

A importância do microcrédito para o desenvolvimento do empreendedor brasileiro em momentos de crises

The importance of the microcredit for the development of the Brazilian entrepreneur in moments of crises

Marcelo T. OKANO [1](#); Marcelo Eloy FERNANDES [2](#)

Recibido: 23/11/16 • Aprobado: 20/12/2016

Conteúdo

- [1. Introdução](#)
 - [2. Referencial Conceitual](#)
 - [3. Metodologia](#)
 - [4. Estudo de caso](#)
 - [5. Conclusão](#)
- [Referencias](#)

RESUMO:

O desemprego aumentou consideravelmente no ano de 2016, segundo os Indicadores do IBGE (2016), em junho de 2015 tínhamos 8,354 milhões de desempregados e em junho de 2016 aumentou para 11,586 milhões. Boa parte da perda de empregos deve-se a crise econômica em que o Brasil está passando. O objetivo deste artigo é mostrar a importância do microcrédito para o desenvolvimento do empreendedor brasileiro através do estudo de caso do cenário do empreendedorismo por necessidade utilizando fontes de evidências quantitativas. A importância do microcrédito para o empreendedorismo brasileiro é inegável, os crescimentos dos empreendedores nas classes mais baixas refletem o crescimento dos pedidos de microcréditos.

Palavras-chave: Microcrédito, Empreendedorismo brasileiro, crise.

ABSTRACT:

Unemployment increased significantly in the last year, per the IBGE Indicators (2016), in June 2015 we had 8,354 million unemployed and in June 2016 increased to 11,586 million. Much of the loss of jobs is due to the economic crisis in which Brazil is going. The purpose of this article is to show the importance of the microcredit to the development of the Brazilian entrepreneur through the case study of the scenario of entrepreneurship by necessity using sources of quantitative evidence. The importance of the microcredit for Brazilian entrepreneurship is undeniable, the growth of entrepreneurs in the lower classes reflects the growth of microcredit requests.

Keywords: Microcredit, Brazilian Entrepreneurship, crisis.

1. Introdução

De acordo com Singer (2008), o surgimento do desemprego em escala crescente na maioria dos países capitalistas não se deve apenas, no âmbito ideológico, ao liberalismo e ao consequente abandono das tentativas de preservar o pleno emprego mediante políticas keynesianas; mas também principalmente às transformações econômicas ocasionadas pela Terceira Revolução Industrial e pela crescente globalização das atividades econômicas.

O desemprego aumentou significativamente no último ano, segundo os Indicadores do IBGE (2016), em junho de 2015 tínhamos 8,354 milhões de desempregados e em junho de 2016 aumentou para 11,586 milhões. Boa parte da perda de empregos deve-se a crise econômica em que o Brasil está passando.

Nestes momentos de instabilidade econômica, várias pessoas que estão desempregadas se tornam empreendedoras por necessidade. Segundo Dornellas (2007), "O empreendedor por necessidade cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Não resta outra opção a não ser trabalhar por conta própria. Geralmente se envolve em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como resultado pouco retorno financeiro".

Outra característica do empreendedor por necessidade é a falta ou pouco capital para começar a empreender. Os empreendedores por necessidade são vítimas do modelo capitalista atual, pois não têm acesso a recursos, à educação e às mínimas condições para empreender de maneira estruturada (Dornellas, 2007).

Uma iniciativa para fomentar os empreendedores por necessidade é o microcrédito. O microcrédito representa importante instrumento de inclusão financeira e desenvolvimento econômico e social. Por esse motivo, o governo federal vem, nos últimos anos, produzindo vários incentivos para massificação desse tipo de crédito no país (BCB, 2015).

O objetivo deste artigo é mostrar a importância do microcrédito para o desenvolvimento do empreendedor brasileiro através do estudo de caso do cenário do empreendedorismo por necessidade utilizando fontes de evidências quantitativas.

2. Referencial Conceitual

2.1 Microcrédito

O microcrédito representa importante instrumento de inclusão financeira e desenvolvimento econômico e social. Por esse motivo, o governo federal vem, nos últimos anos, produzindo vários incentivos para massificação desse tipo de crédito no país. Faz-se necessário, portanto, acompanhar sua evolução e proporcionar melhor entendimento da atuação das instituições financeiras como canais de viabilização dessa modalidade de crédito, de forma que se possibilite o aprimoramento de modelos de negócio e políticas públicas (BCB, 2015).

As autoridades brasileiras, especialmente a Comunidade Solidária que funciona junto à Presidência da República, e o Banco Central, acreditam que o caminho é desenvolver a oferta de microcrédito por meio de entidades privadas sem fins lucrativos. Desta forma, foram desenvolvidos, além das ONGs tradicionais, os modelos chamados Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) e as Sociedades de Crédito ao Microempreendedor (SCM) (MEZZERA, 2002).

2.1.1 Origem

Yunus com o seu trabalho sobre Grameen Bank tem inspirado muitos outros empresários e organizações para criar um novo tipo de negócio mais incorporado com uma finalidade social (Barki et al., 2015).

Segundo Comini et al (2012), desde o artigo seminal de Prahalad e Hart (2002) sobre a relevância da Base da Pirâmide (BoP), muito tem sido escrito sobre o tema. A discussão, que começou sobre o potencial deste mercado (Prahalad e HART, 2002; PRAHALAD, 2005) evoluiu

para incorporar formas de desenvolver modelos de negócios que podem oferecer acesso a produtos e serviços para o BdP, enquanto também ajuda a diminuir a alta déficit social do mundo. Dois grandes estudiosos das estratégias empresariais, C.K. Prahalad e Stuart L. Hart, publicavam juntos um artigo que marcaria o pensamento corporativo nos anos seguintes. "A Fortuna na Base da Pirâmide", que posteriormente daria origem a Sigla BoP, (da sigla em inglês de "Base da Pirâmide"), em referência aos mecanismos dos quais as empresas devem se valer para aproveitar as oportunidades de negócios nas classes de menor poder aquisitivo da sociedade.

Para Muhammad Yunus (1999), que fundou o Banco Grameen, e é o maior pioneiro do microcrédito, o direito a crédito financeiro deveria ser um direito universal, pois ele tem um aspecto social imenso. Segundo Yunus o que os mais pobres necessitam é dinheiro e não treinamento, pois, de alguma forma, eles já possuem uma habilidade geradora de renda, o que lhes falta é capital para concretizar ou dinamizar essa capacidade. No entanto, ele não crê que não se deva ofertar educação para os pobres, mas que ela não deve ser imposta como condição para obtenção de crédito, acredita que ela deva ser opcional e até, quando possível, cobrada, o que fará que seus alunos a prezem mais.

2.1.2 Definição

O universo do micro finanças e do microcrédito é deveras amplo e vários conceitos ainda merecem certa atenção. Para evitar as muitas discussões a que este tema das definições pode levar, neste estudo, por microcrédito, entende-se a destinação de pequenos empréstimos a esse público a fim de financiar uma atividade produtiva, muitas vezes viabilizando a sobrevivência econômica de pessoas que, de outra forma, não teriam ocupação ou renda. Pelas características particulares do mercado a que se destina sua concessão exige uma metodologia específica de avaliação e mitigação de riscos, uma vez que os tomadores, regra geral, não possuem qualquer tipo de garantia real para oferecer pelos empréstimos (DINIZ, 2007).

A atividade de microcrédito é definida como aquela que, no contexto do micro finanças, dedica-se a prestar esses serviços exclusivamente a pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de pequeno porte, diferenciando-se dos demais tipos de atividade macrofinanceira essencialmente pela metodologia utilizada, bastante diferente daquela adotada para as operações de crédito tradicionais (SOARES e ALVES, 2006).

Para Barone et al. (2002), "Microcrédito é a concessão de empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e microempresas sem acesso ao sistema financeiro tradicional, principalmente por não terem como oferecer garantias reais. É um crédito destinado à produção (capital de giro e investimento) e é concedido com o uso de metodologia específica".

Há ainda o conceito de microcrédito produtivo orientado, definido pela Lei 11.110, de 25 de abril de 2005 como sendo "crédito concedido para o atendimento das necessidades financeiras de pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte" (DINIZ, 2007).

Figura 1 – Conceito de micro finanças, microcrédito e MPO
Fonte: SOARES e ALVES (2006)



O quadro 1, a seguir, ilustra com clareza a regra do microcrédito no SCR. Faz menção a um assunto conexo, a exigibilidade de direcionamento de depósitos a vista para operações de crédito destinadas à população de baixa renda e aos microempreendedores, regulada pela Resolução nº 4.000, de 25 de agosto de 2011. No SCR, operações que cumpram a exigibilidade devem ser marcadas com uma “Característica especial” (última coluna do quadro) (BCB, 2015).

Quadro 1 - Regras para marcação do microcrédito no SCR

Fonte: BCB (2015)

Linha	Público ^I	Segue a Resolução nº 4.152, de 2012? ^{II}	Segue a Resolução nº 4.000, de 2011?	É Programa Nacional do Microcrédito Produtivo Orientado?	Cumprir exigência no percentual de 20% ou 80%?	Modalidade	Submodalidade	Característica especial
1	População de baixa renda					Empréstimo	Não é microcrédito para efeito de SCR. Deve estar de acordo com o tipo de empréstimo tomado. Exemplo: Crédito Pessoal com Consignação	
2	População de baixa renda		X		20%	Empréstimo	Não é microcrédito para efeito de SCR. Deve estar de acordo com o tipo de empréstimo tomado. Exemplo: Crédito Pessoal com Consignação	Direcionado conforme a Lei nº 10.735, de 11 de setembro de 2003
3	Microempreendedor		X		20%	Empréstimo ou financiamento	Não é microcrédito para efeito de SCR. Deve estar de acordo com o tipo de empréstimo tomado. Exemplo: capital de giro até 30 dias	Direcionado conforme a Lei nº 10.735, de 11 de setembro de 2003

4	Microempreendedor	X	X	X	80%	Empréstimo ou financiamento	Microcrédito	Direcionado conforme a Lei nº 10.735, de 11 de setembro de 2003
5	Microempreendedor	X				Empréstimo ou financiamento	Microcrédito	
6	Microempreendedor					Empréstimo ou financiamento	Não é microcrédito para efeito de SCR. Deve estar de acordo com o tipo de empréstimo tomado. Exemplo: capital de giro até 30 dias	

Fonte: Instruções do SCR (pág. 42).

I O microempreendedor, um dos públicos citados nesta coluna, pode ser pessoa física ou jurídica.

II Lembramos que o cerne da definição de microcrédito contida na Resolução nº 4.152, de 2012, é o uso pela instituição concedente de uma metodologia específica de relacionamento com o cliente microempreendedor, aplicada por equipe especializada.

2.1.3 Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO)

O Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) foi instituído pela Lei 11.110, de 25 de abril de 2005, e tem os seguintes objetivos gerais:

- Incentivar a geração de trabalho e renda entre os microempreendedores populares;
- Disponibilizar recursos para o microcrédito produtivo orientado;
- Oferecer apoio técnico às instituições de microcrédito produtivo orientado, com vistas ao fortalecimento institucional destas para a prestação de serviços aos empreendedores populares.

Destinado a microempreendedores populares, formais e informais (com atividades produtivas de pequeno porte e faturamento anual de até R\$ 120 Mil), com intuito de gerar trabalho e renda. Utiliza metodologia baseada no relacionamento direto com o empreendedor, por meio de um agente de crédito de uma instituição de microcrédito habilitada ao PNMPO. Esse agente de crédito faz um levantamento socioeconômico junto ao microempreendedor avaliando, assim, o potencial do negócio bem como a necessidade do valor do financiamento e a capacidade de pagamento do tomador de crédito (PNMPO, 2016).

As fontes de recursos disponibilizadas pelo PNMPO são do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT) e dos 2% dos depósitos compulsórios à vista junto ao Banco Central (a chamada exigibilidade) (PNMPO, 2016).

Os recursos do FAT são alocados nos bancos públicos federais através dos termos de alocação de depósitos especiais (TADE's), que por sua vez repassam as instituições de Microcrédito produtivo orientado – IMPO's (OSCIPS, Cooperativas de crédito, Sociedades de Crédito ao Microempreendedor (SCMEPP)) (PNMPO, 2016).

Além da disponibilização de recursos para o segmento, o PNMPO também tem a função de fomentar o microcrédito. Isso é feito principalmente através da promoção de seminários anuais, onde são feitas palestras, oficinas, discussão de gargalos e desafios do microcrédito no país (PNMPO, 2016).

2.2 Empreendedorismo

Empreendedorismo é um marco no caminho para o progresso econômico, e faz uma enorme contribuição para a qualidade e esperanças futuras de um setor, economia ou mesmo um país. O empreendedorismo é tão importante nas pequenas e médias empresas (PME) e os mercados locais como nas grandes empresas, e os mercados nacionais e internacionais, e é tão fundamental uma consideração para as empresas públicas como para as organizações privadas. Empreendedorismo ajuda a estimular a competição no ambiente atual que leva aos efeitos da globalização (Soriano & Huarng, 2013).

Shane e Venkataraman (2000) definem o empreendedorismo como o "exame acadêmico de como, por quem e com que efeitos, as oportunidades para criar produtos e serviços futuros são descobertos, avaliados e explorados" atividade Empreendedorismo, em termos gerais, impactando positivamente o crescimento econômico porque é necessário ter um grupo de pessoas dispostas a assumir o risco, usando seus recursos para gerar novas empresas e negócios. Esta é a melhor maneira de conseguir um crescimento econômico sustentável (NISSAN et al., 2011).

1- A definição leva em conta o comportamento dos agentes econômicos. Por esta razão, o empreendedorismo não significa uma ocupação, mas uma atividade que considera as diferentes circunstâncias e aspectos de uma pessoa.

2- Empreendedor deve considerar incertezas e os obstáculos inerentes ao processo de criação de empresas.

3- Eles devem ter informações ou ideias sobre processos de produção eficientes, bem como novas formas organizacionais. Isto não significa que os empreendedores tenham que ter frequentado cursos acadêmicos especiais sobre gestão. Eles devem ter a ideia e podem pedir informações ou conselhos de especialistas para executar a ideia.

4- Os empreendedores podem também ser encontrados em grandes empresas. Neste caso, eles são chamados de "intra-empreendedores" ou "empreendedores corporativos" (Arendt e Brettel 2010).

O fator de empreendedorismo também inclui pessoas que buscam informações ou ideias sobre processos de produção eficientes, bem como novas formas organizacionais. Tendo em conta estas ideias, diferentes tipos de empreendimentos podem ser considerados (Nissan et al., 2011).

Segundo Hisrich & Peters (2002), o empreendedorismo se caracteriza por uma capacidade de identificar oportunidades e criar algo inovador sob condições de incerteza, assumindo os riscos aí envolvidos. Persistência e visão de futuro envolvem o processo de empreender que tem como resultantes uma nova maneira de realizar um trabalho – um novo produto, serviço ou atividade – ou a criação de um novo empreendimento.

2.2.1 Características sociodemográficas dos empreendedores

De acordo com a pesquisa "Empreendedorismo no Brasil – 2015", realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), em termos de características sociodemográficas estima-se que os empreendedores se distribuem conforme a Tabela 1 - Distribuição percentual dos empreendedores segundo características sociodemográficas - Brasil – 2015

Tabela 1 - Distribuição percentual dos empreendedores segundo características sociodemográficas - Brasil - 2015

Características do empreendedor	Brasil 2015		
	TEA	TEE	TTE
Gênero			
Masculino	51,0	55,7	53,3
Feminino	49,0	44,3	46,7
Total	100,0	100,0	100,0
Faixa etária			
18 a 24 anos	19,2	4,9	12,6
25 a 34 anos	32,8	17,0	25,7
35 a 44 anos	24,3	27,6	25,5
45 a 54 anos	15,2	30,8	22,6
55 a 64 anos	8,4	19,6	13,6
Total	100,0	100,0	100,0
Renda familiar			
Até 3 salários mínimos	60,8	54,6	58,1
Mais de 3 até 6 salários mínimos	28,7	36,5	32,1
Mais de 6 até 9 salários mínimos	7,1	5,2	6,2
Mais de 9 salários mínimos	3,4	3,7	3,6
Total	100,0	100,0	100,0
Nível de escolaridade¹			
Educ0	26,0	35,9	30,6
Educ1	18,5	20,4	19,7
Educ2	48,8	38,5	43,7
Educ3+	6,7	5,1	6,0
Total	100,0	100,0	100,0
Estado civil			
Casado	37,0	47,4	41,8
União estável	18,1	16,0	17,3
Divorciado	4,5	9,2	6,8
Solteiro	39,2	22,6	31,1
Viúvo	1,0	4,0	2,4
Outros	0,2	0,8	0,5
Total	100,0	100,0	100,0
Cor			
Branca	38,4	38,0	38,2
Preta	9,4	8,0	8,6
Parda	52,0	52,7	52,4
Outras	0,2	1,3	0,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Educ0 = Nenhuma educação formal e primeiro grau incompleto; Educ1 = Primeiro grau completo e segundo incompleto; Educ2 = Segundo grau completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

TEA = taxa de empreendedores iniciais

TTE = taxa total de empreendedorismo

TEE = taxa de empreendedores estabelecidos

3. Metodologia

Neste trabalho foram utilizados os seguintes métodos de pesquisa:

3.1. Revisão da literatura

As revisões da literatura apresentam-se como uma atividade importante para identificar, conhecer e acompanhar o desenvolvimento da pesquisa em determinada área do conhecimento (MIGUEL et al., 2007). Neste trabalho, foram pesquisados os tópicos microcrédito e empreendedorismo, conforme contextualizado na revisão de literatura.

3.2. Estudo de caso

Como método de pesquisa, o estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinar acontecimentos contemporâneos. Entretanto, a riqueza do fenômeno e a extensão do contexto da vida real exige que o pesquisador enfrente uma situação tecnicamente distinta, pois existirão muito mais variáveis de interesse do que pontos de dados (YIN, 2010).

Estudos de caso muitas vezes parecem fazer uso de uma metodologia que se baseia em premissas do realismo crítico (EISENHARDT, 1989).

Segundo Yin (2011), para que o método do estudo de caso seja utilizado de maneira correta e os resultados sejam relevantes para a área devem ser observadas algumas questões básicas como: qual o "caso" e a justificativa para tal, desenvolver uma perspectiva teórica em conjunto com o desenho da pesquisa, triangulação de diferentes fontes de dados, rigoroso e profundo desenvolvimento de explicações de teorias rivais durante a análise e buscar generalização teórica do estudo.

Na concepção de Stake (1995), o estudo de caso permite prestar atenção a problemas concretos. O caso é a complexidade e a especificidade de um sistema em atividade, sendo esse sistema integrado.

Segundo Eisenhardt (1989), estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que se concentra na compreensão das dinâmicas presentes dentro de cenários específicos. Estudos de casos podem envolver casos únicos ou múltiplos e numerosos níveis de análise (YIN, 2010). Geralmente combinam métodos de coleta de dados, tais como análise documental, entrevistas, questionários, observações e artefatos físicos (EISENHARDT, 1989; YIN, 2010).

As evidências podem ser qualitativas, quantitativas ou ambas e ainda, os estudos de caso podem ser usados para fornecer descrições, testar teorias ou gerar teorias (EISENHARDT, 1989).

De acordo com Yin (2010) a evidência do estudo de caso pode vir de seis fontes: documentos, registros em arquivo, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos.

Neste trabalho utilizamos o estudo de caso para analisar o cenário do empreendedorismo por necessidade utilizando evidências quantitativas obtidos através de registros em arquivos como:

1) Projeto GEM tem como objetivo compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social dos países. A pesquisa é parte do projeto *Global Entrepreneurship Monitor*, iniciado em 1999 por meio de uma parceria entre a *London Business School* e o *Babson College*, abrangendo no primeiro ano 10 países. Desde então, quase 100 países se associaram ao projeto, que constitui o maior estudo em andamento sobre o empreendedorismo no mundo. Em 2015, foram incluídos 60 países, cobrindo 70% da população global e 83% do PIB mundial (GEM, 2015).

2) Série Cidadania Financeira - Estudos em Educação, Proteção e Inclusão - Edição nº 1 - julho de 2015 (BCB, 2015).

3.3. Correlação entre os indicadores

Para compreender se há uma correlação entre duas variáveis utilizaremos o coeficiente de correlação de Pearson (r), que mede o grau da correlação linear entre duas variáveis quantitativas. É um índice adimensional com valores situados entre -1,0 e 1,0 inclusive, que reflete a intensidade de uma relação linear entre dois conjuntos de dados.

4. Estudo de caso

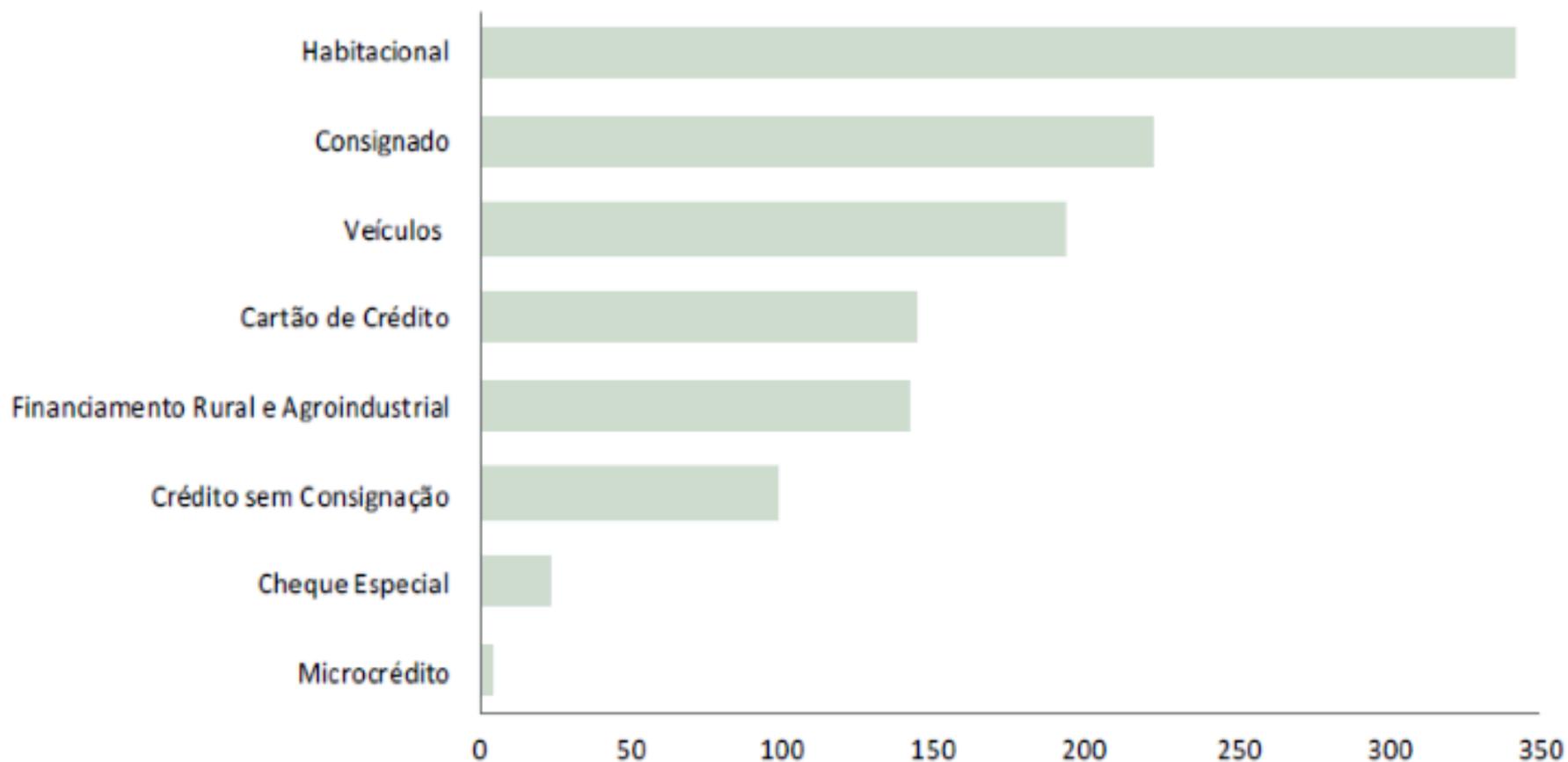
4.1 Panorama do Microcrédito no Brasil

O Banco Central do Brasil (BCB) publicou, em 2015, o panorama do microcrédito no Brasil sob o enfoque do tomador e das instituições financeiras concedentes, com base em dados disponíveis no Sistema de Informações de Crédito (SCR) do Banco Central do Brasil (BCB) e na Receita Federal, na data-base dezembro 2013.

A carteira de microcrédito, de R\$5,3 bilhões, relativos a 3,1 milhões de operações de crédito, representa 0,2% do valor e 0,4% das operações do Sistema Financeiro Nacional (SFN). As instituições financeiras que concedem microcrédito estão agrupadas em quatro segmentos – agências de fomento, bancos, cooperativas de crédito e Sociedade de Crédito ao Microempendedor e à Empresa de Pequeno Porte (SCM) –, sendo mais de 80% do valor da carteira concedido por três bancos públicos.

Para se ter ideia do tamanho relativo do microcrédito, vide gráfico 01, além da comparação com o SFN, pode-se tomar como referência o valor da carteira das principais modalidades de crédito para pessoas físicas: Cheque Especial (R\$20,2 bilhões), Crédito sem Consignação (R\$97,8 bilhões), Financiamento Rural e Agroindustrial (R\$142,1 bilhões), Cartão de Crédito (R\$144,6 bilhões), Veículos (R\$192,8 bilhões), Consignado (R\$221,9 bilhões) e Habitacional (R\$341,5 bilhões). Para efeito de comparação, o valor da carteira do microcrédito PF é de R\$5,1 bilhões (o tomador PF responde por 95% do valor e por 96,9% das operações de microcrédito) (BCB, 2015).

Gráfico 01 - Valor da carteira total de várias modalidades de crédito pessoa física (em R\$ bilhões)



O gráfico 02 e a tabela 02 mostram a evolução do Microcrédito entre 2008 e 2015, através de Valores atualizados concedidos, número de operações realizadas e número de clientes atendidos.

Tabela 02 - Evolução do Microcrédito entre 2008 e 2015

Ano	Número de Clientes Atendidos	Número de Operações de Microcrédito realizadas	Variação anual	Valores nominais concedidos (R\$)	Valores atualizados concedidos (R\$)
2008	1.430.097	1.280.680	0,00	1.825.147.592,77	3.028.311.115,98
2009	1.654.186	1.620.656	26,55%	2.323.599.790,69	3.620.727.053,21
2010	2.071.607	1.966.718	21,35%	2.998.623.914,48	4.488.115.368,16
2011	2.674.157	2.576.559	31,01%	4.098.289.416,62	5.761.258.770,63
2012	3.953.406	3.814.781	48,06%	6.504.785.890,40	8.620.138.678,68
2013	5.664.941	5.713.091	49,76%	10.162.675.000,69	12.681.328.919,61
2014	5.552.080	5.667.287	-0,80%	11.646.316.132,59	13.767.209.554,90
2015	5.200.781	5.201.992	-8,21%	11.107.086.670,62	12.359.966.047,07

Gráfico 02 - Valores atualizados concedidos, número de operações realizadas e número de clientes atendidos

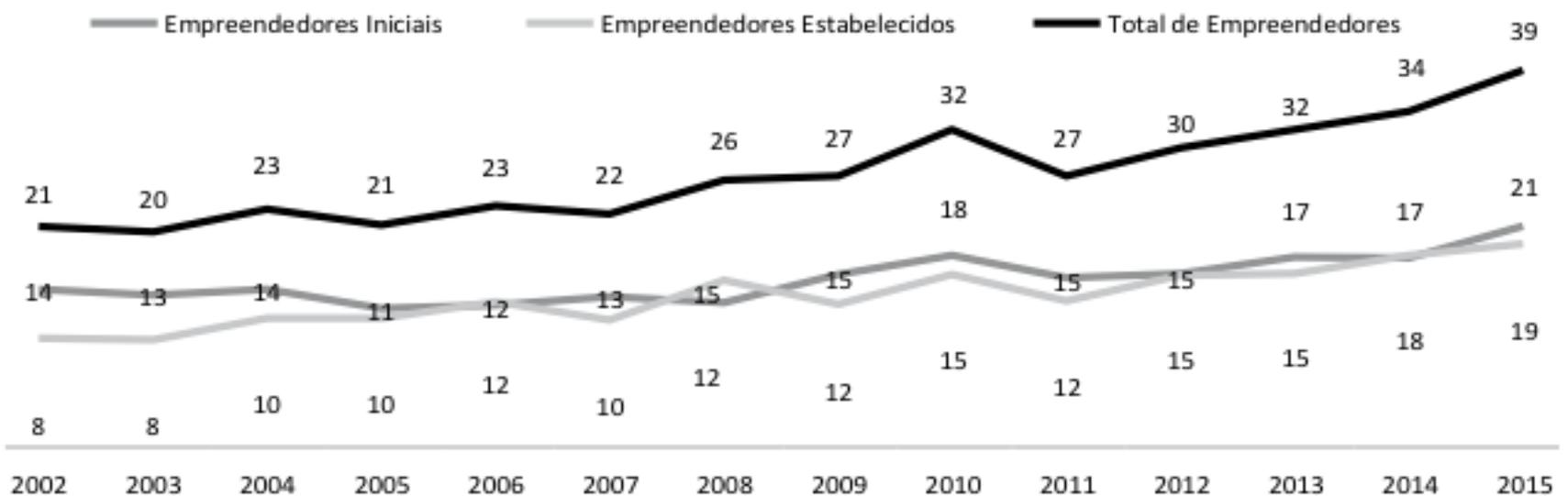


No período de 2008 a 2015, houve um aumento de 363,67% em clientes atendidos, 406,19% em Operações de Microcrédito, 608,56% em Valores nominais concedidos (R\$) e 408,15% em Valores atualizados concedidos (R\$).

4.2 Panorama do Empreendedorismo no Brasil

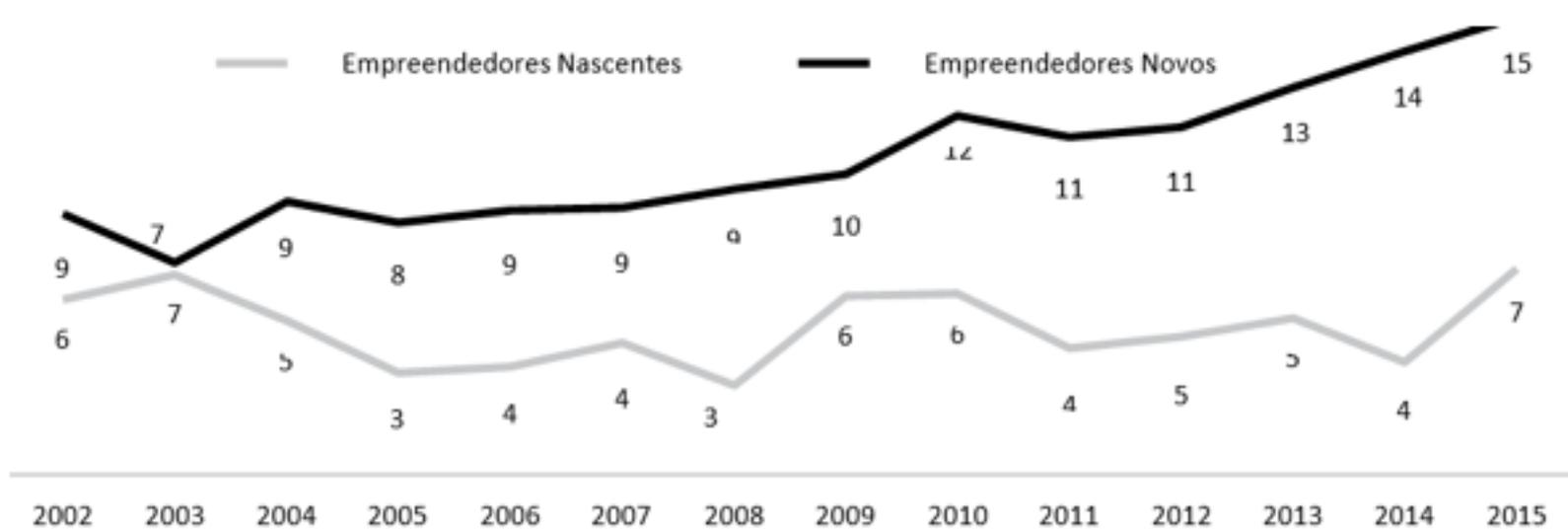
Segundo GEM (2015), em 2015, a taxa total de empreendedorismo para o Brasil (TTE) foi de 39,3%. Estima-se, portanto, que em 2015, 52 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos estavam envolvidos na criação ou manutenção de algum negócio, na condição de empreendedor em estágio inicial ou estabelecido. Quando comparada à TTE de 2014 (34,4%), observa-se que essa taxa sofreu um aumento significativo, intensificando a trajetória de crescimento observada desde 2011, gráfico 03.

Gráfico 03 - Evolução das taxas¹ de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002:2015



¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.
Fonte: GEM (2015)

Gráfico 04 - Evolução das taxas¹ de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento. Taxas de empreendedores Nascentes e Novos - Brasil - 2002:2015



¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.
 Fonte: GEM (2015)

Investigando separadamente a motivação dos empreendedores iniciais para cada estágio dos empreendimentos, observou-se que a proporção de empreendedores por necessidade aumentou tanto para os novos quanto para os nascentes, porém, no grupo dos nascentes esse crescimento foi de 23% entre 2014 e 2015, significando um aumento atípico de dois pontos percentuais na taxa de empreendedores nascentes, a taxa de empreendedores nascentes por necessidade vinha decrescendo desde 2010 (1,4% em 2010 e 0,5% em 2014), sofrendo um abrupto crescimento de 1,9% entre 2014 e 2015, chegando a 2,4% no último ano. (GEM, 2015).

As análises apresentadas nos itens anteriores conduzem à conclusão de que, embora as taxas de empreendedorismo no Brasil tenham aumentado entre 2014 e 2015, se comparadas aos últimos anos da pesquisa no Brasil, estas foram mais impactadas pelo empreendedorismo por necessidade, principalmente, entre os empreendedores nascentes (GEM, 2015).

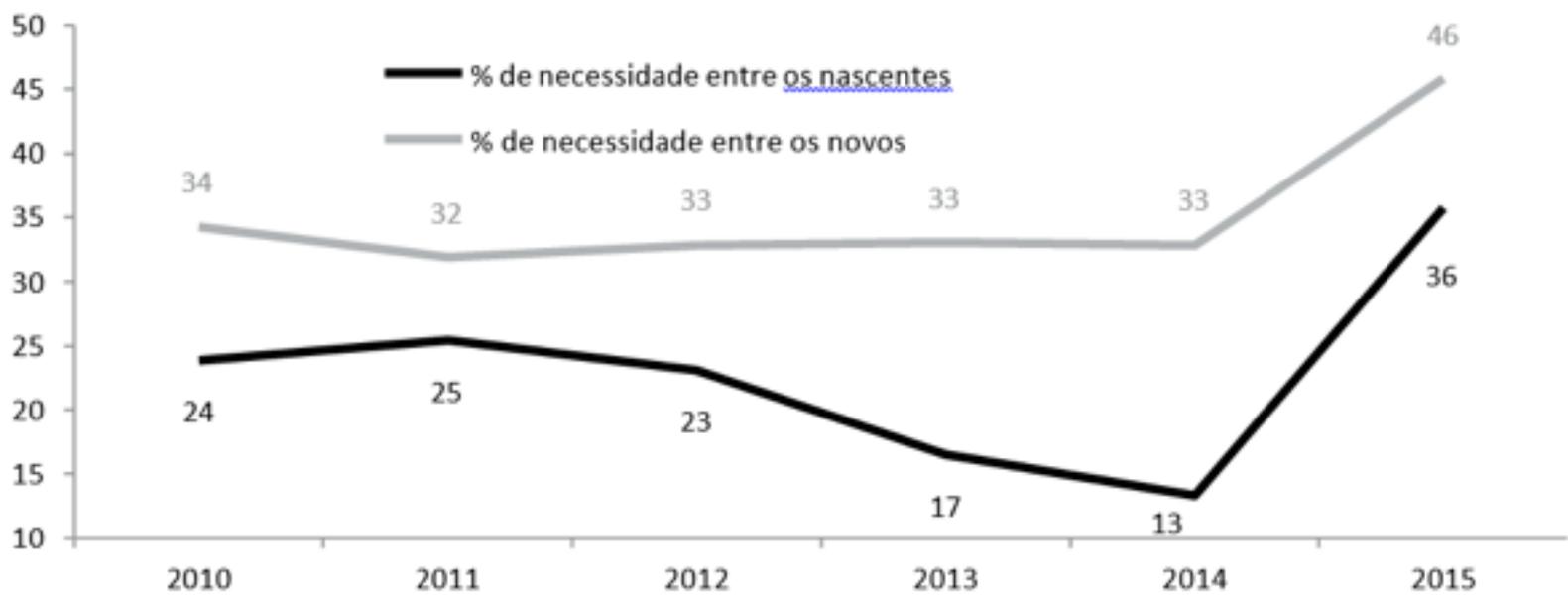
Os empreendedores são classificados como iniciais (nascentes e novos) e estabelecidos:

- Os empreendedores nascentes estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários, mas que ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses.
- Já os empreendedores novos administram e são proprietários de um novo negócio que pagou salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três e menos de 42 meses.

Os empreendedores nascentes e novos são considerados empreendedores iniciais ou em estágio inicial.

Os empreendedores estabelecidos administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado, que pagou salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses (3,5 anos).

Gráfico 05 - Evolução da proporção do empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores nascentes e novos - Brasil - 2010:2015



Fonte: GEM (2015)

4.3 Evidências da importância do microcrédito através da correlação de indicadores

4.3.1 Correlação de Pearson

Para entender se há algum tipo de relação entre os indicadores de microcrédito demonstrado em BCB (2015) e os indicadores de empreendedorismo em GEM (2015), a pesquisa buscou no método do coeficiente de correlação de Pearson (r) para entender se há ou não uma aproximação dos dados obtidos.

O coeficiente de correlação de Pearson (r) é uma medida de associação linear entre variáveis. Sua fórmula é a seguinte (FIGUEIREDO FILHO e SILVA JUNIOR, 2010):

$$r = \frac{1}{n-1} \sum \left(\frac{x_i - \bar{X}}{s_x} \right) \left(\frac{y_i - \bar{Y}}{s_y} \right)$$

Como o coeficiente de correlação está isento de unidades e da ordem de grandeza das variáveis, este toma valores entre -1 e 1.

Quando a relação é positiva r tomará o valor 1 quando a relação é perfeita.

Quando a relação é negativa r tomará o valor -1 quando a relação é perfeita.

Quando a relação é difusa ou não linear r será igual a 0.

Em termos estatísticos, duas variáveis se associam quando elas guardam semelhanças na distribuição dos seus escores. Mais precisamente, elas podem se associar a partir da distribuição das frequências ou pelo compartilhamento de variância (FIGUEIREDO FILHO e SILVA JUNIOR, 2010).

Tabela 03 – Clientes, Operações e taxa de empreendedores

Ano	Clientes	Operações	Taxa_empr
2008	1.430.097	1.280.680	26
2009	1.654.186	1.620.656	27

2010	2.071.607	1.966.718	32
2011	2.674.157	2.576.559	27
2012	3.953.406	3.814.781	30
2013	5.664.941	5.713.091	32
2014	5.552.080	5.667.287	34
2015	5.200.781	5.201.992	39

Fonte: Elaborado pelo autor

A tabela 03 apresenta os indicadores de microcréditos (Clientes atendidos e Operações realizadas) e de empreendedorismo (taxa de empreendedores) entre 2008 e 2015, que utilizamos para verificar se há correlação entre Clientes e Taxa de empreendedores e Operações e taxa de empreendedores. Executamos uma correlação bivariada e os resultados estão na tabela 04.

Tabela 04 - Teste de coeficiente de Pearson

VARIÁVEIS	COEFICIENTE (R)	CORRELAÇÃO
Clientes e Taxa de emp.	0,753*	Moderada positiva
Operações e Taxa de emp.	0,753*	Moderada positiva

*A correlação é significativa no nível 0,05 (bilateral).

O resultado indica uma correlação Moderada Positiva entre os indicadores de microcrédito e a taxa de empreendedores.

5. Conclusão

A importância do microcrédito para o empreendedorismo brasileiro é inegável, os crescimentos dos empreendedores nas classes mais baixas refletem o crescimento dos pedidos de microcréditos.

O aumento que pode ser percebido nas pesquisas, nos últimos anos, no qual a tendência era o inverso, o microcrédito estava descendente, pode ser explicado em parte pela situação econômica que estamos passando.

Quem perdeu o emprego formal, busca outra forma de emprego, mas como a escassez de vagas é grande, a informalidade ou montar um negócio próprio passa a ser considerado e a busca por um pequeno capital passa a ser evidenciado pelo aumento de pedidos de microcrédito. Nesta pesquisa, comprovamos que existe uma correlação Moderada Positiva entre os indicadores de microcrédito e a taxa de empreendedores.

Referencias

- ARENDR, S.; BRETTEL, M. UNDERSTANDING THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON CORPORATE IDENTITY, IMAGE, AND FIRM PERFORMANCE". *Management Decision*, v. 48, n. 10, p. 1469-1492, 2010
- BARONE, Francisco Marcelo et al. *Introdução ao microcrédito*. Brasília: Conselho da Comunidade Solidária, v. 65, 2002.
- BCB. *Série Cidadania Financeira: Estudos sobre educação, proteção e inclusão.* – Brasília : Banco Central do Brasil, 2015. Disponível em versão online na página do BCB no endereço: <http://www.bcb.gov.br/?CIDADANIAFINANCEIRA>.
- Comini, G., Barki, E., & Aguiar, L. T. D. (2012). A three-pronged approach to social business: A Brazilian multi-case analysis. *Revista de Administração (São Paulo)*, 47(3), 385-397.
- Dees, J. G. (1998). *The meaning of social entrepreneurship*.
- DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo na prática*. Elsevier Inc., 2007.
- EISENHARDT, K. M. Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, Mississippi, Mass, v. 14, n.4, pp.532-550, Oct./Dec.1989.
- FIGUEIREDO FILHO, Dalson Brito; SILVA JUNIOR, José Alexandre. Desvendando os Mistérios do Coeficiente de Correlação de Pearson (r). *Revista Política Hoje*, v. 18, n. 1, 2010.
- GEM, Global Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo*. Curitiba: Sebrae. 2015.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. *Entrepreneurship (5nd ed.)*. Boston: Irwin/McGraw Hill. (2002)
- Indicadores do IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2º trimestre de 2016. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/>. Acessado em 17/09/2016.
- MEZZERA, Jaime. Microcrédito no Brasil: dados nacionais e reflexões que vêm de vinte anos de experiência. *Revista da ABET*, v. 2, n. 2, 2002.
- MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick et al. Estudo de caso na engenharia de produção: estruturação e recomendações para sua condução. *Revista Produção*, v. 17, n. 1, p. 216-229, 2007.
- Nissan, E., Galindo, MA e Mendez, MT, "RELAÇÃO ENTRE ORGANIZAÇÕES, INSTITUIÇÕES, EMPREENDEDORISMO E PROCESSO DE CRESCIMENTO ECONÔMICO", *Jornal Internacional Empreendedorismo e Gestão* Vol. 7 No. 3, pp. 311-24. (2011)
- PNMPO. Programa Nacional do Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO). Disponível em <http://trabalho.gov.br/empreendedorismo/pnmpo>. Acesso em 20/09/2016.
- PRAHALAD, C. K., & HART, S. L. (2002). O pote de ouro na base da pirâmide. *HSM Management*, 32, 14-27.
- Singer, P. (2008). *Globalização e desemprego: diagnóstico e alternativas*. Petrópolis: Vozes.
- SOARES, M. M.; ALVES, SD da S. *Microfinanças: Democratização do Crédito no Brasil*. Banco Central do Brasil, 2006.
- Soriano, Domingo Ribeiro. Huarng,, Kun-Huang. INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP IN KNOWLEDGE INDUSTRIES, *Journal of Business Research*, Volume 66, Issue 10, October 2013
- STAKE, R. The art of case study research. Thousand OAKS, CA: Sage, pp.49-68, 1995.
- YIN, R. K. *Applications of Case Study Research*. SAGE Publications, Inc; Third Edition, 2011.
- YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Tradução Ana Thorell; revisão Técnica Cláudio Damacena. – 4. ed.- Porto Alegre: Bookman, 2010.
- Yunus, M., et al. (2010). "Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience." *Long Range Planning* 43(2-3): 308-325.
- YUNUS, MUHAMMAD. *Banker to the Poor*. Londres: Public Affairs, 1999.
-

1. Professor do Mestrado Profissional em Gestão e Tecnologia em Sistemas Produtivos CEETEPS - Unidade de Pós-Graduação, Extensão e Pesquisa Rua dos Bandeirantes, Doutor em Engenharia de Produção Doutorando em Administração na FGV/EAESP. Email: Marcelo.okano@cps.sp.gov.br

2. Fatec Barueri / Universidade Paulista – UNIP / Uninove. Email: marceloeloyfernandes@gmail.com

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 38 (Nº 22) Año 2017

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](#)]

©2017. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados