americano. O *Unit Desa*, banco localizado na Indonésia, é outro exemplo de instituição que utiliza a metodologia de microcrédito que fomentam pequenos negócios direcionados ao público de baixa renda (YUNUS, 2000).

A Acción é uma instituição criada em 1961 para o combate à pobreza na América Latina, atualmente a “Acción” é destaque como uma das principais organizações do setor, tendo se propagado para mais de quatorze países na América Latina, com parceiros nos Estados Unidos e na África. Um exemplo de instituição focada em serviços financeiros a indivíduos e empresas de baixa renda proveniente da “Acción” foi a formação na Bolívia do Banco Sol (MONZONI, 2006).

Segundo Lederhans (2015), no Brasil o programa UNO foi o primeiro registro de iniciativa do microcrédito, feito pela União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações em 1973 e durou até 1991. Conjuntamente com a concessão do crédito, a UNO capacitava os clientes em temas básicos de gerenciamento, além disso, produzia pesquisas sobre o perfil do microempresário informal e o impacto do crédito.

A UNO financiou milhares de pequenos empreendimentos nos estados de Pernambuco e na Bahia, formou dezenas de milhares de profissionais especialistas em crédito para o setor informal e, durante muitos anos, foi uma grande referência para a expansão dos programas de microcrédito na América Latina (TOMELIN, 2003, p. 2 apud LEDERHANS, 2015).

Na década de 1980 o CEAP e o Banco da mulher destacaram-se no crédito a microempreendedoras. Já na década de 1990 foram relevantes os programas públicos voltados ao microcrédito, em 1996 o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) criou o Programa de Crédito Produtivo Popular (PCPP) e em 1997 o Banco do Nordeste criou o CrediAmigo.

## 2.2 Metodologia e categorias do microcrédito

O microcrédito possui uma metodologia específica que consiste na concessão de crédito assistido, avesso ao que acontece no sistema financeiro tradicional, no microcrédito, o agente é quem vai até o empreendedor para avaliar as condições e necessidades, bem como a possibilidade de pagamento e, após a liberação do crédito, esse profissional acompanha a evolução do negócio.

Outro ponto importante que vale salientar são as garantias, fator essencial para cobrir as possíveis inadimplências, no sistema tradicional são cobradas garantias reais que são parte integrante do contrato. Enquanto no microcrédito as garantias podem ser oferecidas individualmente, com o tomador indicando um avalista/fiador, ou coletivamente, por meio de aval solidário, que consiste na formação de grupos, geralmente de três a cinco pessoas, em que cada um ao mesmo tempo é tomador do crédito e avalista/fiador dos demais (BARONE 2002, pag. 12).

Para democratizar o acesso ao crédito foi criada, em abril de 2005, a Lei nº 11.110 que estabeleceu o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO), a referida lei reconhece o microcrédito produtivo orientado como instrumento de superação da pobreza.

O Decreto nº 5.288, de 29 de novembro de 2004 definiu que os microempreendedores são as “pessoas físicas ou jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte com faturamento anual até 60 mil reais”. Posteriormente, em 2008 o limite anual de faturamento foi fixado em até R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais) pelo Decreto nº 6.607.

Neste contexto é necessário a diferenciação entre os conceitos de Microcrédito, Microfinanças e Microcrédito Produtivo Orientado. Microcrédito é a concessão de empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e microempresas sem acesso ao sistema financeiro tradicional, principalmente por não terem como oferecer garantias reais, portanto está voltado ao apoio de pequenos empreendimentos, gerenciado por pessoas de baixa renda e não se destina a financiar o consumo.

A Microfinanças são todos os serviços financeiros para a população de baixa renda, inclusive financiamento ao consumo. Diferentemente do Microcrédito a Microfinança se propõe a fomentar o consumo. Outrossim, o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) destina-se a financiar atividades produtivas do microempreendedor individual e da microempresa com faturamento anual até R\$200 mil por ano.

O Microcrédito, em síntese, fomenta o empreendedor e o acompanha no seu empreendimento que por vezes é em sua própria moradia, com uma entrevista com o aspirante ao microcrédito, onde se faz o diagnóstico da situação através de um diálogo e se observa os aspectos gerenciais e financeiros do negócio, utilizando índices financeiros, planos de investimento, fluxos de caixa e outros instrumentos que fazem parte do processo de avaliação para dimensionar a viabilidade do crédito a ser concedido.

De acordo com Soares e Sobrinho (2008, p. 143) estudos realizados pelo Banco Central do Brasil mostraram que houve uma concentração da população de média renda, dez por cento nas operações deste fomento, o que não é o intuito do mesmo, como afirmam:

O desafio trazido pela experiência internacional é o fato de que a população situada na faixa próxima à linha de pobreza (renda per capita inferior a US\$ 1,00 por dia) não consegue ser cliente de programa de microcrédito rentável. (...) Há uma aparente

incompatibilidade entre a auto sustentabilidade, sempre buscada como a prática ideal para empresas duráveis, e a necessidade de atendimento aos mais pobres (SOARES; SOBRINHO, 2008, p. 143).

Julia Lacerda (2013) afirma que não é interessante que esse fomento migre aos empreendedores de classe média, o sucesso do microempreendimento depende também das condições de crédito e do mercado ao qual ele é submetido, para tanto, eles podem ser facilitados por políticas públicas flexibilizem o ingresso ao microcrédito e possibilite a proteção social aos mais pobres.

Por isso, de acordo com Barrone (2002) a falta do estado eleva a relevância da figura do Agente de Crédito o qual deve levar aos pequenos empreendedores informações e orientações essenciais para o êxito do negócio. Garantir crédito acessível, barato para os microempreendedores que estão na parte inferior da distribuição de renda, tem sido um desafio na história das políticas inclusivas de desenvolvimento econômico (CACCIAMALI, 2014).

O microcrédito se mostra como uma alternativa a ser considerada pelos empreendedores, pois apresenta excelentes taxas de juros em comparação a outros tipos de empréstimos e por ser destinado a pessoas de baixa renda. As taxas de juros do microcrédito estão dentro das mais baixas do mercado de, no máximo, 4% ao mês, enquanto os juros dos empréstimos pessoais tradicionais chegam a 6% ao mês (SERASA, 2019).

O público alvo do programa de microcrédito é formado por aqueles que atuam nos setores informais da economia, que trabalham por conta própria, empreendedores individuais ou reunidos em Grupos Solidários. De acordo com Nitsch e Santos (2001) o público-alvo do microcrédito é em sua maioria composto por donos de negócios que realizam uma atividade econômica autônoma, geralmente autofinanciada e informal, através de poupanças próprias fomentadas por parentes ou amigos.

Este público conhece bem seu ramo de atividade e sua orientação é voltada primordialmente para o sustento de sua família, sem grandes expectativas de crescimento, por isso, grande parte da demanda por microcrédito destina-se a insumos e capital de giro para cobrir dificuldades momentâneas sem vislumbrar crescimentos futuros.

Em relação aos tipos de microempreendedores, cada um tem seus próprios motivos para empreender. Dornelas (2013) classifica dois principais tipos de empreendedores, os que empreendem por necessidade, estes só empreendem para sobreviver, e os empreendedores por oportunidade, que identificam um nicho com potencial de crescimento. Além dos dois principais tipos de empreendedores, Dorneles elenca também, outros nove principais tipos como:

- *Informal*: Ligado a necessidades;
- *Cooperativo*: Ligado a cooperativas, como artesãos;
- *Individual*: Empreendedor informal que se formalizou através do MEI e começa a estruturar de fato uma empresa;
- *Franqueado e Franqueador*: Geralmente, procuram uma renda mensal média e o retorno do investimento;

- *Social*: Abre seus próprios negócios para resolver problemas que a área pública não consegue;
- *Corporativo*: Empreendedor interno, ou seja, o funcionário que empreende novos projetos na empresa que trabalha;
- *Público*: Variação do corporativo para o setor governamental;
- *Do conhecimento*: Este empreendedor usa um profundo conhecimento em determinada área para conseguir faturar;
- *Do negócio próprio*: Costuma abrir um negócio próprio por estilo de vida ou

### 2.3 Microcrédito como mudança social

Aproximadamente 1,5% do PIB brasileiro é aplicado em programas sociais anualmente (IBGE 2019), por esse motivo é essencial que os programas sociais sejam feitos de modo planejado, sistêmico sob o ponto de vista de sua eficiência, como também de sua eficácia. O microcrédito disponibilizado por instituições de crédito produz resultado significativo para o combate aos problemas sociais, por isso que a eficiência neste processo é produzir mais com menos recursos.

Schreiber (2009, p.19 apud LEDERHANS 2015) afirma que a pobreza não resulta de uma única causa, e sim de um conjunto de carências como a falta de acesso à saúde, à educação, a oportunidades, e ao crédito são alguns dos fatores que estão na sua origem. A falta de acesso ao crédito constitui uma limitação ao exercício da cidadania, pois, caso precise comprar medicamentos ou providenciar um funeral o pobre pode ser obrigado a se desfazer de ativos importantes.

O microcrédito surge como uma importante ferramenta no enfrentamento a pobreza, conforme relata Canuto (2001, p. 01 apud LEDERHANS 2015) os programas de microcrédito, em economias com a forte presença da pobreza, surgiram levando em consideração o fosso existente entre as necessidades de crédito para efetivar o empreendedorismo presente entre os mais desfavorecidos financeiramente e o funcionamento característico dos sistemas financeiros tradicionais, que não priorizam normalmente atividades de pequena escala, com baixos requisitos de capital, tecnologia e qualificação de mão-de-obra, mas constitui oportunidades para pequenos investimentos.

Neste viés, o microcrédito aparece como um alívio aos efeitos e oscilações do consumo e renda, que traz aproveitamento e gera oportunidades de investimento que na falta deste não seriam aproveitadas, com isso traz uma melhora significativa na gestão de risco e segurança para as deliberações empresariais e corrobora com a capitalização de ativos físicos e de cunho humano (SCHREIBER, 2009 apud LEDERHANS, 2015).

O microcrédito está intrinsecamente ligado ao desenvolvimento de pessoas, com isso o fomento do microcrédito está diretamente relacionado com o sucesso e acessão social, o não emprego deste e seu acompanhamento periódico, acarreta dificuldades aos que precisam e não o conseguem, como bem relata Schumpeter (1982 apud LEDERHANS, 2015) “O desenvolvimento

econômico é motivado por três fatores: a inovação tecnológica, a presença do empresário empreendedor e o acesso ao crédito”.

#### 2.4 Panorama socioeconômico do município de Coroatá – MA

O município de Coroatá, situa-se na mesorregião leste maranhense e na microrregião de Codó. A população do município de Coroatá, de acordo com o último censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), totalizou 62.189 habitantes em 2010 e estimada com 65.296 habitantes em 2019 (IBGE, 2019), desse total 50,15% é formado pela população masculina e 50,47% pela feminina, além disso, trata-se de uma população majoritariamente urbana (84,75%) e apenas 16,36% das pessoas moram na zona rural.

Coroatá não é diferente das demais cidades do interior do Maranhão, pois grande parte da atividade econômica municipal está concentrada no setor de serviço e comércio varejista. O varejo é representado principalmente pelos ramos de alimentos, vestuário, eletrodomésticos, áudio e vídeo, utilidades domésticas, além de serviços de manutenção, de turismo, educação, arquitetura, assistência médica e jurídica. Porém é o setor de Comércio e Serviços que mais gera postos de trabalho e agrega o maior número de empresas.

A pesquisa sobre as principais atividades empreendedoras da cidade de Coroatá – MA acontecem em razão da necessidade, tendo em vista a alta quantidade de pessoas desempregadas, ociosas, ou que recebem dividendos aquém das suas atividades laborais. Como constata o IBGE (2019) em 2017 o salário médio mensal do município era de 1,7 salários mínimos e a quantidade de pessoas ocupadas em trabalhos formais representava apenas 6,1% da população total, soma-se a esse cenário 53,3% da população com rendimentos médios de até meio salário mínimo.

### 3 METODOLOGIA

O estudo é formado por uma pesquisa quali-quantitativa, tipo de abordagem que usa tanto os métodos quantitativos quanto qualitativos, para a realização de uma análise muito mais aprofundada sobre o tema pesquisado. A pesquisa qualitativa objetiva compreender a importância do microcrédito como elemento dinamizador da mudança social. A pesquisa quantitativa foi realizada através de questionários de pesquisa, onde o intuito foi coletar dados dos entrevistados que pudessem mensurar o impacto do microcrédito como fomento a microempreendedores da cidade de Coroatá, no estado do Maranhão.

A pesquisa foi direcionada a obtenção de dados relevantes a compreensão de tais fenômenos, como relata H. Günther (2006), que aparelhar as contestações e paridades entre a pesquisa qualitativa e a pesquisa quantitativa, devem ser levadas em conta: características da pesquisa qualitativa; postura do pesquisador; estratégias de coleta de dados; papel do sujeito e aplicabilidade e uso dos resultados da pesquisa e se for o caso, que se perpetre um estudo de caso.

O tipo de pesquisa foi a explicativa, também conhecida como pesquisa empírica, pois segundo GIL (2008), esta pesquisa tem como objetivo primordial identificar fatores que motivam

ou que cooperam para a ocorrência de fenômenos, tal afirmação corrobora com o prolixo do texto, que tenta identificar através de métodos, dados e informações de uma pesquisa “Ex-post facto”, visto que o objeto é investigar a atuação “posterior a tomada do crédito”.

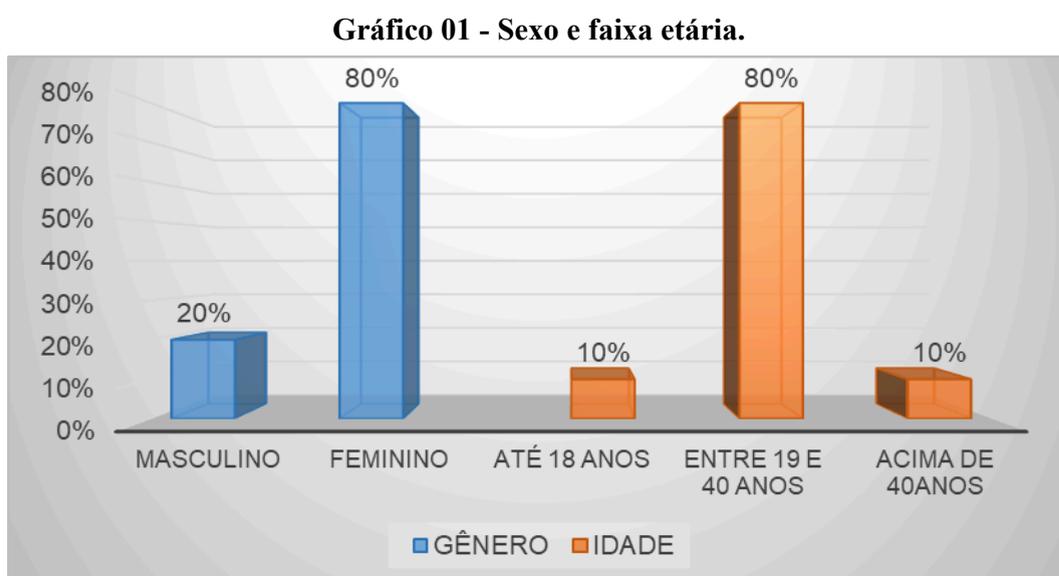
Referente ao questionário aplicado adotou-se perguntas mistas para uma visão holística sobre a temática em questão com referência ao objeto da pesquisa, como afirma Amaro; Póvoa e Macedo (2005, p.3) o questionário é um instrumento de investigação que visa recolher informações baseando-se, geralmente, na inquirição de um grupo representativo da população em estudo, para alcançar esse objetivo coloca-se uma série de questões que abrangem um tema de interesse para os investigadores.

A pesquisa foi feita na cidade de Coroatá no ano 2019 entre os meses de julho a setembro com tomadores de crédito do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO), pois a pesquisa tem seu enfoque na ação deste fomento nos negócios destes.

Foram mensuradas informações como: faixa etária, local do empreendimento, escolaridade, dificuldades na obtenção e formação do grupo, assim como, pagamento, ajuda ou não após a obtenção do mesmo e se fariam novamente, outro fato importante do questionamento é sobre causas que poderiam trazer melhorias nas condições de aplicabilidade e lucratividade, tornando o Microcrédito eficaz e, como afirma Yunus (2000, p.25), “pôr fim à pobreza, esse flagelo que humilha e denigre tudo o que um ser humano representa”.

#### 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Após levantamento e tabulação dos dados obtidos junto aos tomadores de crédito na área urbana da Cidade de Coroatá-MA, foi possível obter informações quanto ao perfil dos tomadores de microcrédito tais como: sexo, faixa etária, escolaridade, ramos de atividade dentre outros e as melhorias que esse microcrédito proporcionou ao empreendimento de cada empreendimento.



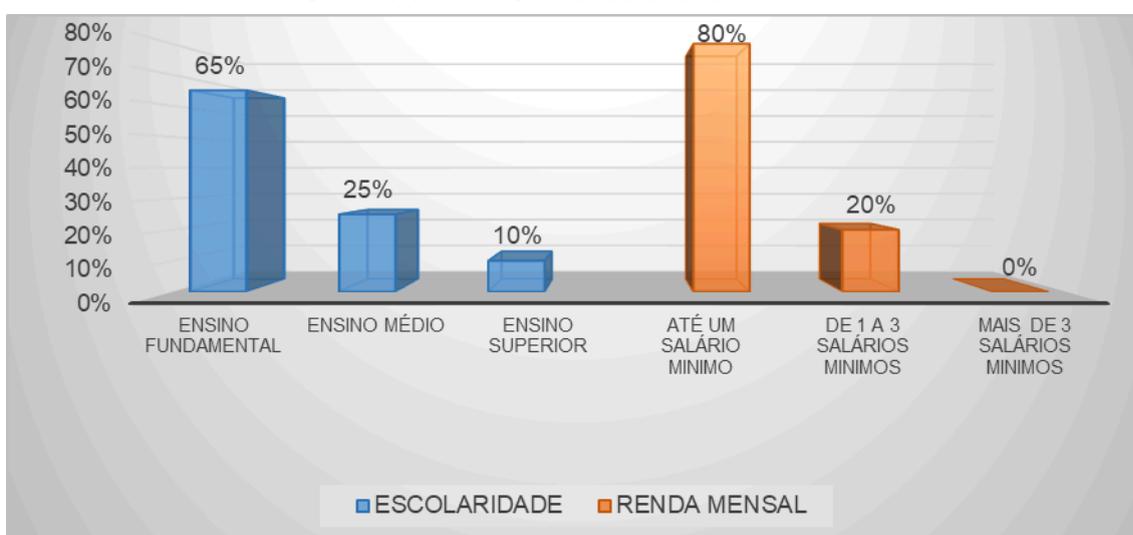
Fonte: Dados da Pesquisa

O gráfico 01 sumariza informações como sexo e faixa etária. A maioria dos entrevistados (80%) é composto pelo sexo feminino, conforme constatado acima, o que se deve ao aumento do ingresso da mulher no mercado trabalho e da dificuldade de conciliação entre trabalho, família e lazer. Neste contexto, atividades com horários mais flexíveis e atividades mais compatíveis e mais próximas de suas residenciais faz com que optem por esse mercado.

Em relação à faixa etária, cerca de 80% dos microempreendedores tem idade entre 19 e 40 anos, a proporção nesta etapa da vida é explicada pela maior responsabilidade e contribuição econômica que se faz necessária pois a renda familiar se torna mais difícil com mais membros diminuindo a renda per capita, tempo mais escasso para ingresso a atividades laborais formais e com horários determinados e rígidos. Por outro lado, somente 10% dos entrevistados tinha até 18 anos e outros 10% dos entrevistados acima de 40 anos.

A pesquisa mostrou que 65% dos respondentes tem apenas o ensino fundamental, enquanto somente 25% possuem o ensino médio completo e 10% ensino superior, esses números é um indicativo que a gestão das atividades laborares, financeiras e de marketing são, em sua maioria, adquiridas de forma empírica e intuitiva como mostrado no gráfico 02, reforçando a necessidade do acompanhamento desse público.

Gráfico 02 - Escolaridade e renda familiar



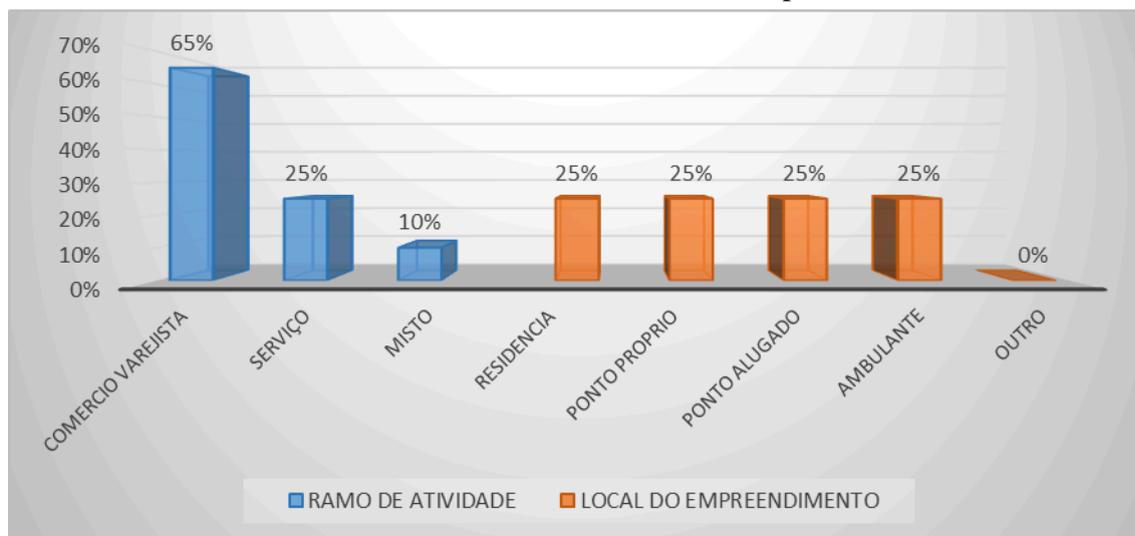
Fonte: Dados da Pesquisa

Outrossim, outro dado relevante é que a maioria dos entrevistados (80%) ganham até 1 salário mínimo, enquanto 20% ganham entre 01 e 03 salários e nenhum entrevistado informou que ganha mais de 03 salários mínimos, é então que se evidencia o que afirma Lacerda (2013), “o impacto positivo do microcrédito nas situações de pobreza é amplamente reconhecido, pois apoia

modelos alternativos de geração de ocupação e renda para o segmento mais desfavorecido da escala social”.

Os dados da pesquisa revelaram que o principal ramo de atividade dos entrevistados é o de comércio varejista (65%), enquanto somente 25% no setor de serviços e 10% em atividades que englobam as duas atividades. Desta forma, percebe-se que as atividades laborais escolhidas por esses empreendedores têm forte influência em atividades comuns ao mercado local e facilidade de ingresso, sendo necessário somente um fomento para início imediato.

**Gráfico 03 - Ramo de atividade e local do empreendimento**



Fonte: Dados da Pesquisa

Dentro deste contexto, o gráfico 03 nos mostra que a opção de localização do empreendimento ficou dividido com a mesma porcentagem de 25% para cada local pesquisado, a residência, ponto próprio, ponto alugado e formado por ambulante, desta forma, percebeu-se que a pesquisa de mercado e do público-alvo não foi o fator determinante para a localização do negócio, a decisão é tomada em relação à facilidade na abertura do negócio.

Gráfico 04 - Mercado de atuação e tempo de atividade

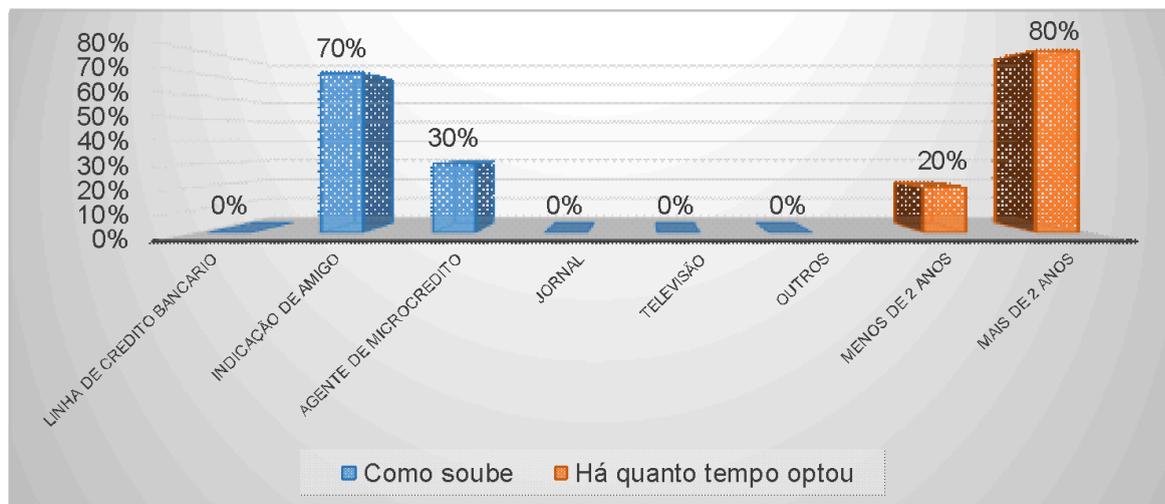


Fonte: Dados da Pesquisa

O ramo de confecções representa a maioria dos empreendimentos (50%), seguida por ambulantes (30%). Dentre os entrevistados percebeu-se que atividades que requerem expertises e demandam tempo, estrutura e capital serão analisados com cautela ou não adotados, como o caso de bares e padarias que nenhum dos entrevistados respondeu serem proprietários. Como relata SILVA (2003) é importante a função do administrador de risco de crédito, auxiliando na diminuição das perdas decorrentes da ascensão de riscos indevidos, bem como harmonizando a busca da maximização do valor da empresa concessora de crédito, na tomada de decisão pela avaliação da relação risco e retorno.

A maior parte desses negócios, 90%, é formado por empreendimentos comerciais já existentes no mercado há mais de dois anos, como mostrado no gráfico 04, sendo assim, o microcrédito é uma opção tanto para o incremento das suas atividades, mas também como oportunidade de mudança social.

**Gráfico 05 - Como soube do Microcrédito e a quanto tempo optou por essa alternativa de crédito.**



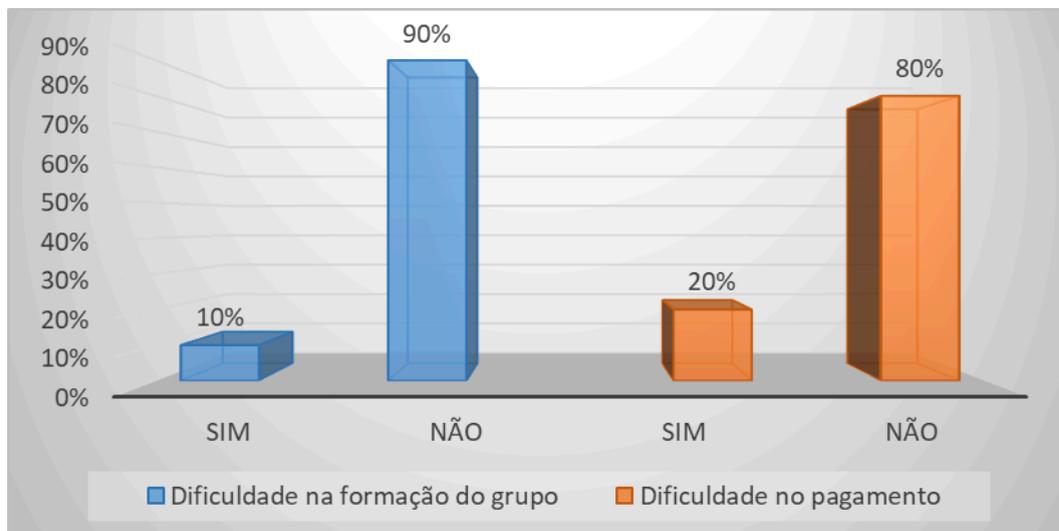
Fonte: Dados da Pesquisa

O gráfico 05 demonstra que a maioria dos entrevistados soube do microcrédito através de indicações de amigos, enquanto somente 30% dos entrevistados afirmou que foi através de agentes de microcréditos, por outro lado, nenhum dos entrevistados relatou que soube através de linha de crédito bancário, jornal, televisão ou outros, neste contexto, percebe-se que, as atividades públicas de fomento a microempreendedores de Coroadá e publicidade deste, não se faz suficiente para conteúdo de exploração desta alternativa de renda para mudança social dos menos favorecidos.

Os indicadores desta pesquisa mostram que a maioria dos entrevistados relatam que aderiram ao microcrédito por mais de dois anos e somente 20% disseram que só optaram há menos de anos, desta forma, percebe-se um grau de consolidação do microcrédito como fomento aos empreendimentos de Coroadá, pois se mostra uma alternativa à mão de obra ociosa desta.

Observou-se durante a realização da pesquisa que para a maioria dos respondentes não houveram dificuldades na formação do grupo, uma vez que, o grupo é geralmente composto por pessoas conhecidas e sabidamente responsáveis, tendo em vista a responsabilidade compartilhada e o não pagamento de um dos participantes acarretara em ônus de débito aos demais. Por outro lado, os que disseram que houve dificuldade (10% dos entrevistados), relataram que as principais dificuldades seriam os valores relativamente baixos de crédito e responsabilidade mútua dos participantes.

**Gráfico 06 - Houve dificuldade para formação do grupo ou efetuação do pagamento**



Fonte: Dados da Pesquisa

No tocante a dificuldade de pagamento do microcrédito tomado pelos entrevistados mostrou que, em grande parte dos casos, não houve dificuldade no pagamento pois, segundo eles, os valores são relativamente baixos e que se empregados corretamente nos empreendimentos o pagamento transcorrerá relativamente bem na medida do possível e que a dificuldade se dará quando o empreendedor não empregar o fomento no empreendimento.

No entanto, 20% dos entrevistados relataram que houveram dificuldades, porém destacaram que não houve um acompanhamento profissional para nortear o emprego dos recursos e, por conseguinte, sem planejamento empregaram erroneamente seus ativos, logo não obtiveram resultados satisfatórios. Por isso, se faz necessário não somente oferecer o microcrédito, mas também acompanhar a evolução do empreendedor e fornecer todas as orientações necessárias para que o crédito adquirido possa de fato melhorar as condições de trabalho deste empreendedor (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2002 apud LEDERHANS 2015).

Os dados apresentados na tabela 07 nos ajudam a entender o impacto do microcrédito para o crescimento do empreendimento. Através da pesquisa mostrou que para a grande maioria dos respondentes o microcrédito ajudou muito no crescimento e para apenas 10% prejudicou, para os outros 10% dos entrevistados não fez diferença. Dessa forma, percebe-se que houve diferença importante no crescimento do negócio com o incremento de fomento. Para 75% dos entrevistados auxiliou na conquista de novos clientes e para 5% ajudou pouco, por outro lado 15% dos entrevistados afirmaram que prejudicou e para 5% não fez diferença na conquista dos objetivos, sendo assim, logo conclui-se que o microcrédito garantiu recursos relevantes para a conquista de novos clientes e manutenção dos mesmo, auxiliando dessa forma no sucesso dos negócios.

**Gráfico 07 - Ajudou no crescimento, conquista de novos clientes e na eficiência do seu negócio.**

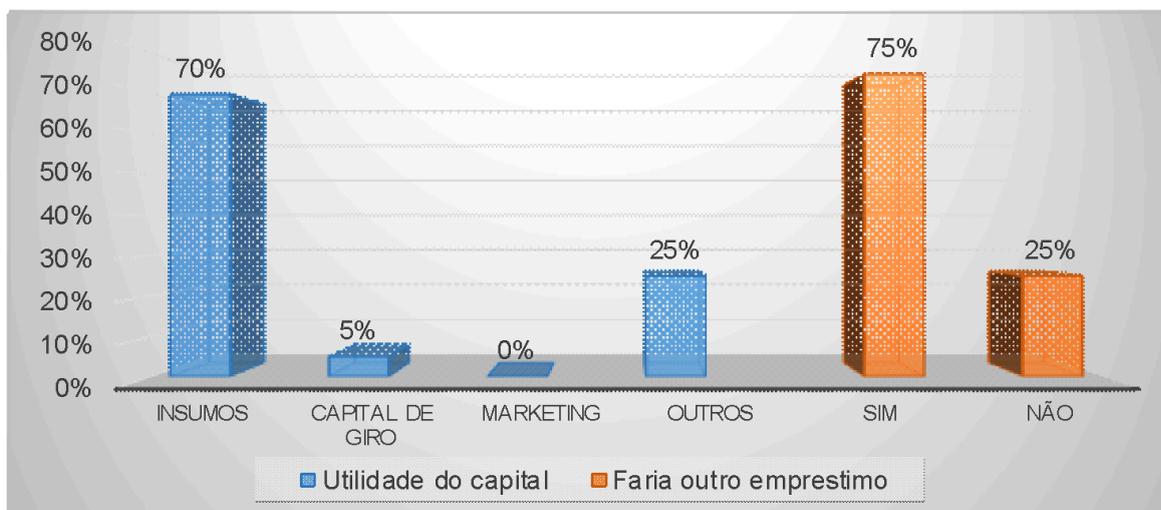


Fonte: Dados da Pesquisa

Para 70% dos entrevistados o microcrédito ajudou muito na eficiência do negócio, em contrapartida para 20% prejudicou, enquanto 5% responderam que ajudou pouco e para 5% não fez diferença, diante desta constatação, percebe-se que holisticamente o fomento a estes empreendimentos foram de grande valia e obteve seu propósito que é o combater a pobreza, tendo em vista que oferece uma oportunidade para o indivíduo que está precisando de recurso em curto prazo, desta forma o mesmo não precisa, por exemplo, se desfazer de bens importantes para viabilizar um negócio capaz de gerar renda para ele e sua família.

Dentre os entrevistados a maioria afirmou que o capital do microcrédito ajudou na aquisição de insumos, como pode ser visualizado pelo gráfico 08. Para 5% dos entrevistados os recursos foram utilizados para capital de giro e 25% para outros fatores do empreendimento, porém nenhum dos entrevistados relatou que utilizou em marketing. Dessa forma, percebe-se que a principal função para o microcrédito é a aquisição de produtos e diversificação destes, para que, segundo o pensamento dos entrevistados, “pudesse proporcionar mais produtos, mais matéria-prima e mais poder de compra junto a seus fornecedores/parceiros”.

Gráfico 08 - Utilidade do capital e faria outro empréstimo.



Fonte: Dados da Pesquisa

Quando se questionou a possibilidade de fazer outro empréstimo a resposta foi positiva para a grande maioria (75%) e acrescentaram que fariam logo que seus pagamentos findarem ou que resolvessem problemas pontuais em seus empreendimentos. Por outro lado, os entrevistados que não contratariam novos microcréditos fizeram ressalvas relevantes como: fariam se o valor do empréstimo fosse maior, destacaram a responsabilidade de pagar por aqueles não assíduos, ou se tivessem maior acompanhamento na inserção do capital a seu negócio e que pudessem fazer depósitos quase que diários amortizando seus débitos, pois seus lucros “são diários e imprevisíveis”, dentre outros fatores.

## 5 CONCLUSÃO

Este estudo objetivou o entendimento da relevância do microcrédito como fomento a microempreendedores urbanos da cidade de Coroatá, além disso, as peculiaridades dessa modalidade de crédito, sua atuação para o desenvolvimento econômico e social dos pequenos negócios possibilitando o incremento financeiro e adaptabilidade para proporcionar aos tomadores deste, a ascensão social, integralidade econômica e equidade no tocante a competitividade.

Durante as entrevistas foi notado que as ideias dos autores trabalhados no referencial teórico refletem no panorama local estudado do microcrédito. As mulheres, desde o início deste fomento, representam grande parte das aspirantes e tomadoras de microcrédito para o incremento e arranque de seus empreendimentos.

A grande maioria dos tomadores foi de escolaridade menor que a desejada para gerenciamento de seus negócios, dessa forma, se confirma a necessidade de acompanhamento e feedbacks constantes para maior eficiência no uso do microcrédito, possibilitando a eficácia. Vale

lembra que o microcrédito sozinho não mudará a realidade socioeconômica municipal, porém é o estímulo que se utilizado da forma correta pode tornar-se o diferencial dos pequenos negócios.

Contudo, essa modalidade de crédito merece uma atenção especial durante todo o processo, pois há a necessidade de um melhoramento contínuo nos processos de aquisição e pagamento, como por exemplo, vislumbre de amortizações quase que diárias ou a realização de uma poupança comunitária para capital de giro e aquisição de matéria prima durante o processo.

Durante o estudo o microcrédito se mostrou eficaz como fomento aos microempreendedores urbanos de Corotá, pois ele mostrou um grande potencial de mudança econômica e, por conseguinte social, contudo, vale lembra que nem todo o microcrédito se mostrou eficaz, alguns respondentes afirmaram que o crédito não os ajudou ou ainda houveram dificuldades para o seu pagamento, nesses casos um acompanhamento maior pode solucionar essas situações.

Ao finalizar o estudo percebeu-se a necessidade de novas investigações como a possibilidade de mais entrantes no processo, mais participação das esferas municipais, estaduais e federais, com parcerias público-privada. A realização de eventos e palestras para esclarecimento e estímulo ao empreendedorismo é outra ação que pode ser adotada para otimizar o uso do microcrédito, bem como a criação de áreas comerciais reservadas a atividades beneficiadas por esse crédito e a possibilidade de consultorias feitas por empresas júniores da região para dar instruções e análises da viabilidade dos negócios, o que traria mais benefícios para o crescimento e maturação destes empreendimentos.

Com isso, se faz necessário o um cronograma de reuniões periódicas, capacitação continua, tanto dos tomadores, como dos profissionais que possibilitará um crescimento eficiente e sistemático, para uma maturação do negócio com eficácia, diante das ameaças e oportunidades que se apresentarem durante a vida do empreendimento. A adoção de metas e gestão de gastos, bem como a visão, missão e valores bem definidas, possibilitará a inserção do fomento do microcrédito de forma mais coerente e eficaz.

Além disso, em momento de distanciamento social e cenário econômico debilitado é importante analisar os impactos nos tomadores de empréstimos, uma vez que, já foi destacado a função social do microcrédito com sua importância na dinâmica dos microempreendimentos, pois num município com grande número de desempregados as possibilidades de gerar renda devem ser tratadas com a precaução devida.

## REFERÊNCIAS

AMARO, Ana; PÓVOA, Andreia; MACEDO, Lúcia. **A arte de fazer questionários**. Porto, Portugal: Faculdade de Ciência da Universidade do Porto, 2005.

BARRONE, Francisco Marcelo. **Introdução ao Microcrédito**. Brasília: Conselho da Comunidade Solidária, 2002.

CACCIAMALI, Maria Cristina. **O setor de microfinanças e as políticas de microcrédito no brasil** Fortaleza Instituto de Desenvolvimento do Trabalho Universidade de São Paulo 2014.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo para Visionários: Desenvolvendo negócios Inovadores Para um Mundo em Transformação.** Brasil, 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HARTMUT GÜNTHER. **Pesquisa Qualitativa Versus Pesquisa Quantitativa: Esta É a Questão?** Departamento de Psicologia Social e do Trabalho, Universidade de Brasília, DF, Brasil. 2016.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.** <https://www.ibge.gov.br/>. Acessado em 29 de agosto de 2019.

LACERDA, Julia Alves. **Microcrédito: uma alavanca para o desenvolvimento de microempreendimentos e uma ferramenta para o desenvolvimento econômico e social.** Universidade de Brasília, DF Brasil. 2013.

LEDERHANS, Tiago Nogueira. **Análise do Programa Gaúcho de Microcrédito no Município de Rio Grande no Período de 2012 a 2014.** ICEAC/ FURG 2015.

MONZONI Jr., M., P., **Impacto em Renda do Microcrédito: uma investigação empírica sobre geração de renda do Crédito Popular Solidário.** São Paulo. 2006.

MORDUCH, J. **A promessa de Microfinanças** *Jornal de Economia e Literatura*, pag.1569-1614, 1999.

NITSCH, Manfred; SANTOS, Carlos A. **Da repressão financeira ao microcrédito.** *Revista de Economia Política*, v. 21, n. 4 (84), out. /dez. 2001.

SERASA, **O que é microcrédito? Como funciona?** <https://www.serasaconsumidor.com.br>. Acessado em 15 de agosto de 2019.

SILVA, J. P. da. **Gestão e análise de risco de crédito: intermediação financeira e banco múltiplo.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SOARES, Marden Marques; SOBRINHO, Abelardo Duarte de Melo. **Microfinanças: O papel do Banco Central do Brasil e a importância do cooperativismo de crédito.** Brasília, 2008.

SOARES, H. L. C.; SILVA, L. S.; CARNEIRO, M. A. T.;

YUNUS, Muhammad. **O Banqueiro dos Pobres**. São Paulo: Ática, 2000.

## **SOBRE OS AUTORES**

### **Hugo Leonardo Carvalho Soares**

Mestre em Economia pela Universidade Federal da Bahia. Graduado em Ciências Econômicas e em Administração pela Universidade Federal do Maranhão.

Contato: hugo\_lcs@hotmail.com.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/220789910799873>.

### **Luzinaldo Sousa Silva**

Graduando em Administração na Universidade Estadual do Maranhão.

### **Márcio André Terto Carneiro**

Pós Graduado em Gestão Pública. É docente na Faculdade de Educação São Francisco - FAESF e na Universidade Estadual do Maranhão - UEMA.

Contato: marcioterto@yahoo.com.br.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/549131773045064>.

#### **Como citar este artigo**

SOARES, Hugo Leonardo Carvalho; SILVA, Luzinaldo Sousa; CARNEIRO, Márcio André Terto. O microcrédito como estímulo de renda: uma alternativa impulsionadora de renda aos microempreendedores urbanos de Coroatá-MA. **Revista de Administração da Universidade Estadual de Goiás (RAUEG)**. Anápolis, v. 14, n. Fluxo Cont., p. 79-96, 2023. Disponível em: link do artigo. Acesso em: dd mês ano (Ex.: 10 jan. 2024).

Recebido em: 28/12/2021

Aprovado em: 09/01/2024

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

Editor Científico: Dr. Marco Aurélio Pedrosa de Melo