

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIDADE DE ENSINO SUPERIOR DOM BOSCO
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

REBECA SOUZA DO NASCIMENTO

**MICROCRÉDITO E CAPACITAÇÃO COMO INSTRUMENTO DO
DESENVOLVIMENTO LOCAL**

São Luís
2023

REBECA SOUZA DO NASCIMENTO

**MICROCRÉDITO E CAPACITAÇÃO COMO INSTRUMENTO DO
DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Ciências Contábeis do Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. João Conrado de Amorim Carvalho.

São Luís

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Centro Universitário – UNDB / Biblioteca

Nascimento, Rebeca Souza do

Microcrédito e capacitação como instrumento do desenvolvimento local. / Rebeca Souza do Nascimento. __ São Luís, 2023.

74 f.

Orientador: Prof. Dr. João Conrado de Amorim Carvalho.

Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Curso de Ciências Contábeis – Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB, 2023.

1. Microcrédito. 2. Desenvolvimento. 3. Empreendedor.

I. Título.

CDU 657.213

REBECA SOUZA DO NASCIMENTO

**MICROCRÉDITO E CAPACITAÇÃO COMO INSTRUMENTO DO
DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aprovada em: ____/____/2023.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. João Conrado de Amorim Carvalho (Orientador)

Doutor em Organização e Competitividade

Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco (UNDB)

João Victor Adler Madeira

Mestre em Gestão Empresarial com foco em Planejamento

Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco (UNDB)

Warllem Ribeiro Ferreira Homem

Mestre em Economia e Finanças

Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco (UNDB)

À minha família e amigos, que compartilharam comigo a alegria das conquistas e o fardo dos desafios ao longo do caminho.

À memória do meu pai, cuja cooperação e o otimismo sempre foram fontes de inspiração.

A todos que acreditaram em mim, que esta dedicação seja um reflexo de minha gratidão por todas as influências positivas que moldaram minha jornada. Este trabalho é dedicado a vocês.

AGRADECIMENTOS

Agradeço sinceramente a todos que contribuíram para a realização deste trabalho de pesquisa. Esta monografia representa o resultado de muito esforço, dedicação e colaboração, e não teria sido possível sem o apoio e a assistência de várias pessoas.

Primeiramente, gostaria de expressar minha profunda gratidão ao meu orientador, por sua orientação valiosa, paciência e conhecimento compartilhado ao longo deste processo. Seu conhecimento e apoio foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

Também gostaria de agradecer à minha família pelo apoio incondicional, incentivo e que me proporcionaram durante este período desafiador. Suas palavras de encorajamento foram a âncora que me manteve focada no objetivo.

Agradeço aos meus amigos e colegas que estiveram ao meu lado, compartilhando ideias, debatendo conceitos e oferecendo suporte moral. Suas contribuições foram inestimáveis e tornaram esta jornada mais gratificante.

Não posso deixar de mencionar a importância dos participantes da pesquisa, cuja colaboração e disposição em compartilhar suas experiências foram fundamentais para a obtenção dos dados necessários.

Por fim, agradeço a todas as fontes de inspiração que me impulsionaram a buscar o conhecimento e a excelência acadêmica.

Este trabalho é dedicado a todos vocês, e espero que ele contribua de alguma forma para o avanço do conhecimento na área em que estudei.

Muito obrigado a todos que desempenharam um papel nessa jornada.

*“Na tríade do crescimento, o tempo é o fiel
tecelão, o conhecimento, a matéria-prima
e a capacitação, o engenho que entrelaça
o tecido da evolução. ”*

RESUMO

O objetivo deste trabalho é identificar a contribuição do microcrédito e da capacitação como instrumento do desenvolvimento local, assim como, identificar as principais dificuldades enfrentadas para acesso ao microcrédito em se tratando de atividades informais, assim como analisar aspectos do público em geral que utilizam o microcrédito como instrumento de desenvolvimento local. O tipo de pesquisa adotada no estudo foi descritivo com abordagem qualitativa tendo por objeto de estudo – o microcrédito. Ainda se fez uso do estudo de caso, pesquisa documental e bibliográfica. O instrumento de coleta de dados adotado entrevista com microempreendedores individuais (MEIs). O estudo confirmou que a oferta de microcrédito pela contribui efetivamente para o desenvolvimento local quando gera benefícios que causam significativa melhoria dos indicadores econômicos e sociais aos MEIs, tornando-os verdadeiros protagonistas na transformação de sua própria realidade.

Palavras-chave: Microcrédito. Desenvolvimento local; Empreendedor. Microempreendedor Individual (MEI).

ABSTRACT

The objective of this work is to identify the contribution of microcredit and training as an instrument of local development, as well as to identify the main difficulties faced in accessing microcredit when it comes to informal activities, as well as to analyze aspects of the general public who use microcredit as an instrument of local development. The type of research adopted in the study was descriptive with a qualitative approach with the object of study – microcredit. Case studies, documentary and bibliographical research were also used. The data collection instrument adopted interviewed individual microentrepreneurs (MEIs). The study confirmed that the offer of microcredit effectively contributes to local development when it generates benefits that cause a significant improvement in economic and social indicators for MEIs, making them true protagonists in the transformation of their own reality.

Keywords: Microcredit. Local development; Entrepreneur. Individual Microentrepreneur (MEI).

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Principais eventos sobre o meio ambiente	19
Quadro 2 – Características do Microcrédito	23
Quadro 3 – Principais questões do roteiro da entrevista	35

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNB	Banco do Nordeste
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CMMAD	Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento
CNUMAD	Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento
CODEFAT	Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador
DS	Desenvolvimento Sustentável
ECINF	Economia Informal Urbana
EUA	Estados Unidos da América
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MA	Maranhão
ONU	Organização das Nações Unidas
PCPP	Programa de Crédito Produtivo Popular
PIB	Produto Interno Bruto
PROGER	Programa de Geração de Emprego e Renda
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	Desenvolvimento Local	15
2.1.1	Contextualização da história do desenvolvimento	15
2.1.2	Desenvolvimento local	16
2.1.3	Desenvolvimento sustentável	18
2.2	Microcrédito	21
2.2.1	História do Microcrédito	21
2.2.2	Microcrédito	22
2.2.3	Microcrédito no Brasil	24
2.3	Microcrédito e o Desenvolvimento Local	26
2.4	Empreendedorismo	29
3	METODOLOGIA	33
3.1	Tipo de Pesquisa	33
3.2	Local de Estudo	35
3.3	Coleta e Análise de Dados	36
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	37
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
	REFERÊNCIAS	64
	APÊNDICES	69
	APÊNDICE A	70

1 INTRODUÇÃO

As dificuldades socioeconômicas que vêm enfrentando a população brasileira, desde a década de 80, com o aumento do desemprego, fizeram com que as pessoas pobres e excluídas do mercado formal de trabalho passassem a utilizar as atividades informais como alternativa para gerar ocupação e renda e reduzir a exclusão social (LIMA, 2018).

Experiências no mundo inteiro comprovam que o acesso ao crédito por empreendedores formais e informais promove o fortalecimento econômico das atividades e propicia a criação de novos postos de trabalho. O microcrédito não é só emprestar dinheiro, como afirma Muhammad Yunus, do *Grameen Bank*, "é muito mais que entregar e receber de volta, é também mudança social" (YUNUS, 2000).

O microcrédito passou a fazer parte de iniciativas recentes de políticas públicas que procuram resolver problemas econômicos e sociais de distintas parcelas da população, geralmente sem acesso ao sistema bancário de crédito tradicional ou ao sistema de crédito de lojas de departamentos e de grandes redes de magazines comerciais. O microcrédito pertence ao ramo das microfinanças e o termo refere-se à prestação de serviços financeiros adequados e sustentáveis para a população de baixa renda, historicamente excluída do sistema financeiro tradicional, com utilização de produtos e gestão diferenciados (SANTOS; GÓIS, 2011).

A partir das últimas décadas do século XX, muitos governos nacionais, em aliança com organismos internacionais, como são os casos do Banco Mundial (BM) e da Organização das Nações Unidas (ONU), criaram diversos programas para erradicação da pobreza e políticas públicas para indução do desenvolvimento, visando atender as metas do milênio. Neste contexto, foram criados programas de incentivo às atividades produtivas, via expansão do crédito bancário, objetivando melhorar a qualidade de vida da população que se encontrava em condições de pobreza e sem acesso ao sistema financeiro (COSTA, 2010).

No processo de desenvolvimento local sabe-se que o crédito é uma ferramenta fundamental. Todavia, o crédito tradicional fornecido pelos bancos necessita geralmente de garantias, histórico dos demandantes, além do atendimento de diversas exigências estipuladas pelos agentes financeiros. É neste contexto que o microcrédito pode fazer a diferença junto à parcela da população que, impossibilitada

de tomar crédito junto aos agentes financeiros tradicionais, fica refém de agiotas e de intermediários (BOSE, 2013).

Assim, pensando o desenvolvimento local a partir da premissa de que os atores locais podem se transformar em protagonistas do desenvolvimento, analisa-se a contribuição do microcrédito como ferramenta de impulsão para aquilo se denomina de “um processo endógeno de mudança que leva ao dinamismo econômico e a melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos” (BUARQUE, 2018, p. 56).

Desse modo, a presente pesquisa teve como problemática, verificar o seguinte questionamento: De que forma o microcrédito, unido à capacitação, pode se tornar um instrumento de desenvolvimento local, mesmo dentro de uma economia informal? Para responder a estes questionamentos foram estudadas as categorias: desenvolvimento local, economia informal, micro finanças e microcrédito, sendo estes fatores importantes para compreender o que vem ocorrendo com a oferta do microcrédito e sua relação com o desenvolvimento local.

A hipótese investigada neste estudo sugere que a disponibilidade de microcrédito é um fator chave para impulsionar o desenvolvimento local ao gerar impactos positivos significativos nos indicadores econômicos e sociais. Isso se manifesta particularmente em regiões afetadas pelo desemprego, onde a informalidade surge como uma via de empreendedorismo motivada pela necessidade, transformando os indivíduos em protagonistas da mudança em suas próprias realidades.

Seguindo essa sequência, o objetivo geral do trabalho é identificar a contribuição do microcrédito e da capacitação como instrumento do desenvolvimento local.

Os objetivos específicos conduziram a pesquisa a identificar as principais dificuldades enfrentadas para acesso ao microcrédito em se tratando de atividades informais, assim como analisar aspectos do público em geral que utilizam o microcrédito como instrumento de desenvolvimento local.

O tipo de pesquisa adotada no estudo foi descritivo com abordagem qualitativa tendo por objeto de estudo – o microcrédito. Ainda se fez uso do estudo de caso, pesquisa documental e bibliográfica. O instrumento de coleta de dados adotado entrevista com microempreendedores individuais (MEIs). Importante destacar, que se

contou também com um vasto material com informações relevantes e oficiais, assim como outros estudos já realizados acerca do objeto desta pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Desenvolvimento Social

O Desenvolvimento Social surge como uma expansão do entendimento das dimensões do desenvolvimento, alargando a visão de uma concepção estrita relacionada ao crescimento econômico, para incorporar outros pilares do bem-estar social, sobretudo aqueles relacionados aos direitos sociais, surgidos na primeira metade do século XX, e posteriormente positivados na Declaração Universal dos Direitos Humanos (BNDES, 2021).

2.1.1 Contextualização histórica do desenvolvimento

No âmbito socioeconômico, o termo desenvolvimento sofreu uma série de interpretações e reavaliações, bem como se submeteu a novas teorias e metodologias que progrediram a fim de consolidar uma reflexão mais precisa sobre este fenômeno. Na década de 1940, o termo se referia, ainda de forma incompleta/limitada, a um tipo de comparação entre os países com “economias desenvolvidas”, em detrimento dos demais, conceituados de “economias subdesenvolvidas”. Essa base de comparação refletia, ao final, em uma espécie de Benchmark, ou seja, um processo de convergência econômica à ocidentalização (economias desenvolvidas) (THOMAS *et al.*, 2016).

Dessa maneira, o estudo do desenvolvimento restringia-se a avaliar as dinâmicas decorrentes das desigualdades (lacunas) entre as nações, tais como problemas institucionais / estruturais, baixo crescimento, recuperações econômicas após desastres naturais ou guerras, dentre outras particularidades, capazes de criar o descompasso entre as economias “desenvolvidas e em desenvolvimento”. A partir da década de 1960, a premissa de que o desenvolvimento, ou o bem-estar da população, estaria estritamente associado ao nível de “crescimento econômico”, começou a ser questionada. Por muitas décadas e, em diversos países, era considerada quase como “verdade absoluta” que a variação positiva do Produto Interno Bruto (PIB) per capita, medida base para se verificar o crescimento de uma nação no período de um ano, era suficiente para aferir o nível de desenvolvimento de um país (BOSE, 2013).

No Brasil, precisamente à época do chamado “Milagre Econômico”, entre 1968 e 1973, quando as taxas de crescimento econômico saltaram de 9,8% (1968) para 14% (1973), observou-se um período de notável crescimento. Entretanto, esse crescimento foi contestado por sua baixa qualidade, atrelado à distribuição de renda entre a população. Com a mesma perspectiva, inúmeros programas ou planos econômicos ao redor do mundo também promoveram resultados similares, com crescimento econômico de baixa qualidade, que não refletia no bem-estar das populações (THOMAS *et al.*, 2016).

Dessa forma, difundiu-se uma série de pesquisas/estudos voltados a estruturar uma lógica que combine a qualidade do crescimento econômico com o desenvolvimento equilibrado das populações, ou seja, considerando também aspectos que refletissem o seu bem-estar (JOUEN *et al.*, 2010).

2.1.2 Desenvolvimento local

O desenvolvimento globalizado é uma via de constantes desafios às políticas públicas de maneira integrada e centralizada nas questões de conflitos em meio à sociedade. Normalmente essas questões se caracterizam pelos aspectos da desigualdade social e a pobreza que se expõe a um cenário extremamente crítico (OIT, 2002).

Seguindo a perspectiva do autor, essa abordagem destaca a importância de implementar medidas imediatas para estimular novas oportunidades no contexto social, garantindo um retorno econômico sustentável, especialmente para famílias de base mais vulnerável. Destaca-se, portanto, a relevância de políticas de microcrédito como um recurso crucial para elevar o padrão de vida de pessoas em situação de fragilidade econômica e social na sociedade.

Neste sentido, o fenômeno da globalização e o conceito de desenvolvimento local começou a ganhar importância nas análises sobre os modelos de desenvolvimento. Este conceito está diretamente relacionado com o lugar, assim como com a afirmação de identidade territorial dos atores locais na construção dos seus espaços e visa identificar, reconhecer e valorizar os ativos locais, além de fomentar e desenvolver as potencialidades, as vocações, as oportunidades, as vantagens comparativas e competitivas de cada território (OIT, 2002).

De acordo com Vitte (2016) a ideia de local é como um município, ou conjunto de municípios, um Estado, ou mesmo uma região. A esfera local é o campo prioritário da ação política, uma pretensa capacidade extraordinária dos governos locais de cumprir, de maneira mais eficaz e eficiente, as funções até então tradicionais aos governos nacionais, como as de acumulação e de legitimação.

Não há consenso sobre o tema “Desenvolvimento Local”, porém de acordo com o dicionário Aurélio (2017), desenvolvimento significa estágio econômico, social e político de uma comunidade, não se limitando apenas à questão econômica. O desenvolvimento local está longe como conceito, de ser propício ao estabelecimento de consensos, tanto no Brasil quanto no debate internacional, ideia compartilhada, o qual afirma que o tema do desenvolvimento local não é apenas controverso em termos conceituais, mas também metodológico. Assim colocado, tentativas de avaliar ou medir o desenvolvimento econômico produzido pelas intervenções locais tornam-se uma tarefa, no mínimo, difícil.

A grande quantidade de visões não representa somente um debate acalorado nos meios acadêmicos e intelectuais. É também fruto de uma crise substantiva do conceito e da prática do desenvolvimento. O campo desenvolvimento local está embasado na ideia de inclusão social, cooperação, criação e alargamento de esferas públicas em que diferentes atores sociais dialoguem a partir de seus próprios interesses em conflito, buscando construir em conjunto (CALDAS, 2019; MARTINS; VAZ; 2019).

E ainda na visão de Buarque (2018) o desenvolvimento local sustentável é o “processo endógeno que leva a um continuado aumento da qualidade de vida em um determinado território, com base numa economia dinâmica e competitiva, combinado com a conservação dos recursos naturais e do meio ambiente”.

O desenvolvimento local é um processo que aborda uma combinação das questões sociais, econômicas e ambientais, relativas a um território, procedendo à identificação de soluções integradas para a criação de emprego e o trabalho digno (OIT, 2002).

De acordo com Lima (2018), o desenvolvimento local, para acontecer de fato, depende do esforço conjugado de todos os atores que compõem a sociedade civil organizada. Neste sentido, surge a necessidade de buscar alternativas para envolver toda a sociedade nesse processo, com um propósito de promover a construção da nação por meio de uma estratégia de conciliação de interesses

nacionais, regionais e locais sem exclusão de categorias, classes ou frações de classes diretamente envolvidas no processo social.

2.1.3 Desenvolvimento sustentável

Durante a década de 1980 prosseguiu a frutífera discussão dos rumos que deveriam ser seguidos na busca pela sustentabilidade, nas mudanças que deveriam ser implementadas. A maior contribuição desse período foi a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CMMAD), no ano de 1984, que teve como presidente a primeira-ministra da Noruega, Gro Brundtland. Como resultado da comissão, foi confeccionado o relatório Brundtland ou “*Our Common Future*” (Nosso Futuro Comum), como ficou conhecido. A comissão se reuniu pela primeira vez em 1984 e publicou suas análises em 1987 (SCOTTO, CARVALHO; GUIMARÃES, 2021).

Segundo Boff (2015, p. 34), na comissão “aí aparece claramente a expressão ‘desenvolvimento sustentável’”. Além da afirmação definitiva do conceito de desenvolvimento sustentável, um objetivo a ser perseguido e alcançado, o relatório se baseia em três tópicos principais, a saber: preocupações comuns, desafios comuns e esforços comuns. Com essa abordagem, a questão ambiental deve ser encarada como uma problemática global, pois, apesar de afetar mais a uns do que a outros, os efeitos negativos atingem a todos. Em 1992 ocorreu mais uma Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente. Oficialmente batizada de Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), que popularizou o conceito de desenvolvimento sustentável, tornando as questões ambientais e de desenvolvimento indissoluvelmente ligadas (DIAS, 2021, p. 22), conforme pode ser visto no Quadro 1.

Quadro 1 - Principais eventos sobre meio ambiente.

ANO	EVENTO
1972	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, em Estocolmo – Início oficial da discussão acerca da sustentabilidade e propagação do termo.
1984	Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CMMAD) – Início da discussão para o relatório “Nosso Futuro Comum”
1987	Publicação do relatório “ <i>Our Common Future</i> ” ou relatório Brundtland – Surgimento e divulgação do conceito de desenvolvimento sustentável.
1992	Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente (CNUMAD), Eco 92, no Rio de Janeiro – Popularização do conceito de desenvolvimento sustentável.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A sustentabilidade é um conceito que aborda o meio ambiente, o social e o econômico, que traz a ideia de que esses três panoramas devem andar juntos. Para que esses três aspectos gerem riqueza, é preciso que haja desenvolvimento, porém um desenvolvimento sustentável, em que exista o lucro para as empresas, mas respeitando os limites da natureza (de preferência trabalhando em prol do meio ambiente), buscando a inclusão social, seja da comunidade local ou das regiões mais pobres, e a valorização e respeito aos trabalhadores, ou seja, conforme explicitado por Sachs (2019, p.54) “abordagem fundamentada na harmonização de objetivos sociais, ambientais e econômicos”.

A partir da base estabelecida pela sustentabilidade é que se deve promover o desenvolvimento, que conforme Sachs (2019, p.35), ocorre “ao atender simultaneamente os critérios de relevância social, prudência ecológica e viabilidade econômica, os três pilares do desenvolvimento sustentável”. As políticas públicas devem se fundamentar no conceito de desenvolvimento sustentável, propondo que os objetivos do desenvolvimento social e econômico sejam definidos nos termos da sustentabilidade (PEREIRA; SILVA; CARBONARI, 2011).

Sachs (2019) em um de seus trabalhos descreve os cinco pilares do desenvolvimento sustentável (DS), formado pelo social, ambiental, territorial, econômico e político, e que podem ser considerados uma variação mais específica dos três âmbitos do DS. Segundo o autor, o político pode ser inserido dentro do social, englobando conceitos como cidadania, direitos políticos e democracia. O ambiental tem um quê de social, ambiental e econômico, uma vez que aborda acerca da distribuição de territórios, populações e suas atividades; e essa transição para o

desenvolvimento sustentável requer uma mudança de pensamento econômico, consumo e produção, levando em conta os pilares expostos pelo autor e que nos previnem no sentido de que, mudar não será necessariamente fácil.

Durante a década de 1940, quando da reconstrução dos territórios destruídos durante a segunda guerra mundial, havia a ideia de que crescimento e progresso poderiam se estender de forma ilimitada, esse ideário povoou o imaginário das potências industrializadas de então (SCOTTO; CARVALHO; GUIMARÃES, 2021).

Esse conjunto de ideias perdurou até que o debate acerca das condições ambientais de então foi feito pelos encontros promovidos pela ONU. As alterações promovidas ao longo dos séculos XX e XXI nos ecossistemas pelos seres humanos, com a utilização de recursos naturais como insumo para os mais variados intuitos, beneficiaram bilhões de pessoas, porém a um custo muito alto, enfraquecendo a capacidade da natureza de se regenerar e oferecer seus recursos (ALMEIDA, 2017).

Essas alterações acarretam problemas ambientais que são nitidamente sentidos pelos habitantes da terra, tais como: extinção e iminente extinção de várias espécies, aquecimento global, problemática da camada de ozônio, efeito estufa, derretimento das geleiras nos polos, poluição do meio ambiente, dentre outros, que já são de conhecimento popular e constantemente estão sendo abordados pelos meios de comunicação.

Almeida (2017) traz à tona o conceito consolidado pela Avaliação Ecosistêmica do Milênio, esse conceito demonstra que a natureza fornece serviços ecossistêmicos ao Homem.

Embora o conceito de desenvolvimento sustentável tenha sido elaborado no final do século XX, ele ainda não está totalmente estabelecido para o público comum, passando por uma fase de maturação até que se possa estar completamente incorporado e seu conceito se traduza na prática. Houve avanços, porém não na dimensão necessária para que se afaste o fantasma da problemática social e ambiental (ALMEIDA, 2017).

O mesmo autor ressalta a importância do surgimento de lideranças empresariais com essa consciência de desenvolvimento sustentável, visto que “a revolução do desenvolvimento sustentável imporá uma profunda renovação no mundo corporativo” (ALMEIDA, 2017, p.4).

Sachs (2019) expõe que o desenvolvimento sustentável diverge das forças do mercado, que se aplicam sem restrições, como já exposto, utilizando os recursos naturais de forma exaustiva, além da questão social. A questão que se põe é: como aliar duas ideias, desenvolvimento e sustentabilidade, que aparentemente se mostram opostas, pois no século passado, de uma forma geral, o desenvolvimento se deu à custa da exploração desenfreada da natureza.

Conforme visto, a ideia de desenvolvimento permeada durante a revolução industrial até a formulação do conceito de desenvolvimento sustentável pode caracterizar o desenvolvimento desse período como utilizador dos recursos naturais acima da capacidade da natureza de se regenerar, acima do equilíbrio dinâmico dos recursos naturais, um “modelo de crescimento econômico pautado pelo capital especulativo, pelo consumo sem limite e pela cultura do individualismo” (PEREIRA; SILVA; CARBONARI, 2011, p. 6). O desenvolvimento sustentável propõe que o desenvolvimento continue a acontecer, porém respeitando os limites dos ecossistemas.

2.2 Microcrédito

Microcrédito é o termo usado hoje para designar uma variedade de empréstimos cujas características comuns são: Serem de pequeno valor; Serem direcionados a um público restrito, definido por sua baixa renda ou pelo seu ramo de negócios, que usualmente não têm acesso às formas convencionais de crédito (MONZONI, 2016).

2.2.1 História do Microcrédito

Atualmente, é possível evidenciar por meio das referências analisadas como se originou o microcrédito, onde os primeiros registros de operações de crédito remontam à Inglaterra nos séculos XV, XVI e XVII, realizadas por instituições de caridade que emprestavam dinheiro para jovens com o objetivo de viabilizar o início de suas atividades no comércio. Os fundos eram geralmente constituídos por instituições de caridade com recursos recebidos de doações (SILVA; GÓIS, 2017).

Por volta de 1946 na Alemanha, foi criada a Associação do Pão, uma cooperativa que surgiu pela necessidade de ajudar os agricultores que haviam

perdido suas plantações em virtude do rigoroso inverno. Sensibilizado pelos impactos sociais e econômicos, um pastor chamado Raiffeisen passou a ceder aos fazendeiros farinha de trigo para fabricação e comercialização de pão, de maneira a gerar capital de giro para seus negócios (MONZONI, 2016).

Sabe-se que a experiência de microcrédito mais reconhecida mundialmente foi desenvolvida em Bangladesh, na Índia, um Estado soberano e independente desde 1971, quando se tornou independente do Paquistão, e por sua vez se tornou independente do Reino Unido na primeira metade do Século XX com a instituição Grameen Bank fundada por Muhammad Yunus. A ideia nasceu no ano de 1976, quando ele percebeu que os moradores, ao redor da universidade que lecionava, estavam em situação de miséria mesmo desenvolvendo alguma atividade produtiva, pois eram dependentes de agiotas que levavam praticamente todo o lucro obtido (MORAES *et al.*, 2018).

Diante dessa situação e da ausência de oportunidades de emprego formal, muitos trabalhadores buscam iniciar um empreendimento próprio, o que pode contribuir para o crescimento da economia local, rompendo com o modelo tradicional de trabalho baseado em salários fixos. No entanto, além da falta de preparo para lidar com o ambiente empresarial e empreendedor, resultante da carência de conhecimento nessa área, esses indivíduos enfrentam dificuldades para iniciar ou gerenciar suas atividades devido à escassez de acesso ao crédito.

2.2.2 O Microcrédito

O microcrédito consiste na oferta de empréstimos de pequeno valor a pequenos empreendedores, sejam formais ou informais, e a microempresas que enfrentam dificuldades para obter financiamento nos sistemas financeiros convencionais, muitas vezes por não possuírem garantias substanciais para oferecer aos bancos. Esse tipo de crédito é direcionado para impulsionar o capital de giro e os investimentos, sendo concedido por meio de uma abordagem específica de acesso. As organizações de microcrédito surgiram como resposta às limitações do crédito bancário tradicional, visando mitigar os problemas decorrentes dessas restrições no acesso ao financiamento.

Para Varian (1994) a conceituação do microcrédito tem, efetivamente, diversas particularidades pelas quais pode ser definido como um instrumento

financeiro que se caracteriza por empréstimos de valores para os micro e pequenos empreendedores de baixa renda, que vivem, em geral, na economia informal e que tem sido desenvolvido para atender às necessidades dos pequenos empreendimentos, levando em conta suas condições econômicas.

Dessa forma, o microcrédito age como uma modalidade de financiamento que permite o acesso dos micros e pequenos empreendedores ao crédito, por meio da utilização de metodologia própria voltada ao perfil e às necessidades dos empreendedores, estimulando as atividades produtivas e as relações sociais da população que participa direta ou indiretamente dele com condições de gerar ocupação, emprego e renda e desenvolvimento local (POCHMANN, 2001).

O microcrédito possui características voltadas exclusivamente para a população de baixa renda, a exemplo de, como mostra o Quadro 02:

Quadro 2 - Características do microcrédito.

CARACTERÍSTICAS DO MICROCRÉDITO
Trabalhar diretamente na comunidade, através de visitas e encontros que esclarecem à comunidade os pré-requisitos necessários para um provável cliente potencial;
Fornecimento rápido do empréstimo, visto que ninguém quer esperar meses para ter em mãos o empréstimo, até porque a maioria desses clientes estão acostumados com os agiotas que liberam o dinheiro de imediato.
Não há necessidade de grandes garantias. O microcrédito utiliza um instrumento conhecido como aval solidário, onde a responsabilidade da devolução do empréstimo é de todos os sócios do negócio, fazendo com que eles próprios monitorem cada indivíduo e pressionem pelo pagamento, caso haja inadimplência. A reputação individual na comunidade é mais importante que o colateral.
Trabalhar com atividades econômicas já existentes ou que estejam começando e no mercado local.
Começar com pequenos investimentos, de modo que prove a capacidade do pequeno empresário de reembolsar e verificar o nível de crescimento devido ao empréstimo.
Fornecer empréstimos crescentes, na medida em que os investimentos são bem-sucedidos, e etc.

Fonte: Pochmann (2001).

Para Barone e Zouain (2007), o impacto social do microcrédito, embora de difícil mensuração, é reconhecidamente positivo, resultando em melhores condições habitacionais, de saúde e alimentação para as famílias usuárias. Além disso, contribui para o resgate da cidadania dos tomadores, com o respectivo fortalecimento da dignidade, a elevação da auto-estima e a inclusão em patamares de educação e consumo superiores.

2.2.3 Microcrédito no Brasil

No Brasil o microcrédito demorou para atuar fortemente devido a três razões: as altas taxas de inflação, a tradição de crédito governamental dirigido e subsidiado para programas sociais e a legislação estrita, que condenava como usura toda ação concorrencial com as instituições financeiras convencionais (SILVA, 2017).

A experiência pioneira de microcrédito no Brasil ocorreu no contexto das atividades da União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações (UNO), entidade criada em 1973, com o objetivo de apoiar micro e pequenos empreendimentos da região Nordeste. A segunda organização a entrar no segmento de microfinanças no Brasil foi o Banco da Mulher, criado em 1982 no Rio de Janeiro. Seu objetivo principal era inserir a mulher na sociedade e com a qualidade de vida na família. O Banco da Mulher hoje atua em alguns estados como Rio de Janeiro, Bahia, Paraná e Rio Grande do Sul.

Na década de 1990, teve início a expansão do setor de microfinanças no Brasil. Esse crescimento foi impulsionado principalmente pela estabilização econômica que ocorreu a partir de 1994 com a implementação do Plano Real. Esse período viu um aumento significativo na procura por microcrédito, uma ampliação das instituições envolvidas com as microfinanças e o começo da regulamentação do setor de microfinanças no Brasil.

Ainda na década de 1990 apareceram diversas políticas públicas voltadas para a concessão de microcrédito. Segundo Silva (2017), a primeira experiência de microcrédito como ação pública de microcrédito produtivo orientado foi o Pró-renda - CE, criado a partir de um acordo bilateral entre o governo do Ceará e o governo alemão, sendo operacionalizado do ano de 1990 a 1997. O objetivo principal do programa era contribuir para a geração de emprego e renda, por meio de assistência técnica e financiamentos.

No ano de 1994 foi criado o Programa de Geração de Emprego e Renda (PROGER), pelo Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador (CODEFAT), com o objetivo de conceder crédito e oferecer capacitação gerencial e acompanhamento técnico aos micro e pequenos empreendimentos, formais e informais.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) entrou nesse mercado apenas em 1996, ao criar o Programa de Crédito Produtivo

Popular (PCPP). Esse programa tinha o objetivo de disponibilizar linhas de crédito baratas e de longo prazo para instituições de microcrédito brasileiras.

Em 1997 o Banco do Nordeste do Brasil lançou o programa Crediamigo que passou a atuar diretamente na concessão de microcrédito. De acordo com Parente (2002), o Banco do Nordeste do Brasil tornou-se a segunda maior instituição no fornecimento de microcrédito na América Latina, em apenas dois anos de atividades. O Programa Crediamigo utiliza como base a metodologia de grupos solidários, após visitas a instituições de microcrédito no exterior, entre as quais o Grameen Bank, em Bangladesh e o Bancosol, na Bolívia.

A partir de 1999, o BNB introduziu a metodologia de contratos individuais e em 2005 iniciou uma experiência de utilização da metodologia de bancos comunitários. O Crediamigo facilita o acesso ao crédito a milhares de empreendedores que desenvolvem atividades relacionadas à produção, à comercialização de bens e à prestação de serviços.

De acordo com o trabalho de Neri e Medrado (2015), o setor que mais concentra os clientes do Crediamigo é o comércio, abrangendo 92% dos clientes, metodologia do aval solidário consolidou o Crediamigo como o maior programa de microcrédito produtivo orientado do país, garantindo a milhares de empreendedores o fortalecimento de sua atividade e a melhoria da qualidade de vida de sua família.

Neri (2018) afirma em seu estudo sobre os dez anos de atuação do Programa Crediamigo que este foi o responsável chave pelo crescimento do microcrédito na região Nordeste, cujas taxas de crescimento são superiores às brasileiras. Ele informa que, comparando os resultados das duas pesquisas ECINF, publicadas pelo IBGE em 1997 e 2003, o acesso ao crédito no Nordeste subiu de 3,97% para 6,27%, enquanto nas outras áreas urbanas brasileiras passou de 5,34% para 5,99%.

O Banco Palmas, estabelecido em 1998 na cidade de Fortaleza, Ceará, também é um exemplo de sucesso no âmbito do microcrédito. Seu objetivo principal é oferecer microcrédito às famílias a taxas de juros reduzidas, dispensando a necessidade de verificações de cadastro, comprovação de renda ou garantias. No lugar disso, os moradores locais atuam como fiadores, avaliando a responsabilidade do tomador do crédito. Além disso, nos últimos anos, têm surgido iniciativas semelhantes, como os Bancos do Povo, implementados por governos estaduais como parte de políticas públicas voltadas para a geração de emprego e renda.

O Banco do Povo foi estabelecido como uma instituição destinada a conceder crédito para investimentos em pequenos empreendimentos comerciais. Para operar, requer a presença de agentes de crédito especializados, responsáveis não apenas por avaliar a viabilidade econômica dos empréstimos, mas também por acompanhar e orientar os devedores em suas atividades empresariais. Essa abordagem visa não apenas fornecer financiamento, mas também oferecer suporte e orientação para o sucesso dos empreendimentos beneficiados.

As diferentes concepções de Banco do Povo coincidem ao avaliar que é necessário o apoio oficial em certos aspectos de suas atividades. O Estado deve apoiar não somente a constituição dos fundos iniciais para o crédito, como também financiar o treinamento e qualificação dos agentes especializados de crédito (DINIZ, 2002).

2.3 O microcrédito e o desenvolvimento local

A palavra crédito significa confiança, pois deriva das palavras latinas “*credere*” e “*creditum*”. Para Schumpeter (1982), quem precisa desta confiança para que haja desenvolvimento econômico é o empresário, pois é para este que o crédito é essencial no processo de desenvolvimento econômico. É importante destacar que o empresário, para esse autor, não é simplesmente um administrador, mas sim um empreendedor com capacidade de fazer inovações contínuas.

Esse autor descarta todas as outras formas de crédito que não sejam essenciais, tais como o crédito para consumo, para repor estoques, para manter fluxos diários e para a manutenção de negócios existentes que podem sofrer contratemplos. Neste sentido, o papel do crédito para o desenvolvimento econômico, segundo Schumpeter (1982), é criar poder de compra ao empresário para estimular as inovações as quais, por sua vez, venham a induzir novas combinações de meios de produção que resultem em novos produtos nos mercados.

Para tanto, o cerne do fenômeno do crédito é

Essencialmente a criação do poder de compra com o propósito de transferi-lo ao empresário, mas não simplesmente a transferência de poder de compra existente. A criação de poder de compra caracteriza, em princípio, o método pelo qual o desenvolvimento é levado a cabo num sistema com propriedade privada e divisão do trabalho. Através do crédito, os empresários obtêm acesso à corrente social dos bens antes que tenham adquirido o direito

normal a ela. Ele substitui temporariamente, por assim dizer, o próprio direito por uma ficção deste. A concessão de crédito opera nesse sentido como uma ordem para o sistema econômico se acomodar aos propósitos do empresário, como um comando sobre os bens de que necessita: significa confiar-lhe forças produtivas. É só assim que o desenvolvimento econômico poderia surgir a partir do mero fluxo circular em equilíbrio perfeito. E essa função constitui a pedra angular para a moderna estrutura de crédito. (SCHUMPETER, 1982 p.74).

A partir desses elementos fica clara a condição e importância do crédito no desenvolvimento econômico. De acordo com Zica, Martins e Chaves (2018), “o acesso ao crédito é uma das mais importantes ferramentas ao desenvolvimento econômico de um país”. Esses autores mencionam, ainda, que o acesso à obtenção de recursos para aumentar a capacidade produtiva através de investimentos, aumenta o faturamento e gera mais empregos contribuindo para a permanência e sobrevivência das empresas no mercado.

Apesar dessa importância, sabe-se que o acesso ao crédito possui fatores limitadores, com destaque para os altos custos financeiros e para as restrições que geralmente são impostas pelos agentes financeiros. Além disso, sabe-se também que a demanda por crédito ainda não atendida é alta, especialmente para segmentos de produtores que operam em atividades de pequeno porte e/ou na informalidade. Exatamente para enfrentar esses desafios, mas recentemente passou-se a ter a opção do microcrédito (COSTA, 2010).

Embora existam registros de experiências desde o século XV na Inglaterra, com instituições de caridade; no século XIX na Alemanha, com as cooperativas de crédito; e no século XX nos EUA, com os fundos de ajuda, a experiência de Muhammad Yunus, em Bangladesh, uma das principais referências neste debate (LIMA, 2018).

De maneira geral, percebe-se que a orientação dessa instituição é direcionar o crédito especificamente para atividades que promovam a geração de emprego e renda para pessoas ou famílias em situação desfavorável, com o intuito de combater a exploração por parte de indivíduos que oferecem empréstimos a custos abusivos. Além disso, busca-se organizar esses segmentos desfavorecidos da população. Com essa abordagem, além de promover o fortalecimento econômico e social desse público, almeja-se interromper o ciclo prejudicial da pobreza e da exclusão social. (TOSCANO, 2002)

Para o idealizador do sistema de Bangladesh “o microcrédito pode não ser a solução, mas é uma força de mudanças não só econômica e pessoal, mas também social e política... pois graças ao microcrédito os pobres podem conjugar seu capital humano e seu capital monetário para melhorar as condições de vida e o mundo que os cerca” (YUNUS, 2000, p.191- 192).

Para Mick (2003), atender prioritariamente mulheres significou uma mudança social, além de econômica, pois oportunizou a emancipação da mulher num país onde a religião islâmica é majoritária e mantém certas restrições à participação das pessoas do sexo feminino. Também é considerada uma inovação pelo fato de se contrapor ao sistema creditício tradicional, ao ofertar recursos aos segmentos menos favorecidos da população de forma desburocratizada e com taxas de juros abaixo do mercado, o que comprovadamente contribui para retirar muitas pessoas da situação de pobreza e miséria.

Segundo Costa (2010), a revolução financeira de Yunus foi dar crédito ao trabalho, quando sempre se dava ao capital. Costa refere-se à questão de o sistema financeiro não estar cumprindo seu papel fundamental na reprodução do capital que seria, segundo esse autor, o de investir através do crédito e assim empregar mais a população economicamente ativa. Neste sentido, para esse autor, o microcrédito passa a ser um importante instrumento de política pública de geração de trabalho e renda para parcelas da população excluída econômica e socialmente.

Esse mesmo autor afirma que ocorre, simultaneamente, uma revolução cultural a partir dos desencadeamentos gerados posteriormente à liberação do microcrédito:

Os trabalhadores adquirem meios de produção. As mulheres, devedoras prioritárias, tornam-se as maiores responsáveis pelas finanças domésticas. Elas se emancipam. A revolução do microcrédito é também revolução feminista contra o patriarcalismo. Logo adiante, prosseguindo o negócio, elas necessitam de informações. Buscam educação. Torna-se, então, uma revolução cultural. (COSTA, 2010, p.4).

Normalmente, a noção de desenvolvimento local remete à tomada de decisões “de baixo para cima”, em que a capacidade de decidir não é algo exclusivo de órgãos estatais e/ou de entidades empresariais e instituições que eliminem qualquer possibilidade de envolvimento e participação da sociedade local e de suas diferentes formas de organização. Tal inversão na lógica organizativa da sociedade

possibilita o exercício da cidadania, amplia o espaço de interação entre os cidadãos, além de dar maior autonomia na definição e gestão dos negócios (MICK, 2003).

Neste caso, as potencialidades e os efeitos de novas experiências, como é o caso do microcrédito, são fortemente potencializados. Isto mostra que o microcrédito e o desenvolvimento local estão intimamente ligados. Mesmo que o microcrédito não seja o único instrumento de promoção do desenvolvimento local, ele pode ser considerado como uma ferramenta importante para ajudar a alavancar as potencialidades locais desde que esteja articulado a um conjunto de políticas que contemplem um plano de desenvolvimento econômico sustentável para a região e até mesmo para o país (LIMA, 2018).

Na perspectiva do desenvolvimento local, Toscano (2002) afirma que o microcrédito deve ter como finalidade fomentar a construção de cadeias produtivas voltadas à produção de bens, visando atender parcela significativa da demanda local. Todavia, esse autor ressalta que o microcrédito sozinho não é suficiente para desencadear um processo de grandes mudanças locais, necessitando de ações e políticas complementares. Por isso, o autor entende que as distintas potencialidades do microcrédito se manifestam mais fortemente em comunidades com laços fortes de sociabilidade, como associações de moradores, mutirões comunitários, reciclagem de materiais, moedas locais, bancos solidários, etc.

2.4 Empreendedorismo

O Empreendedorismo é um tema muito relevante para a economia, para a geração de emprego e renda e, conseqüentemente, para o crescimento econômico do local onde ele está sendo realizado. Em épocas de crise, como Dornelas (2018) aponta, o ato de empreender pode ser uma saída à falta de emprego, criando novos negócios.

Degen (2019) em consonância com Dornelas caracteriza o período de crise como sendo um período de oportunidades. O empreendedorismo se baseia na figura do empreendedor, assim, é importante considerar, que as pessoas que empreendem, segundo Dornelas (2018, p. 5) “são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um

legado”. Para compreender completamente o conceito por trás de um tema, é importante saber o significado e a origem dele.

Degen (2019) nos presta esse serviço, contextualizando que o termo empreendedor deriva da palavra em língua inglesa *entrepreneur*, que vem do termo francês *entreprende*, que se originou da junção de duas palavras em latim, *inter* (reciprocidade) e *prehendre* (comprador). A combinação dessas duas palavras resulta no termo intermediário. Dornelas (2018, p. 22) define empreendedorismo como “envolvimento de pessoas e processos, que em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”.

A partir dessa afirmação, entendemos que, para se empreender é necessário ter uma ideia, algo que não existe ou fazer diferente da maneira daquilo que já existe, ou ainda, identificar uma oportunidade e colocar em ação o que foi pensado.

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 6) “o empreendedor segue o que acredita ser uma oportunidade” e Dornelas (2018, p. 23) complementa com a seguinte frase, “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela”. Os termos ideia, criatividade e oportunidade andam lado a lado no certame do empreendedorismo.

Baron e Shane (2016) definem o empreendedorismo como uma área de estudos que busca investigar como surgem as oportunidades para criação de novos serviços ou produtos, novos mercados, processos produtivos, modos de organizar as tecnologias existentes ou insumos, e como pessoas específicas as descobrem, exploram e desenvolvem. Como enfatizado por outros autores, temos no estudo do empreendedorismo palavras-chave como: oportunidade, criação, exploração e desenvolvimento que estão interligadas a criatividade e ideias.

Degen (2019) aponta quais são os motivos mais usuais que levam pessoas a empreender: desejo de elevar a renda; vontade de sair da rotina de emprego e poder implementar ideias próprias; ser o próprio patrão e por consequência definir o futuro e não ter que dar satisfação a terceiros; provar a si próprio e a seus pares a capacidade de empreender; vontade de obter benefícios e reconhecimento a partir de suas ações e, por fim, gerar benefícios à sociedade.

Quando se escreve sobre empreender, possuir o próprio negócio, ser chefe de si mesmo, pode se ter uma visão turva do que é de fato o empreendedorismo, uma vez que o risco nesse tipo de atuação é constante. Algumas características são

marcantes nos empreendedores, Dornelas (2018) traz algumas, a saber: habilidade de criar algo novo; está comprometido e devotado para fazer o empreendimento dar certo, calculando riscos e tomando decisões, além de lidar com as falhas e erros que elas possam acarretar. Para o já mencionado autor, os empreendedores de sucesso são aqueles que:

Estão sempre atrás de novas ideias de negócio e de verdadeiras oportunidades de mercado, ficando atentos a tudo que ocorre à sua volta. São curiosos e questionadores, não aceitando a primeira explicação dada sobre os fatos. (DORNELAS, 2018, p. 41).

Nesta mesma perspectiva reforçadora da identidade empreendedora, é apontada como característica importante no perfil dos empreendedores, “seu inconformismo irracional com a situação atual das coisas e sua ânsia por mudanças” (DEGEN, 2019, p. 14).

As fases do processo empreendedor podem ser estabelecidas em quatro, conforme retirado de Dornelas (2018, p. 26), são elas: “identificar e avaliar a oportunidade; desenvolver o plano de negócios; determinar e captar os recursos necessários; e gerenciar a empresa criada”. Não necessariamente as fases devem seguir esse roteiro, podendo ocorrer de forma variada e sem prejuízos ao empreendimento, como concordam Baron e Shane (2016, p. 15) ao explicarem que “não queremos sugerir que o empreendedorismo pode ser prontamente dividido em fases claras e facilmente distinguíveis. Na verdade, o processo é complexo demais para que isso ocorra”.

A abordagem dos autores sobre o empreendedorismo, ao dividir o ato de empreender em fases, busca criar uma estrutura lógica para esse processo, sugerindo que ele tenha um começo, um meio e um fim. É importante notar que, na prática, nem sempre a realidade segue exatamente essa lógica teórica. No entanto, aderir à teoria pode ser benéfico, pois ela foi desenvolvida com base em experiências passadas e serve como um guia para empreendimentos futuros. Ao seguir essa estrutura teórica, os empreendedores podem se beneficiar das lições aprendidas e das melhores práticas identificadas, aumentando suas chances de sucesso.

Baron e Shane (2016, p. 12) corroborando com a visão dos referidos autores, expõem que “o processo empreendedor começa quando uma ou mais pessoas reconhecem uma oportunidade”. Trazem ainda que “as oportunidades têm

potencial de gerar valor econômico e são vistas como desejáveis na sociedade em que ocorrem”. Hisrich, Peters e Shepherd (2014) apontam sete áreas de tendências que podem gerar negócios, são elas: verde; energia limpa; orientação orgânica; econômica; social; saúde; *web*.

Baron e Shane (2016) também elencam alguns campos que se configuram em campo fértil de oportunidades, tais como: mudança tecnológica; mudança política e regulamentar; mudança social e demográfica. Podemos observar que os campos citados têm algo em comum, a mudança. Vivemos numa época de constantes mudanças, principalmente de hábitos e costumes, o que por sua vez amplia as oportunidades de empreender. Estar atento às modificações às quais a sociedade está exposta, bem como as regras que a regem, é de suma importância para o empreendedorismo.

A segunda etapa, por mais que seja um processo formal, e já determinado com passo a passo pré-estabelecido, se configura em um processo trabalhoso para pessoas que estejam empreendendo pela primeira vez. Fazer o plano de negócios envolve colocar ideias e pensamentos no papel, atividade nem sempre fácil, porém de importância única para reduzir riscos, a partir do levantamento do mercado (DORNELAS, 2018).

O terceiro passo, determinar e captar recursos enfatiza a extensão do que foi idealizado no plano de negócios, destacando a captação como sendo um ponto crucial e nem sempre fácil. Há inúmeros meios de angariar recursos, desde recorrer a instituições financeiras (destacando o plano de negócios como facilitador para receber o montante requisitado), economias previamente resguardadas ou apoio de amigos e familiares. Não esquecendo a modalidade anjo, investidor externo que aporta dinheiro no negócio para que o mesmo possa iniciar, se desenvolver ou alavancar (DORNELAS, 2018).

Por fim, a quarta etapa, gerenciar a criação. Por mais que a ideia seja boa, que os recursos necessários para iniciar o empreendimento estejam garantidos, equipe selecionada e pronta para atuar, esses aspectos por si só não são garantia de que a empreitada dê certo. Gerenciar pode aparentar ser a parte mais fácil, porém não é, visto que é no dia a dia das operações que os problemas começam a surgir, sendo necessário que sejam resolvidos. Nesse ponto entra o estilo de gestão do empreendedor na prática (DORNELAS, 2018).

3 METODOLOGIA

Uma pesquisa recente foi conduzida com cinco empreendedores em São Luís e seus arredores, abrangendo diferentes municípios da região. Estes empreendedores foram selecionados por serem Microempreendedores Individuais (MEIs), uma categoria que tem se destacado no cenário empresarial brasileiro.

Este capítulo explicará os métodos utilizados para conduzir esta pesquisa, desde a escolha do tema até o tipo de pesquisa realizada. Metodologia é conhecida como o processo relacionado ao estudo do conhecimento e suas formas. Corresponde ao estudo e avaliação dos vários métodos disponíveis, compreendendo os seus fundamentos e limitações provocativas quanto à sua utilização. Quando utilizado, analisa e estuda métodos e processos de pesquisa, bem como cria novos métodos que acompanham o processamento de informações para solução de problemas.

Marconi e Lakatos (2010, p. 218) mostram quais as condições para se realizar uma pesquisa científica, devendo ser elaborados “de acordo com normas preestabelecidas e com os fins a que se destinam”. Pode-se também destacar a importância de os trabalhos serem inéditos ou originais, pois contribuem “para a ampliação de conhecimentos ou a compressão de certos problemas, mas também servirem de modelo ou oferecer subsídios para outros trabalhos” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 218).

Toda pesquisa científica deve ter uma metodologia para que se possa colher e analisar os resultados da mesma, como conceitua Gressler (2007, p. 48) “a metodologia desenvolve a preocupação em torno de como captar e manipular a realidade, questionando a cientificidade da produção tida como científica”.

3.1 Tipo de Pesquisa

A presente pesquisa terá uma abordagem qualitativa que segundo Gressler (2017, p. 49) “é utilizada quando se busca descrever a complexidade de determinado problema, não envolvendo manipulação de variáveis e estudos experimentais”. Creswell (2017, p. 46) traz que na pesquisa qualitativa “os investigadores usam a literatura de maneira consistente com as suposições de aprendizado do participante, e não para prescrever as questões que precisam ser respondidas do ponto de vista do pesquisador”. Vale destacar que a maior

preocupação dessa abordagem é “com a descrição e apresentação da realidade tal como é em sua essência, sem o propósito de introduzir informações substanciais nela” (GRESSLER, 2017, p. 49).

Além de se configurar como uma pesquisa de natureza de observação, que não apenas observa, mas também registra de maneira organizada os comportamentos de pessoas, objetos e eventos. Isso é feito para capturar informações relevantes sobre o fenômeno em estudo.

O método utilizado nesta pesquisa foi o estudo de caso, que segundo Gil (2019, p. 2) “há situações em que um estudo de caso é muito mais recomendado que um levantamento de campo ou experimento”, com essa crença em comum que foi escolhida essa modalidade. Martins e Theóphilo (2019, p. 62) afirmam que o objetivo do estudo de caso é “o estudo de uma unidade social que se analisa profunda e intensamente”, cuja análise foi feita pelo prisma da temática. O estudo de caso “permite que os investigadores retenham as características holísticas e significativas da vida real” (YIN, 2010, p. 24).

Dentre as formas de se obter informações para esse tipo de pesquisa, foi escolhida a entrevista semiestruturada, que está disponível no Apêndice A. Marconi e Lakatos (2010, p. 149) afirmam que a coleta de dados é a “etapa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos”. As referidas autoras ressaltam que é fundamental que haja um rigoroso controle na aplicação do instrumento de pesquisa, evitando assim defeitos e erros, além de resultados tendenciosos (MARCONI; LAKATOS, 2010).

O Quadro 3 traz as perguntas utilizadas na entrevista, para atingir os objetivos traçados pelo presente trabalho.

Quadro 3 - Principais questões do roteiro de entrevista

QUESTÕES	VARIÁVEL DA PESQUISA
Qual foi o fator principal que o incentivou a iniciar sua jornada no empreendedorismo?	Motivação
Qual é o setor de negócios em que você atua?	Desenvolvimento local
Quais obstáculos você está enfrentando atualmente na operação do seu negócio?	Dificuldades
Como você está lidando ou pretende lidar com esses desafios?	Motivação
Em que medida o funcionamento do seu negócio depende diretamente de você?	Dificuldades
Como você utilizou o microcrédito?	Economia de recursos
Qual a sua percepção sobre como o microcrédito afetou o desenvolvimento do seu negócio?	Economia de recursos
Até que ponto o seu negócio depende de empréstimos? Acredita que progrediria sem essa assistência?	Economia de recursos
Você já participou de algum programa de capacitação ou treinamento para empreendedores? Acredita que teve benefícios após a capacitação?	Capacitação
Atualmente você acredita que possui o conhecimento necessário para impulsionar o crescimento de seu empreendimento?	Capacitação
Você busca constantemente aprimorar suas habilidades e conhecimentos para administrar melhor seu empreendimento? Qual a importância disso na sua percepção?	Capacitação
Com que facilidade você encontra programas de treinamento com conteúdo eficaz para o desenvolvimento de seu negócio?	Dificuldades
Você está satisfeito (a) em como desenvolveu o seu negócio até aqui?	Motivação
Você almeja e sonha com uma grande empresa a partir do seu negócio ou está satisfeito em onde chegou até agora?	Motivação

3.2 Local de Estudo

O pesquisador deve considerar o comportamento dos participantes no meio social, como parte de uma comunidade que desempenha papéis na sua própria cultura. Por isso, vários elementos presentes nesta 'comunidade' podem influenciar o curso da pesquisa. Para facilitar os estudos, trabalha-se com uma parcela de representantes desta população, ao invés da população inteira em si (PEROVANO, 2016).

A entrevista deste trabalho foi aplicada na cidade de São Luís – MA. A pesquisa foi realizada com o público dos microempreendedores individuais (MEIs). Para obter mais informações com relação às reais dificuldades que os MEI's enfrentam no dia a dia com relação à sua formalização, o trabalho irá abordar também o método qualitativo de pesquisas que exercem os seus negócios nesta cidade.

3.3 Coleta e Análise de Dados

Segundo Gressler (2007, p. 2000), “coleta juntamente com a análise é a discussão, a argumentação e explicação nas quais o pesquisador se fundamenta para anunciar as proposições”, ou seja, é o momento em que o material coletado em campo é relacionado com as teorias utilizadas no referencial teórico.

Gil (2019) aponta que a maior parte das pesquisas qualitativas, assim como o estudo de caso, a interpretação e a análise de certa maneira ocorrem ao mesmo tempo que a coleta. Gil (2019, p. 91) assegura que a “análise e interpretação de dados nos estudos de caso é uma atividade complexa” corroborando com Yin (2010, p. 155) que afirma que “é um dos aspectos menos desenvolvidos e mais difíceis dos estudos de caso”.

A forma de análise adotada no presente trabalho é a análise de conteúdo que segundo Gil (2019, p. 98) é “um procedimento aplicável a qualquer comunicação escrita”. Bardin (2016, p. 44) afirma que a análise de conteúdo “aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. O período da coleta de dados se deu de 01 a 31 de outubro de 2023.

Entende-se que essa é uma amostra substancial que permitirá uma apuração de resultados que representem o microcrédito como instrumento de desenvolvimento local da cidade de São Luís – MA.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O objetivo desta seção é apresentar dados coletados por meio de entrevistas com público microempreendedor individual (MEI).

Dentre as perguntas abordadas, a primeira se refere ao principal fator que incentivou o MEI a iniciar sua jornada no empreendedorismo. O primeiro entrevistado revelou que *“teve uma visão de uma boa possibilidade de mercado”*. Já o segundo entrevistado afirmou que *“precisou de uma renda extra na pandemia”*.

O processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novos empreendimentos (PEREIRA, 2017).

O terceiro entrevistado afirma que sua jornada no empreendedorismo começou *“por falta de oportunidade de emprego de carteira assinada”*, em contrapartida, o quarto participante da entrevista declara que optou pelo empreendedorismo pelo fato de *“conseguir conciliar trabalho e tempo de qualidade com a família”*. O último entrevistado expõe que *“o desemprego foi o motivo de entrar no mundo do empreendedorismo”*.

Dolabela (2014, p. 43) explica a origem da palavra e conceitua empreendedorismo como “um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação”.

Dolabela (2018, p. 24) conceitua empreendedorismo como “um termo que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar”. O autor, após realizar um levantamento entre diversas definições de empreendedorismo, sintetiza a conceituação do termo ao afirmar que alguns aspectos se encontram presentes na maioria das definições. A “iniciativa para criar um negócio”, a “utilização dos recursos disponíveis de forma criativa”, a “aceitação de assumir riscos e não ter medo de errar”, por exemplo, estão presentes na maioria das definições, e serão utilizadas no decorrer desse trabalho com foco no contexto da empresa pública.

O processo empreendedor é um fenômeno complexo e multidimensional. Significa dizer que o processo empreendedor compreende atividades e ações que perpassam pelas aptidões pessoais do empreendedor, organizacionais e ambientais (PEREIRA, 2017). Ainda conforme o autor, a complexidade e multidimensionalidade

que acompanham o processo empreendedor podem ser vislumbradas a partir de suas características, a saber:

a) inicia com um ato de vontade humana; b) envolve a mudança de um estado (sem a empresa) para outro (com a empresa); c) representa uma descontinuidade na estrutura competitiva de uma indústria, podendo originar até uma nova indústria/mercado; d) é holístico, uma vez que representa uma parte do sistema industrial como um todo; e) é dinâmico, uma vez que a nova empresa e a própria indústria da qual faz parte estão evoluindo; f) é único, nenhuma outra situação competitiva evolui da mesma forma; e g) é determinado por diversas variáveis originárias da indústria na qual ocorre.

As características supramencionadas podem ser condensadas, embora existam outras classificações, em quatro etapas distintas, são elas:

- a) A identificação e avaliação da oportunidade;
- b) O desenvolvimento do Plano de Negócios;
- c) A determinação dos recursos necessários;
- d) A gestão da empresa.

Muito embora as etapas do processo empreendedor sejam apresentadas sequencialmente, cumpre enfatizar que não se faz necessário aguardar que uma etapa seja concluída para que outra seja iniciada. Por exemplo, ao identificar e avaliar uma oportunidade, que corresponde à primeira etapa, o empreendedor já deve ter em mente o tipo de negócio que quer criar, o que equivale à quarta etapa (PEREIRA, 2017).

O empreendedorismo é um processo que envolve o início e a evolução de um negócio ou de atividades que levem à criação de um empreendimento bem-sucedido. Esta definição está ligada à ideia de empreendedorismo como a geração de um novo empreendimento, seja quando o empreendedor está envolvido na fundação de uma nova empresa ou quando se compromete com a implementação de um novo produto ou serviço dentro de uma organização já existente.

A segunda pergunta da entrevista aborda o setor de negócios que os participantes atuam, dentre as respostas os setores citados foram:

- “Varejo”;
- “Comércio de acessórios e bijuterias”;
- “Vendas e comércio de vestuário”;

→ “*Serviço de organização de feiras, congressos, exposições e festas / comércio varejista de outros produtos*”;

→ “*Alimentação*”.

O sucesso de um empreendedor depende da sua capacidade de identificar oportunidades, concentrando-se não apenas nos negócios, mas também nas pessoas. Características como determinação, disposição para assumir riscos calculados e confiança são frequentemente destacadas como parte do perfil típico do empreendedor. Estas qualidades desempenham um papel crucial no destino de uma empresa, influenciando diretamente entre o sucesso e o fracasso.

Em quase todas as definições sobre empreendedor há um consenso, um padrão de comportamento típico: tomar decisão, organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático, aceitar o risco ou o fracasso.

Portanto o empreendedorismo é criar e programar novos negócios, inovar, ou seja, quem empreende mobiliza e gerencia recursos para gerar algum tipo de valor. Esses recursos podem ser dinheiro, matéria-prima, mão de obra, máquinas, entre outros. Pode-se dizer que o empreendedorismo está ligado a satisfação das necessidades com a disposição para enfrentar crises, explorando oportunidades e curiosidades com inovação e criatividade. “O termo empreendedorismo aponta para a execução de planos ou impulsos para a realização de um negócio ou para a introdução de uma inovação de gestão numa organização já estruturada” (CAMARGO; FARAH, 2010, p.22).

Conforme SEBRAE (2017), no empreendedorismo a possibilidade de realização pessoal é grande, é possível unir prazer e trabalho, sendo esta a principal diferenciação do mesmo, pois ele promove nas pessoas a vontade de criar algo novo, diferente do que os outros já fizeram, ou seja, o empreendedorismo consiste essencialmente em fazer as coisas que geralmente não são feitas quando se relaciona a negócios.

Os empreendedores são agentes assumidores de risco, que inovam, provêm do trabalho e participam ativamente do crescimento da economia. Seja qual for a sua área de atuação, produtos ou serviços, eles transcendem o usual e buscam pelo novo, pelo que irá atrair mais consumidores, por novos mercados e pelo que poderá gerar mais valor. Suas atividades se baseiam principalmente na criação de

alguma atividade econômica e na melhoria do que já é comum em termos de eficiência, mercadoria e custos (IBGE, 2023).

A terceira pergunta discorre sobre os obstáculos encontrados ao longo da operação do negócio, como por exemplo: captação de clientes, controle de estoque, precificação, gestão financeira, etc.

O primeiro entrevistado declarou que *“a maior dificuldade está em sempre escalar minha operação, preciso sempre buscar novas maneiras de atingir novos clientes e nem sempre consigo.”* Já o segundo entrevistado diz que seu maior obstáculo *“é a gestão financeira, ter um fluxo de caixa mais organizado, ter uma melhor programação de compras e pedidos, ter campanhas de marketing e divulgação mais organizada”*.

O significado de “empreendedor” tem se modificado com o tempo, conforme a definição de Joseph Schumpeter (2015): “É aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. É uma pessoa que inicia e/ou opera um negócio”.

Ser um empreendedor vai além de simplesmente iniciar ou adquirir um negócio. Requer a habilidade de identificar novas oportunidades e, a partir delas, criar novos padrões, aprimorando e transformando ideias, produtos e abordagens existentes. É um processo que envolve a capacidade de inovar, redefinir valores e modificar conceitos para criar algo novo e significativo no mercado.

O terceiro entrevistado declara que *“hoje em dia estou enfrentando dificuldades em relação às vendas que caíram bastante”*. O quarto entrevistado responde que *“neste momento o principal desafio é manter-me no mercado com uma precificação justa, visto que muitos profissionais da área estão optando por oferecer pacotes pegue e monte muito abaixo do valor de mercado”*. Assim como o quinto entrevistado, que também retrata esse tópico, *“o maior obstáculo é a precificação, pois, no mercado que atuo, outros empreendedores deixam a desejar na qualidade para oferecer preço baixo.”*

O empreendedorismo pode ser considerado um fenômeno cultural, já que muitos empreendedores são moldados pelas influências do ambiente em que estão inseridos, frequentemente sendo influenciados por indivíduos próximos. Ser empreendedor possui uma relevância significativa para a economia, a sociedade e, inquestionavelmente, para o próprio indivíduo que opta por adentrar nesse universo.

Para prosperar no cenário atual dos negócios, um empreendedor precisa ser visionário, capaz não apenas de competir com outras empresas, mas também de antecipar as necessidades dos clientes por meio de uma inovação revolucionária. Uma gestão empreendedora é aquela que introduz dentro da empresa o desejo pela inovação e, ao mesmo tempo, práticas gerenciais transformadoras que incentivam equipes a conceber novos projetos, produtos e até mesmo modelos de negócios, diminuindo as incertezas de um mercado constantemente agitado. Atualmente, acredita-se que o espírito empreendedor pode e deve ser incorporado à administração diária de qualquer empresa, independentemente de seu tamanho, setor de atuação ou estágio de desenvolvimento no mercado.

Os benefícios do empreendedorismo não são restritos. Apesar das previsíveis dificuldades em seu desenvolvimento, as organizações que incentivam o empreendedorismo e a inovação podem obter ganhos, tanto na capacidade de comunicação e troca de informações dentro da organização como na motivação dos funcionários ao exporem suas ideias e participarem ativamente das mudanças organizacionais (NUNES, 2019).

A quarta pergunta debate sobre como o empreendedor lida ou pretende lidar com esses obstáculos e desafios. O primeiro entrevistado diz que para lidar com os obstáculos, pretende se capacitar. Já o segundo entrevistado responde:

Ter um sistema que me permita ter um fluxo de caixa e um controle financeiro mais organizado, para me programar melhor para fazer as compras e pedidos, elaborar e seguir melhor as campanhas de marketing e divulgação.

Empreender é uma jornada cativante e desafiadora. O caminho rumo ao sucesso não segue uma trajetória linear, sem obstáculos. Ter um empreendimento próprio implica enfrentar riscos e dificuldades que podem resultar em eventuais fracassos, mas muitas vezes esses desafios conduzem o empreendedor a um novo nível de desenvolvimento. Existem abordagens inteligentes e inovadoras para lidar com momentos de crise. Aqueles que se preparam adequadamente para enfrentar essas adversidades têm uma vantagem, independentemente do campo de atuação de sua empresa.

É comum que muitas pessoas resistam à ideia de antecipar dificuldades, pois veem a possibilidade de fracasso antes mesmo que ele ocorra. É claro que haverá momentos turbulentos, mas o que distingue os grandes líderes é a habilidade

de manter a visão adiante, minimizando riscos e planejando a recuperação diante de possíveis contratempos ao longo do caminho.

O terceiro respondente diz que *“está trabalhando mais horas por semana”*. Em contraponto, o quarto entrevistado diz que *“manter a qualidade do serviço, pontualidade e compromisso com os meus clientes é a principal opção que tenho para lidar com o problema”*. O último respondente diz que *“estratégias, inovando sempre para nos tornar diferentes”*.

Quando a crise se instala, é crucial para um líder manter o foco e evitar o desespero. Em situações de crise, a serenidade e a sabedoria são essenciais para que o empreendedor possa agir de forma eficaz na correção do curso. A capacidade de planejamento deve ser ágil, transformando-se rapidamente em ações reparadoras.

Empreendedores bem-sucedidos compreendem a importância de antecipar-se às adversidades, extinguindo os incêndios antes que se propaguem. O planejamento estratégico deve ser minucioso, evitando surpresas indesejadas durante crises. É crucial criar uma planilha que analise detalhadamente as finanças da empresa, incluindo despesas com funcionários, produtos, serviços e projetos.

Em qualquer setor, empresas que adotam medidas inovadoras têm maior probabilidade de superar crises com menor dificuldade. Quando a adversidade surge, as empresas mais impactadas são aquelas que já estão defasadas em relação às práticas mais modernas do mercado.

Um empreendedor eficaz é alguém inquieto, constantemente em busca de formas de tornar seu negócio referência em inovação. Isso não apenas facilita a gestão de crises, mas também atua como catalisador para manter os colaboradores motivados, fazendo-os sentir parte de uma equipe que não aceita ficar estagnada. Portanto, para empreender com sucesso, o empreendedor deve estar atento às principais tendências do mercado em que atua.

Roveda (2016), completa afirmando que vários empreendedores acabam abdicando do próprio negócio devido à alta taxa de impostos e encargos. É preciso um contador de confiança para analisar as tendências do mercado e que saiba identificar o melhor momento para investir ou captar recursos. Os impostos variam de acordo com o ramo de atividade e até mesmo com o porte da empresa.

Segundo Hisao (2017), empreender no Brasil não é uma tarefa muito fácil, além de necessitar de conhecimento e habilidades, o administrador também depende do governo e das condições de mercado. São vários desafios encontrados pelo

empreendedor no Brasil, os mais comuns são: tributação, economia, legislação/burocracia, mercado internacional, falta de infraestrutura, falta de credibilidade, mudanças tecnológicas, e mudanças nos hábitos de consumo.

A próxima pergunta reflete em que medida o funcionamento do seu negócio depende diretamente do próprio empreendedor. Em resposta, o primeiro entrevistado diz que: *“eu como proprietário faço várias funções fundamentais ao meu negócio, desde atender o cliente ao gerenciamento financeiro, compras e limpeza”*. Todos os outros entrevistados responderam que o funcionamento do seu negócio depende 100% dos mesmos.

Hisao (2017) questiona: o que fazem os empreendedores? Eles usam sua indústria (ou seu trabalho) para organizar e dirigir os fatores de produção, de forma a atender as necessidades humanas. No entanto, eles não são apenas dirigentes. São também planejadores, avaliadores de projetos e tomada de riscos. Usando seu próprio capital, ou o que emprestam de outros, eles o transferem para os proprietários do trabalho, os recursos naturais (terra) e maquinário (ferramentas). Esses pagamentos, ou aluguéis, somente são recuperados se os empreendedores conseguem vender o produto para os consumidores. O sucesso empresarial não apenas é almejado pelo indivíduo, mas também é essencial para a sociedade. Um país com muitos comerciantes, fabricantes e agricultores inteligentes têm maiores possibilidades de alcançar a prosperidade, do que um outro que se dedique principalmente à busca das artes e ciências.

Muitos empreendedores ainda não entendem o quão importante é planejar e se estruturar. É por esse fator que muitos acabam falindo seus empreendimentos sem nem ter experimentado o “gosto” de ter seu próprio negócio. Segundo dados do Sebrae (2016), aproximadamente 25% das empresas com até 24 meses acabam fechando. É no momento da criação de um esboço para o empreendimento que entra o plano de negócios.

Essa ferramenta tem como principal propósito guiar o empreendedor nas tomadas de decisão, auxiliando na escolha de abrir ou não um novo negócio. Além disso, o plano de negócios pode funcionar como um suporte essencial não apenas para novos empreendimentos, mas também para empresas já estabelecidas, servindo como uma base que auxiliará nos próximos passos da empresa.

A sexta pergunta questiona como o empreendedor usou o microcrédito. O primeiro entrevistado fala que: *“investiu em estoque”*. O segundo respondente diz que

não utilizou o microcrédito. Já o terceiro entrevistado respondeu que “*com o dinheiro do empréstimo eu comprei mercadorias para vender*”.

O quarto respondente não utilizou o microcrédito. E por fim, o quinto entrevistado responde que “*usei para impulsionar meu empreendimento, tornar minha mão de obra mais eficaz, investir em máquinas para economizar tempo e ganhar mais dinheiro.*”

Microcrédito é a concessão de empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e microempresas sem acesso ao sistema financeiro tradicional, principalmente por não terem como oferecer garantias reais. É um crédito destinado à produção (capital de giro e investimento) e é concedido com o uso de metodologia específica (BARONE 2012).

A evolução temporal do microcrédito se relaciona com a inclusão social e financeira das pessoas empreendedoras que por falta de garantias ou outras exigências não acessam recursos financeiros e até mesmo não possuem vínculo bancário com instituições tradicionais.

Microcrédito são os empréstimos de baixo valor concedidos a pessoas de baixa renda. O microcrédito se encaixa no campo das micro finanças e envolve o fortalecimento de crédito a clientes não atendidos pelo setor bancário tradicional, abarcando apenas o setor de empréstimos, esses empréstimos têm como alvo os clientes microempreendedores (NERI 2018, p. 29)

Com esse viés de inclusão social e desenvolvimento do empreendedorismo é que os programas de microcrédito foram sendo implementados no Brasil e aos poucos modelados para um alcance cada vez maior do público-alvo.

De acordo com o BNDES (2021), podem acessar os recursos do Microcrédito as pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte, ou seja, aquelas que obtenham receita bruta igual ou inferior a R\$360 mil em cada ano-calendário. Os recursos podem ser utilizados para financiar capital de giro, compra de insumos e materiais ou investir em capital fixo, tais como melhorias do espaço físico ou compra de equipamentos produtivos. Esses recursos chegam até o microempreendedor de uma forma indireta, através dos agentes operadores que são organizações habilitadas a efetuar o repasse do microcrédito.

O crédito é disponibilizado para auxiliar nas demandas financeiras e responsabilidades de empreendedores envolvidos em atividades produtivas de pequena escala. Isso é feito por meio de uma abordagem que se baseia na interação

direta do agente de crédito com os empreendedores no local onde as atividades econômicas são realizadas. Os objetivos principais são:

- *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, visando seu fortalecimento institucional para a prestação de serviços aos empreendedores populares.*

O crédito também tem sua importância para o surgimento de novos empreendimentos, como afirma Gomes *et al.* (2019, p. 92), a concessão de crédito pode ser essencial para o início ou mesmo a ampliação de um negócio. Os micros e pequenos empreendimentos, na maioria informais e com alto potencial produtivo em alguns casos, não dispõem de rendimento próprio suficiente para apresentar garantias reais nas operações financeiras convencionais, e acabam na maioria das vezes excluídos do acesso ao crédito.

O microcrédito se destaca por proporcionar inclusão financeira e autonomia aos empreendedores conforme afirma Lima (2018, p.72), “o microcrédito vem sendo, nas últimas décadas, um importante instrumento para viabilizar a constituição e a manutenção de micro e pequenos negócios economicamente sustentáveis”.

Já Rosa *et al.* (2018), investigam o efeito do programa de microcrédito produtivo orientado do governo do Distrito Federal, programa Próspera e concluem que, os empreendedores tomadores de microcrédito apresentam um risco de fechamento 60% menor que os demais empreendedores.

Na mesma linha, o SEBRAE (2021) afirma que o setor dos Microempreendedores Individuais, têm a maior taxa de mortalidade de negócios em até 5 anos e atribui esse alto índice a falta de acesso à o crédito em consequência da falta de garantia, facilidade burocrática em abrir e fechar o empreendimento, tal como falta de capacitação da maioria dos empreendedores que acabam iniciando o negócio por uma necessidade emergente, como o caso de desemprego.

A sétima pergunta discorre sobre a percepção do microempreendedor sobre como o microcrédito afetou o desenvolvimento do seu negócio. O primeiro entrevistado diz que “*sempre busco já ter o destino totalmente traçado quando recorro*

ao crédito, para tentar utilizar de forma saudável, então todas as vezes que fiz uso foram de enorme ajuda para impulsar o meu negócio”.

O segundo entrevistado declara que *“não pude perceber, pois nunca usei, tenho receio de pegar e não conseguir pagar”*. O terceiro participante afirma que *“foi bom para aumentar meu estoque no momento e conseguir ter mais variedade para meus clientes”*. O quarto entrevistado não respondeu ao questionamento.

O último entrevistado cita que *“no momento foi a minha melhor opção, pois quando comecei não tinha capital de giro e o microcrédito foi uma válvula de escape.”*

A representação da ação empreendedora relacionada ao crédito mostra que o surgimento de um empreendimento começa com o desejo de empreender, seja esse desejo motivado por uma necessidade ou por uma oportunidade identificada. Esse desejo deve estar alinhado com uma demanda existente no mercado. A convergência entre o desejo de empreender e a necessidade do mercado resulta na geração de uma ideia.

Para o desenvolvimento adequado dessa ideia, são essenciais três elementos: o crédito, a ação empreendedora (iniciativa do indivíduo) e a capacitação. A combinação e interação desses aspectos são fundamentais para o sucesso da materialização da ideia em um empreendimento concreto.

Estando a ideia acompanhada dos aspectos citados anteriormente, a tendência é a geração de inovação e consequente sucesso do negócio em questão. Caso falte um dos três pilares – capacitação, crédito, ou ação empreendedora – a ideia corre sérios riscos de não se desenvolver. Assim, depreende-se que a proposta em questão apoia-se em Schumpeter (2017) quando o mesmo afirma ser o crédito importante para o processo empreendedor e na ação empreendedora que se correlaciona com a capacitação, pois neste momento já se acredita no processo de aprendizagem do empreendedorismo e não mais no empreendedor nato apregoadado por muito tempo.

Esta etapa do processo empreendedor compreende a aquisição de recursos, logo, o microcrédito, para que o negócio seja iniciado. O empreendedor possui duas possibilidades de financiamento: financiamento por endividamento ou financiamento por capital próprio. O financiamento por endividamento é o que o empréstimo deverá ser pago juntamente com a taxa de juros estipulada e não está diretamente ligada ao volume de vendas da empresa. Para este, é, geralmente, exigido que seja dado algum ativo como garantia. No endividamento por capital

próprio isto não é exigido e alguma forma de participação no negócio é oferecida ao investidor. Este possui um retorno baseado nos lucros do empreendimento de acordo com seu percentual de participação no financiamento do negócio (SEBRAE, 2017).

É importante que o empreendedor conheça todas as fontes de financiamento, pois os que são procurados primeiro são os bancos de varejo por serem os mais conhecidos, porém mais caros. Por isso o empreendedor deve deter informações que o auxiliaram a fazer a melhor escolha para a fonte de recursos.

Foi perguntado aos entrevistados, até que ponto o seu negócio depende de empréstimos? Acredita que progrediria sem essa assistência? Em resposta, o primeiro participante declara que *“pouco, consigo contar nos dedos de uma só mão as vezes que utilizei de empréstimos em 3 anos de operação.”* O segundo entrevistado afirma que:

Para eu crescer, conseguir colocar uma loja física, ter uma melhor estrutura de atendimento, conseguir ter um melhor estoque de mercadorias e etc.. Eu definitivamente precisaria pegar um valor de empréstimo, pois somente com o que faturado hoje em dia não seria possível.

O participante número três diz que *“dependo só 50% no momento, mas conseguiria progredir sim”*. O quarto participante não respondeu ao questionamento. O quinto e último participante relata que: *“hoje em dia não dependemos mais de empréstimo”*.

O sucesso de uma empresa é composto por uma série de variáveis essenciais, mas, existem aquelas que são ainda mais relevantes para manter o negócio nos rumos certos. Os recursos financeiros, sem dúvida, ocupam essa posição de destaque, já que toda empresa depende de capital para produzir e crescer.

Levantar recursos pode ser um desafio, especialmente para pequenas e médias empresas, onde o orçamento é mais restrito e o faturamento pode ser limitado. No entanto, há sempre caminhos para quem busca expandir seu negócio, e no contexto financeiro, as linhas de crédito se apresentam como uma opção interessante para os empresários.

Um empréstimo empresarial pode fornecer o capital necessário para cobrir despesas em um determinado período ou apoiar investimentos que prometem retornos positivos para o empreendimento. Essa injeção de recursos pode ser fundamental para impulsionar o crescimento ou para enfrentar desafios financeiros temporários.

A pergunta seguinte questionou aos microempreendedores sobre participação de algum programa de capacitação ou treinamento, e se os mesmos acreditam que houve benefícios após a capacitação. O entrevistado número um afirmou: *“já participava presencialmente e principalmente de forma online. Na verdade, desde que comecei a empreender eu entendi que preciso estudar e me aprimorar diariamente para continuar e manter meu negócio relevante e faturando.”*

O segundo entrevistado respondeu que *“sim”*. O terceiro participante relatou que *“nunca teve a oportunidade de participar”*. O quarto entrevistado relatou: *“no início busquei orientações, como o Sebrae”*. O último participante declarou: *“já participei de palestras online mais nada concreto, pois tudo o que eu vi eu já tinha uma noção”*.

Para um empreendedor, a capacitação é crucial e talvez até mais vital do que para outros profissionais. O conhecimento técnico e a preparação são elementos essenciais na atuação do empreendedor, que enfrenta uma série de desafios para garantir o crescimento e a relevância contínua de sua empresa no mercado. A capacitação contínua auxilia na adaptação a mudanças, no desenvolvimento de novas estratégias e na resolução eficaz de problemas, permitindo que o empreendedor esteja sempre à frente das demandas do mercado.

Isso pois os desafios enfrentados pelas empresas e pelos empreendedores no cotidiano de seus negócios são significativos. Um empreendedor que não procura se manter atualizado e capacitado acaba se limitando, o que pode ter um impacto negativo nos resultados da empresa. A capacitação contínua é vital para aprimorar habilidades, acompanhar as tendências do mercado e encontrar soluções inovadoras para os desafios que surgem no dia a dia empresarial.

Empreender no Brasil apresenta diversos obstáculos, especialmente para os pequenos empreendedores. Eles lidam com desafios como a crise financeira, a elevada carga tributária, os encargos da legislação trabalhista e a escassez de colaboradores bem preparados. Diante desse cenário, é essencial que o empreendedor tenha a capacidade de enfrentar esses desafios. A habilidade de se adaptar, encontrar soluções criativas e perseverar diante das adversidades é fundamental para a sobrevivência e o sucesso dos negócios em um ambiente empresarial desafiador como o brasileiro.

Uma das principais vantagens da capacitação para o empreendedor é que ela permite que os empreendedores desenvolvam habilidades de liderança e gestão.

Estas habilidades são cruciais para o sucesso de qualquer negócio, pois permitem que os empreendedores gerenciam suas equipes de maneira eficaz e tomem decisões estratégicas para o crescimento e desenvolvimento de suas empresas. Além disso, a capacitação empreendedora também pode ajudar os empreendedores a desenvolver suas habilidades de comunicação, o que é essencial para negociações e relacionamentos com clientes e fornecedores (SEBRAE, 2016).

Outra vantagem da capacitação é que ela permite que os empreendedores desenvolvam habilidades de *marketing* e vendas. Estas habilidades são fundamentais para o sucesso de qualquer negócio, pois permitem que os empreendedores promovam e vendam seus produtos ou serviços de maneira eficaz. A capacitação empreendedora também pode ajudar os empreendedores a desenvolver habilidades de finanças, o que é essencial para gerenciar seus negócios de maneira eficiente.

Além disso, a capacitação também é importante porque permite que os empreendedores desenvolvam uma mentalidade empreendedora. Isso significa que eles aprendem a pensar de maneira criativa e inovadora, o que é essencial para o sucesso em um mundo cada vez mais competitivo. A capacitação também pode ajudar os empreendedores a desenvolver sua resiliência e capacidade de lidar com o fracasso, o que é essencial para qualquer empreendedor que deseja ter sucesso no mundo dos negócios (SEBRAE, 2016).

Existem várias maneiras para as pessoas se capacitarem para o empreendedorismo. Algumas das opções mais comuns incluem:

- *Cursos;*
- *Palestras e workshops;*
- *Mentorias;*
- *Programas de aceleração de startups;*
- *Leitura e pesquisa;*
- *Networking.*

A capacitação desempenha um papel fundamental no sucesso do empreendedor e de seu negócio. Ela possibilita o aprimoramento de habilidades, o desenvolvimento de capacidades de gestão, administração e controle dos negócios, além de ensinar técnicas e ferramentas que permitem ao empreendedor alcançar resultados mais positivos para sua empresa. Através da capacitação, o

empreendedor pode se adaptar melhor às demandas do mercado, tomar decisões mais assertivas e buscar constantemente a inovação, elementos essenciais para o crescimento e a competitividade do negócio.

A décima pergunta argumenta se os empreendedores possuem o conhecimento necessário para impulsionar o crescimento de seu empreendimento. O primeiro participante declara: *“acredito que sim, mas como pequeno negócio as vezes sinto que preciso dominar muitas áreas, o que naturalmente é impossível.”* O segundo entrevistado diz que *“não possui o conhecimento suficiente, sempre é bom aprender e obter mais conhecimento”*. O terceiro participante diz que *“não possui”*. O entrevistado número quatro relata que *“sim”*. O quinto participante afirma: *“não, sinto que eu preciso de um pouco mais para poder alavancar meu empreendimento.”*

O sucesso de um empreendimento é um objetivo almejado por muitos empreendedores, mas é crucial compreender que não há um único caminho definitivo para alcançá-lo. Chegar ao sucesso empresarial envolve uma combinação de diversos fatores. É essencial que o empreendedor possua habilidades como liderança, visão estratégica, criatividade, capacidade de adaptação e resiliência, além de um conhecimento técnico e de mercado. A combinação e o equilíbrio desses atributos ajudam a estabelecer bases sólidas para um empreendimento bem-sucedido.

Um empreendimento bem-sucedido é caracterizado por diversos elementos, e para isso, o empreendedor precisa se capacitar para alcançar resultados financeiros positivos, sustentabilidade no crescimento, inovação e impacto socioambiental favorável. Isso vai além de uma gestão financeira e administrativa eficaz; requer também um compromisso com a ética, transparência e responsabilidade socioambiental. Em resumo, alcançar o sucesso em um empreendimento é um desafio complexo, mas possível, exigindo uma abordagem holística que integre diferentes aspectos para garantir resultados duradouros e positivos.

A pergunta seguinte se refere à busca constantemente para aprimorar as habilidades e conhecimentos para administrar melhor o empreendimento do MEI, bem como sua importância. O entrevistado número um responde: *“fundamental, e não só capacitação financeira, mas marketing, tecnologia, técnicas de vendas, tudo isso é muito importante atualmente no meu ramo de atuação”*. O segundo participante responde brevemente: *“às vezes, deveria buscar mais”*.

O terceiro entrevistado assume: *“ainda não faço nenhum acompanhamento para ajudar na gestão do meu negócio, mas acho que é importante sim”*. Logo em seguida, o próximo entrevistado diz: *“superimportante, busco constantemente, mas como qualquer empresa enfrentamos desafios”*. O quinto participante responde: *“sim, acho importante investir em conhecimento, pois ela mim o conhecimento é a chave para abrir diversas portas até o sucesso”*.

Para empreender, é necessário que o indivíduo adquira, desenvolva e renove seus conhecimentos e habilidades. Pedro (2017) afirma que o comportamento empreendedor possui características como inovação, criação e identificação de oportunidades, capacidade de assumir riscos, de implementação e finalização. Estas características comportamentais são habilidades que foram adquiridas por meio de experiências vividas pelo indivíduo.

Na aquisição do conhecimento não se pode ignorar a influência do meio, seja físico e/ou social bem como, os processos fisiológicos e as necessidades e experiências vivenciadas pelo indivíduo (PEDRO, 2017). Ação e conhecimento caminham juntos, estão associados, sendo difícil sua dissociação na prática. O ato de “conhecer é uma ação efetiva, ou seja, uma efetividade operacional no domínio de existência do ser vivo” (MATURANA; VARELA, 2011, p. 35). O ato de empreender está associado ao reconhecimento e a concretização de novas oportunidades que possam surgir a qualquer momento, para isso o indivíduo empreendedor deve estar preparado para as situações inesperadas, momento em que utilizará seus conhecimentos e demonstrará suas habilidades.

As habilidades não se limitam apenas ao conhecimento, mas estão ligadas à gestão do conhecimento. Elas representam não apenas o conhecimento tácito, mas também uma forma de aplicar e praticar esse conhecimento. As habilidades são o meio pelo qual os conhecimentos adquiridos são demonstrados; é por meio delas que os indivíduos utilizam e incorporam esses conhecimentos, transformando-os em sabedoria prática. Isso possibilita que a informação seja significativa e internalizada, convertendo-se em conhecimento. Mais tarde, esse conhecimento pode ser compartilhado com outros indivíduos, contribuindo para a socialização e disseminação do conhecimento. É uma interação dinâmica entre conhecimento, habilidade e prática que impulsiona o desenvolvimento individual e coletivo.

Um empreendedor de sucesso depende muito de informações para tomar decisões fundamentais, coordenar processos, negociar e estabelecer estratégias.

Isso destaca a importância da organização, tanto interna quanto externa, como uma maneira de compreender o ambiente ao redor e acompanhar as constantes mudanças no mundo dos negócios. A habilidade de coletar, analisar e aplicar informações relevantes é essencial para adaptar-se às demandas do mercado, identificar oportunidades e responder efetivamente aos desafios que surgem.

A compreensão sobre o aprendizado de condutas empreendedoras está associada ao entendimento de como se adquire e desenvolve as competências voltadas para a organização. Ao empreendedor é fundamental a posse de algumas habilidades e conhecimentos, bem como o gerenciamento destes comportamentos dentro da organização. Dolabela (2013, p.32) ressalta que o ato de empreender está relacionado com o processo de aprendizagem, “em que o indivíduo constrói e reconstrói ciclicamente a sua representação do mundo, modificando-se a si mesmo e ao seu sonho de auto-realização em processo permanente de auto-avaliação e autocriação”.

A décima segunda pergunta feita na entrevista discorre sobre com que facilidade o empreendedor encontra programas de treinamento com conteúdo eficaz para o desenvolvimento de seu negócio. Em resposta, o primeiro entrevistado responde: *“bem facilmente”*. O segundo participante revela: *“não acho que seja tão fácil encontrar treinamentos e cursos para esse fim”*.

O entrevistado número três responde: *“já vi na internet, mas nunca fui atrás afundo pois não tive muito interesse”*. O quarto e o quinto entrevistado, respondem que *“apresentam dificuldades em encontrar treinamentos e afins, além de encontrar golpes e anúncios enganosos”*.

Segundo Mamede e Moreira (2015, p. 4), “a competência empreendedora pode ser tratada tanto como competência do indivíduo, quanto relacionada à prática administrativa, devido às diferentes tarefas que desempenham”. Para eles, as ações empreendedoras estão associadas às competências por representarem o senso de identificação de oportunidades, a capacidade de relacionamento em rede, as habilidades conceituais, a capacidade de gestão, a facilidade de leitura, o posicionamento em cenários conjunturais e o comprometimento com interesses individuais e da organização.

Essa junção de competências com ações empreendedoras levou à criação do conceito de competência empreendedora definido por Snell e Lau (2014), o qual consiste em corpo de conhecimento, área ou habilidade, qualidades pessoais ou

características, atitudes ou visões, motivações ou direcionamentos que, de diferentes formas, podem contribuir para o pensamento ou ação efetiva do negócio. Para esses autores, a arte de criar e gerenciar um pequeno negócio está relacionada ao plano de vida do empreendedor, aos valores e à sua característica pessoal e isso é refletido na amplitude desta definição.

Antonello (2015) definiu competência empreendedora como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que viabilizam a um indivíduo imprimir sua visão, estratégias e ações na criação de valor (tangíveis ou intangíveis) para a sociedade. Assim, o conceito de competência empreendedora está mais próximo dos conceitos de competências individuais, muito embora a primeira já tenha, na literatura, um corpo teórico próprio.

Optou-se por considerar, neste estudo, competência empreendedora como um corpo de conhecimento, área ou habilidade, qualidades pessoais ou características, atitudes ou visões, motivações ou direcionamentos que, de diferentes formas, podem contribuir para o pensamento ou ação efetiva do negócio (SNELL e LAU, 2014) e que permite a um indivíduo imprimir ações, estratégias e sua visão na criação de valor, tangível e intangível, para a sociedade (ANTONELLO, 2015).

A próxima pergunta questiona os participantes se eles se sentem satisfeitos com o seu empreendimento nos dias atuais. O primeiro participante diz: *“sim, sempre cometemos erros, mas todos os que cometi me ajudaram a amadurecer meu negócio e me amadurecer como empreendedor”*. O segundo responde brevemente: *“mais ou menos.”* Em seguida, o próximo entrevistado revela: *“não estou totalmente satisfeita porque acho que preciso fazer algo mais pela minha loja, mas ainda não sei o que”*.

O quarto participante afirma brevemente que *“sim”*. O último entrevistado responde: *“muito satisfeito, vim do pouco sem conhecimento e tudo o que aprendi até aqui foi buscando e praticando”*.

Neri (2018) compreende que as habilidades e competências são demonstradas por meio de uma ação, tendo como suporte comportamental, os conhecimentos e as experiências acumulados e potencializados pelos indivíduos. A competência, para Dolabela (2013), se desenvolve nas mais diversas situações cotidianas vividas pelo indivíduo em sua relação com a sociedade, principalmente por meio das experiências vinculadas ao trabalho.

A perspectiva construtivista faz uma associação da competência ao processo de aprendizagem. Pautando sua teoria na crença de que a competência é um processo de mobilização de capacidades do indivíduo (conhecimentos, habilidades e atitudes) para uma ação, numa situação complexa. Desta forma, pode-se afirmar que a aquisição e desenvolvimento de habilidades e competências estão associados ao processo de aprendizagem de saberes de áreas específicas, que são validados pela qualificação em processos formais de educação (BARONE, 2012).

Em contrapartida, Lima (2018) acredita que o desenvolvimento de competências não é determinado somente pelo processo de educação formal, para este autor as competências são pautadas também nas experiências vividas. Segundo este autor (p. 26-27) “(...) nunca se deixa de aprender durante a vida; todas as experiências são suscetíveis de se tornar situações de aprendizagem: profissionais, familiares, sociais, etc”. Nunes (2019) acredita que habilidade é a facilidade para utilizar as capacidades, demonstradas por meio de ações que se iniciam com o conhecimento que o indivíduo possui. Ao vivenciar novas experiências e situações, as respostas comportamentais vão sendo incorporadas pelo esquema cognitivo e permitindo o desenvolvimento de habilidades. Sabendo que a empresa é um reflexo do comportamento do empreendedor, é necessário que algumas habilidades sejam desenvolvidas para se ter o sucesso do empreendimento.

A última pergunta da entrevista pergunta se o empreendedor almeja e sonha com uma grande empresa a partir do seu negócio ou está satisfeito em aonde chegou até agora. O primeiro entrevistado responde: “*satisfeito jamais, existe mercado no meu ramo e todo empreendedor precisa ter ambição para conquistar seus objetivos*”. O restante dos entrevistados compartilha do mesmo pensamento, se sentem satisfeitos e desejam crescer ainda mais no seu negócio.

O processo empreendedor é altamente dinâmico, e suas etapas são passíveis de revisão a qualquer momento, de forma interativa. O essencial para o empreendedor é planejar a estruturação do negócio desde o estágio inicial, analisando ideias, fazendo triagens para identificar as melhores oportunidades, elaborando o plano de negócios e, a partir daí, se dedicar à gestão da empresa. Essas etapas não são lineares e podem ser realizadas e refeitas em paralelo com o crescimento do empreendimento, ajustando-se conforme as necessidades do negócio e do mercado. A flexibilidade e capacidade de adaptação são cruciais nesse processo para acompanhar o dinamismo do mundo empresarial.

Há muitos estudos relacionados ao empreendedorismo, nos quais a maioria afirma que o empreendedorismo é muito mais que o empreendedor e suas ideias em si, é um caminho que envolve diversos estágios, aprendizados constantes, sofrendo interferências de ambientes externos. E que não finaliza quando o empreendimento é lançado, sendo um processo contínuo para que a sustentabilidade e prosperidade do negócio sejam viáveis (GHOBIL, 2016).

O processo empreendedor se inicia quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio. Desta forma, o processo sofre influências de fatores externos, ambientais e sociais, juntamente com suas características e habilidades pessoais (DORNELAS, 2018).

Para Carvalho (2015), no processo empreendedor além de ter uma boa ideia que pode se tornar um negócio lucrativo, o mais importante é fazer a ideia se transformar em realidade. Portanto, a autora citada lista cinco principais pontos a serem seguidos para que isso seja possível. Para Dornelas (2018), antes do processo empreendedor de fato iniciar, é preciso ir além da percepção de uma ideia, da direção e da disponibilidade de dedicação. Faz-se necessário o aporte de capital para a ideia sair do papel, pois é o conhecimento que torna possível a combinação de todos os elementos disponíveis para fazer a empresa nascer e crescer de forma sustentável.

Segundo Mendes (2015, p. 176), “o empreendedor precisa esforçar-se para entender as fases do processo e, na medida do possível, cercar-se de diferentes e bons profissionais que completem as suas habilidades e compensem as suas deficiências”.

Já segundo Dolabela (2013, p. 72) “A parte mais fácil é começar, difícil é sobreviver. Talvez somente uma entre 10 e 20 novas empresas que sobrevivem por cinco anos ou mais, conseguem obter ganhos e capital”. Por outro lado, antes mesmo desta etapa de sobrevivência, existem outras estratégias importantes para o andamento desse processo. Um deles consiste em buscar conhecimento se a ideia do negócio é possível, bem como se vale a pena continuar, com decisões que devem ser bem avaliadas.

A permanência no mercado dessa organização vai depender da equipe que irá compor, conforme explana Mendes (2015, p. 173): “Nenhum empreendedor sensato deve arriscar todas as suas economias em negócios que não proporcionem ganhos suficientes para compensar o risco existente dentro dele”. A fase de identificar e avaliar a oportunidade é considerada a parte mais difícil, pois é a fase de concepção,

na qual a oportunidade é identificada e o empreendedor tem o conhecimento de que tipo de negócio irá criar. Nesta fase será analisada a possibilidade de implantação do negócio a ser implantado, percebendo a área de atuação, possíveis retornos e riscos, que é a concorrência (DORNELAS, 2018).

A oportunidade é uma das colunas que fazem parte do processo empreendedor. Muitas pessoas visualizam as oportunidades como sorte, mas é preciso saber aproveitar e estar preparado no momento em que ela aparece, se tornando uma esperteza de poucos, afirmação que está de acordo com o que cita Dornelas (2018, p. 33): “É então que entram o talento, o conhecimento, a percepção e o feeling do empreendedor”. As chances de aumentar o sucesso do empreendimento estão relacionadas à dedicação e à compreensão da oportunidade. A pressão da decisão aumenta quando o tempo da abertura da oportunidade diminui.

Diante disto, decidir deve ser uma virtude exercida com frequência pelo empreendedor (MENDES, 2015). Diversos estudos discutem de onde surgem as ideias de novos produtos e serviços para novos negócios, bem como analisam e concluem que as possibilidades são inúmeras. Identificar uma oportunidade é o principal ponto que impulsiona quem empreende a desenvolver um produto ou serviço que tornará real o negócio.

É importante que todos os envolvidos com a empresa saibam dos principais aspectos do empreendimento, pois isso facilita as atividades e os entrosamentos com o negócio. Sócios, empregados e voluntários são como os primeiros clientes, por isso eles devem entrar em sintonia e saber para onde estão indo, já que estão empreendendo juntos. Diante disso, o entusiasmo pelo plano acontecerá à medida que os envolvidos conhecem e concordam com ele. Voluntários de projeto social ou de um desenvolvimento local devem primeiramente acreditar no empreendimento ou na forma de implantação da proposta, para depois doarem seu tempo e dedicação àquilo que lhes está sendo imposto.

“Qual a razão da preferência dos clientes? Qual a fórmula do sucesso? ” (DEGEN, 2013, p. 29) são questões pertinentes que surgem durante a elaboração de um projeto. Cada negócio é diferente do outro, portanto, enquanto o diferencial de negócio representa a razão do sucesso, para o outro pode ser o fracasso. São razões muitas vezes sutis, mas que o empreendedor deve ter o conhecimento dessa essência para não errar em seu negócio.

Empreendedorismo não é apenas ter a visão de negócio e executá-la, o empreendedor sem sucesso confunde ideia com oportunidade, ele tem a ideia, porém não procura meios de analisá-la para veracidade de ter êxito ou não, é preciso ter a ideia é analisar a oportunidade numa visão inovadora para agregar o produto ao consumidor final. Incorporar a necessidade de cada um com o que realmente precisa de acordo Lima (2019, p. 115) “O empreendedor observar produtos e serviços é absolutamente necessário, ou seja, estar a par das necessidades das pessoas, é um fator tremendamente importante para descobrir as necessidades”.

O empreendedor deve atuar diretamente na identificação de oportunidades no mercado, e viver intensamente e constantemente a prática empreendedora de ter uma ideia, identificar oportunidades e transformá-las em um negócio. Segundo Chiavenato (2008, p. 65) “A identificação de uma oportunidade é o primeiro passo que impulsiona o empreendedor para o desenvolvimento de um produto ou serviço que propiciará o negócio”.

As oportunidades identificadas pelo empreendedor devem ter a capacidade de gerar novos produtos ou serviços, permitindo que a empresa alcance um novo mercado por meio de parcerias e se diferencie dos concorrentes, garantindo rentabilidade. É fundamental que os empreendedores desenvolvam suas ideias utilizando fatores que ofereçam uma visão analítica do negócio desejado, buscando entender quem poderia ser um potencial cliente e até mesmo procurando orientação de empreendedores mais experientes que possam atuar como conselheiros no desenvolvimento do negócio. Esse processo de análise e colaboração pode agregar perspectivas valiosas e ajudar a solidificar as ideias empreendedoras em estratégias viáveis e bem fundamentadas.

De acordo com Dornelas (2018), antes de qualquer iniciativa de investimento financeiro ou pessoal, ou de conceber um plano de negócios completo, o empreendedor deve analisar minuciosamente a oportunidade que está em suas mãos para evitar que o tempo, e recursos despendidos não sejam desperdiçados. A estrutura do mercado onde o empreendedor vai explorar a oportunidade encontrada deve ser muito bem estudada, para que possa ser identificado os mercados com maior potencial de retorno para o negócio.

O mercado pode ser entendido pelo conjunto das relações em um espaço e, que agentes econômicos (pessoas físicas e jurídicas) procedem à troca de bens

e/ou serviços por unidades monetárias ou por outros bens e serviços. (LOPES 2016, p. 216).

O mercado é a relação direta entre oferta e demanda, ele é formado por componentes básicos: empreendimento, mercado consumidor, mercado fornecedor e mercado concorrente. O mercado consumidor, é composto por pessoas físicas ou jurídicas (clientes) para quem o empreendimento venderá mercadorias ou prestar serviços, no mercado fornecedor estará às organizações ou conjuntos de pessoas que suprirá o empreendimento com insumos e serviços necessários para desenvolvimento de sua atividade, já o mercado concorrente é composto por pessoas ou organizações que vendem mercadorias ou prestam serviços similares ao do empreendimento.

Para Carvalho (2015, p. 104) “Mercado é um grupo de consumidores que têm necessidades e interesses similares, poder aquisitivo e disposição para comprar”. Realizar um estudo de mercado através de levantamento de informações, e fenômenos que interferem no fluxo do intercâmbio entre os componentes do mercado, é essencial e permite que a empresa tenha um balizador de comportamento a ser adotado diante aos seus clientes, fornecedores e concorrentes, para obter sucesso em seu negócio.

A motivação de empreender por necessidade representa os empreendedores que não tiveram oportunidades de renda através de um emprego formal e visou criar um negócio a fim de atender às suas necessidades básicas. E a oportunidade representa os empreendedores que conseguiram enxergar a possibilidade de um novo negócio ou produto dentro de um nicho de mercado.

Diante a diversidade de negócios e empreendimentos no sistema econômico, há a necessidade de pessoas com atitudes e habilidades capazes de inovar e de assumir riscos para transformar ideias em oportunidades de negócios, remodelar um negócio tradicional em algo moderno, ou seja, empreender.

Leite, (2012, p. 204) afirma que “a capacidade de enxergar as oportunidades é uma das características do comportamento do empreendedor, este profissional é dotado de energia e exímia capacidade técnica e intelectual”.

A combinação adequada de qualidades, permite que o empreendedor transforme uma simples e mal estruturada ideia em uma oportunidade concreta e bem-sucedida no mercado.

Chiavenato (2008, p. 8) amplia o conceito de empreendedor dizendo que “O empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias”.

Um meio para construir renda alternativa, os empreendedores vão à busca de inovação sustentável que atenda às necessidades das pessoas, para isso devem possuir um espírito empreendedor que é o desejo de realização, visão empreendedora com foco nas oportunidades, iniciativa para que depois de verificadas as oportunidades, buscar os caminhos para viabilizá-las, e planejamento um dos traços mais importantes, que permite informações e conhecimento de qualidade para estabelecer um plano de negócios estruturado e sustentável.

Pro-atividade é a responsabilidade da antecipação da necessidade e tendências de mercado, é uma das atitudes nativas do empreendedor, dessa forma o projeto criado e colocado em prática serve como renda alternativa ou renda principal das famílias.

Em busca alternativa de geração de renda, de diversificação de fontes de recursos e desenvolvimentos de novos produtos e serviços, elas necessitam de habilidades e técnicas de conhecimento para alcançar sua sustentabilidade, precisam tanto de inovação e criatividade quanto de profissionalização

Desta forma entende-se que o empreendedor é uma pessoa proativa que mediante a suas dificuldades ou não, procura empreender, ou seja, criar seu próprio negócio de maneira criativa, arrojada, à procura de soluções para mediar os conflitos encontrados e visando oportunidades rentáveis, projetos sustentáveis e inovadores para Leite (2012, p. 60) as ideias são as possibilidades, mas uma possibilidade é uma ideia que vale a pena ser executada e pode ser implementada com sucesso.

Por tanto a oferta de microcrédito aliada à capacitação representa uma poderosa ferramenta para impulsionar o desenvolvimento local, fornecendo suporte vital para indivíduos e famílias diante do desemprego e na melhoria das atividades informais. Essa abordagem integrada pode desempenhar um papel fundamental na transformação de realidades socioeconômicas, estimulando o empreendedorismo e promovendo a estabilidade financeira.

Uma das hipóteses em relação a essa estratégia é que o acesso facilitado ao microcrédito permite que pessoas que enfrentam dificuldades para obter empréstimos tradicionais tenham a oportunidade de iniciar ou expandir seus próprios

negócios. Isso pode abrir portas para indivíduos desempregados ou subempregados que buscam alternativas para gerar renda e sustentar suas famílias. Ao receberem esse suporte financeiro, eles podem investir em equipamentos, matéria-prima ou infraestrutura, impulsionando suas atividades comerciais.

Além disso, a capacitação complementar é uma peça-chave nesse cenário. A oferta de programas de treinamento em habilidades empreendedoras, gestão financeira e técnicas específicas para cada setor pode aprimorar as competências necessárias para administrar um negócio de forma eficiente e sustentável. Isso não só aumenta as chances de sucesso dos empreendimentos, mas também fortalece a confiança e o conhecimento dos empreendedores, capacitando-os para enfrentar desafios do mercado.

Outra hipótese é que esse suporte conjunto pode contribuir para a formalização de atividades informais. Muitos indivíduos operam negócios na economia informal por falta de acesso a recursos financeiros ou conhecimento para formalizar suas atividades. Com o microcrédito e a capacitação adequada, eles têm a oportunidade de regularizar seus negócios, o que não apenas os coloca em um ambiente legal mais seguro, mas também abre portas para acessar mercados mais amplos e obter outros benefícios, como planos de saúde ou aposentadoria.

Em resumo, a combinação de microcrédito e capacitação oferece um caminho promissor para o desenvolvimento local, fornecendo não apenas recursos financeiros, mas também conhecimento e habilidades essenciais para indivíduos e famílias enfrentarem o desemprego, melhorarem suas atividades informais e fortalecerem suas bases econômicas. Essa abordagem pode ser crucial para criar um ambiente mais inclusivo e próspero, impulsionando o crescimento sustentável das comunidades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho analisou de que forma a contribuição do microcrédito e da capacitação, contribuiu para o desenvolvimento local. E ainda, como o microcrédito pode se tornar um instrumento de desenvolvimento mesmo dentro de uma economia que é informal. Com base na literatura especializada observou-se que o microcrédito é uma ferramenta importante para ajudar no desenvolvimento local.

No entanto, este instrumento deve ser utilizado em conjunto com outros mecanismos de políticas públicas para que possa realmente desenvolver todas as potencialidades de um determinado local e/ou região. O microcrédito é um instrumento decisivo no resgate de parcelas da população que vivem na informalidade, excluídos do mercado tradicional. E a utilização conjunta do microcrédito com laços comunitários fortes, capital social, moedas locais e outros laços de sociabilidade pode significar uma verdadeira revolução econômica e social, desenvolvendo as vocações locais e gerando um círculo vicioso entre consumo e produção.

Como resultado, verificou-se que os dados coletados, corroboram com os objetivos estabelecidos. Inicialmente este estudo confirmou que a oferta de microcrédito pela contribui efetivamente para o desenvolvimento local quando gera benefícios que causam significativa melhoria dos indicadores econômicos e sociais aos MEIs, tornando-os verdadeiros protagonistas na transformação de sua própria realidade. Assim como confirmou que o desemprego contribui para o desenvolvimento de um ambiente marcado pela informalidade por meio do empreendedorismo por necessidade.

Desta análise compreende-se que o microcrédito desponta como fonte alternativa de recursos aos pequenos empreendedores informais. Além de ser uma ferramenta auxiliar no combate à pobreza e à exclusão social, é um instrumento de transformação social e econômica por incentivar o acesso ao crédito a pessoas menos favorecidas, haja vista que não têm acesso ao crédito tradicional, por estarem fora do mercado formal, além do que não completam a totalidade de exigências cobradas pelos bancos.

Este estudo contribui para a literatura, oferecendo um olhar mais detalhado sobre o empreendedorismo e a relação com o microcrédito no fomento de empreendimentos, sobretudo, em expressar aspectos subjetivos, opiniões, vivências

e as experiências narradas pelos empreendedores, retratando a realidade da capital paraense e acrescentando elementos relacionados com a captação e o repagamento das instituições fomentadoras de recursos, elementos estes pouco explorados em pesquisas prévias.

Esta pesquisa corroborou, na realidade local, pesquisas anteriores, que observaram o microcrédito como um elemento importante para o crescimento empresarial dos empreendedores, fortalecendo seus negócios, ampliando sua capacidade do ponto de vista de clientes e captação de recursos para novos negócios. Homens e mulheres em igual condição, aumentaram a receita de vendas que, conseqüentemente, resultou no crescimento de renda e geração de trabalho, para si, seus familiares e também para pessoas que vivem na comunidade, permitindo indivíduos realizarem seus objetivos pessoais e profissionais, conseguindo atingir melhores condições de qualidade de vida, ampliando sua independência financeira e realizações pessoais.

Os empreendedores que captaram o recurso e o utilizaram realmente em seus empreendimentos, conseguiram ampliar suas atividades. Em contrapartida, aqueles que desviaram o recurso para outros fins, realizando pagamentos de dívidas pessoais, tratamento de saúde, custeio escolar para filhos e aluguel, não conseguiram realizar os investimentos necessários para obter retorno satisfatório para honrar os compromissos do empreendimento, não obtendo assim, o êxito esperado.

O panorama geral do microcrédito também é tratado neste trabalho com objetivo de situar seu papel na conjuntura econômica atual, permitindo ter acesso a algumas das principais experiências de microcrédito. Para isso, foram apontadas as especificidades do microcrédito no cenário atual.

O papel do agente de crédito não apenas como um vendedor ou concessor de crédito, mas também como orientador, mostra-se fundamental para que o microcrédito se torne eficaz. Muitas vezes, informações e sugestões dos agentes de crédito podem ajudar a viabilizar os negócios dos empreendedores. A metodologia do microcrédito assumida no Brasil, embora sofra alterações de organização para organização, apresenta algumas características que seguem normas como garantias, valores liberados, prazos, quantidades de liberação, perfil do cliente entre outros.

De uma maneira geral, o estudo revelou que o microcrédito é um importante instrumento retroalimentador do desenvolvimento local, mesmo que em pequenas dimensões do ponto de vista de pessoas contempladas, pois

comprovadamente contribui para melhorar as condições de vida das mesmas. Esta afirmativa ficou evidente diante da entrevista realizada com os microempreendedores individuais.

Em função dos limites amostrais deste estudo, sugere-se que trabalhos futuros ampliem as interlocuções juntos aos MEIs para poder captar com maior clareza o papel que vem sendo desempenhado pelo microcrédito. Para tanto, a realização de estudos em outras instituições visando contemplar análises comparativas a partir de alguns parâmetros comuns seria importante.

Por fim, estudos mais gerais que procurassem tratar a questão do microcrédito no âmbito do desenvolvimento local também seriam relevantes, pois poderiam trazer valiosas contribuições para diversas áreas de conhecimento não restritas apenas aos aspectos financeiros. A pesquisa teve como limitação 5 entrevistados microempreendedores individuais (MEIs), faz-se necessário ampliar as pesquisas sobre essa abordagem a fim de expandir a literatura sobre desenvolvimento local e microcrédito.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. Os Desafios da Sustentabilidade: uma ruptura urgente. Rio de Janeiro: **Elsevier**, 2017.

ANTONELLO, C. S. A metamorfose da aprendizagem organizacional: Uma revisão crítica. In: RUAS, R. L.; ANTONELLO, C. S.; BOFF, L. H. e colaboradores. **Os novos horizontes da gestão: Aprendizagem organizacional e competências**. Porto Alegre: Bookman, 2015. p. 12-33.

AURÉLIO, B. de H. F. Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa. 5 ed. **Editora Positivo**, 2017.

BARDIN, L. Análise de Conteúdo. São Paulo: **Edições 70**, 2016.

BARON, R.; SHANE, S. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: **Cengage Learning**, 2016.

BARONE, F. M.; ZOUAIN, D. M. Excertos sobre política pública de acesso ao crédito como ferramenta de combate à pobreza e inclusão social: o microcrédito na era FHC. **RAP**. v.41, n. 2. p. 369-380. Rio de Janeiro Mar./Apr. 2007.

BARONE, F. Introdução ao microcrédito. Brasília: **Conselho da Comunidade Solidária**, 2012.

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Microcrédito no Brasil: histórico e legislação | **Artigo**. 2021.

BOFF, Leonardo. Sustentabilidade: o que é: o que não é. Petrópolis, Rio de Janeiro: **Vozes**, 2015.

BOSE, M. Empreendedorismo social e promoção do desenvolvimento local. 2013. **Tese de Doutorado**. Universidade de São Paulo.

BUARQUE, S. C. Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável. Brasília: **IICA**, 2018.

CAMARGO, K. FARAH, M. Reforma de políticas sociais no Brasil: experiências recentes de governos subnacionais. **Revista de Administração**, v. 33, n. 1, jan./mar. 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. 3. ed. São Paulo: **Saraiva**, 2008.

COSTA, F. Microcrédito no Brasil. Campinas: **IE/UNICAMP**, 2010.

CRESWELL, W. Projeto de Pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e mistos. 2. ed. Porto Alegre: **Artmed**, 2017.

DEGEN, Ronaldo Jean. O Empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: **Pearson Prentice Hall**, 2019.

DEGEN, J. O empreendedor. Empreender como opção de carreira. São Paulo: **Ed Pearson Practice Hall**, 2013.

DIAS, R. Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade. São Paulo: **Editores Atlas**, 2011.

DINIZ, J. H. Estudo sobre experiências de geração de renda e oferta de recursos financeiros às famílias pobres. **Capítulo Brasil**. Organização Internacional do Trabalho, março, 2002, 246p.

DOLABELA, F. A oficina do empreendedor. Rio de Janeiro: **Sextante**, 2014.

DOLABELA, F. O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro. Instituto Euvaldo Lodi. **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**, v. 2, p. 83-97, 2013.

DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 6. Ed. São Paulo: **Ed de Cultura**, 2018.

DORNELAS, J, C, A. (2018) Empreendedorismo: transformando idéias em negócios.5.ed. Rio de Janeiro: **Elsevier**.

GIL, Antônio Carlos. Estudo de Caso: projetos e relatórios. São Paulo: **Atlas**, 2019.

GHOBRIL, A. N. Ações de capacitação em tecnologia mobile: da criação do app à formação de novos empreendedores digitais. **Elsevier**. 2016.

GOMES, D.; DE LUCENA RIBEIRO, V.; VIEIRA, M. Estudo da contribuição de instituição de fomento e do microcrédito no desenvolvimento empreendedor de Palmas/To. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, v. 9, n. 2, p. 77-95, 2019.

GRESSLER, L. Introdução à Pesquisa: projetos e relatórios. 3. ed. São Paulo: **Loyola**, 2007.

HISAO, M. **Desafios de ser empreendedor no Vale do Taquari/RS**. 2017.

HISRICH, D.; PETERS, P.; SHEPHERD, A. Empreendedorismo. 9. ed. Porto Alegre: **Bookman**, 2014.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades. 2013. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/xanxere/panorama>. Acesso em: 18 Nov 2023.

JOUEN, M., KOLOSZY, K., PELLEGRIN, J. P., RAMSDEN, P., SZEGVARI, P., &CHAMBON, N. (2010). Cohesion policy support for local development: best practice and future policy options. **Study Commissioned By Directorate General for Regional Policy**.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LIMA, M. L. da S. Microfinanças e inclusão social: um estudo de caso sobre microcrédito em municípios acreanos. 2018. 87 f. **Dissertação** (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Universidade Federal do Acre, Rio Branco – Acre.

LOPES F. Motivações e perspectivas futuras de empreendedores de startups. BASE - **Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 16, p. 489-522, 2016.

MALUF, R. S. Atribuindo sentido(s) à noção de desenvolvimento. **Revista Estudos Sociedade e Agricultura**, n. 15, p. 53-86, 2000.

MAMEDE, M. I. de B.; MOREIRA, M. Z. Perfil de competências empreendedoras dos investidores Portugueses e Brasileiros: Um estudo comparativo na rede hoteleira do Ceará. In: ENANPAD: 2015. **Anais...** Brasília/DF.

MARTINS, R.; VAZ, J.; DE LIMA CALDAS, E. Local development management in Brazil: actors'(dis) articulation, instruments and territory. **Revista de Administração Pública**, v. 44, n. 3, p. 559, 2019.

MARCONI, M.; LAKATOS, E. Fundamentos da Metodologia Científica. 7. ed. São Paulo: **Atlas**, 2010.

MARTINS, G.; THEÓPHILO, R. Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas. 2. ed. São Paulo: **Atlas**, 2009.

MATURANA, G.; VARELA, M. Um Olhar Para O Empreendedor Social A Partir Das Dimensões Individual, **Organizacional E Ambiental**. 2011.

MENDES, J. Manual do Empreendedor: Como Construir Um Empreendimento e Sucesso. 2. ed. São Paulo: **Atlas**, 2015.

MICK, J. O caráter social do microcrédito. Blumenau (SC): **Mimeo** (Anais do Seminário Latino-Americano de Microcrédito), 2003.

MONZONI, M. P. Impacto em renda do microcrédito: uma investigação empírica sobre a geração de renda do crédito popular solidário (São Paulo Confia). 2016. 194 f. Tese (Doutorado em Administração Pública e Governo) **Escola de Administração de Empresas de São Paulo**. São Paulo, 2006.

MORAES, Z. S; ANDRADE, M. A; OLIVERIA, T. S; GONÇALVES, A. S. “O microcrédito como instrumento de desenvolvimento social e econômico”. Anais do 4º Congresso Brasileiro de Sistemas. Franca: **UniFACEF**, 2018.

NERI, M; MEDRADO, A.L. Experimentando Microcrédito: **Uma Análise do Impacto do CrediAMIGO sobre Vargas**. 2015.

NERI, M. Microcrédito, o Mistério Nordeste e o Grameen Brasileiro. Rio de Janeiro: **FGV/IBRE, CPS**, 2018.

NUNES, L. Nível de Intraempreendedorismo dos Dirigentes da Universidade Comunitária da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ. **Chapecó**, 2019.

OIT. Organização Internacional do Trabalho. A economia informal e o trabalho digno: guia de recursos sobre as políticas. Apoiar a transição para a formalidade. **Publicações da OIT**, 2002.

PARENTE, S. Microfinanças: Saiba o que é Banco do Povo. Brasília: **Agência de Educação para o desenvolvimento**, 2002.

PEDRO, L. A influência das crenças religiosas na intenção empreendedora: uma análise sob a perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 18, p. 200-215, 2017.

PEREIRA, M. O empreendedorismo e o plano de negócios. In: VIII Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e IV Encontro Latino Americano de Pós-Graduação, 2004. São José dos Campos: Universidade Vale do Paraíba, SP, 2017, p. 1036-1039.

PEREIRA, A.; SILVA, G.; CARBONARI, M. Sustentabilidade, Responsabilidade Social e Meio Ambiente. São Paulo: **Saraiva**, 2011.

PEROVANO, D. Manual da metodologia da pesquisa científica. Curitiba: **Inter Saberes**, 2016

POCHMANN, M. O emprego na globalização: a nova ordem internacional do trabalho e os caminhos que o Brasil escolheu. São Paulo: **Boitempo**, 2001.

ROSA, T.; BERTHOLINI, F.; VILELA, R.; CAMPOS, S. 2018. “Vida longa e próspera: Análise de Sobrevivência dos MEIs Beneficiados pelo Próspera”. Texto para discussão no. 45 do Codeplan. Brasília: **Codeplan**.

ROVEDA, E. Consultoria em design estratégico no meio digital para empresa de porte nacional do ramo de empreendedorismo: um estudo de caso sobre o uso de metodologias criativas alinhadas à análise de dados. **TCC**. 2016.

SACHS, Ignacy. Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável. Rio de Janeiro: **Garamond**, 2019.

SANTOS, A. GÓIS, F. F. Microcrédito e desenvolvimento regional/Fundação Paulo Bonavides. Instituto para o desenvolvimento de estudos econômicos, sociais e políticas públicas. Fortaleza: **Premius**, 2011. 384p.

SCHUMPETER, JA A. Teoria do Desenvolvimento. **Econômico**. São Paulo: abril cultural , 1982.

SCOTTO, G.; CARVALHO, I.; GUIMARÃES, L. Desenvolvimento Sustentável. Petrópolis: **Editora Vozes**, 2011.

SEBRAE. Disciplina de empreendedorismo. São Paulo: Manual do aluno, 2016, 67p

SEBRAE (2017). O funcionamento do Microcrédito. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-funcionamento-domicrocredito,13ad347ea5b13410VgnVCM100000b272010aRCRD>.

SEBRAE (2021). Pesquisa do Sebrae: mostra que, em 2020, dobrou a demanda por crédito nos pequenos negócios. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pesquisa-do-sebrae-mostra-queem-2020-dobrou-a-demanda-por-credito-nos-pequenosnegocios,dd46f166f9817710VgnVCM1000004c00210aRCRD>.

SNELL, R.; LAU, A. Exploring local competences salient for expanding small business. *Journal of Management Development*, v. 13, n. 4, p. 4-15, 2014.

SILVA, R.; GÓIS, L. As diferentes metodologias de microcrédito no mundo e no Brasil. **CAP1 TecCred 63**. indd, v. 11, 2017.

SCHUMPETER, J. The creative response in economic history. *Journal of Economic History*, Nov. 2015. p. 149-159

THOMAS, V. ;DAILAMI, M.; DHARESHWAR, A. KAUFAMANN, D.; KISHOR, N.; LÓPES, R.; WANG , Y. Qualidade do crescimento. Tradução: Élcio Fernandes, São Paulo: **Editora da UNESP**, 2016.

TOSCANO, I. MICROCRÉDITO: **Da Iniciativa Local ao Centralismo Estatal**. fev. 2002.

VARIAN, H. Microeconomia: princípios básicos. 3 ed. Rio de Janeiro: **Campus**, 1994.

VITTE. C. C. S. Gestão do desenvolvimento econômico local: algumas considerações. Interações. **Revista Internacional de Desenvolvimento Local**, Campo Grande, v.8.n 13. p. 77-78, 2016.

YIN, R. Estudo de Caso: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: **Bookman**, 2010.

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

ZICA, R.; MARTINS, H. .; CHAVES, A. Dificuldades e perspectivas de acesso ao sistema financeiro nacional pelas micro e pequenas empresas. São Paulo: **Egepe Mackenzie**, 2018.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Microcrédito, Capacitação e Crescimento de Pequenos Negócios

Trabalho de Conclusão de Curso - CIÊNCIAS CONTÁBEIS (2023.2)

A presente entrevista tem como objetivo coletar informações referentes ao seguinte tema: MICROCRÉDITO E CAPACITAÇÃO COMO INSTRUMENTO DO DESENVOLVIMENTO LOCAL.

As informações coletadas neste instrumento serão utilizadas como fonte de pesquisa na realização de TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS a ser apresentado no CENTRO UNIVERSITÁRIO DOM BOSCO - UNDB, pela acadêmica REBECA SOUZA DO NASCIMENTO.

Ressaltamos que as informações prestadas nesta entrevista serão de uso exclusivo acadêmico; tais informações terão seus sigilos preservados e resguardados a identificação dos participantes.

ENTREVISTA

1. Qual foi o fator principal que o incentivou a iniciar sua jornada no empreendedorismo?

- 1) Tive uma visão de uma boa possibilidade de mercado
- 2) Ter uma renda extra na pandemia
- 3) Falta de oportunidade de emprego de carteira assinada
- 4) Conseguir conciliar trabalho e tempo de qualidade com a família
- 5) O desemprego

2. Qual é o setor de negócios em que você atua?

- 1) Varejo
- 2) Comércio de acessórios e bijuterias
- 3) Vendas e comércio de vestuário
- 4) Serviço de organização de feiras, congressos, exposições e festas / comércio varejista de outros produtos.
- 5) Alimentação

3. Quais obstáculos você está enfrentando atualmente na operação do seu negócio? Exemplo: captação de clientes, controle de estoque, precificação, gestão financeira, etc.

- 1) Minha maior dificuldade está em sempre escalar minha operação, preciso sempre buscar novas maneiras de atingir novos clientes e nem sempre consigo
- 2) Gestão financeira, ter um fluxo de caixa mais organizado, ter uma melhor programação de compras e pedidos, ter campanhas de marketing e divulgação mais organizada
- 3) Hoje em dia estou enfrentando dificuldades em relação às vendas que caíram bastante.
- 4) Neste momento o principal desafio é manter-me no mercado com uma precificação justa, visto que muitos profissionais da área estão optando por oferecer pacotes pegue e monte muito abaixo do valor de mercado.
- 5) Precificação, pois, no mercado que atuo, outros empreendedores deixam a desejar na qualidade para oferecer preço baixo.

4. Como você está lidando ou pretende lidar com esses desafios?

- 1) Me capacitando
- 2) Ter um sistema que me permita ter um fluxo de caixa e um controle financeiro mais organizado, me programar melhor para fazer as compras e pedidos e elaborar e seguir melhor as campanhas de mkt e divulgação
- 3) Estou trabalhando mais horas por semana
- 4) Manter a qualidade do serviço, pontualidade e compromisso com os meus clientes é a principal opção que tenho para lidar com o problema.
- 5) Estratégias, inovando sempre para nos tornar diferentes.

5. Em que medida o funcionamento do seu negócio depende diretamente de você?

- 1) Eu como proprietário faço várias funções fundamentais ao meu negócio, desde atender o cliente ao gerenciamento financeiro, compras e limpeza
- 2) Depende 100% de mim, sou sozinha e faço tudo!
- 3) Depende 100% de mim.
- 4) 100% visto que o profissional da área de festas necessita além de boa vontade vocação e talento para tal função.

5) 80%

6. Como você utilizou o microcrédito?

- 1) Investir em estoque
- 2) Não
- 3) Com o dinheiro do empréstimo eu comprei mercadorias para vender.
- 4) Nunca usei
- 5) Usei para impulsionar meu empreendimento, tornar minha mão de obra mais eficaz. Investir em máquinas para economizar tempo e ganhar mais dinheiro.

7. Qual a sua percepção sobre como o microcrédito afetou o desenvolvimento do seu negócio?

- 1) Sempre busco já ter o destino totalmente traçado quando recorro ao crédito, para tentar utilizar de forma saudável, então todas as vezes que fiz uso foram de enorme ajuda para impulsionar o meu negócio.
- 2) Não pude perceber, pois nunca usei, tenho receio de pegar e não conseguir pagar
- 3) Foi bom para aumentar meu estoque no momento e conseguir ter mais variedade para meus clientes
- 4) ***** (NÃO RESPONDEU)
- 5) No momento foi a minha melhor opção, pois quando comecei não tinha capital de giro e o microcrédito foi uma válvula de escape.

8. Até que ponto o seu negócio depende de empréstimos? Acredita que progredir sem essa assistência?

- 1) Pouco, consigo contar nos dedos de uma só mão as vezes que utilizei de empréstimos em 3 anos de operação.
- 2) Para eu crescer, conseguir colocar uma loja física, ter uma melhor estrutura de atendimento, conseguir ter um melhor estoque de mercadorias e etc.. eu definitivamente precisaria pegar um valor de empréstimo, pois somente com o que faturei hoje em dia não seria possível
- 3) Dependendo só 50% no momento, mas conseguiria progredir sim
- 4) ***** (NÃO RESPONDEU)
- 5) Hoje em dia não dependemos mais de empréstimo

9. Você já participou de algum programa de capacitação ou treinamento para empreendedores? Acredita que teve benefícios após a capacitação?

- 1) Já participei presencialmente e principalmente de forma online. Na verdade, desde que comecei a empreender eu entendi que preciso estudar e me aprimorar diariamente para continuar e manter meu negócio relevante e faturando.
- 2) Sim
- 3) Nunca participei.
- 4) No início busquei orientações com o Sebrae
- 5) Já participei de palestras online, mas nada concreto, pois tudo o que eu vi eu já tinha uma noção.

10. Atualmente você acredita que possui o conhecimento necessário para impulsionar o crescimento de seu empreendimento?

- 1) Acredito que sim, mas como pequeno negócio as vezes sinto que preciso dominar muitas áreas, o que naturalmente é impossível.
- 2) Não o suficiente, sempre é bom aprender e obter mais conhecimento
- 3) Não possuo.
- 4) Sim.
- 5) Não, sinto que eu preciso de um pouco mais para poder alavancar meu empreendimento.

11. Você busca constantemente aprimorar suas habilidades e conhecimentos para administrar melhor seu empreendimento? Qual a importância disso na sua percepção?

- 1) Fundamental, e não só capacitação financeira, mas marketing, tecnologia, técnicas de vendas, tudo isso é muito importante atualmente no meu ramo de atuação.
- 2) Às vezes, deveria buscar mais
- 3) Ainda não faço nenhum acompanhamento para ajudar na gestão do meu negócio, mas acho que é importante sim.
- 4) Super importante, busco constantemente, mas como qualquer empresa enfrentamos desafios
- 5) Sim, acho importante investir em conhecimento, pois ela mim o conhecimento é a chave para abrir diversas portas até o sucesso.

12. Com que facilidade você encontra programas de treinamento com conteúdo eficaz para o desenvolvimento de seu negócio?

- 1) Bem facilmente
- 2) Não acho que seja tão fácil encontrar treinamentos e cursos para esse fim
- 3) Já vi na internet, mas nunca fui atrás afundo pois não tive muito interesse.
- 4) Dificilmente tem treinamentos na minha área aqui em São Luís
- 5) Sinto uma certa dificuldade por ter me deparado com vários anúncios enganosos.

13. Você está satisfeito (a) em como desenvolveu o seu negócio até aqui?

- 1) Sim, sempre cometemos erros, mas todos os que cometi me ajudaram a amadurecer meu negócio e me amadurecer como empreendedor.
- 2) Mais ou menos
- 3) Não estou totalmente satisfeita porque acho que preciso fazer algo mais pela minha loja, mas ainda não sei o que.
- 4) Sim
- 5) Muito satisfeito, vim um pouco sem conhecimento e tudo o que aprendi até aqui foi buscando e praticando.

14. Você almeja e sonha com uma grande empresa a partir do seu negócio ou está satisfeito em onde chegou até agora?

- 1) Satisfeito jamais, existe mercado no meu ramo e todo empreendedor precisa ter ambição para conquistar seus objetivos.
- 2) Sim, almejo e sonho em me tornar algo maior e chegar muito longe!
- 3) Sim, quero crescer minhas vendas e aumentar minha loja pois é minha única fonte de renda.
- 4) Sonho em crescer
- 5) Almejo sim, um dia seremos referência no nosso ramo.