



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CAMPUS ANTÔNIO MARIZ – CAMPUS VII
COORDENAÇÃO DE ADMINISTRAÇÃO

JOSIVÂNIA OLIVEIRA DANTAS

**A IMPORTÂNCIA DO MICROCRÉDITO PRODUTIVO ORIENTADO PARA AS
MICROEMPREENDEDORAS INFORMAIS: UM ESTUDO DE CAMPO NA CIDADE
DE PATOS**

Patos-PB
2014

JOSIVÂNIA OLIVEIRA DANTAS

**A IMPORTÂNCIA DO MICROCRÉDITO PRODUTIVO ORIENTADO PARA AS
EMPREENDEDORAS INFORMAIS: UM ESTUDO DE CAMPO NA CIDADE DE
PATOS**

Monografia apresentado ao programa de graduação
em Administração da Universidade Estadual da
Paraíba como requisito parcial para obtenção do
título de bacharel em Administração.

ORIENTADORA: Prof.^a Ms. Eunice Ferreira

Patos-PB

2014

UEPB - SIB - Setorial - Campus VII

D195i Dantas, Josivânia Oliveira
A importância do Microcrédito Produtivo Orientado para as microempendedoras informais: um estudo de campo na cidade de Patos [manuscrito] / Josivânia Oliveira Dantas. – 2014.
72 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, Universidade Estadual da Paraíba, 2014.

“Orientação: Profa. Msc. Eunice Ferreira, CCEA”.

1. Empreendedorismo. 2. Microcrédito. 3. Empreendedoras Informais. I. Título.

21. ed. CDD 658.159 2

JOSIVANIA OLIVEIRA DANTAS

**A IMPORTÂNCIA DO MICROCRÉDITO PRODUTIVO ORIENTADO PARA AS
MICROEMPREENDEDORAS INFORMAIS: UM ESTUDO DE CAMPO NA CIDADE
DE PATOS - PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação em Administração da
Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento
à exigência para obtenção do grau de Bacharel em
Administração.

Aprovado em 23/07/2014



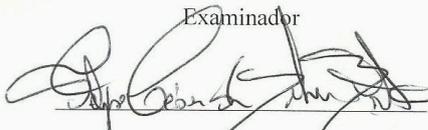
Prof.^a. Ms. Eunice Ferreira Carvalho / UEPB

Orientadora



Prof. Dante Flavio Oliveira Passos / UEPB

Examinador



Prof. Felipe Cesar da Silva Brito / UEPB

Examinador

Patos-PB

2014

À minha família, meu porto seguro e,
principalmente, a minha mãe (in memoriam)
por tudo que me ensinou.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus, por estar sempre ao meu lado em todos os momentos de minha vida, sei que minha força vem Dele, sem Ele eu nada sou!

Ao meu, pai e minha mãe (in memoriam), da qual sinto uma imensa falta, pelos princípios ensinados, pelos valores passados, que me fizeram ser quem sou. Aos meus irmãos, Joel e Josivan, pelo carinho, apoio e compreensão nos momentos difíceis, nas horas de estresse e pelas vezes que tiveram que me dar carona até a faculdade, aos meus sobrinhos e cunhadas, também pelo carinho e compreensão. Minha família é meu norte, pessoas que sei que posso contar e que eles também podem contar comigo, amo demais!!!!

Aos meus amigos e amigas, pelo incentivo e força para não desanimar nas horas difíceis.

Também a Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) – Campus VII e a todos os seus funcionários e colaboradores, meus sinceros agradecimentos. Pela oportunidade em me graduar e realizar meu sonho e pela formação de grandes profissionais que desta instituição saem todos os anos.

Não posso deixar de agradecer a todos os meus mestres que contribuíram com a minha formação e ganho de conhecimento e, principalmente, a minha orientadora Prof.^a Eunice Ferreira, pela paciência e ensinamentos. A todos o meu respeito e admiração, grandes profissionais que contribuíram muito com minha formação, tornando possível a realização de um sonho.

Agradeço a colaboração de todas as empreendedoras que dispensaram um pouco do seu tempo para responder os questionários e as instituições que me forneceram os dados das empreendedoras.

Por fim, não posso deixar de mencionar a minha turma, que de uma forma ou de outra, contribuiu com o meu crescimento pessoal. Em especial a minha equipe, sempre foi mais que uma equipe de trabalho, José Edson, Paulo Sergio, Milton Jonh, Lamara Raiane e Emanuel de Medeiros são mais que colegas, são amigos que levo pra minha vida, assim como algumas outras pessoas da sala também. Sentirei saudade da turma, dos professores, das aulas, enfim, este tempo na universidade me trouxe grandes contribuições e continuará trazendo ao longo da minha carreira profissional.

“Todos nascemos com o potencial empreendedor, que pode ser
inibido ou estimulado pelas relações estabelecidas pelo
indivíduo.”

Fernando Dolabela

RESUMO

O empreendedorismo é uma realidade crescente no cenário econômico mundial e as mulheres vêm conquistando seu espaço neste universo tão competitivo com grande destaque. Para que um empreendimento se desenvolva, seja ele formal ou informal, faz-se necessário investimento de capital e muito trabalho. Neste sentido, a pesquisa em foco, busca responder a seguinte problemática: Qual a contribuição do Microcrédito Produtivo Orientado para a implementação e desenvolvimento de microempreendedoras informais do município de Patos? Este estudo se propõe a compreender a contribuição do microcrédito na implementação e desenvolvimento dos empreendimentos informais idealizados por mulheres. Com vistas a atender a este objetivo, inicialmente foi traçado o perfil socioeconômico das empreendedoras, também foi feita a descrição do processo de concessão do microcrédito, buscou-se identificar as dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras em conseguir empréstimo e por fim, se o microcrédito é relevante para o desenvolvimento das referidas empreendedoras. Para atender ao questionamento levantado, realizou-se um estudo de campo junto às empreendedoras informais da cidade de Patos. O método de pesquisa abordado neste trabalho de conclusão de curso foi o indutivo e a pesquisa do tipo descritiva com uma abordagem quanti-qualitativa. A coleta dos dados se deu através de questionário aplicado junto às empreendedoras informais, estes foram tabulados e, após analisados, organizados em gráfico e tabelas. Os resultados encontrados evidenciaram que as empreendedoras informais enfrentam algumas dificuldades para conseguir empréstimo devido às exigências das instituições financeiras e que o microcrédito tem grande importância para o desenvolvimento e implementação de seus empreendimentos, proporcionando melhorias significativas.

Palavras chaves: Empreendedorismo, Microcrédito e Empreendedoras Informais.

ABSTRACT

The entrepreneurship is a reality growing the world economic scenario, and women have been conquering its space this universe so competitive with great spotlight. For an enterprise if develop, be it formal or informal, if capital investment and much work is necessary. In this sense the research in focus, seeks to answer the following problematic: What the contribution of Oriented Productive Microcredit for the implementation and development of informal micro entrepreneurs the city of Patos? This study it is proposed to understand the contribution of microcredit in the implementation and development of informal enterprises idealized by women. With a view to cater to this objective, was initially traced the socioeconomic profile of entrepreneurial, was also made description of the procedure for granting microcredit, we sought to identify any difficulties experienced by entrepreneurs in achieving the loan and lastly, if microcredit is relevant to the development of these entrepreneurs. To suit the questioning raised carried out a field study along informal entrepreneurs the city of Patos. The research method addressed in this work completion of course was the inductive and the research of type descriptive with one quanti-qualitative approach. Data collection was made through a questionnaire applied to informal entrepreneurs, these were tabulated and after analyzed, organized in chart and tables. The results found evidenced that informal entrepreneurs face some difficulties to achieve loan due to the demands of financial institutions and that microcredit has great importance for the development and implementation of their endeavors, providing significant improvements.

Keywords: Entrepreneurship, Microcredit and Informal Entrepreneurs.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 - Faixa etária das empreendedoras	38
GRÁFICO 02 - Estado civil das empreendedoras.....	39
GRÁFICO 03 - Nivel de escolaridade das empreendedoras.	40
GRÁFICO 04 - Quantidade de filhos das empreendedoras	41
GRÁFICO 05 - Condição de chefe de família das empreendedoras.....	42
GRÁFICO 06 - Faixa de renda familiar das empreendedoras.....	43
GRÁFICO 07 - Motivo que levou a empreendedora a iniciar o empreendimento.....	44
GRÁFICO 08 - Local onde a empreendedora mantém seu empreendimento.....	46
GRÁFICO 09 - Tempo de atividade exercido pelas empreendedoras	47
GRÁFICO 10 - Se as empreendedoras possuem emprego fixo	48
GRÁFICO 11 - Se as empreendedoras já fizeram curso de capacitação.....	49
GRÁFICO 12 - como a empreendedora financiou seu negócio.....	52
GRÁFICO 13 - Se as empreendedoras já haviam feito empréstimo antes do microcrédito..	53
GRÁFICO 14 - Se as empreendeoras já enfrentaram dificuldades para obter empréstimo..	53
GRÁFICO 15 - Dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras para obter empréstimo	54
GRÁFICO 16 - Como as empreendedoras superaram as dificuldades de obter empréstimo.	55
GRÁFICO 17 - Forma como as empreendedoras conheceram o microcrédito.....	57
GRÁFICO 18 - Percepção do acesso ao microcrédito pelas empreendedoras.....	58
GRÁFICO 19 - O microcrédito possibilitou melhorias no empreendimento.....	59
GRÁFICO 20 - Quais as melhorias percebidas pelas empreendedoras	60
GRÁFICO 21 - Importância do microcrédito para o desenvolvimento do empreendimento	61

LISTA DE SIGLAS

ACIAP.....	Associação Comercial e Industrial de Patos
CEF.....	Caixa Economica Federal
CMN.....	Conselho Monetário Nacional
DIEESE.....	Departamento Internacional de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos
FUNES.....	Fundação Ernany Sátiro
IBGE.....	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH.....	Índice de Desenvolvimento Humano
MEI.....	Microempreendedor Individual
MPE.....	Micro e Pequenas Empresas
MPO.....	Microcrédito Produtivo Orientado
MTE.....	Ministério do Trabalho e Emprego
OSCIP.....	Organização da Sociedade Civil de Ineterse Público
PIB.....	Produto Interno Bruto
PNMPO.....	Programa Nacional do Microcrédito Produtivo Orientado
SCM.....	Sociedade de Crédito ao Microempreendedor
SEBRAE.....	Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas
SFN.....	Sistema Financeiro Nacional
UEPB.....	Universidade Estadual da Paraíba
UFPE.....	Universidade Federal do Pernambuco
UFRN.....	Universidade Federal do Rio Grande do Norte

LISTA DE TABELAS

TABELA 01 - Faixa etária das empreendedoras.....	38
TABELA 02 - Estado civil das empreendedoras.....	39
TABELA 03 - Nivel de escolaridade das empreendedoras.....	40
TABELA 04 - Quantidade de filhos das empreendedoras	41
TABELA 05 - Condição de chefe de família das empreendedoras.....	42
TABELA 06 - Faixa de renda familiar das empreendedoras	43
TABELA 07 - Motivo que levou a empreendedora a iniciar o empreendimento	44
TABELA 08 - Local onde a empreendedora mantém seu empreendimento.....	46
TABELA 09 - Tempo de atividade exercido pelas empreendedoras	47
TABELA 10 - Se as empreendedoras possuem emprego fixo	48
TABELA 11 - Se as empreendedoras já fizeram curso de capacitação	49
TABELA 12 - Perfil socioeconomico das empreendedoras informais	49
TABELA 13 - Como a empreendedora financiou seu negócio.....	51
TABELA 14 - Se as empreendedoras já haviam feito empréstimo antes do microcrédito.....	52
TABELA 15 - Se as empreendeoras já enfrentaram dificuldades para obter empréstimo....	53
TABELA 16 - Dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras para obter empréstimo.....	54
TABELA 17 - Como as empreendedoras superaram o empencilho em obter empréstimo ...	55
TABELA 18 - Forma como as empreendedoras conheceram o microcrédito	57
TABELA 19 - Percepção do acesso ao microcrédito pelas empreendedoras.....	58
TABELA 20 - O microcrédito possibilitou melhorias no empreendimento	59
TABELA 21 - Quais as melhorias percebidas pelas empreendedoras	60
TABELA 22 - Importância do microcrédito para o desenvolvimento do empreendimento ..	61

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
CAPITULO I – ASPECTOS CONCEITUAIS E HISTÓRICOS DO EMPREENDEDORISMO.....	17
1.1 ECONOMIA FORMAL E INFORMAL.....	17
1.2 EMPREENDEDORISMO	20
1.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO.....	21
1.4 MICROCRÉDITO	26
CAPITULO II – CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO.....	30
CAPITULO III – ASPECTOS METODOLOGICOS	33
CAPITULO IV – ANALISE DOS RESULTADOS	37
4.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DAS EMPREENDEDORAS INFORMAIS.....	37
4.2 PROCESSO DE CONCESSÃO DE CRÉDITO.....	50
4.3 DIFICULDADES ENFRENTADAS NA OBTENÇÃO DE EMPRÉSTIMO.....	51
4.4 RELEVÂNCIA DO MICROCRÉDITO PARA O DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIOS INFORMAIS	56
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	63
REFERÊNCIAS	65
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO	70

INTRODUÇÃO

No início dos anos 70 foram publicados os primeiros estudos acerca do setor informal da economia, sendo compreendido como um fenômeno relacionado a países subdesenvolvidos, que não podiam oferecer condições adequadas de trabalho a uma grande parcela da população ativa, acarretando o surgimento de alternativas para provisão do sustento dessa parcela populacional.

Este setor informal é visto como um fenômeno atual, sendo consequência do processo de urbanização. Estas nomenclaturas chamadas de formal e informal surgem em substituição à dicotomia entre setor tradicional e setor moderno da economia. As atividades informais acabaram por serem reunidas em um setor informal, juntando tanto indivíduos como pequenas empresas que abrangem a produção e comercialização de bens e serviços (KREIN; PRONI, 2010).

A economia informal não é desconhecida pelo Estado, sendo no Brasil, um setor bastante produtivo, abrigando um grande contingente de desempregados que não possuem acesso ao setor de emprego formal. Muitas famílias dependem dessas atividades para sobreviverem. Isto quer dizer que o setor informal garante a subsistência de parte da população excluída, que poderia causar um grande caos social se sua sobrevivência dependesse unicamente da economia formal. A explosão da economia informal pode ser vista como um fenômeno ligado às economias desequilibradas. Devido aos altos impostos cobrados, pela burocracia e corrupção da máquina estatal, surgem sistemas alternativos na busca pela sobrevivência de grande parte da população (SILVA, 2002).

A economia, seja ela formal ou informal, necessita de investimento para se desenvolver, recaindo sobre políticas financeiras ou incentivos ao desenvolvimento financeiro. Recorrer a empréstimos tem suas dificuldades para o setor informal, os bancos oferecem diversas modalidades de empréstimos, mas exigem garantias, experiências financeiras anteriores, avalistas, o que pode representar uma das barreiras ao desenvolvimento da economia informal.

No tocante ao desenvolvimento de pequenos negócios informais destacam-se os empreendedores informais e, principalmente, as mulheres. Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresa (SEBRAE, 2010) o empreendedorismo feminino vem crescendo significativamente e já representa cerca de 50% dos empreendimentos iniciais.

A força de trabalho feminina vem se destacando no cenário econômico nacional e internacional, muitos lares hoje são sustentados por mulheres, que atuam em diversas áreas, inclusive em setores antes considerados masculinos. No setor de trabalho informal, as mulheres também estão presentes, seja como única fonte de renda da família ou como um extra para ajudar no orçamento doméstico (FORNETTI, 2013).

Neste sentido, foi abordada nesta pesquisa, uma linha de política pública financeira denominada Microcrédito Produtivo Orientado, que se apresenta como uma variedade de empréstimo de valor baixo destinado aos empreendedores e comerciantes informais, de abrangência mundial, com objetivo de estimular a geração e manutenção de empreendimentos.

A relevância desta linha de crédito ganhou repercussão mundial, através de seu mentor maior Muhammad Yunus, no instante em que começou a fazer pequenos empréstimos a pessoas que não tinham acesso a nenhum tipo de crédito. Desta iniciativa originou-se o Grameen Bank, um banco direcionado a conceder empréstimos ao público de baixa renda (SOARES; MELO SOBRINHO, 2008).

No Brasil, o Microcrédito chegou em 25 de abril de 2005, por meio da Lei 11.110, que instituiu o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) que firma o conceito do microcrédito como uma linha de crédito destinada a prover as necessidades financeiras de empreendedores formais e informais ligados a atividades de pequeno porte, que prioriza o relacionamento direto com esses empreendedores em seu local de trabalho, sendo feito um acompanhamento mais efetivo através de visitas nestes locais. Programas com este enfoque precisam de justificativa para ser implementado. Um indicador que o habilita a ser relevante perante a população e ser tratado com maior ou menor grau de importância à sua efetivação e divulgação é a demanda da população de baixa renda, evidenciada pela falta de empregos para todos (SOARES; MELO SOBRINHO, 2008).

Outro fator que se mostra relevante, é a obtenção de capital de giro para investimentos na criação de pequenos negócios, bem como na ampliação dos já existentes, buscando, assim, gerar mais emprego e renda para a população. Esses microempreendedores muitas vezes, deixam de crescer justamente pela dificuldade de acesso a uma linha de crédito facilitado e com juros mais acessíveis.

O município de Patos, localizado no sertão paraibano, tem o comércio varejista como base de sua economia tanto formal como informal. O programa microcrédito se faz presente

na cidade disseminado por instituições financeiras formais já há algum tempo. Sendo neste sentido que se formula o seguinte problema de pesquisa: Qual a contribuição do Microcrédito Produtivo Orientado para a implementação e desenvolvimento de microempreendedoras informais do município de Patos?

Buscando evidenciar de forma mais clara a problemática desta pesquisa, infere-se a necessidade de se esclarecer a forma de acesso ao programa e alteração nas condições econômicas. O acesso ao programa faz referência à obtenção de crédito para o desenvolvimento ou implementação das atividades econômicas de pequeno porte dos microempreendedores.

Diante do exposto, apresentam-se as justificativas do presente estudo. No tocante a contribuições teóricas. O tema pode contribuir na discussão acerca da influência do microcrédito para o desenvolvimento de pequenos empreendedores com a obtenção de uma linha de crédito facilitada. Estudos com referência a este tema estão sendo realizados de acordo com Santos (2010), por universidades, como a UFPE (Universidade Federal de Pernambuco) em parceria com organizações financeiras, como também pelo Banco Central do Brasil e pela pesquisadora Santos (2010), que abordou o tema em sua dissertação de mestrado, pela UFRN (Universidade Federal do Rio Grande do Norte).

Do ponto de vista social, pretende-se demonstrar esclarecimentos pertinentes ao assunto que podem despertar interesses tanto da população abrangida pelo programa como das autoridades em buscar novas formas de incentivo aos microempreendedores.

De cunho pessoal, o tema microcrédito, assim como o empreendedorismo feminino, desperta o interesse da pesquisadora por contribuir com o oferecimento de oportunidades de expansão e criação de novos empreendimentos para a população de baixa renda pela aquisição de empréstimos facilitados e com baixo custo.

Diante da problemática apresentada a presente pesquisa tem por objetivo geral: compreender a contribuição do microcrédito produtivo orientado para a implementação e desenvolvimento das empreendedoras informais da cidade de Patos.

Com vistas a atender o objetivo geral traçado, faz-se necessária a verificação dos seguintes objetivos específicos: traçar o perfil socioeconômico das microempreendedoras informais da cidade de Patos; descrever o processo de concessão do microcrédito para as empreendedoras informais; identificar as dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras

informais na obtenção de crédito e finalmente verificar a relevância da obtenção de crédito na expansão ou criação de pequenos negócios informais.

Com o intuito de atender aos objetivos traçados e responder ao problema levantado, esta pesquisa abordará em seu primeiro capítulo uma explanação baseada na literatura acerca da economia formal e informal, empreendedorismo, empreendedorismo feminino e o microcrédito.

No segundo capítulo será abordada a caracterização do objeto de estudo, o município de Patos/ PB e o setor comercial. No terceiro capítulo será relatado os aspectos metodológicos utilizados na presente pesquisa. No quarto capítulo será feita o tratamento dos dados coletados, estes serão analisados e tabulados com vistas a atender aos objetivos específicos traçados.

CAPITULO I

ASPECTOS CONCEITUAIS E HISTÓRICOS DO EMPREENDEDORISMO

Neste capítulo são abordados os conceitos e definições à luz dos teóricos e pesquisadores da literatura acerca dos assuntos relacionados ao tema objeto de estudo desta pesquisa.

1.1 ECONOMIA FORMAL E INFORMAL

A economia informal, segundo a visão de Lopes (1996), era tida como um fenômeno secundário, ligado diretamente à pobreza, inserida na estrutura econômica da sociedade, originada à margem da economia formal e composta em sua quase totalidade, por mão de obra sem qualificação. Segundo a nova visão acerca do trabalho, isso muda de figura. A economia informal deixa de ser considerada como apenas uma alternativa na solução de problemas referentes a geração de emprego e renda para as camadas mais pobres, passando a ser vista como uma solução para um ajuste da sociedade frente as novas exigências da organização informacional.

Ainda de acordo com Lopes (1996), no contexto atual não se pode atrelar economia informal à exclusão social e sim buscar compreendê-la como fator gerador de uma nova vertente social, exigida pelo mundo globalizado. Não que esta não esteja ligada a classe menos favorecida, mas que apresenta características divergentes e peculiares, que deve ser tratada pelos governos e sociedade com respeito e menos preconceito.

A economia informal é descrita por Barbosa Filho (2009, pg.110) como sendo “a parte da economia que se desenvolve a margem do mercado formal de trabalho.” Entende-se setor informal de trabalho como sinônimo de trabalhar por conta própria. Pode-se ainda na visão de Barbosa Filho (2009, pg.110), definir a economia informal como “tentativa de evitar as regulações governamentais e o pagamento de impostos”.

Nestes termos, define-se economia formal segundo a visão de Tanzi (2009) como aquela com base em regras aceitas e cujas fronteiras são variáveis, legalmente registrada, como também aquela que cumpre as leis e regras impostas pelos governos. Ainda segundo Tanzi (2009), a economia informal estaria na contramão, ou de “cabeça para baixo”, mesmo que suas atividades ocorram normalmente, as vistas de todos.

A economia informal é formada por duas vertentes, uma positiva e outra negativa distintas entre si, segundo a visão de Lopes (1996). É positiva, quando mostra indícios acerca da necessidade de uma regulamentação mais flexível, para assim abranger uma maior parcela da população trabalhadora e também no desenvolvimento de atividades que não se enquadram na regulamentação atual, mas que é imprescindível para a população em geral. Já a vertente negativa é conhecida por economia marginal, que diferente da informal, só age à margem da Lei. Sendo mais voltada para a atividade criminosa, essa economia distorcida prejudica a economia de maneira geral, e, nesta pesquisa, foi abordada apenas a economia informal positiva.

Alguns autores diferenciam o mercado de trabalho em setor formal e informal. Na concepção de Mattoso (1999), o mercado de trabalho formal é aquele que observa as relações contratuais de trabalho que são ditadas pelas forças do mercado e regidas por legislação específica, ou seja, formalizado. Já o mercado de trabalho informal, não possui um conceito exato, segundo a visão de Cacciamalli (1983) este é percebido como um setor que não cumpre as leis trabalhistas e fiscais, os trabalhadores atuam sem intervenção direta do governo e não possuem registro formal de trabalho.

O mercado de trabalho tem passado por transformações constantes ao longo dos anos, desde a mecanização do trabalho no campo chegando até a revolução industrial. Essa modernização do campo fez com que muitos trabalhadores buscassem novas formas de trabalho e migrassem para as cidades que cresciam em ritmo acelerado. Na visão de Lopes (1996 p.17), “o crescimento da população urbana aliada à evolução tecnológica e econômica criou novos desafios à estrutura de criação de emprego e geração de riqueza.” Com a reformulação do sistema de emprego e a economia globalizada, surgem alguns desafios que necessitam ser superados, para que a cidade moderna possa ter uma organização social adequada.

O avanço tecnológico provoca uma grande mudança no mercado de trabalho e, principalmente, no setor de serviços, que na atualidade se mostra um grande gerador de empregos tanto formal quanto informal, passando a demandar uma maior qualificação e especialização profissional assim como investimento em estrutura e qualidade dos produtos e serviços ofertados.

Segundo Sarkar (2008), as rápidas mudanças na economia internacional bem como nas atividades econômicas internas dos países, não podem passar despercebidas, todos

precisam estar atentos às novas regras, caso contrário correm o sério risco de perder mercado e competitividade. Buscar inovar e tirar proveito das mudanças no cenário econômico é uma das alternativas. Sempre relacionando inovação ao empreendedorismo e interligando a criação de empresas de inovação.

Seguindo esta linha, Drucker (1987) evidencia a forte ligação existente entre inovação e empreendedorismo, ele defende a inovação como uma ferramenta própria dos empreendedores, que buscam identificar nas mudanças oportunidades de negócios ou serviços diferenciados.

A nova ordem econômica, revelada pelas constantes mudanças acarretadas por um mundo globalizado, em seus ambientes internos e externos, traz consigo flexibilização nos diversos setores econômicos, inclusive no mercado de trabalho, que favorece a inserção de mão-de-obra diversificada (NATIVIDADE, 2009).

Como reflexo dessas mudanças, nas últimas décadas, a inserção da mulher no mercado de trabalho aumentou significativamente, dados estatísticos evidenciam a presença feminina em todos os segmentos e classes empresariais, apesar da discriminação sofrida pelas mulheres e pelas diferenças de oportunidades ainda existentes, salários e ascensão a cargos de chefia, (DAMASCENO, 2010).

No Brasil segundo a pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2011), as mulheres ainda recebem um salário inferior ao dos homens e poucas chegam a cargos de chefia, isto aliado ao fato delas possuírem um nível escolar superior ao dos homens vem se refletindo em um aumento do índice de empreendedorismo feminino. A mulher percebe no empreendedorismo uma oportunidade de carreira mais interessante para si.

As diferenças salariais entre homens e mulheres são consideráveis segundo o que nos relata Probst (2003, p.03) em seu artigo:

Em 1991, a renda média das brasileiras correspondia a 63% do rendimento masculino. Em 2000, chegou a 71%. As conquistas comprovam dedicação, mas também necessidade. Em 1991, 18% das famílias eram chefiadas por mulheres. Segundo o Censo, essa parcela subiu para 25%. Das 10,1 milhões de vagas de trabalho abertas entre 1989 e 1999, quase 7 milhões acabaram preenchidas por mulheres. [...] quase 30% delas apresentam em seus currículos mais de dez anos de escolaridade, contra 20% dos profissionais dos profissionais masculinos.

Mesmo diante das adversidades, as mulheres buscam alternativas para se sobressaírem

como nos confirma o pensamento de Natividade (2009) que, apesar dos desafios enfrentados, é nítido o crescimento da participação feminina nas estatísticas de empreendedorismo no Brasil, apesar de nem sempre esta atividade se relacionar a uma atividade profissional formalizada. A maioria das mulheres busca diversificar sua forma de sobrevivência, sendo evidenciada pela crescente participação feminina como provedora dos lares na atualidade ou ainda buscando um complemento para auxiliar nas despesas familiares como também prover suas despesas particulares, essas mulheres passam então a atuar de maneira informal na economia.

Tendo por base dados levantados pelo SEBRAE em 2010, 45% dos empreendedores individuais no país são mulheres, isto evidencia que elas ocupam um espaço cada vez mais importante no setor de trabalho tanto formal como no informal com a geração de emprego e renda para si, como também para terceiros.

1.2 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo favorece a geração de emprego e renda, tanto para as comunidades como de forma individual. Segundo Dolabela (1999), empreendedorismo deriva da palavra entrepreneurship, sendo considerado um neologismo, designa estudos referentes ao perfil, origens e atividades que se relacionam com o mundo do empreendedor. Destacando como objetivo principal a geração e distribuição de benefícios e riquezas para a sociedade, como destaca Dolabela:

O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar a todos a uma situação confortável no futuro [...] O empreendedor é alguém que acredita que pode colocar a sorte a seu favor, por entender que ela é produto do trabalho duro (1999, p. 44).

Dolabela (2012, p.16) em outra obra sua, propõe que “empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. Sendo este uma pessoa que busca transformar sua realidade em algo que ele idealiza para si e para os que comungam com sua visão, buscando, para tanto, os meios necessários para realizar seus ideais.

Ainda segundo Dolabela (2012, p. 45), “um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio

lucrativo.” Não é necessário que o empreendedor possua tais recursos, mas, é necessário que ele tenha condições de angariá-los junto a terceiros, quer sejam instituições financeiras ou não.

Drucker (1987) ressalta que o empreendedor é aquele que prima pela criação de algo novo, algo diferente, que transforme valores. O espírito empreendedor é uma característica distinta, tanto de um indivíduo como de uma instituição, sendo um traço comportamental, não apenas de personalidade. Estes buscam aproveitar oportunidades de negócios, que podem ser totalmente novas ou uma adaptação feita de forma inovadora.

Esta visão é compartilhada em parte por Sarkar (2008, p.26), ao afirmar que “empreendedorismo é o processo de criação e/ou a expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas.” O que nos remete as motivações para se tornar um empreendedor.

O empreendedorismo pode ser motivado pela percepção de uma oportunidade de negócio ou por necessidade, no momento em que o indivíduo não tem alternativa de trabalho ou está insatisfeito com o seu emprego e busca algo novo. Segundo pesquisas realizadas pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2009), o empreendedorismo por oportunidade tem superado o empreendedorismo pela necessidade. Isto mostra que o mercado brasileiro está abrindo espaço a novos empreendimentos e os empreendedores brasileiros sabendo aproveitar as oportunidades de negócios existentes.

As mulheres estão se destacando neste cenário, a pesquisa GEM (2009), mostra que em 2009, 53,4% dos empreendedores por oportunidade eram mulheres, já em 2010, este número aumentou para 62,10% segundo dados levantados pela pesquisa GEM (2010), diante desse fenômeno, falar-se-á um pouco acerca do empreendedorismo feminino deste cenário dantes tão masculino.

1.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Diante de um significativo crescimento do mercado de trabalho feminino no Brasil, as mulheres vêm se destacando em posições de lideranças nas organizações públicas e privadas, bem como no ramo do empreendedorismo, elas vêm conquistando cada vez mais o seu espaço.

As mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que os homens, ou seja, visando o sustento das mesmas e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e pela independência financeira (GEM, 2010).

Apesar das semelhanças características de empreendedores e empreendedoras, as mulheres se diferenciam em termos de motivação, habilidade empresarial e do histórico profissional. A fase inicial de um negócio também possui diferenças, destacando-se áreas como sistema de apoio, fonte de recursos e problemas. O campo de interesse em negócios é bem semelhante, apesar de a mulher buscar também uma realização pessoal, não só profissional (DAMASCENO, 2010).

Na visão de Machado et all (2003), as mulheres buscam empreender por diversas razões, entre elas o desejo de realização e a identificação com o tipo de negócio contam muito, a trajetória profissional anterior tem relevância junto à escolha do ramo na hora de decidir abrir um pequeno empreendimento, a necessidade de um horário flexível de trabalho para conciliar a dupla jornada, necessidade de complementar a renda familiar e um motivo inusitado, a insatisfação com a forma como os homens gerenciam os negócios, as mulheres acreditam que podem fazer melhor, de maneira mais coerente com seus próprios valores. Na visão de Machado (1999) as mulheres definem metas culturais e sociais nos seus empreendimentos além das financeiras, visando também à segurança no trabalho e a satisfação dos seus clientes, funcionários e a sua própria.

O número de mulheres que optou por iniciar seu próprio negócio aumentou cerca de 80% nos últimos 10 anos, como mostra o diagnóstico feito pelo Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas (2013), elaborado pelo SEBRAE em conjunto com o DIEESE (Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos), apesar das mesmas ainda não serem maioria entre os empresários brasileiros, a participação da mulher empreendedora cresceu 21,4%, enquanto que para os homens o crescimento foi de 9,8%, no mesmo período. Este estudo mostra que as mulheres que estão abrindo seu próprio negócio são bem jovens, 41,3% têm entre 18 e 39 anos e 52% entre 40 e 64 anos de idade. Outro dado importante é que, pelo menos, 40% são chefes de família e que 70% delas tem pelo menos um filho.

Segundo Pires (2013), a mulher como empresária, concilia melhor os cuidados da casa e dos filhos com o trabalho, muitas dessas mulheres são chefes de família, as únicas

responsáveis pela educação dos filhos e isso não as impossibilita de se dedicarem ao seu negócio.

A participação da mulher na vida econômica, social e política ainda têm muito a crescer e as transformações acarretadas serão benéficas para toda a sociedade, apesar de serem também necessárias mudanças dentro dos lares, no que tange a divisão das tarefas domésticas, no cuidado com os filhos e as atribuições da vida familiar que é delegada às mulheres. Em nível nacional, o setor no qual as mulheres mais atuam é o comércio, que conta com 42% dos empregos gerados, as atividades com maior concentração da força de trabalho feminina são vendas de roupas, calçados e acessórios, o setor de serviço e a indústria vêm em seguida (PIRES, 2013).

Segundo Jonathan (2005), as mulheres possuem algumas características que as distinguem do sexo masculino, não apenas pela multiplicidade de papéis que é uma característica atribuída ao universo feminino, devido ao talento para fazer e pensar várias coisas ao mesmo tempo, mas por algumas outras características que as destacam no meio empresarial, como:

- as mulheres empreendedoras prestam mais atenção aos clientes;
- buscam mais capacitação e aperfeiçoamento;
- procuram mais o atendimento de órgãos especializados como o SEBRAE;
- conciliam melhor as atividades pessoais e profissionais;
- são mais detalhistas, intuitivas e sensíveis;
- buscam o empreendedorismo como forma de ter flexibilidade de horários;
- as empreendedoras femininas conseguem aliar características como coragem, iniciativa e determinação com sensibilidade, intuição e cooperação.

As mulheres empreendedoras, na visão de Jonathan (2005), atribuem igual importância à realização profissional, à maternidade, a vida amorosa, ao convívio familiar assim como ao tempo dedicado a si mesma. Elas não acreditam no mito que para ter sucesso profissional é necessário fracassar em outras áreas, buscam conciliar o papel de mãe, mulher e esposa ao de empresária de sucesso.

O SEBRAE é um grande incentivador do empreendedorismo feminino, para tanto, criou o Premio Mulher de Negócio que está em sua décima edição, com o objetivo de valorizar e reconhecer as histórias de vida de mulheres que transformam o sonho de ter seu próprio negócio em realidade, histórias de sucesso, que modificam suas próprias vidas e a de

outras pessoas. Além de estimular o empreendedorismo feminino, o SEBRAE também presta atendimento e consultoria diariamente para quem busca informações de como abrir seu próprio negócio ou ampliar e melhorar a gestão de um já existente.

As mulheres estão conquistando seu espaço não só no mercado de trabalho formal, mas também no campo do empreendedorismo tem crescido significativamente. Na região Nordeste as mulheres chegam a representar 51,8% dos empreendedores, ultrapassando a média nacional, que é de 49,6%, segundo dados da pesquisa divulgada pelo GEM 2009, em parceria com o SEBRAE, no ano de 2002 elas representavam apenas 29% dos empreendedores no país. As brasileiras ocupam o segundo lugar entre as mulheres empreendedoras do mundo, de acordo com a pesquisa GEM (2010), ficando atrás apenas de Gana. Tendo por base dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010), é fato que as mulheres são a maioria da população brasileira, na percepção Novaes (2012) também é visível que elas estão destacando-se em cargos políticos, administrativos, econômicos e sociais em todo o Brasil.

O empreendedorismo feminino vem ganhando destaque no cenário econômico paraibano, Cunha (2012), relata que na Paraíba o número de mulheres empreendedoras é bastante expressivo. De acordo com dados do SEBRAE dos 114.013 atendimentos a microempreendedores no ano de 2012, 47,09% foram solicitados por mulheres. Ainda segundo Cunha (2012), apesar de não existirem dados estatísticos exatos, as áreas em que existe um maior crescimento feminino na Paraíba, são os serviços pessoais como cabelereira, manicure, esteticista e massagistas, assim como também no setor de confecções, cosméticos e alimentação.

O empreendedorismo na cidade de Patos possui números bem expressivos, de acordo com dados do Portal do Empreendedor (2014), existem 2077 empreendedores formalizados cadastrados na cidade, destes 900 são mulheres, representando 43,33% do total.

Com base no Portal do Empreendedor, as atividades com mais expressão são comércio de vestuário e acessórios com 249 microempreendedores, sendo 186 mulheres, no ramo da beleza são 113 cabelereiros cadastrados, destes 93 são mulheres, no segmento de cosméticos e perfumaria são 60 microempreendedores e destes 37 são mulheres. Já na comercialização varejista de calçados são 36 empreendedores, sendo destes 13 do sexo feminino e no ramo de restaurantes e lanchonetes somam 89 MEI (Microempreendedor Individual) sendo que 56 destes são mulheres.

Estes são dados dos empreendedores formalizados, do segmento informal não se tem como quantificar, sabe-se apenas ser um setor bem numeroso e que concentra uma movimentação econômica bastante expressiva.

O empreendedorismo no geral não pode ser classificado apenas como modismo, sendo fruto das rápidas mudanças tecnológicas e da competitividade econômica gerada pela globalização da econômica mundial, que incitam os empreendedores a buscarem novos rumos, impulsionando a criação de novas relações de trabalho, novos empregos, quebrando barreiras comerciais e culturais, refletindo na geração de riqueza para a sociedade em geral (DORNELAS, 2001).

Para que os empreendedores possam colocar em prática suas ideias e implementarem seus negócios, precisam de capital de giro. Conseguir empréstimo bancário não é coisa tão simples, principalmente para quem não é formalizado, como ressalta Andreassi (2004) “Conseguir crédito no Brasil, não é tarefa fácil.” A dificuldade em conseguir crédito acaba por se refletir nas altas taxas de juros cobradas pelo sistema financeiro. Boa parte dos empresários quando necessitam de crédito urgente, acabam apelando para empréstimos bancários como o cheque especial ou cartão de crédito, que cobram juros em torno de 10% ao mês, podendo isto se refletir nos altos preços de seus produtos, perda de competitividade, demissões e até a falência desses empreendimentos.

Se isto acontece com empresários maiores, imagine com os microempreendedores, que não possuem acesso ao sistema bancário tradicional, restando apenas a estes recorrer a parentes, quando estes possuem reserva de capital, ou a agiotas, que cobram juros ainda maiores. Segundo Canuto (2001) a falta de garantias patrimoniais, dificuldade de seleção e acompanhamento das operações e as reduzidas escalas de transações da instituição bancária, dificultam a inserção de uma grande variedade de pequenas atividades econômicas, que apesar disso não deixam de gerar valor e constituírem oportunidades para os empreendedores e investimento na economia de uma região.

Neste contexto, ainda seguindo o pensamento de Canuto (2001), as instituições financeiras que trabalham com o microcrédito são de grande importância, pois oferecem pequenos empréstimos com um mínimo de exigência e burocracia, garantindo assim a sobrevivência dos pequenos empreendedores, bem como a expansão e implementação de novos negócios.

1.4 MICROCRÉDITO

A seguir, são abordadas as microfinanças e o microcrédito como área singular do mercado financeiro de crédito.

O Sistema Financeiro Nacional (SFN), na visão de Assaf Neto (2008), é formado por um conjunto de instituições financeiras públicas e privadas, tendo o Conselho Monetário Nacional (CMN) como órgão normativo máximo. Seu objetivo maior recai sobre a transferência de recursos de agentes econômicos superavitários para os deficitários. O SFN intermedia relações entre agentes em busca de investimento com outros agentes geradores de poupança, com condições de financiar o desenvolvimento econômico. Esses agentes que buscam investimento, que assumem posição de tomadores de crédito, são deficitários já os que formam excedente de poupança, são os superavitários, que possuem reservas de capital.

Para que a economia possa se desenvolver é imprescindível a participação crescente de capitais, que são oriundos do excedente de poupança em poder dos agentes econômicos e canalizados aos setores produtivos carentes de recursos por meio de intermediários e instrumentos financeiros. Esse processo de transferência de recursos no mercado é que destaca o papel social e econômico do sistema financeiro (ASSAF NETO, 2008)

Diante do exposto, a economia informal enfrenta alguns obstáculos a seu desenvolvimento e aprimoramento, para tanto, faz-se necessário que a esfera estatal implemente políticas financeiras com enfoque social, sendo neste contexto que se apresenta as microfinanças e o microcrédito.

Com base em Soares e Melo Sobrinho (2008), microfinanças se refere à prestação de serviços financeiros com foco na população de baixa renda negligenciada pelo sistema financeiro tradicional, que engloba depósitos e empréstimos de pequeno valor, com gestão diferenciada, mas sem destinação específica.

Seguindo nesta linha, o microcrédito é definido como uma atividade pertencente à microfinanças, voltado, exclusivamente, a para atender pessoas físicas e jurídicas que sejam empreendedoras de pequeno porte (NERI, 2008), diferenciando-se também das demais atividades pela metodologia adotada nas tradicionais operações de crédito. Destaca-se como atividade principal das microfinanças devido a sua relevância para as políticas pública na busca pela redução da pobreza, assim como, na geração de trabalho e renda.

Silveira Filho (2005 p.27) define o microcrédito como “um programa de empréstimo

simplificado, com o mínimo de burocracia e sem exigências de garantias reais”. Unicamente é necessário que o negócio apresente potencial para se desenvolver com um impulso inicial e que seja viável financeiramente. Além disso, o microcrédito é cumulativo, ou seja, ao fazer o primeiro empréstimo e pagá-lo o tomador estará habilitado a renovar por um valor maior e, assim, sucessivamente, até que alcance patamares maiores que o capacite a outras linhas de crédito no mercado financeiro.

O microcrédito é conhecido também como MPO – Microcrédito Produtivo Orientado, produtivo por ser direcionado unicamente às atividades econômicas de pequenos empreendimentos formais ou informais, ou seja, direcionado para a produção ou investimento, orientado por incluir a visita e avaliação do agente de crédito, podendo servir como um consultor de negócio, auxiliando o tomador de crédito quando necessário (NERI, 2008).

O microcrédito teve sua origem com a experiência do Grameen Bank, instituição idealizada por Muhammad Yunus em Bangladesh, tendo com o objetivo principal de oferecer crédito a pessoas de baixa renda. No início emprestava pequenas quantias a algumas pessoas, quem pegava emprestado pagava com um juro baixo, estes serviam para cobrir despesas e emprestar novamente, a inadimplência era mínima. Essa ideia se multiplicou, correu o mundo e destacou o microcrédito ao ponto de Yunus ser indicado e receber o premio Nobel da Paz de 2006 (NERI, 2008).

No início dos anos 80, o microcrédito aparece no Chile, Peru e Bolívia. No Brasil, esta modalidade de crédito surge nos anos 90, sem muito destaque, com a participação do terceiro setor, em 2002, as OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, eram as fomentadoras deste tipo de crédito (COSTA, 2010). Em 2005 foi criado o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) instituído através da Lei 11.110 pelo Governo Federal, como uma linha de crédito direcionada para investimentos em pequenos negócios, formais ou informais (SOARES E MELO SOBRINHO, 2008).

Entre os bancos públicos federais, O Banco do Nordeste se apresenta como pioneiro desde 1998 com a criação do CrediAmigo, programa voltado para operar diretamente com o microcrédito buscando atingir áreas onde não existia agencias de crédito, atuavam e atuam até hoje com agentes itinerantes e com a formação de grupos de aval solidário. Os agentes são responsáveis pela avaliação e concessão de crédito em comunidades afastadas, assim como nas cidades, e nos grupos de aval solidários as pessoas avalizam umas as outras e são

responsáveis pelo pagamento, assim a inadimplência é muito baixa, quase inexistente (COSTA, 2010).

Hoje, tanto as OSCIPs, SCM – Sociedade de Crédito ao Microempreendedor, como Bancos públicos e particulares, atuam nesta linha de crédito. Como é o caso da Caixa Econômica Federal que trabalha com o MPO – Microcrédito Produtivo Orientado em todas as suas agências, em algumas cidades tem agentes de crédito itinerantes, no caso da Paraíba, as atuações destes agentes abrangem apenas as cidades de João Pessoa e de Campina Grande.

É de conhecimento geral que “o Brasil tem a maior taxa de juros real do mundo, praticamente o dobro da segunda mais alta. Além disso, temos uma das menores relações crédito sobre PIB dos países em desenvolvimento” (NERI E BARBOZA, 2006). Esta realidade do mercado financeiro nacional, afeta de forma significativa os pequenos negócios, inclusive aqueles que são mais pobres, dificultando o acesso ao crédito e conseqüentemente, a geração de emprego e renda.

Obtenção de crédito por si só não implica na geração de oportunidades de negócios, mas viabiliza as existentes quando direcionados para o desenvolvimento de atividades econômicas.

Algumas experiências realizadas pelo banco da mulher buscaram financiar a revolução feminina, destacando o papel da mulher na economia mundial. Aqui no Brasil, devido às mulheres possuírem uma escolaridade superior aos homens e o aumento de famílias chefiadas por elas, os efeitos individuais e familiares do programa tornam-se mais significativos, Neri (2008) destaca algumas vantagens de se ter mulheres como tomadoras de crédito no programa microcrédito, como:

- Menor mobilidade – as mulheres diferentes dos homens mudam-se menos, diminuindo o risco do tomador pegar o dinheiro e sumir.
- Motivos culturais – mulheres são mais sensíveis a serem cobradas.
- Investimento social – as mulheres se preocupam mais com a educação e saúde dos filhos, por isso, investe mais no bem estar social da família.
- Desigualdade – as mulheres geralmente são menos favorecidas, em algumas culturas são discriminadas e ganham bem menos que os homens. O microcrédito se apresenta como uma ferramenta para diminuir esta desigualdade.

As mulheres estão cada vez mais se destacando no cenário econômico nacional e internacional, motivo este ligado ao fato da mulher ser mais atenciosa com o cliente, fator indispensável para o sucesso de um negócio na conjuntura mercadológica atual (MARTINS, 2013).

Segundo o Relatório de Dados do Programa de Microcrédito – 1º Trimestre de 2013, destaca a forte presença do público feminino atendido pelo programa. As mulheres representam 61,81% do valor tomado em empréstimo no período e 62,94% dos clientes ativos do produto. Assim como ressalta a elevada presença de trabalhadores informais como tomadores de microcrédito, representando 84,12% dos clientes atendidos no mesmo período. Ainda segundo o mesmo relatório, 91,92% dos clientes atendidos buscam capital de giro para investir em seu negócio e 78,77% tem como ramo de atuação o comércio.

Este relatório vem ratificar a percepção de que as mulheres empreendedoras estão buscando crédito para investir em seus empreendimentos e conquistando seu espaço no mercado de trabalho. Além de o microcrédito possibilitar a geração de emprego e renda, este também acarreta melhorias na esfera subjetiva, através da elevação da autoestima, percepção de autonomia e independência dessas empreendedoras.

O microcrédito é utilizado de maneira significativa em todo o mundo, mas sua maior relevância se nota em áreas mais interioranas. No Estado da Paraíba, têm-se diversas instituições que disseminam esta modalidade de crédito com sucesso, como se conhece o CredAmigo do Banco do Nordeste, o MPO da Caixa Econômica Federal, o microcrédito do Banco Estrela e do Banco do Brasil, entre diversas outras instituições de crédito existentes no mercado financeiro. Essas mesmas instituições atuam fortemente na cidade de Patos, que será o objeto de estudo da referida pesquisa.

CAPITULO II

CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O presente estudo terá como cenário a cidade de Patos-PB, mais especificamente as empreendedoras que realizam atividades econômicas informais na referida cidade.

A história da cidade, de acordo com a Fundação Ernany Sátiro (FUNES, 2003), teve início em meados do século XVII, no momento em que os “Oliveira Ledo” partindo da Casa da Torre de Garcia D’Ávila, no recôncavo baiano, desceram o Rio São Francisco e tomaram chegada ao lugar onde hoje se localiza o município de Patos. Instalando ali as suas primeiras fazendas de gado. Na região era habitada por duas tribos de índios, os Pegas e os Panatis, que eram membros da grande família indígena dos Cariris, com a chegada dos homens brancos foram travadas inúmeras lutas com as duas tribos.

A origem do nome Patos se deve a uma grande lagoa que era repleta de gansos, marrecos e patos, situada próxima ao Rio Espinharas que corta a cidade. No entorno dessa lagoa surgiram as primeiras edificações de nossa cidade. Inicialmente era um povoado pertencente ao município de Pombal, foi emancipado em dezembro de 1832, adquirindo sua condição de Vila e a demarcação municipal. No dia 22 de agosto do mesmo ano foi instalada a sua Câmara de Vereadores. Passou a condição de cidade em 24 de outubro de 1903, pela Lei nº 200, sancionada pelo então Presidente do Estado da Paraíba, Desembargador José Peregrino de Araújo (FUNES, 2003).

Patos ocupa uma área territorial de 508,7 km², com uma altitude de 245 metros acima do nível do mar, possui um distrito interligado, que é Santa Gertrudes. Seu clima é quente e seco, com temperaturas oscilando entre 34° e 36°, no verão durante o dia, caindo um pouco à noite. No inverno, a temperatura média fica em torno de 32° durante o dia e 22° à noite. Nos meses de setembro a dezembro ocorrem as temperaturas mais elevadas do ano. Devido as característica de seu clima a cidade ganhou o título de “A Morada do Sol” (FUNES, 2003).

Distante 300km da capital do Estado, ligado através da BR-230, Patos esta situada na mesorregião do sertão paraibano é a terceira cidade polo do estado pela sua importância socioeconômica, como também, uma das mais importantes cidades do sertão nordestino, devido a sua abrangência a diversos municípios da Paraíba e Estados vizinhos. Apresenta-se como um polo comercial relevante, ocupando a 4ª posição do PIB (Produto Interno Bruto)

paraibano contribuindo com 3,8%, segundo dados do IBGE (2010), ficando atrás apenas da grande João Pessoa, região de Campina Grande e a região de Guarabira.

Ainda com base em dados do IBGE (2013), sua população é estimada em 104.716 habitantes. A cidade de Patos apresenta o 9º IDH (índice de desenvolvimento humano) do Estado, com uma expectativa de vida em torno de 63,51 anos.

A cidade tem grande importância geoeconômica, por se encontrar no centro geográfico da Paraíba e por sua proximidade com os Estados do Pernambuco e Rio Grande do Norte, podendo, assim, centralizar atividades econômicas de produção e comercialização.

Sua economia tem por base a indústria, com destaque para o setor calçadista, o setor primário o qual evidencia a pecuária e a agricultura, o setor de prestação de serviços e o comércio, destacando-se como um polo comercial da região, distribuidor de bens e serviços (FUNES, 2003).

Alguns dados levantados junto do Sistema Público de Emprego do Ministério do Trabalho (TEM, 2010) apontam que o município de Patos conta, atualmente, com cerca de 9.902 trabalhadores ativos no mercado formal do trabalho. Estes incluem as atividades do setor privado, a exemplo de Comércio e Serviços, Indústria de Transformação, Construção Civil, Agropecuária, Serviços Industriais de Utilidade Pública e o Extrativismo Mineral, como também os trabalhadores formalizados nas repartições públicas municipais, estaduais e federais. Desses 9.902 trabalhadores formais sendo 57,87% ou seja, 5.731 dos trabalhadores são homens e 4.171 são mulheres, correspondendo a 42,31% de toda a mão de obra. Esses dados correspondem à realidade do mercado de trabalho patoense no ano de 2010. Na distribuição por segmento, o setor de comércio e serviços aparece com 5.638 (56,93%) dos empregos formais, seguido da administração pública com 1.760 trabalhadores regulares, ou 17,77%, e da Indústria de Transformação, que tem segundo o Ministério do Trabalho, 1.539 trabalhadores, ou 15,54% do total (MTE, 2010).

A cidade tem como sua principal fonte econômica o comércio, tanto o setor formal como os informais, contando com uma variedade de lojas, tanto no centro como nos bairros, também com um shopping e o tradicional mercado central, que é conhecido como um shopping popular da cidade, onde se vende de tudo. A Associação Comercial e Industrial de Patos (ACIAP) possui em seus registros 12 indústrias cadastradas e 143 estabelecimentos comerciais diversos, mas, sabe-se que estes números não condizem com a realidade, existem muitos estabelecimentos comerciais e industriais que não são cadastrados na ACIAP.

O papel da mulher na economia e na vida política e social da cidade de Patos tem grande destaque, a cidade é governada por uma mulher, a cidade conta com 13 vereadores em sua câmara, sendo quatro mulheres e a referida casa legislativa é presidida por uma mulher. No comércio local temos muitas empresas geridas por mulheres de sucesso, muitas começaram de maneira informal e, com o decorrer do tempo e crescimento de seu empreendimento, formalizaram-se, umas ganhando até destaque no cenário nacional, como é o caso de uma empresária patoense do setor de serviços de saúde que ganhou o Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas – MPE Brasil (2013), a nível nacional, concorrendo com mais 125 inscritas de todo o país (DANTAS, 2014). Outra empresária patoense também ganhou o Prêmio SEBRAE Mulher de Negócio de 2012, sendo este a nível estadual (LEITE, 2013).

Quanto ao setor informal da economia patoense, fica difícil mensurar devido à falta de dados acerca do referido setor, o que se tem conhecimento é que se trata de um setor bastante amplo envolvendo diversas atividades e movimentando valores consideráveis. Como exemplo tem-se o setor de calçados, os vendedores ambulantes, as domésticas, as empreendedoras informais, ou seja, mulheres que trabalham com vendas de roupas, perfumes, cosméticos, enfim, uma vasta gama de produtos, bem como no setor de serviços. Quem não conhece ou não compra produtos de revendedoras de perfumes, cosméticos, roupas, enfim, produtos diversos? O número de revendedoras de uma determinada distribuidora de cosméticos e perfumes, cadastradas na cidade de Patos, conforme sua gerente local chega a uma estimativa de 2.600 mulheres atuando de maneira informal na economia local, isso de uma única empresa, mas sabe-se que existem diversas distribuidoras de roupas, cosméticos e perfumes na cidade.

Por isso, nesta pesquisa foram abordadas as empreendedoras informais, mulheres que trabalham por conta própria, buscando uma realização pessoal com seu trabalho ou simplesmente o seu sustento e de suas famílias.

CAPITULO III

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Nesta fase, são abordados os procedimentos metodológicos necessários para captação dos dados que figuram na pesquisa realizada junto as empreendedoras informais da cidade de Patos-PB. Uma pesquisa científica deve ser baseada em métodos e procedimento para atingir seus objetivos satisfatoriamente (ACEVEDO; NOHARA, 2010).

Toda pesquisa se baseia em métodos, segundo Lakatos e Marconi (2003, p.83) o método é “o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros – traçando o caminho a ser seguido”. O método científico pode ser classificado em indutivo, dedutivo, hipotético-dedutivo e dialético. Quanto ao método científico a ser abordado nesta pesquisa, este foi o indutivo.

Ainda de acordo com Lakatos e Marconi (2003, p.86):

Indução é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas. Portanto, o objetivo dos argumentos indutivos é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam.

Segundo Gil (2002), a pesquisa pode ser classificada em exploratória, descritiva ou explicativa. No que tange aos objetivos, neste estudo será utilizada a classificação descritiva, pois “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.” (GIL, 2002, p.42) uma das características da pesquisa descritiva mais expressiva se encontra nas técnicas padronizadas de coleta de dados como a utilização de questionários.

Quanto aos procedimentos de investigação, de acordo com Vergara (2007) pode ser pesquisa de campo, laboratório, documental, bibliográfica, experimental, ex post fator, participante, pesquisa-ação ou estudo de caso. Neste trabalho, utilizou-se a tipologia de pesquisa de estudo de campo, na visão de Gil (2002) este estudo “focaliza uma comunidade, que não é necessariamente geográfica, já que pode ser uma comunidade de trabalho, de estudo, de lazer ou voltada para qualquer outra atividade humana”.

No que se refere ao tratamento dos dados, foi utilizada uma abordagem quati-qualitativa. Este tipo de investigação abrange as duas naturezas em uma pesquisa científica, a quantitativa e a qualitativa.

A abordagem se deu feita através de questionário elaborado pela autora, baseado na literatura, com intuito de responder aos objetivos desta pesquisa.

O universo da análise é composto pela população das revendedoras autônomas de perfumes e cosméticos, roupas em geral, bijuterias, calçados, entre outras, que atuam no comércio informal da cidade de Patos, aqui denominadas de empreendedoras informais.

Fonseca e Martins (2009) definem população como um conjunto de seres ou coisas com possuem alguma característica em comum, podendo ser finita ou infinita. Quando esta população é muito numerosa tornando ao pesquisador impossível analisa-la por inteiro, deve-se utilizar uma amostra desta.

Segundo Vergara (2007), a amostra pode ser probabilística que tem por base normas estatística e a não probabilística. Por se tratar de uma população bastante numerosa, a pesquisa se dará através de uma amostra probabilística, com métodos estatísticos, utilizando-se de variáveis aleatórias.

Foi necessário se realizar cálculos estatísticos de variáveis nominais ou ordinais de populações consideradas infinitas, para se chegar a uma amostra que esteja mais próxima da realidade, determinando-se esta amostra tendo por base Fonseca e Martins (2009), a partir da seguinte formula:

$$n = z^2 \frac{p \cdot q}{e^2}$$

Onde: n = número de indivíduos

z^2 = nível de confiança

e = erro

p = probabilidade de sucesso

q = probabilidade de fracasso

Com o intuito de se obter um calculo o mais fidedigno possível no dimensionamento da amostra, atribuíram-se a pesquisa um nível de confiança de 80%, com erro igual a 7%. Tomando por base Fonseca e Martins (2009, p.181) que afirmam que “quando você não tiver

condições de prever o valor de “p”, admite-se $p = 0,50$, pois dessa forma, você terá o maior tamanho da amostra.”, atribuiu-se valores iguais a 50% para a probabilidade de sucesso “p” e de fracasso “q”, devido aos mesmos não serem conhecidos.

Para se definir a amostra, com nível de confiança 80%, pesquisado seu valor na tabela normal Z, encontrou-se o valor de 1,28, aplicando-se a fórmula:

$$n = z^2 \frac{p \cdot q}{e^2} = (1,28)^2 \cdot \frac{0,5 \cdot 0,5}{(0,07)^2} = \frac{1,6384 \cdot 0,25}{0,0049} = 83,5918$$

Assim a amostra da pesquisa em questão é formada por 84 empreendedoras informais da cidade de Patos, sendo as mesmas escolhidas por acessibilidade, dentre as diversas clientes das entidades financeiras que trabalham com o microcrédito produtivo orientado. Foram coletados dados das tomadoras de crédito de três instituições distintas, sendo a Caixa Econômica Federal, o Banco do Nordeste e o Banco Estrela, todas localizadas no centro da cidade de Patos.

No que tange a coleta dos dados, a mesma foi realizada através pesquisa bibliográfica, utilizando-se para compor o embasamento teórico a leitura de livros, revistas, artigos e teses, em documentos impressos e virtuais, assim como também através de questionário estruturado, distribuídos às empreendedoras, contendo questões abertas e fechadas, a opção por este tipo de questão, se dá pelo fato de que algumas informações relevantes não podem ser feitas de forma objetiva. Nas instituições financeiras foram coletados cadastros das empreendedoras contendo nome, telefone e endereço, nos quais foram usados para um prévio contato, agendamento e entrega dos questionários a serem aplicados e posteriormente recolhidos.

Segundo Vergara (2007, p.54), “o questionário caracteriza-se por uma série de questões apresentadas ao respondente, por escrito. [...] pode ser aberto, pouco ou não estruturado, ou fechado, estruturado”. O que será utilizado na presente pesquisa é composto de 22 questões abertas e fechadas, dividido em duas partes, visando com isso atender melhor aos objetivos traçados. Na primeira parte, objetiva-se traçar o perfil socioeconômico das empreendedoras e na segunda parte, obter informações acerca do negócio e dos empréstimos tomados.

De acordo com Vergara (2007, p. 59) “Tratamento dos dados refere-se àquela seção na qual se explicita para o leitor como se pretende tratar os dados da coleta”. Na presente

pesquisa este tratamento foi realizado através dos métodos quantitativos e serão processados através da estatística, descrição e interpretação dos dados coletados, buscando organizá-los em tabelas e gráficos para uma melhor compreensão dos mesmos.

CAPITULO IV

ANÁLISE DOS RESULTADOS

No presente capítulo realizou-se a análise dos dados coletados junto às empreendedoras informais da cidade de Patos.

Os dados apresentados a seguir correspondem a análise do perfil socioeconômico das empreendedoras, a seguir será feito uma breve descrição acerca do processo de concessão do microcrédito com base nas informações de uma instituição em particular, logo após foi feito a verificação quanto as dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras na obtenção de crédito e por fim buscou-se verificar se o microcrédito é relevante ou não para o desenvolvimento econômicos das referidas empreendedoras.

4.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DAS EMPREENDEDORAS INFORMAIS

Com vistas a identificar o perfil socioeconômico das empreendedoras informais da cidade de Patos, observou-se determinadas características da população pesquisada conforme tabelas e gráficos a seguir.

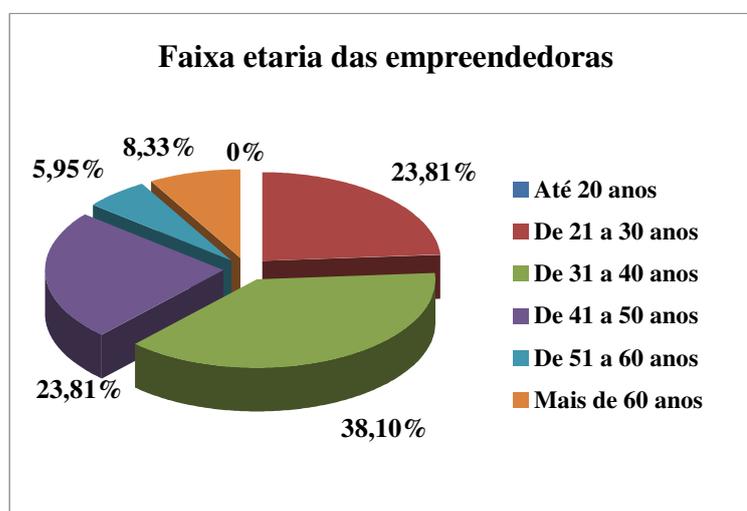
A tabela 01 nos mostra que das 84 empreendedoras questionadas 38,10% tem entre 31 e 40 anos de idade, com 23,81% as mulheres entre 21 e 30 anos e as de 41 a 50 anos igualmente, o menor percentual ficou para as empreendedoras com idade entre 51 e 60 anos, sendo superada pelas empreendedoras acima de 60 anos que conta com 8,33% das pesquisadas, mostrando assim que mesmo em tempo de se aposentarem, muitas preferem continuar em atividade.

Na visão de Damasceno (2010), as mulheres tendem há empreender uma pouco mais tardiamente em razão dos filhos e da família, geralmente a faixa etária fica entre 35 e 40 anos de idade, não sendo uma regra, tem-se na atualidade empreendedoras de todas as faixas etárias.

Tabela 01: Faixa etária das empreendedoras

Faixa etária	Frequência	Porcentagem (%)
Até 20 anos	00	0,00
De 21 a 30 anos	20	23,81
De 31 a 40 anos	32	38,10
De 41 a 50 anos	20	23,81
De 51 a 60 anos	05	5,95
Mais de 60 anos	07	8,33
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

**Gráfico 01:** Faixa etária das empreendedoras

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Quanto ao estado civil das empreendedoras, conforme tabela 02, 46,43%, ou seja, 39 mulheres se declararam casadas, isto nos mostra que mesmo tendo um companheiro as mulheres não se acomodam em ser simplesmente dona de casa, muitas buscam ajudar na renda familiar ou mesmo ter sua independência financeira. Já as solteiras somam 32,14%, e somando-as com as separadas com 15,48% e as viúvas com 5,95% dá um total de 53,57%, lembrando que das mulheres que se disseram solteiras, muitas são chefes de família.

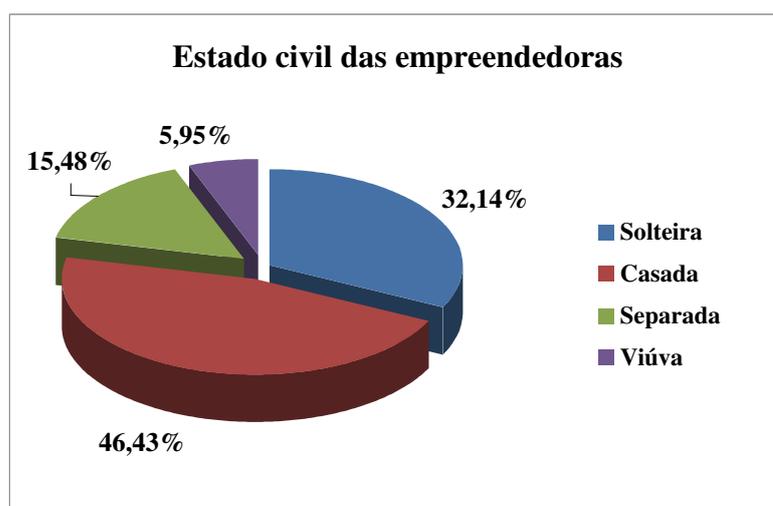
Nesse aspecto, de acordo com Dutra (2009), as mulheres avançaram no tocante à conquista de espaço no mercado de trabalho nos dias atuais, devido ao fato de conciliarem as atividades profissionais com as familiares harmoniosamente.

As mulheres possuem a característica da multiplicidade de tarefas, que as permite conciliar melhor suas funções familiares com as de empreendedora.

Tabela 02: Estado civil das empreendedoras

Estado Civil	Frequência	Porcentagem (%)
Solteira	27	32,14
Casada	39	46,43
Separada	13	15,48
Viúva	05	5,95
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

**Gráfico 02: Estado civil das empreendedoras**

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Continuando a análise do perfil socioeconômico das empreendedoras, percebe-se que o nível de escolaridade se apresenta de forma bastante variada, com uma predominância do ensino médio completo, com 36,90%, conforme tabela abaixo, isto se reflete também pela faixa etária verificada anteriormente, muitas mulheres buscam pelo menos completar o nível médio, antigo segundo grau, diferente de alguns anos atrás, quando muitos pais e maridos achavam e impunham que bastava saber ler e escrever, que dona de casa não precisava de muito estudo, mas sim ser “diplomada” nas prendas do lar, este pensamento machista encontra-se praticamente extinto nos dias atuais. Já as quem tem nível superior completo são apenas 5,98% e o superior incompleto com 3,57%, somando os dois, temos 9,55% das pesquisadas com nível superior.

Com base em Damasceno (2010), os índices da educação feminina tendem a apresentar indicadores cada vez maiores, as mulheres estão buscando uma melhor qualificação, tanto para a vida profissional como para sua própria satisfação.

Nesta pesquisa o número de empreendedoras graduadas foi pequeno, somando-se os percentuais das empreendedoras com nível superior completo às de nível superior incompleto teremos 9,55% das pesquisadas. Devendo-se isto ser reflexo das características da amostra selecionada, como a faixa etária ou estado civil delas.

Tabela 03: Nível de escolaridade das empreendedoras

Nível de escolaridade	Frequência	Porcentagem (%)
Ensino fundamental incompleto	15	17,86
Ensino fundamental completo	13	15,48
Ensino médio incompleto	17	20,24
Ensino médio completo	31	36,90
Ensino superior incompleto	03	3,57
Ensino superior completo	05	5,95
Não frequentou escola	00	0,00
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

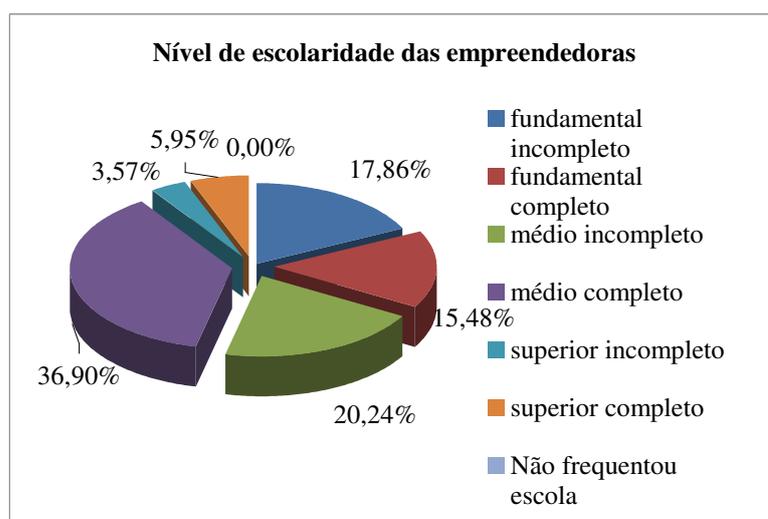


Gráfico 03: Nível de escolaridade das empreendedoras

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Na tabela 04 tem-se o percentual de filhos das empreendedoras questionadas. Constatou-se que 41,66% têm dois filhos, isto também é reflexo das mudanças na forma de pensar e encarar a vida doméstica, as dificuldades financeiras enfrentadas e como também pela liberdade em decidir quantos filhos se quer ter, buscando um planejamento familiar em conjunto com seu companheiro, outro motivo também pode ser o fato de muitas mulheres serem chefes de família ou solteiras sem filhos, pois se somando o percentual das

empreendedoras sem filhos (29,76%) com as que só têm um filho (19,05%) tem-se um total de 48,81%, superando as mulheres que têm dois filhos.

Com relação a isso, a pesquisa GEM (2010), na atualidade, mostra que as famílias estão tendo menos filhos e incorporando novos valores acerca da inserção da mulher na sociedade e no mercado de trabalho.

A questão da quantidade de filhos nos dias atuais, apresenta-se como um reflexo das mudanças na forma de pensar da sociedade antes tão patriarcal, na atualidade a mulher esta ganhado espaço e o poder de opinar no planejamento familiar ou mesmo decidir sozinha quanto ao número de filhos.

Tabela 04: Quantidade de filhos das empreendedoras

Quantidade de filhos	Frequência	Porcentagem (%)
Não tem filho	25	29,76
01 filho	16	19,05
02 filhos	35	41,66
03 filhos	06	7,14
Mais de 03 filhos	02	2,39
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

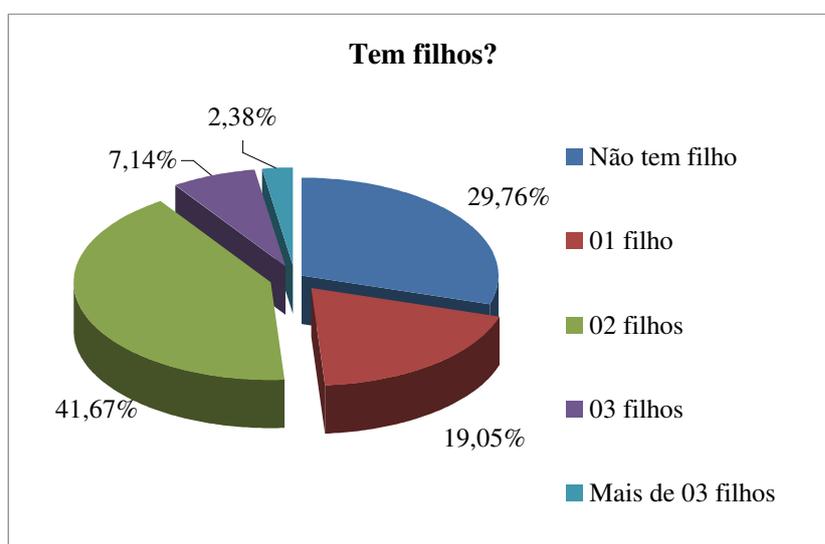


Gráfico 04: Quantidade de filhos das empreendedoras

Fonte: Pesquisa direta, 2014

A tabela 05 nos mostra uma realidade crescente, a de mulheres como chefe de família, na pesquisa 38,09% das questionadas são chefes de família e isto as impulsiona a buscar com o empreendedorismo um complemento para a renda ou mesmo o sustento da família.

De acordo Maria Jose Menezes, gestora do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios, em 2001, 59% das empreendedoras apenas contribuía com o orçamento familiar, dez anos depois esse percentual caiu para 50%, já a taxa de empreendedoras que são chefes de família, no mesmo período subiu de 27% para 37%, condizendo, assim, com a pesquisa em questão.

Já na pesquisa GEM (2010) relata evidências de que a mulher busca alternativas para novos empreendimentos com o intuito de complementar a renda da família, além disso, nos últimos tempos, essas mulheres estão assumindo, cada vez mais, o sustento do lar como chefe de família e ampliando sua participação na economia do país.

Tabela 05: Condição de chefe de família das empreendedoras

Chefe de família	Frequência	Porcentagem (%)
Sim	32	38,09
Não	52	61,91
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014.

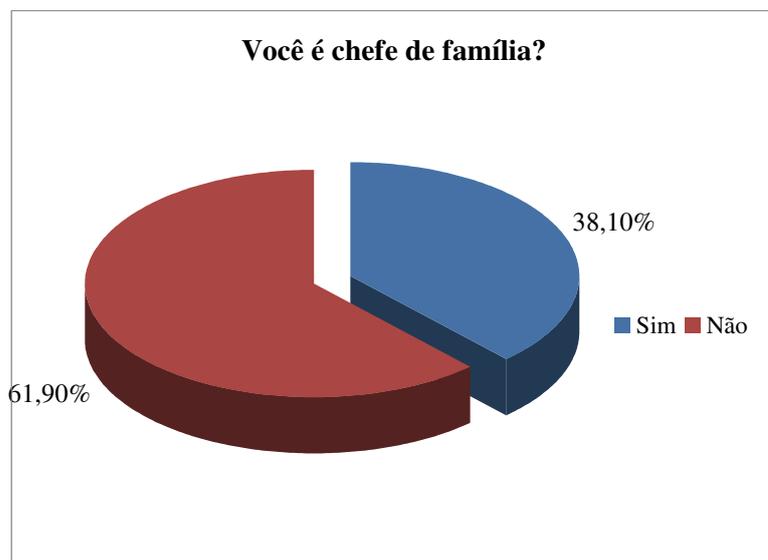


Gráfico 05: Condição de chefe de família das empreendedoras

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Ainda com o objetivo de indicar o perfil socioeconômico das empreendedoras, foi inquirido também acerca da faixa de renda mensal familiar. Como mostra a tabela 06, das 84 questionadas, 51 mulheres relataram que possuem renda mensal entre 02 e 03 salários mínimos, gerando um percentual de 60,71% das questionadas, sendo seguida por 19 mulheres que relataram possuírem renda acima de 03 salários (22,62%), ficando a menor parcela de 14

mulheres (16,67%) com renda entre 01 e 02 salários e nenhuma delas alegou ter renda inferior a um salario mínimo. Isto pode acontecer devido ao fato de algumas serem casadas e ajudarem na complementação da renda familiar, possuírem emprego fixo ou serem solteira e morarem com a família.

Com base no relatório da pesquisa GEM (2010), a faixa de renda familiar dos empreendedores, normalmente, gira em torno de 03 salários mínimos. Isto para os pequenos empreendedores informais.

A faixa de renda pode variar muito conforme a atividade exercida, o tempo dedicado, se esta atividade é apenas um complemento para a renda familiar ou se é a única fonte rentável da família.

Tabela 06: Faixa de renda familiar das empreendedoras

Renda familiar	Frequência	Porcentagem (%)
Menos de 01 salário mínimo	00	0,00
De 01 a 02 salários mínimos	14	16,67
De 02 a 03 salários mínimos	51	60,71
Mais de 03 salários mínimos	19	22,62
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

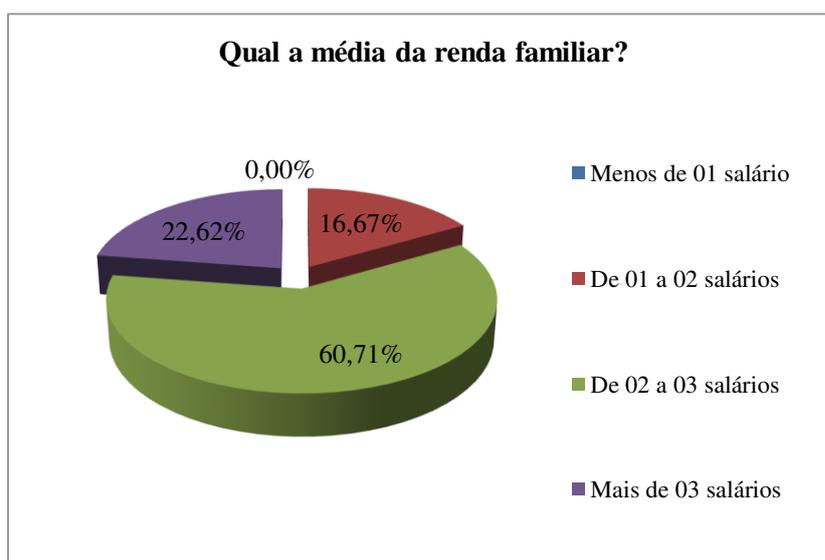


Gráfico 06: Faixa de renda familiar das empreendedoras

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Quando questionadas acerca do motivo que as levou a iniciar seu negócio próprio, 34 mulheres ou 40,48% responderam que começaram com o objetivo de ajudar na renda familiar,

como mostra tabela abaixo. Já 25 delas ou 29,76% alegaram que sempre desejaram trabalhar por conta própria, já 20 empreendedoras, ou seja, 23,81% das questionadas, disseram que começaram a trabalhar por conta própria por não conseguirem emprego fixo e apenas 05 delas alegaram outros motivos.

Este resultado pode ser ratificado segundo pensamento de Machado et all (2003) quando relata que as mulheres resolvem empreender por diversos motivos, a vantagem de ter seu próprio negócio está relacionada a possibilidade de flexibilidade de horário, ganhar seu próprio sustento e por muitas vezes o da família, ser sua própria chefe bem como pela realização profissional e pessoal. Além de ajudarem na renda familiar, elas buscam independência financeira de seus companheiros.

Tabela 07: Motivo que levou a empreendedora a iniciar o empreendimento

Motivo	Frequência	Porcentagem (%)
Falta de emprego	20	23,81
Indicação de amigo	00	0,00
Ajudar na renda familiar	34	40,48
Vontade própria	25	29,76
Outros	05	5,95
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

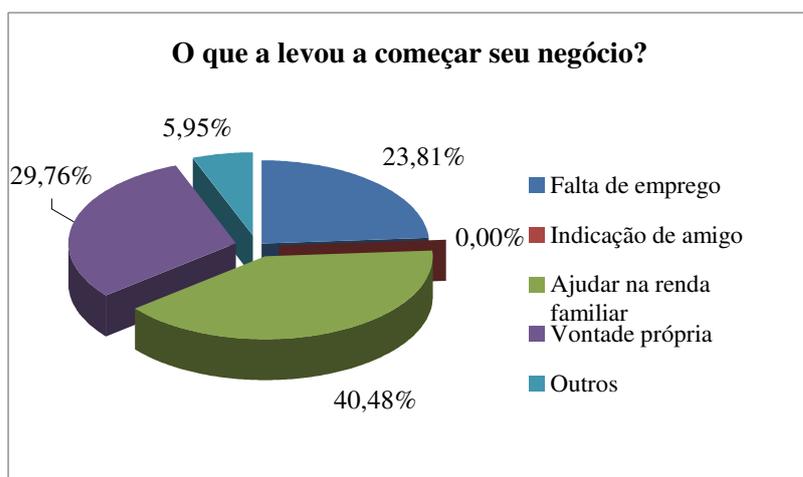


Gráfico 07: Motivo que levou a empreendedora a iniciar o empreendimento

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Na questão de número 08 foi inquerido às empreendedoras, o ramo de sua atividade, por se tratar de uma população bastante numerosa as atividades relatadas foram bem variadas,

tanto no comércio varejista como na prestação de serviços, das 84 questionadas 25 trabalham com venda de cosméticos e perfumes, sendo esta a atividade que concentrou a maioria delas.

Outras 17 com vendas de roupas e calçados, 08 na venda de lanches e espetinho, 6 se disseram cabelereiras e outras 06 costureiras, as que trabalham com encomendas de doces e salgados somam 05, no ramo de semi-jóias e bijuterias são 04 empreendedoras, 02 no ramo de quentinhas, mais outras 02 na venda de assessórios e capas para celulares, no ramo da estética foram mais 02, assim como no ramo de mercearia mais 02 empreendedoras. Por ultimo, 01 trabalha na fabricação e venda de produtos artesanais, outra na fabricação e venda de produtos de limpeza, na venda de essências mais 01 empreendedora, outra trabalha na venda de redes e produtos diversos e outra com laticínios.

Foi possível verificar a diversidade de atividades desempenhadas pelas empreendedoras, com certeza deve ter ficado atividade sem mensuração, pois a amostra foi selecionada por acessibilidade, de acordo com os dados fornecidos pelas instituições financeiras.

Outra questão levantada foi acerca da localidade onde as empreendedoras realizam suas atividades, conforme tabela 08, 67 mulheres realizam suas atividades na própria residência, sendo este numero a maioria com 79,76% das empreendedoras, seguido de 09 delas (10,72%) com ponto fixo e 8 delas (9,52%) disseram ser ambulantes.

Analisando as respostas, percebeu-se que a maioria das mulheres, prefere trabalhar em casa pela praticidade, flexibilidade de horário e também pela redução de custos, alugar um ponto para estabelecer seu comércio, muitas vezes, torna-se inviável, pois aumentaria os custos e, conseqüentemente, os preços de suas mercadorias, ocasionando perda de rendimentos para as mesmas. Algumas delas disseram que trabalhando em casa fica mais prático para conciliar os cuidados da casa, filhos, pessoais e o trabalho.

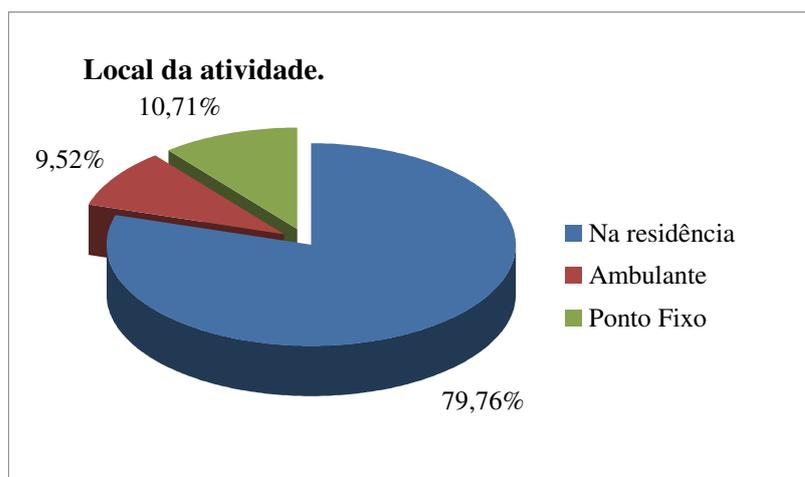
Este pensamento das empreendedoras corrobora com a visão de Jonathan (2005) ao relatar que as mulheres desejam encontrar um equilíbrio entre as necessidades profissionais, familiares e pessoais.

Outro motivo plausível pode ser a não formalização das empreendedoras, manter um negócio informal em um ponto comercial, pode ser um tanto complicado e trazer mais prejuízos que benefícios.

Tabela 08: Local onde a empreendedora mantém seu empreendimento

Local	Frequência	Porcentagem (%)
Na residência	67	79,76
Ambulante	08	9,52
Ponto Fixo	09	10,72
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

**Gráfico 08: Local onde a empreendedora mantém seu empreendimento**

Fonte: Pesquisa direta, 2014

O tempo de atividade foi outra das questões lançadas para as empreendedoras e de acordo com as respostas, conforme mostra a tabela 09 abaixo, a maioria delas, ou seja, 34,52% tem entre 06 e 10 anos de atividade, em segundo ficou as que tem até 05 anos no ramo com 26,19%. A menor frequência ficou com o intervalo de 21 a 25 anos, com 0,00% das respondentes. As empreendedoras que realizam suas atividades a mais de 25 anos representam 14,29% das questionadas.

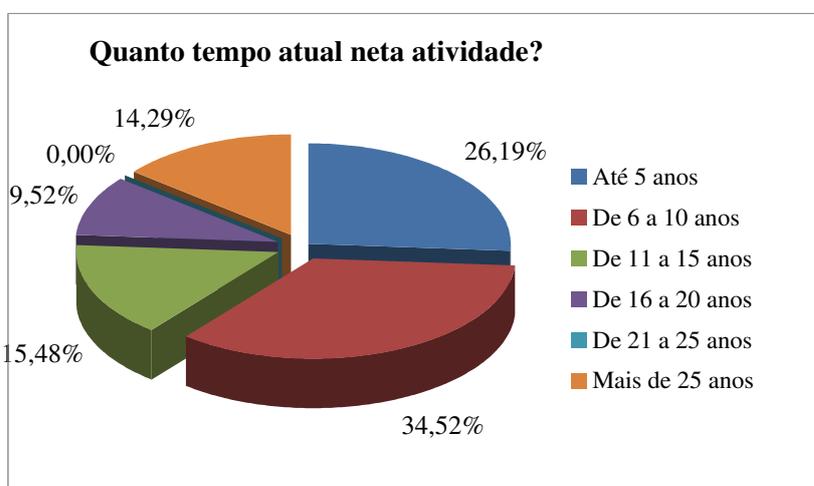
De acordo com Machado (2012), as mulheres não entram no mercado de trabalho por brincadeira nem encaram seus empreendimentos como passatempo, são mais dedicadas, atenciosas e responsáveis e que seu sucesso advém do equilíbrio conquistado entre os múltiplos papéis desempenhados por elas.

Ainda neste sentido, Damasceno (2010) relata que as mulheres conseguem enfrentar as dificuldades com mais equilíbrio emocional, são mais cautelosas e buscam uma maior fidelização de seus clientes, mostrando, assim, os motivos de seus empreendimentos serem mais predispostos à durabilidade e sucesso desejado.

Tabela 09: Tempo de atividade exercido pelas empreendedoras

Tempo de atividade	Frequência	Porcentagem (%)
Até 5 anos	22	26,19
De 6 a 10 anos	29	34,52
De 11 a 15 anos	13	15,48
De 16 a 20 anos	08	9,52
De 21 a 25 anos	00	0,00
Mais de 25 anos	12	14,29
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

**Gráfico 09: Tempo de atividade exercido pelas empreendedoras**

Fonte: Pesquisa direta, 2014

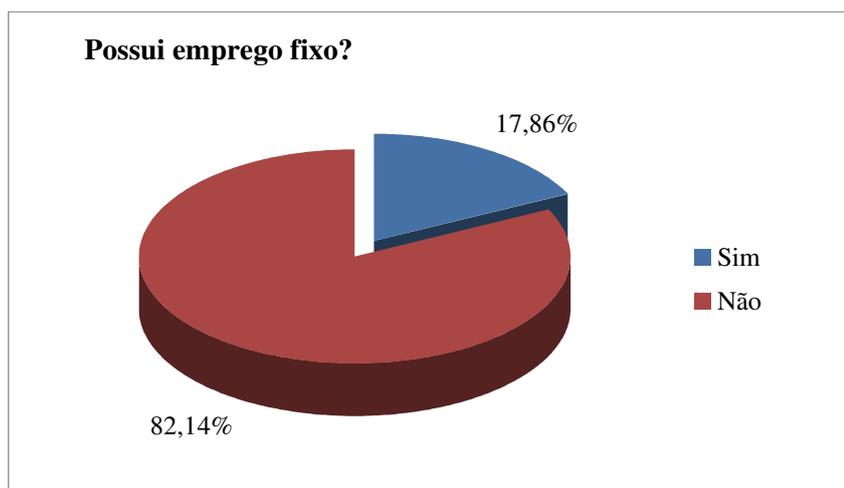
Outra questão levantada foi acerca da empreendedora possuir ou não emprego fixo, das 84 mulheres questionadas a maioria 82,14% não possuem emprego fixo, sendo a atividade empreendedora sua única fonte de renda. As outras 15 mulheres que possuem emprego fixo além da atividade empreendedora, disseram utilizar seu empreendimento como um complemento da renda mensal e que visam conciliar as suas atividades por necessidade e por gostar do que fazem.

Segundo Machado et al (2003), do universo relacionado em sua pesquisa, 87,8% das empreendedoras não possuíam outra atividade remunerada. Condizendo, assim, com a realidade mostrada nesta pesquisa, na qual a maioria das empreendedoras se dedica apenas ao seu empreendimento.

Tabela 10: Se as empreendedoras possuem emprego fixo

Emprego fixo	Frequência	Porcentagem (%)
Sim	15	17,86
Não	69	82,14
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

**Gráfico 10: Se as empreendedoras possuem emprego fixo**

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Finalizando o levantamento do perfil socioeconômico das empreendedoras, foi perguntado sobre a realização de cursos de capacitação específicos para as áreas em que elas atuam e a grande maioria, 56 mulheres das 84 questionadas, responderam que não. Isto é um reflexo das atividades exercidas, como a maioria trabalha com comércio varejista, elas não veem a necessidade de cursos de capacitação nesta área, já as que atuam com atividades específicas como estética ou cabelereira, por exemplo, fazem cursos de capacitação, pois percebem a necessidade de aperfeiçoamentos constantes, como relatado pelas próprias. Outras empreendedoras acham que já passaram um pouco da idade pra buscar algum curso de capacitação.

Em pesquisa acerca do empreendedorismo feminino realizada pelo SEBRAE (2010) as empreendedoras femininas estão se capacitando cada vez mais, elas buscam a capacitação como forma de diferenciação. Esta realidade está chegando a nossa região, mas os números ainda são pouco expressivos.

Tabela 11: Se as empreendedoras já fizeram curso de capacitação

Cursos de capacitação	Frequência	Porcentagem (%)
Sim	28	33,34
Não	56	66,66
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

**Gráfico 11: Se as empreendedoras já fizeram curso de capacitação**

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Analisando todos os dados coletados referentes ao perfil socioeconômico das empreendedoras informais, chegou-se ao seguinte:

Tabela 12: Perfil socioeconômico das empreendedoras informais

Dados	Porcentagem (%)
Idade entre 31 e 40 anos	38,10
Casada	46,43
Nível de escolaridade médio completo	36,90
Tem dois filhos	41,66
São chefes de família	38,10
Tem renda entre dois e três salários mínimos	60,71
Ajudar na renda familiar	40,48
Revenda de perfumes e cosméticos	23,80
Mantem o empreendimento em casa	79,76
Tem entre 06 e 10 anos de atividade	34,52
Não tem emprego fixo	82,14
Não fizeram curso de capacitação	66,66

Fonte: Pesquisa direta, 2014

O perfil das empreendedoras pode variar bastante de acordo com a região e população alvo de estudo. O que se pode concluir nesta pesquisa, é que as mulheres cada vez mais estão buscando seu espaço no mercado de trabalho, seja para ajudar na renda familiar, seja pela realização de seus ideais. Essas mulheres conciliam muito bem as tarefas do lar com sua atividade empreendedora e conseguem manter-se economicamente ativa, apesar de sempre existirem dificuldades para serem superadas.

4.2 PROCESSO DE CONCESSÃO DE CRÉDITO

O MPO pode ser concedido em duas modalidades, a individual ou na forma de grupos, nesta pesquisa foi abordado a modalidade individual.

O processo de concessão do microcrédito se apresenta de maneira simples e de duas formas. Na forma direta, o tomador precisa ir a uma agência de crédito, já na forma indireta, o agente de crédito é quem prospecta os tomadores por meio de visitas ao empreendedor para demonstrar o crédito.

É necessária a apresentação da documentação pessoal, se for empreendedor individual informal, como a Identidade, o CPF (Cadastro de Pessoa Física), comprovante de residência atual, comprovante de renda se tiver e comprovante da atividade exercida, que pode ser feita através de notas fiscais das mercadorias compradas para revenda, matéria prima utilizada na confecção dos produtos ou na prestação de serviços. Se for empreendedor individual formalizado, ou seja, pessoa jurídica, apresenta documento de constituição da empresa, CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), comprovação de faturamento e a documentação pessoal já relatada. Além disso, o tomador ou empresa, não pode ter restrições no sistema de proteção ao crédito.

A instituição faz um cadastro e uma avaliação para verificar a viabilidade da concessão de crédito. É necessário também, mesmo na forma direta, que o funcionário da instituição procurada pelo empreendedor, faça uma visita ao local onde este exerce sua atividade, para avaliação do empreendimento e preencher um questionário com informações do negócio e do proponente. Caso seja aprovado, deve ser aberta uma conta para crédito do valor do empréstimo, esta deve ser mantida para renovações de crédito futuras. As formas de pagamento, geralmente, são em boleto para os empreendedores informais e debito em conta para os que são formalizados (CAIXA ECONOMICA FEDERAL).

4.3 DIFICULDADES ENFRENTADAS PARA OBTENÇÃO DE EMPRÉSTIMOS

A forma de como financiaram seu negócio também foi alvo de questionamento, de acordo com a tabela 11, 25 mulheres disseram que financiaram seu empreendimento com a ajuda da família, 14 delas financiaram com poupança própria, algumas dessas mulheres tinham um emprego, não estavam satisfeitas ou por outra necessidade resolveram iniciar um negócio próprio. A maioria delas, 39,29% respondeu outros, que engloba a forma mais usual de se obter uma renda extra, ou seja, revendedoras de cosméticos, perfumes, semi-jóias, bijuterias, através de catálogos, ou também, como foi citado por algumas, começam a revender de algum amigo ou parente e depois passam a trabalhar por conta própria.

Existem algumas lojas que vendem no atacado, são as pronta-entregas, lojas que fornecem mercadorias em consignação, ou seja, a empreendedora pega a mercadoria por um determinado espaço de tempo e o que não vender devolve, acertando no final do mês. Mas para tanto, faz-se necessário ter crédito na praça (talão de cheque ou cartão de crédito e não ter restrições cadastrais), avalista ou ser indicada por algum amigo que seja cliente da loja.

As que iniciaram com empréstimo bancário foram 11,90% das pesquisadas, revelando que deve realmente existir dificuldades para se conseguir crédito para iniciar um pequeno negócio.

Neri e Barboza (2006) afirmam que o país possui um taxa de juros muito elevada e uma burocratização do crédito, com isso, principalmente os pequenos comerciantes informais são afetados diretamente.

Conseqüentemente, estes pequenos empreendedores deixam de buscar crédito no mercado financeiro para abrir um negócio próprio, preferindo buscar alternativas para fazê-lo.

Tabela 13: Como a empreendedora financiou o negócio

Como financiou	Frequência	Porcentagem (%)
Amigos	02	2,38
Família	25	29,76
Poupança própria	14	16,67
Empréstimo bancários	10	11,90
Outros	33	39,29
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

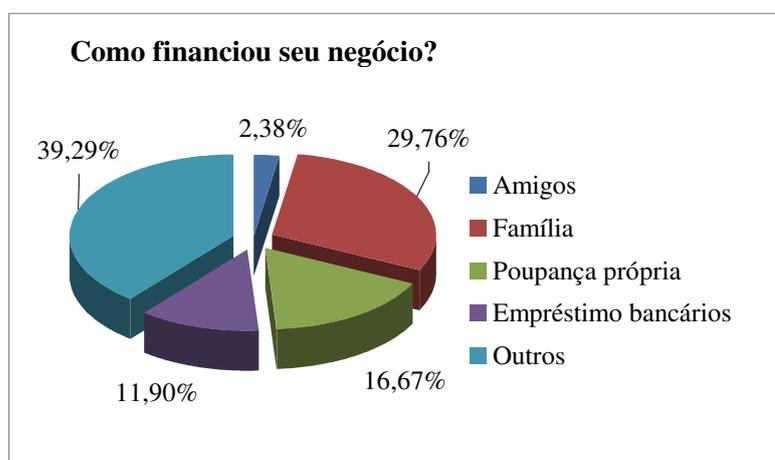


Gráfico 12: Como a empreendedora financiou o negócio
Fonte: Pesquisa direta, 2014

Com o intuito de responder aos objetivos traçados, uma das questões relacionadas foi referente às empreendedoras já terem feito empréstimo ou não antes do microcrédito, conforme tabela abaixo, 70,24% das questionadas relataram que não, sendo este um percentual bastante expressivo.

Este resultado evidencia que conseguir empréstimos é tarefa complicada como ressalta Andreassi (2004), que realmente conseguir empréstimo não é fácil, principalmente para os empreendedores informais que não possuem rendimentos comprovados.

Algumas empreendedoras relataram que nem sequer tentavam obter empréstimo, pois achavam as taxas de juros muito altas e que era muito complicado conseguir empréstimo.

Tabela 14: Se as empreendedoras já haviam feito empréstimos antes do microcrédito

Empréstimo antes do microcrédito	Frequência	Porcentagem (%)
Sim	25	29,76
Não	59	70,24
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

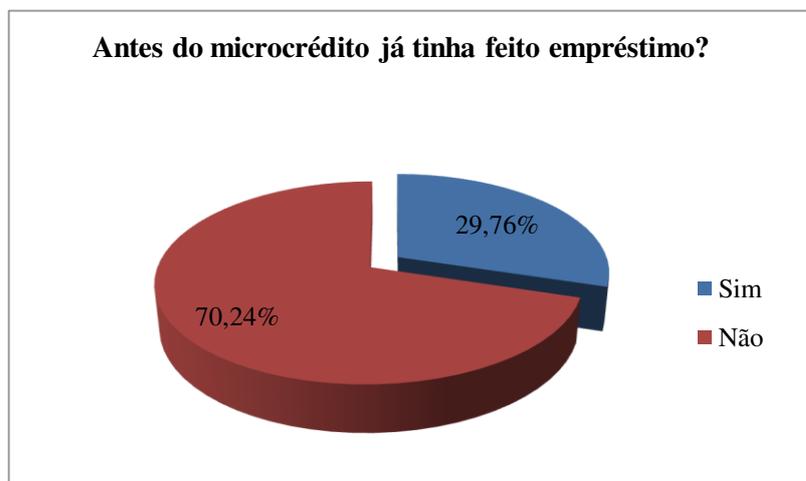


Gráfico 13: Se as empreendedoras já haviam feito empréstimos antes do microcrédito
Fonte: Pesquisa direta, 2014

Como visto na tabela 14, muitas empreendedoras não costumavam fazer empréstimos, pois esbarrava nas dificuldades existentes, a tabela 15 vem ratificar a percepção acima, e mostrar que das 84 questionadas, 70 já enfrentaram dificuldades para obter empréstimos, as outras 14 responderam que não enfrentaram dificuldades devido ao fato de nunca terem tentado fazer um empréstimo, como será destacado na tabela 15.

Tabela 15: Se as empreendedoras já enfrentaram dificuldades para obter empréstimos

Enfrentou dificuldade para obter empréstimo	Frequência	Porcentagem (%)
Sim	70	83,33
Não	14	16,67
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014



Gráfico 14: Se as empreendedoras já enfrentaram dificuldades para obter empréstimos
Fonte: Pesquisa direta, 2014

Continuando na análise acerca das dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras para conseguir crédito, na tabela abaixo serão elencadas quais foram essas dificuldades. Das 84 questionadas a maioria, 36,90% das mulheres relatou a exigência de avalista, os juros altos e nunca tentei ficaram com 16,67% cada, não ter renda comprovada ficou com 10,72% e a exigência de garantias e não ser formalizado com 9,52% cada.

Na visão de Costa (2010), os bancos utilizam as exigências de garantias, aval, renda comprovada, entre outras formas para buscar garantir o retorno do crédito e as taxas de juros elevadas são para cobrir os altos custos das instituições.

Com isso, acabam por burocratizar em demasia, fazendo com que os pequenos empreendedores não consigam suprir as exigências e ficando a margem destas instituições.

Tabela 16: Dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras para obter empréstimo

Dificuldades	Frequência	Porcentagem (%)
Exigência de garantias	08	9,52
Exigência de avalista	31	36,90
Prazos muito curtos	00	0,00
Não ser formalizado	08	9,52
Não ter renda comprovada	09	10,72
Juros altos	14	16,67
Nunca tentei	14	16,67
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

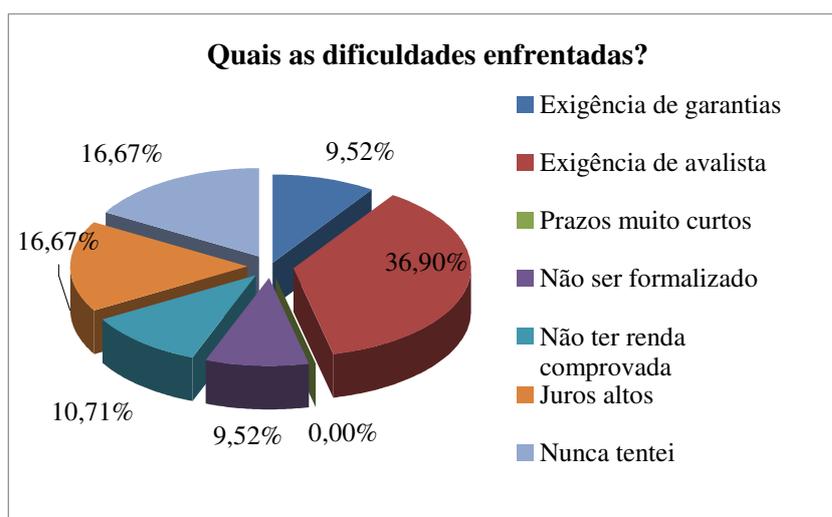


Gráfico 15: Dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras para obter empréstimo

Fonte: Pesquisa direta, 2014

A questão 17 foi feita de forma aberta, mas suas respostas foram bem padronizadas, através da tabela 16 buscou-se explana-la melhor. Dentre as questionadas 31 disseram que conseguiram que um amigo ou familiar lhes avaliasse e, assim, fizeram o empréstimo. Mas a maiorias delas, 53 das 84 pesquisadas disseram que desistiram do empréstimo.

Algumas mulheres relataram ainda que tentaram conseguir um avalista, mas nem sempre deu certo, pois o avalista tem que possuir renda comprovada num valor superior ao pedido em empréstimo ou que a pessoa não aceitava avalizar, tem ainda outro por menor, se o avalista for casado, o cônjuge tem que assinar também, o que, muitas vezes, acaba dificultando mais ainda. Recaindo na burocratização do sistema bancário destacado por Costa (2010), relatado na questão anterior.

Tabela 17: Como as empreendedoras superaram as dificuldades em obter empréstimo

Forma de superar	Frequência	Porcentagem (%)
Aval de amigos e familiares	31	36,90
Não fiz	53	63,19
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

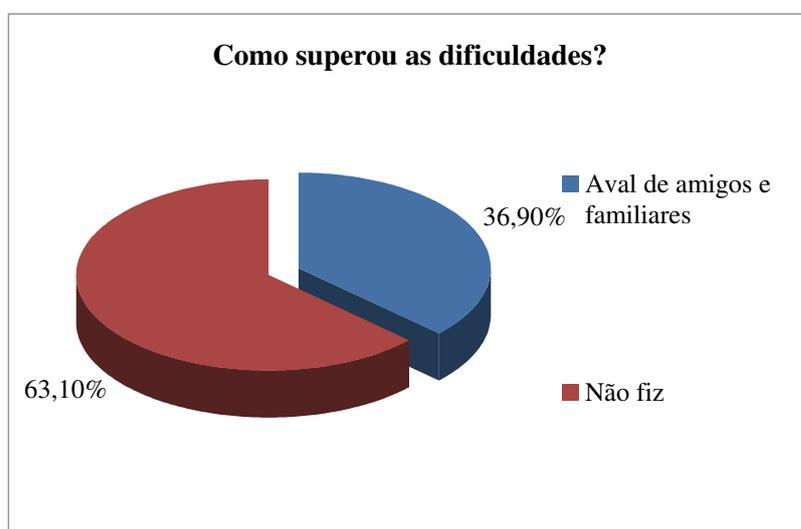


Gráfico 16: Como as empreendedoras superaram as dificuldades em obter empréstimo

Fonte: Pesquisa direta, 2014

No tocante as dificuldades em conseguir empréstimo convencional, a maioria das mulheres questionadas disseram que nunca haviam feito empréstimo antes do microcrédito. As empreendedoras acham complicado obter empréstimo devido às exigências das instituições financeiras, resultando em algumas dificuldades. Muitas nem sequer tentaram,

outras buscaram ajuda de parentes ou amigos para conseguir o crédito. É neste sentido que será analisado a seguir a importância de uma linha de crédito direcionada para esta parcela da população.

4.4 RELEVÂNCIA DO MICROCRÉDITO PARA O DESENVOLVIMENTO DE PEQUENOS NEGÓCIOS INFORMAIS

Aqui será relatada a percepção das empreendedoras informais acerca da relevância do microcrédito para o desenvolvimento de seus empreendimentos, como elas perceberam o acesso a esta linha de crédito, se possibilitou alguma melhoria, se elas julgaram importante ou não para seu crescimento econômico.

De acordo com Soares e Melo Sobrinho (2008, p.14), “microempreendedores perdem oportunidade de crescer com segurança, principalmente porque não têm acesso a serviços financeiros adequados”.

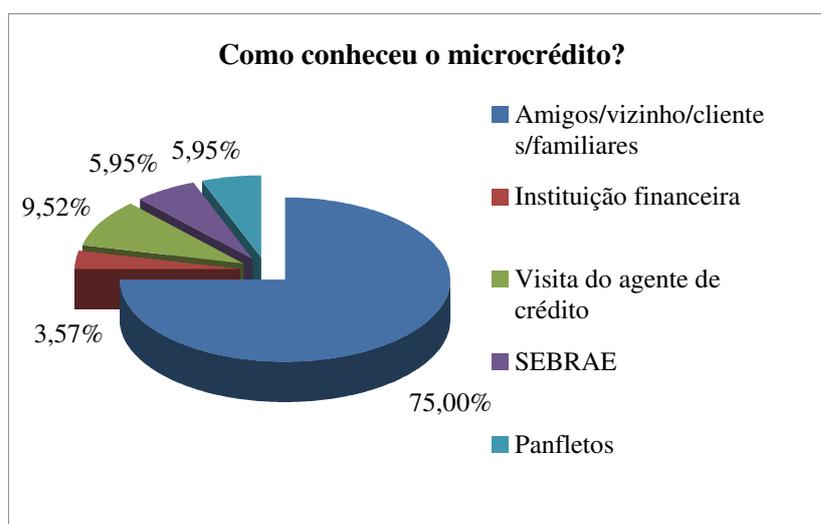
Conforme visto anteriormente, existem dificuldades em se conseguir crédito, principalmente para os empreendedores informais, por este motivo uma linha de crédito voltada para suas necessidades, que se apresenta de maneira acessível tem sua importância elevada.

A questão 18 também foi feita de forma aberta, que busca saber como as empreendedoras conheceram o microcrédito. As respostas foram bem diversificadas, sendo que das 84 questionadas, 42 empreendedoras alegaram ter conhecido o microcrédito através de amigos, evidenciando que o boca-a-boca continua sendo muito eficaz, mesmo nos dias atuais e com tantas inovações tecnológicas. Somando-se as que responderam amigos, com as que responderam familiares (8), clientes (8) e vizinhos (5) temos um total de 63 respostas vinculadas a divulgação boca-a-boca, representando 75,00% das pesquisadas. As outras formas citadas foram: 05 delas ficaram sabendo através de panfleto de propaganda, três ficaram sabendo quando foram a uma instituição financeira em busca de crédito e foi direcionada para o microcrédito, outras 08 receberam a visita do agente de crédito e 05 mulheres souberam no SEBRAE, quando buscaram orientação para melhorar seu empreendimento. Diante do apresentado, foi possível fazer uma tabela e um gráfico para melhor compreensão.

Tabela 18: Forma como as empreendedoras conheceram o microcrédito

Maneira de conhecimento	Frequência	Porcentagem (%)
Amigos/vizinho/clientes/familiares	63	75,00
Instituição financeira	03	3,58
Visita do agente de crédito	08	9,52
SEBRAE	05	5,95
Panfletos	05	5,95
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

**Gráfico 17:** Forma como as empreendedoras conheceram o microcrédito

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Outro questionamento levantado foi qual a percepção das empreendedoras acerca do acesso ao microcrédito? Das 84 mulheres pesquisadas 53 responderam que acharam fácil o acesso ao microcrédito e 31 que a forma de acesso é mediana.

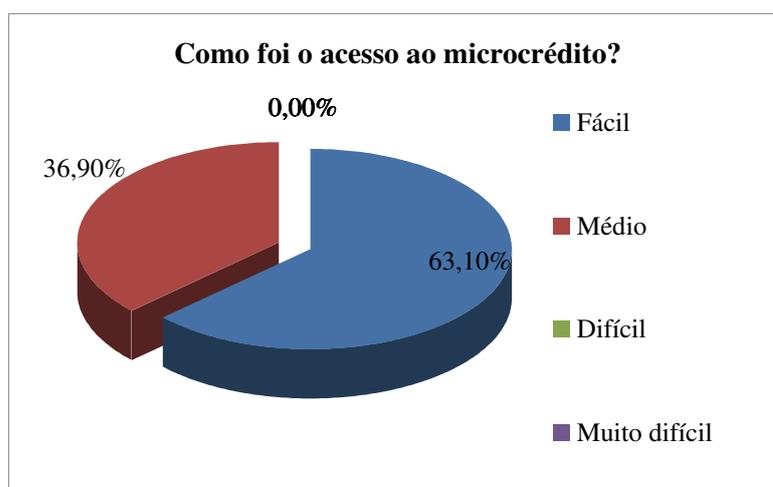
Isto condiz com uma das diretrizes do microcrédito que se apresenta como uma linha de crédito facilitada para pequenos empreendedores formais e informais (NERI, 2008).

O MPO é um sistema de crédito direcionado a produção e geração de trabalho e renda e deve ser orientado, seja, feito visitas de acompanhamento da aplicação deste crédito junto aos tomadores pelos agentes de fomento das instituições financeiras.

Tabela 19: Percepção do acesso ao microcrédito pelas empreendedoras

Acesso ao microcrédito	Frequência	Porcentagem (%)
Fácil	53	63,10
Médio	31	36,90
Difícil	00	0,00
Muito difícil	00	0,00
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

**Gráfico 18: Percepção do acesso ao microcrédito pelas empreendedoras**

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Na tabela 20, buscou-se conhecer se o microcrédito possibilitou alguma melhora nos empreendimentos pesquisados, segundo a visão de suas idealizadoras. O que se pode constatar foi uma unanimidade entre as empreendedoras, todas responderam que sim, esta linha de crédito possibilitou melhoras em seus negócios.

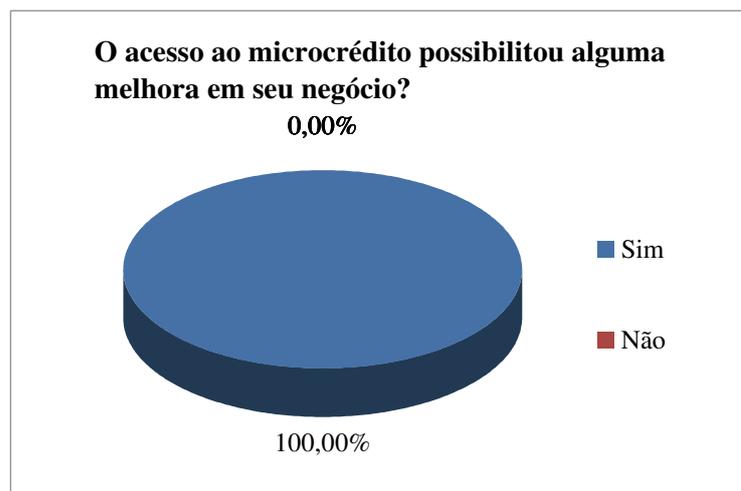
Esta percepção também foi encontrada em pesquisa realizada por Santos (2010, p.76), em que “os empreendedores foram unânimes em afirmar que obtiveram melhorias pelo uso do microcrédito”.

Segundo relatos das empreendedoras, com capital de giro disponível e com a taxa de juros baixa, mesmo este capital sendo um valor menor, possibilita melhorias como as elencadas na tabela 21, que será analisada mais adiante.

Tabela 20: O microcrédito possibilitou melhorias no empreendimento

Possibilitou melhora	Frequência	Porcentagem (%)
Sim	84	100
Não	00	0
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

**Gráfico 19: O microcrédito possibilitou melhorias no empreendimento**

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Já foi relatado que a utilização de empréstimos traz benéficos para os empreendedores, na tabela seguinte veremos quais segundo a visão das questionadas. Das 84 mulheres 63 responderam que com a obtenção do empréstimo conseguiram aumentar seu estoque de mercadorias, neste caso, aumento de estoque é benéfico, como visto em questões anteriores, a maioria trabalha com vendas de produtos não perecíveis. Outras 18 questionadas responderam que investiram em máquinas e equipamentos, 12 investiram em melhoria nas instalações, 36 delas conquistaram novos clientes e 21 buscaram investir em produtos de melhor qualidade. Já 73 delas perceberam aumento nas vendas e 68 verificaram aumento nos lucros, com um maior estoque, conseqüentemente, tem-se uma maior variedade de mercadoria para oferecer, podendo isto, resultar em um maior volume de vendas.

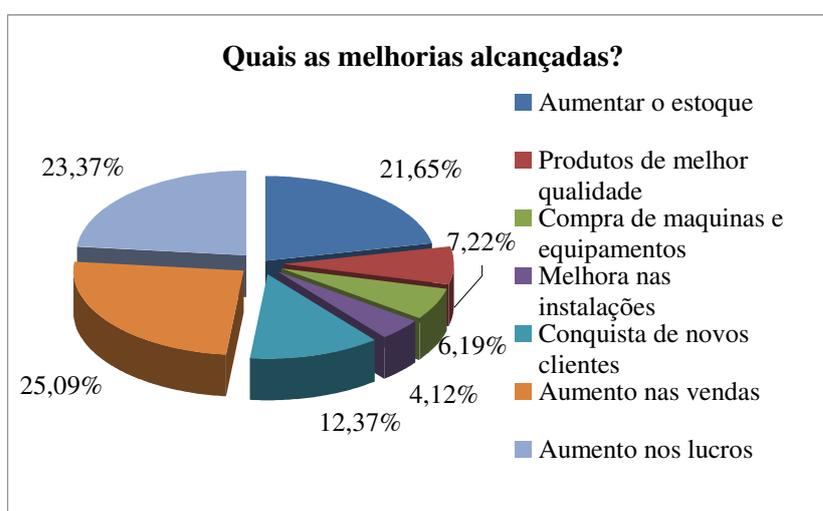
Ainda segundo Santos (2010), na sua pesquisa, as melhorias também se concentravam em formação de estoque, aumento dos lucros, aumento nas vendas e conquista de novos clientes que representaram 68,40%.

De acordo com os relatos, todo investimento foi direcionado para melhorar aspectos que favorecem o crescimento dos negócios e sempre com foco no cliente e na lucratividade.

Tabela 21: Quais as melhorias percebidas pelas empreendedoras

Melhorias percebidas	Frequência	Porcentagem (%)
Aumentar o estoque	63	21,65
Produtos de melhor qualidade	21	7,22
Compra de maquinas e equipamentos	18	6,20
Melhora nas instalações	12	4,12
Conquista de novos clientes	36	12,38
Aumento nas vendas	73	25,09
Aumento nos lucros	68	23,34
Total	291	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

**Gráfico 20: Quais as melhorias percebidas pelas empreendedoras**

Fonte: Pesquisa direta, 2014

A última questão foi acerca da importância do microcrédito para o desenvolvimento do negócio segundo a percepção das próprias empreendedoras, das 84 pesquisadas 51 representando 60,71% responderam que é muito importante, 30 acham que é importante e apenas 3 delas acham que o microcrédito teve uma importância mediana para seu negócio.

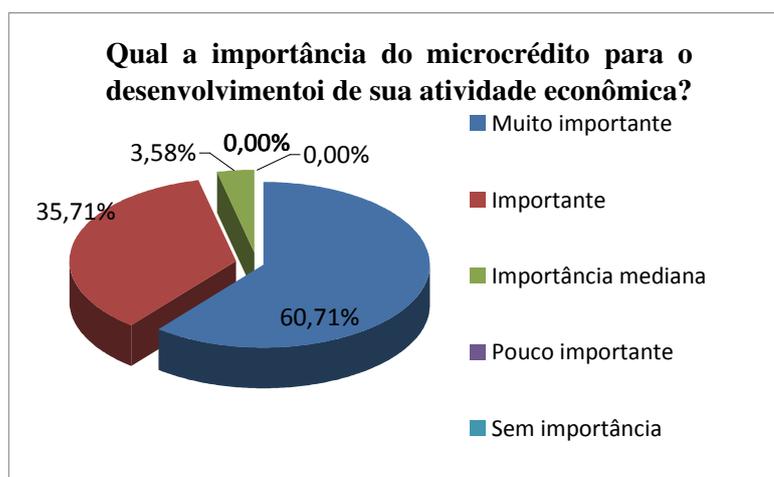
Resultado semelhante conseguiu Santos (2010) em sua pesquisa, quase a totalidade dos pesquisados (98,1%) valoriza a importância do microcrédito, sendo este total a soma dos que o consideraram muito importante (46,20%) com os que consideraram como importante (51,90%).

Para qualquer empreendimento, seja ele grande ou pequeno, faz-se necessário investimento para o seu desenvolvimento. E ter uma linha de crédito com juros baixos faz toda a diferença.

Tabela 22: Importância do microcrédito para o desenvolvimento do empreendimento

Importância	Frequência	Porcentagem (%)
Muito importante	51	60,71
Importante	30	35,71
Importância mediana	03	3,58
Pouco importante	00	0,00
Sem importância	00	0,00
Total	84	100

Fonte: Pesquisa direta, 2014

**Gráfico 21: Importância do microcrédito para o desenvolvimento do empreendimento**

Fonte: Pesquisa direta, 2014

Após a análise e processamento dos dados coletados, pode-se verificar que as empreendedoras informais em sua maioria, tomaram conhecimento do microcrédito através de amigos, parentes ou vizinhos. Esta linha de crédito foi considerada de fácil acesso e muito importante para o desenvolvimento das atividades desempenhadas pelas empreendedoras informais, trazendo melhorias e benefícios aos seus empreendimentos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na pesquisa em questão, realizou-se um estudo com as empreendedoras informais do município de Patos-PB, a fim de verificar se o microcrédito produtivo orientado é importante ou não para o desenvolvimento e implementação de pequenos empreendimentos informais.

Para tanto, buscou-se, através da revisão literária, esclarecer à luz dos autores e pesquisadores do assunto, os conceitos e definições acerca da economia formal e informal, empreendedorismo geral e feminino e sobre o microcrédito.

Em seguida, foram verificadas e descritas as condições socioeconômicas das empreendedoras informais participantes da pesquisa, o que as levou a iniciar um negócio próprio, as dificuldades em se obter empréstimo na rede financeira e sua visão acerca do microcrédito e se este tem relevância no desenvolvimento de seu empreendimento. Fez-se necessário também, descrever o processo de concessão do MPO, de acordo com uma instituição financeira e modalidade específica.

No tocante ao perfil das empreendedoras, constatou-se que a maioria delas é casada, com nível escolar médio completo e que resolveu iniciar um pequeno negócio para auxiliar na renda familiar. Para muitas ganhar seu próprio dinheiro vai além de só ajudar no orçamento doméstico, elas querem não ter mais que depender do marido, querem ter sua independência financeira. Outras disseram ter iniciado o empreendimento por vontade própria, não tinham opção de emprego ou estavam insatisfeitas com o que tinham e queriam ser independente e poder fazer seus próprios horários, são muitos os fatores, mas o que deve ser destacado é o não comodismo dessas mulheres, o buscar fazer algo em prol da família e de si mesmas. Essas mulheres conciliam com sucesso sua vida profissional com a de dona de casa, muitas vezes elas são as únicas provedoras do sustento familiar, o que esta se tornando, cada vez mais, comum em nossa sociedade.

A maioria das mulheres pesquisadas mantem sua atividade comercial em casa, pela comodidade, por não ser formalizada e também pela redução de custos. Percebeu-se que muitas delas analisam muito a sua situação buscando adequar sua realidade às suas necessidades. E isto se reflete no tempo decorrido em que essas mulheres desenvolvem sua atividade, mostrando que não começam um empreendimento às escuras, elas a sua maneira, fazem planejamento e projetam seus objetivos, mesmo muitas nunca tendo tido orientação profissional ou curso de capacitação na área de gestão.

Como relatado, muitas mulheres iniciam sua atividade sem nenhum investimento inicial. Isso, muitas vezes, devido as dificuldade em conseguir empréstimo como também pelo receio de contrair dívidas, elas começam aos poucos, e vão ganhando confiança através da conquista de clientes. Portanto é possível inferir que se houvesse um capital de giro para investir em mercadorias, elas poderiam crescer mais rápido e de maneira mais estruturada.

Pode-se constatar, também, que algumas tentaram obter empréstimo na rede bancaria, tendo conseguido graças à ajuda de amigos ou parentes que as avalizaram junto à instituição financeira. Outras relataram que tentaram, mas não tiveram o mesmo êxito. Na realidade é bastante complicado se conseguir um avalista, alguém que juntamente com o tomador do crédito, responsabilize-se pelo pagamento da dívida, pois se o tomador não pagar, o avalista é obrigado a pagar para não ter complicações na sua reputação financeira. Mas a grande maioria dessas empreendedoras já enfrentou dificuldades diversas na hora de conseguir crédito convencional e simplesmente desistiu.

De acordo com os dados levantados, as empreendedoras consideraram o acesso ao microcrédito sem grandes dificuldades, relativamente fácil ao ser comparado com outras modalidades de crédito oferecidas pelas instituições financeiras.

As conclusões alcançadas com o desenvolvimento desta pesquisa são de que o MPO é de grande relevância para a implementação e desenvolvimento das atividades empreendedoras tanto firmiais como informais e de fácil acesso. Dentre as 84 mulheres pesquisadas, foi unanime a questão da importância do microcrédito e que o mesmo trás sim muitas vantagens para o desenvolvimento das atividades.

No tocante a pergunta se o microcrédito trouxe melhorias para sua atividade, novamente, ocorreu unanimidade nas respostas. Com o crédito obtido as empreendedoras puderam investir em compra de mercadoria, ampliar as instalações, comprar máquinas e equipamentos visando aperfeiçoamento na produção e na prestação de serviços. Todas essas melhorias puderam ser comprovadas através de aumento nas vendas, aumento nos lucros e, conseqüentemente, melhoras na qualidade de vida das empreendedoras e de sua família, podendo até se refletir na geração de novos postos de trabalho informal. Quando um pequeno empreendedor expande sua atividade ele tende a buscar a formalização de sua microempresa, trazendo benefícios para ele, sua família e para a comunidade ao seu redor.

Diante do que foi analisado e observado na presente pesquisa, constatou-se que a disponibilidade de crédito não significa exatamente sucesso nos empreendimentos, mas para que um empreendimento possa se desenvolver adequadamente, investimento é indispensável.

A linha de crédito em estudo nesta pesquisa é passível de renovação, e a cada renovação o crédito pode ou não aumentar, dependendo, é claro, de um teto limite estipulado pela instituição financeira. Essa renovação pode depender também do histórico e da capacidade de pagamento de cada empreendedora. Como sugestão, elas devem manter seus créditos adimplentes e renovar sempre que possível, com isto elas poderão investir mais em seus empreendimentos.

Outro ponto importante seria essas empreendedoras buscarem capacitação e orientação em órgãos especializados como o SEBRAE, não basta confiar apenas em suas habilidades natas, para um melhor desenvolvimento de seus negócios. Orientação e conhecimento nunca são demais.

Fazem-se necessárias também, novas pesquisas serem realizadas, abrangendo regiões diversas e público alvo bem variado, com vistas à comprovação da efetividade do microcrédito para o sucesso de pequenos empreendimentos formais ou informais e consequentes melhorias dos mesmos, visto este ser um tema relativamente novo.

REFERÊNCIAS

- ACEVEDO, C.R, NOHARA, J.J., **Monografia no curso de Administração**: Guia completo de conteúdo e Forma: inclui normas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, trabalhos de estágios, MBA, dissertações e teses. 3 ed. São Paulo. Atlas, 2010.
- ACIAP – **Associação Comercial e Industrial de Patos**. Associados, 2014. Disponível em: <<http://www.aciapatospb.com.br/index.php?categoryid=13>> Acesso em 09 jun 2014.
- ANDREASSI, T. **Impactos do microcrédito junto ao empreendedor de pequenos negócios**: o caso do Bancrri/SC. Rev. Administração em Diálogo, São Paulo, nº 6, 2004, pp. 75-85. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/view/684/480> > Acesso em 09 jun 2014.
- ASSAF NETO, A. **Mercado Financeiro**. 8º edição, São Paulo, Atlas, 2008.
- BARBOSA FILHO, F. H. **Uma avaliação do Caso Brasileiro**. In TANZI, V; SCHNEIDER, F; BAROBOSA FILHO, F,H. Economia Subterrânea, uma visão contemporânea da economia informal no Brasil. ETCO, Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial, Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.
- CANUTO, O. **Doses de Microcrédito contra a pobreza**. Jornal Valor, 2001. Disponível em: <<http://www.eco.unicamp.br/artigos/artigo152.htm>> Acesso em 09 jun 2014.
- CACCIAMALLI, M.C. **Setor Informal Urbano e formas de participação na produção**. São Paulo, Instituto de Pesquisas Econômicas-USP, 1983. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/.../MariaCCacciamaliTese.pdf%E2%80%8E>> Acesso em 21 jan 2014.
- CAIXA ECONOMICA FEDERAL. **MPO - Microcrédito Produtivo Orientado**. Disponível em: <www.caixa.gov.br/portfolio/microcredito>. Acesso em 12 mai 2014.
- COSTA, F.N. **Microcrédito no Brasil**. Texto para Discussão. IE/UNICAMP. n. 175, abr. 2010.
- CUNHA. L.M. **Empreendedorismo feminino ganha espaço no mercado paraibano**. Jornal da Paraíba. Paraíba, 11 dez 2012. Disponível em;

<http://www.paraibatotal.com.br/noticias/2012/11/12/81410-empendedorismo-feminino-ganha-espaco-no-mercado-paraibano> Acesso em 12 mai 2014.

DAMASCENO, L. D. J. **Empendedorismo Feminino**: um estudo das mulheres empreendedoras com modelo proposto por Dornelas. FA7, Fortaleza, 2010. Disponível em: <http://tupi.fisica.ufmg.br/michel/docs/Artigos_e_textos/A_mulher-e-o-mercado_de_trabalho/Empendedorismo%20feminino.pdf> Acesso em 30 nov 2013.

DANTAS, L. Empresaria patoense ganha premio nacional do SEBRAE, Maispatos.com. Patos, 2014. Disponível em: <<http://www.maispatos.com/noticias/Cotidiano/-a6566.html#ixzz35ZkHqJY>> Acesso em 05 mai 2014.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Ed. Associados, 1999.

_____. **O Segredo de Luísa**. Rio de Janeiro, Sextante, 2012. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=0EvjY39paUgC&printsec=frontcover&dq=O+SEGREDO+DE+LUISA&hl=pt-BR&sa=X&ei=6h4BU9eG0teysAT87oH4DA&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=O%20SEGREDO%20DE%20LUISA&f=false>> Acesso em 20 jan 2014.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

DUTRA, M. L. da S., et all. **Empendedorismo feminino: oportunidade ou necessidade?** Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <http://www.aedb.br/seget/artigos09/412_Empendedorismo_Feminino_Seget.pdf> Acesso em 05 mai 2014.

FORNETTI, V. **Elas estão bancando as contas**. Revista Exame, São Paulo, ano 47, n. 20, p.88-90, 30 out 2013.

FONSECA, Jairo Simon da; MARTINS, Gilberto de Andrade. **Curso de Estatística**. 6ª ed. 12 reimp. São Paulo. Atlas, 2009.

FUNES – Fundação Ernany Sátiro. A Cidade de Patos – PB. 2003. Disponível em: <<http://www.funes.pb.gov.br/a-cidade-de-patos/>> Acesso em 20 abr 2014.

GIL, A.C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4 ed. Atlas, São Paulo, 2002. Disponível em: <<http://docente.ifrn.edu.br/mauriciofacanha/ensino-superior/redacao-cientifica/livros/gil-a.-c.-como-elaborar-projetos-de-pesquisa.-sao-paulo-atlas-2002>> Acesso em 20 jan 2014.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2010. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/docs/download/451>>. Acesso em 09 dez 2013.

_____. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2009. Disponível em: <<http://www.comicro.org.br/imgs/estudos/10-Pesquisa%20GEM.pdf>> Acesso em 09 dez 2013.

_____. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2011. Disponível em: <<http://gestaoportal.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf>> Acesso em 09 dez 2013.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Infográficos: Dados gerais do município**. 2010. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?codmun=251080>> Acesso em 20 abr 2014.

_____. – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Infográficos: Dados gerais do município**. 2013. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?codmun=251080>> Acesso em 20 abr 2014.

JONATHAN, E. G. **Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida**. Psicologia em estudo. Maringá, v.10, n.3, p. 373-382, set/dez. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04>> Acesso em 05 mai 2014.

KREIN, J. D; PRONI, M. W. **Economia Informal: Aspectos conceituais e teóricos** – IBGE, 2010. Disponível em :<<http://ces.ibge.gov.br/base-de-dados/metadados/ibge/economia-informal-urbana>> Acesso em 24 out 2013.

LAKATOS, E.M; MARCONI. M.A. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo. Atlas, 2003. Disponível em:

<http://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india>
Acesso em 10 jun 2014.

LEITE, O. **Empresária Patoense Vence Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios 2012.**

Associação Comercial e Industrial de Patos – ACIAP. Patos, 2013. Disponível em:
<http://www.aciapatospb.com.br/index.php?categoryid=17&p2_articleid=1040> Acesso em 05
mai 2014.

LOPES, R. **A Economia Informal no Rio de Janeiro: problema ou solução.** Rio de Janeiro.
Mauad, 1996.

MACHADO, F.B. **Dilemas de Mulheres Empreendedoras em Empresas Inovadoras
Nascentes.** ENAMPAD, 2012. Rio de Janeiro. Disponível em:

<http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2012/GCT/Tema%2002/2012_GCT1184.pdf> Acesso em 10 jun 2014.

MACHADO, H.V. **Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora.**
1999. Disponível em:

<http://www.mulheres.gov.br/mais-mulheres-no-poder/debates/genero-e-mercado-de-trabalho-pr/tendencias_do_comportamento.pdf> Acesso em 20 abr 2014.

_____. et al. **O Processo de Criação de Empresas por Mulheres.** RAE-eletrônica, v. 2,n.
2, jul-dez/2003, Disponível em:

<http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S1676-56482003000200012.pdf>
Acesso em 10 abr 2014.

MARTINS, F. **Empreendedorismo feminino cresce 21,4% no Brasil.** São Paulo, nov. 2013.

Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/administracao-e-negocios/empreendedorismo-feminino-cresce-214-no-brasil/74061/>> Acesso em 08 dez 2013.

MATTOSO, J. **O Brasil Desempregado.** Fundação Perseu Abramo, São Paulo, 1999.

Disponível em:

<http://books.google.com.br/books?id=OcFFAAAYAAJ&q=o+brasil+desempregado&dq=o+brasil+desempregado&hl=pt-R&sa=X&ei=lhPfUsOMO4uEkQfPooHwCQ&redir_esc=y>
Acesso em 06 dez 2013.

MTE – Sistema Público de Emprego do Ministério do Trabalho. 2010. Disponível em:

<<http://www3.mte.gov.br/spetr/>> Acesso em 20 abr 2014.

NATIVIDADE, D, R. da. **Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise.** Rev. Adm. Pública vol.43 n°.1 Rio de Janeiro Jan./Feb. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122009000100011&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt> Acesso em 06 dez 2013.

NERI, M. **Microcrédito: o mistério nordestino e o grameen brasileiro.** 1ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

_____. BARBOZA, A. L. **Experimentando o microcrédito.** Conjuntura econômica. 2006 p.38 a 40. Disponível em: <<http://www.cps.fgv.br/ibrecps/crediamigo/index.htm>> Acesso em 21 jan 2014.

NOVAES, I. R.M. **Ana Jansen: Empreendedorismo feminino no século XIX.** Rio De Janeiro. FGV, 2012. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/10084>> Acesso em 10 abr.2014.

PIRES, A. **Empreendedorismo cresce mais de 20%.** 2013. Revista Exame. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/empreendedorismo-feminino-aumenta-mais-de-20>> Acesso em 10 abr 2014.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Acumulado UF/Município por código CNAE, descrição CNAE e Sexo - Inscritos SIMPLES,** 2014. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatistica/relatorios-estatisticos-do-mei>> Acesso em 27 jun 2014.

PREMIO MULHER DE NEGÓCIO. SEBRAE, 2013 Disponível em: <<http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br/>> Acesso em 05 mai 2014.

PROBST, E, R. **A evolução da mulher no mercado de trabalho.** Instituto Catarinense de Pós-Graduação, 2003. Disponível em: <<http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev02-05.pdf>> Acesso em 06 jun 2013.

RELATÓRIO DE DADOS DO PROGRAMA DE MICROCRÉDITO – 1º. **Trimestre de 2013.** Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C812D3F9B2012013FE3CA513C09A6/RELAT%C3%93RIO%20MICROCR%C3%93DITO%201%C2%BA%20TRIMESTRE%202013.pdf>> Acesso em 15 abr 2014.

SANTOS, G.L. **A Importância do Microcrédito para os Empreendedores:** Um Estudo com os Grupos Solidários de Fortaleza /CE. UFRN, 2010. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/PesquisaPeriodicoForm.jsp>> Acesso em 24 out 2013.

SARKAR, S. **O empreendedor inovador:** Faça a diferença e conquista seu espaço no mercado. Rio de Janeiro, Elsevier, 2008.

SEBRAE. **Pesquisa Empreendedorismo feminino 2010.** Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Pesquisa-Empreendedorismo-Feminino>>. Acesso em 06 dez 2013.

_____. **Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas -2013.** São Paulo, Dieese 2013. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario_Mulheres_Trabalhadoras.pdf> Acesso em 02 mai 2014.

SILVA. C. M. B. C. **O dilema do Estado ante a globalização e a economia informal:** sonegação fiscal ou desemprego? Prim@ Facie – ano 1, n. 1, jul./dez. 2002. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/primafacie/article/view/4321/3267>> Acesso em 06 dez 2013.

SILVEIRA FILHO, J.A. **Microcrédito na Região Metropolitana de Recife:** Experiência empreendedora do CEAPE. UFPE, Recife, 2005. Disponível em: < <http://www.ceape-pe.org.br/documentos/tese.pdf>> Acesso em 06 dez 2013.

SOARES, M.M; MELO SOBRINHO, A. D. **Microfinanças:** O Papel do Banco Central do Brasil e a Importância do Cooperativismo de Crédito. 2ª edição. Brasília. 2008. Disponível em: <http://www.bacen.gov.br/htmls/public/microcredito/livro_microfinan%27as_miolo_internet_1.pdf> Acesso em 30 nov 2013.

TANZI, V. **A economia subterrânea, suas causas e consequências.** In TANZI, V; SCHNEIDER, F; BAROBOSA FILHO, F,H. Economia Subterrânea, uma visão contemporânea da economia informal no Brasil. ETCO, Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial, Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração.** 9 ed. Atlas, São Paulo, 2007.

APENDICE**APENDICE A – QUESTIONÁRIO**

Este questionário tem o objetivo de coletar dados para a pesquisa de conclusão do curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) – Campus VII, cujo objetivo é compreender a contribuição do microcrédito produtivo orientado para a implementação e desenvolvimento das empreendedoras informais da cidade de Patos. O questionário é composto por questões objetivas e subjetivas e não é necessário se identificar.

Pesquisadora: Josivânia Oliveira Dantas

Parte I – Perfil das Empreendedoras

a) Social:

1. Idade: até 20 anos
 21 a 30 anos
 31 a 40 anos
 41 a 50 anos
 51 a 60 anos
 mais de 60 anos

2. Estado Civil:
 Solteiro Casado Separado Viúvo

3. Escolaridade:
Ensino Fundamental: Incompleto Completo
Ensino Médio: Incompleto Completo
Ensino Superior: Incompleto Completo
Não frequentou a escola

4. Tem filhos?
 Não
 01 filho
 02 filhos
 03 filhos
 Mais de 03 filhos

5. Você é chefe de família?
 Sim Não

6. Qual a média da renda familiar?
 Menos de 1 salário mínimo
 de 1 a 2 salários mínimos
 de 2 a 3 salários mínimos
 mais de 3 salários mínimos

b) Econômico:

7. O que a levou a começar seu negócio?

- Falta de Emprego
 Indicação de amigos
 Ajudar na renda da família
 Por vontade própria
 Outros _____

8. Qual seu ramo de atividade? _____

9. Local da atividade.

- Na residência
 Ambulante
 Ponto fixo

10. Quanto tempo atua nesta atividade?

- Até 5 anos
 De 6 a 10 anos
 De 11 a 15 anos
 De 16 a 20 anos
 De 21 a 25 anos
 Mais de 25 anos

11. Possui emprego fixo?

- Sim Não

12. Fez algum curso de capacitação para a atividade exercida?

- Sim Não

Qual? _____

Parte II – Dados do Negócio

13. Como financiou seu negócio?

- amigos família poupança empréstimo bancário
 outros _____

14. Antes do microcrédito já tinha feito empréstimos?

- Sim Não

Onde? _____

15. Enfrentou alguma dificuldade para obter este empréstimo?

- Sim Não

16. Quais as dificuldades enfrentadas?

- Juros altos

- Exigência de garantias
- Exigência de avalista
- Prazos muito curtos
- Não ser formalizado
- Não ter renda comprovada
- Nunca havia feito empréstimo

17. Como superou as dificuldades?

18. Como conheceu o microcrédito?

19. Como foi o acesso ao microcrédito?

- fácil médio difícil muito difícil

20. O acesso ao microcrédito possibilitou alguma melhora em seu negócio?

- Sim Não

21. Se respondeu afirmativamente a questão anterior, assinale qual ou quais as melhorias alcançadas:

- Aumentar o estoque
- Produtos com melhor qualidade
- Compra de máquinas e equipamentos
- Melhoria nas instalações
- Conquista de novos clientes
- Aumento nas vendas
- Aumento no lucro

22. Qual a importância do microcrédito produtivo orientado para o desenvolvimento de sua atividade econômica?

- Muito importante
- Importante
- Importância mediana
- Pouco Importante
- Sem importância

