

O EMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO: UMA ANÁLISE SOBRE AS POLÍTICAS DE CRÉDITO DOS ESTADOS DO AMAZONAS E NORDESTE. ¹

Amanda Manuele de Oliveira Nobre²

Prof. Dr. Luciano Balbino dos Santos³

RESUMO

O objetivo do estudo é analisar a dinâmica do empreendedorismo tanto nos negócios tradicionais quanto nas startups, com foco na política creditícia desenvolvida nos estados do Amazonas e do Nordeste, considerando o período de 2012 a 2018, a partir de dados disponibilizados nas instituições que trabalham com oferta de crédito, a exemplo do Banco da Amazônia e do Banco do Nordeste, como também nos institutos de pesquisa de abrangência nacional como o IBGE. Perceber-se que o Amazonas ganha destaque nacional no quesito fomento a startup e inovação, devido ao grande auxílio da Zona Franca de Manaus, quanto ao Nordeste o fomento se torna presente, pois é na região que se localiza a cidade com o maior número de startups do norte-nordeste, segundo dados da Associação Brasileira de Startups (ABStartups). Com relação aos negócios tradicionais a Agência de Fomento do estado do Amazonas e o Programa Amazônia florescer urbano possuem recursos e capitais necessários para incentivar ainda mais o empreendedorismo no estado, porém essas instituições necessitam de melhorias em suas gestões para buscar uma administração mais eficaz dos seus recursos, o Crediamigo, maior programa de microcrédito do país, se destaca em sua abrangência e altos índices de produtividade tornando-se inclusive reconhecido internacionalmente.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Política creditícia; Inovação.

ABSTRACT

The objective of the study is to analyze entrepreneurship in both traditional and startup businesses, focusing on the credit policy developed in the states of Amazonas and the Northeast, considering the period from 2012 to 2018, based on data available in institutions that use the offer of credit, an example of the Bank of the Amazon and the Northeast, as well as in national research institutes such as IBGE. Note that Amazonas is gaining national prominence at the moment it is promoted to startup and innovation, due to the great help of Manaus Free Zone, as far as the Northeast or the fomentation is present, because it is in the region that is located in the city with the largest number of startups in the north-northeast, according to data from the Brazilian Startup Association (ABStartups). With respect to the traditional businesses of the State of Amazonas Development Agency and the Amazon Flourish Urban Program, Resources and Securities Allowed for Further Promotion or Entrepreneurship in the State, These Institutions Used, or Crediamigo, the country's largest microcredit program, present themselves wide coverage and high reproduction rates, including those internationally recognized.

Keywords: Entrepreneurship; Credit policy; Innovation.

¹ Artigo de conclusão de curso solicitado como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas pela Escola Superior de Ciências Sociais – ESO da Universidade do Estado do Amazonas – UEA;

² Graduanda em Ciências Econômicas. Universidade do Estado do Amazonas. nobreamandaoliveira@gmail.com;

³ Professor do quadro efetivo da UEA. Doutor em economia. lbsantos@uea.edu.br;

1 INTRODUÇÃO

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou tomar forma na década de 1990, quando entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em criação de pequenas empresas, adverte Dornelas (2008).

Foram com os programas criados no âmbito da SOFTEX em todo país, junto a incubadora de empresas e a universidades, que o tema do empreendedorismo começou a criar na sociedade brasileira uma expectativa de que, por meio de políticas e programas de apoio ao empreendedor, era possível gerar emprego e dar um novo estímulo ao crescimento econômico, a exemplo do que já vinha ocorrendo em países como Estados Unidos, Alemanha, Israel, França, dentre outros.

Nesse contexto, o Nordeste e o Amazonas tem buscado no empreendedorismo um alternativa de crescimento econômico e de superação de seus índices de pobreza e desigualdade. Segundo informações contidas no relatório da ONU (2018), é na região Nordeste onde a severidade da pobreza é mais intensa, se comparado às demais regiões do País, o local é castigado pela seca e excluído das riquezas produzidas no eixo sul e sudeste.

Por sua vez, o Estado do Amazonas, mundialmente conhecido pela exuberância de seus recursos naturais e diversidades culturais não encontradas em nenhuma outra parte do mundo, detentora de uma riqueza potencial incalculável, não tem conseguido atender as demandas mais essenciais de sua população, em especial, daqueles residentes nos municípios do interior. Leva-se uma vida de carências que se revela por meio dos precários serviços de saneamento básico, de educação, de saúde, de emprego e renda. No Amazonas, vive mais de um milhão de pessoas classificadas como pobres, vivendo com uma renda *per capita* de até meio salário-mínimo, segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2010).

Esse quadro de carências revela que as duas regiões – Norte e Nordeste –, apresentam características semelhantes no que diz respeito aos piores índices do País quanto a pobreza, desigualdade, informalidade, educação, emprego, taxa de mortalidade infantil, criminalidade, renda *per capita*, etc, diferenciando-as das regiões mais desenvolvidas: Sul, Sudeste e Centro-Oeste.

Segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor – GEM - (2014), a região nordeste possui o maior número de empreendedores do país, comparado com as outras regiões. A taxa total de empreendedores (iniciais e estabelecidos), entre a população de 18 a 64 anos, na região, no ano de 2014, foi de 36,4%, índice superior à média brasileira (34,5%). Pode-se concluir que mais de um terço da população de todos os estados do nordeste estão envolvidos no ato de criar o próprio negócio, e por meio dessa estratégia, o Nordeste tem enfrentado e está vencendo a luta contra a pobreza e a desigualdade.

O empreendedorismo necessita de investimento, no caso das startups este investimento pode ser feito de modo particular pelas aceleradoras, incubadoras e investimento-anjo além de ter a opção por linhas de financiamento público utilizando os fundos constitucionais de financiamento sendo porém mais específico e burocrático. Nos negócios tradicionais a busca por investimentos são mais práticos e acessíveis por meios dos populares programas de microcrédito.

O microcrédito tem a função de gerar mais oportunidades para micro e pequenos empreendedores montarem seus negócios tradicionais, elevarem as suas rendas e alcançarem uma melhor qualidade de vida. O microcrédito é uma chave impulsionadora da economia e sua importância é inegável, principalmente em regiões que precisam se desenvolver economicamente e socialmente, sabendo que o crédito no Brasil tem elevado custo, é muito burocrático e não abrange a todos.

Na região Nordeste o microcrédito tem funcionado muito bem, sob o nome do CREDIamigo. Ligado ao Banco do Nordeste, o CREDIamigo já é tido como o maior programa de crédito produtivo popular do Brasil, onde sozinho, ele oferta mais microcréditos do que todos os outros programas de microcréditos do restante do País juntos, conforme Lima (2018).

O Banco do Nordeste também disponha de linhas de financiamento para a inovação através de editais com o chamado “HUB de inovação”, foi criado com objetivo de incentivar o empreendedorismo inovador e facilitar a gestão da inovação em empresas da região, o Hub de Inovação Banco do Nordeste fomenta hoje o protagonismo criativo e inovador que o Nordeste precisa para continuar avançando. No Amazonas, os programas de microcrédito mais conhecidos são oriundos de políticas governamentais ligados, principalmente, a Agência de Fomento do Estado do Amazonas (AFEAM) e ao Banco da Amazônia, que possuem linhas de

financiamento destinadas à inovação. No entanto, esses programas não são duradouros e os recursos são escassos. São programas que nunca atenderam as reais demandas da população, a exemplo do que tem acontecido com Crediamigo. Diante dessa realidade desafiadora, conhecer a fundo a estrutura de funcionamento do maior programa de microcrédito do Brasil, o Crediamigo, suas diretrizes internas, a política de concessão, as formas de pagamento, o volume de recuso disponível para cada demandante, o índice de inadimplência, o acompanhamento técnico que se dá ao beneficiado, etc., permitirá entender a eficácia dessas estratégias e seus impactos sobre cada região, de modo que se encontre resposta para o seguinte questionamento: os programas de crédito desenvolvidos no Amazonas e Nordeste têm favorecido o crescimento do empreendedorismo, tanto nos negócios tradicionais quanto nas Startups?

Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar o impacto dos programas de microcrédito sobre a dinâmica do empreendedorismo no Amazonas e Nordeste e como objetivos específicos: a) Identificar o perfil dos beneficiados dos programas de microcrédito das áreas estudadas e comparar os indicadores de sustentabilidade, produtividade e alcance dos mesmos; b) Identificar a situação atual das startups no Brasil; c) Descrever o cenário das startups no Amazonas e no Nordeste e o seu fortalecimento.

Para isso, a metodologia adotada terá um caráter exploratório e descritivo utilizando o estudo comparativo. Afim da resolução do problema apresentado e de se alcançar os objetivos propostos, foi utilizado uma abordagem qualitativa e quantitativa. Esta pesquisa se pauta pela abordagem quanti-qualitativa. Além dessa introdução, o presente trabalho está dividido em seis seções. São elas: referencial teórico, metodologia, apresentação e discussão dos resultados, considerações finais, referências bibliográficas e anexos.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo segundo Hirish e Peters (2004) apud Hartmann (2013) é o processo de criar algo novo e assumir os riscos e as recompensas, o mundo se encontra em constante mudança e o mercado precisa se adequar a este processo, o

empreendedorismo é a chave para isto acontecer, pois ele fornece o instrumento necessário para essa adequação. Já para Dornelas (2005) apud Hartmann (2013) o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, juntando-se, levam à transformação de ideias em oportunidades, o empreendedorismo move as pessoas a transformarem suas ideias em chances de criar algo novo em seu meio. Toda pessoa que começou um negócio próprio é um empreendedor. Segundo Dornelas (2005) apud Hartmann(2013) o “empreendedor (entrepeneur) tem origem francesa e significa aquele que assume riscos e começa algo novo”.

2.2 NEGÓCIOS TRADICIONAIS E MICROCRÉDITO

Segundo Brown (2010) apud. Signori; Martins; Silva; Kalil; Capelari, (2014), as empresas na atualidade não estão habituadas a abordar novas ideias, pois acabam restringindo-as aos modelos de negócios já existentes pelo fato de que os modelos de negócios tradicionais são incrementais, previsíveis e fáceis de serem copiados, ao contrário de novas ideias que geram a incerteza. Os modelos de negócios tradicionais são aqueles já consolidados no mercado e que não apresentam grandes riscos, criados essencialmente por necessidade para obtenção de, populares entre a população de pouca renda e baixo nível intelectual que buscam capital para empreender através do microcrédito.

Segundo Muhammad Yunus (2000), pioneiro mundial do microcrédito e fundador do Banco Grameen, o direito ao crédito financeiro deveria ser um direito universal, abrangendo todo tipo de população tanto as mais carentes como as de grande poder aquisitivo. Como afirma Hermann (2004), a exclusão financeira da população de baixa renda é parte constitutiva do funcionamento do mercado de crédito, que opera sistematicamente com demanda reprimida, isto acontece devido a essa população não ter recursos financeiros e nem mesmo garantias a oferecer. Os pressupostos do funcionamento do crédito bancário no Brasil, não se aplicam às famílias de baixa renda, onde os potenciais clientes, na sua maior parte, não têm renda e nem garantias a oferecer, e quando conseguem algum salário, não conseguem comprovar, pois em geral, estão na informalidade.

Sobral e Peci (2008) apud Costa (2019) analisam o crédito bancário como uma das alternativas mais conhecidas pelos pequenos empreendedores para

alavancar o negócio. Há diversos tipos de créditos oferecidos pelos agentes financeiros, dentre eles: cheque especial, cartão de crédito empresarial, empréstimos, desconto de duplicata/títulos, *factoring*, cooperativas de crédito, *leasing* e microcrédito. Esses crediários financiam as mais variadas necessidades da empresa (BEDE; LAGO, 2017, apud. COSTA, 2019).

O microcrédito, conforme aponta Almeida (2009), por suas características de operar com juros mais baixos, menos burocracia e sem a exigência de garantias reais foi destinada a população mais carente, tendo um resultado eficiente na região nordeste com o nome de Crediamigo, segundo Lima (2018), o CREDIamigo oferta sozinho mais crédito do que todos os outros programas de microcréditos do país juntos.

2.3 STARTUPS

Para o especialista em Startup Gitahy (2011) apud. Signori; Martins; Silva; Kalil; Capelari, (2014), Startup é um modelo de empresa jovem em fase de construção de seus projetos, que está vinculada fortemente à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras, no qual se encontra um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza. Segundo Gitahy (2010) apud. Signori; Martins; Silva; Kalil; Capelari, (2014), o surgimento das startups se deu à época da “bolha da internet” nos Estados Unidos da América, entre os anos de 1996 e 2001. Esse termo era utilizado para descrever pessoas trabalhando com ideia nova às vistas de lucro. Uma empresa definida startup tinha, portanto, sua fundação e funcionamento recentes.

Para Blank (2006) apud. Signori; Martins; Silva; Kalil; Capelari, (2014), Startup é uma organização formada para pesquisar um modelo de negócio que possa ser repetido e escalável. Desta forma, para ter uma ideia de estabilidade é necessário estimar se para o crescimento do negócio será indispensável um aumento de capital e/ou pessoal na mesma proporção.

Segundo o Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas (SEBRAE), são empresas novas e até mesmo embrionárias ou ainda em fase de

constituição, que contam com projetos promissores, ligados à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras.

O modelo de negócio em formato startup tem características específicas que diferem de uma empresa tradicional. O gestor da Abstartups, Marcos Medeiros, explica que "um dos conceitos básicos de uma startup é o alto poder de crescimento". Exemplos não faltam: aplicativos de namoro, de carona e de bate-papo, que hoje em dia todo mundo usa, começaram desse jeito. Outra característica que também define uma startup é o foco na ação, o próprio termo 'Start-up' vem do inglês e significa 'comece', são empresas que surgem de uma ideia, que busca ser inovadora.

O Bootstrapping, Money Love, investidores anjos, crowdfunding, venture capital e aceleradoras, são os meios de financiamento de startups, sem contar com as linhas de financiamento oriundas de instituições públicas. A diferença entre os negócios tradicionais e startups, segundo Carvalho; Alberone; Kicorve (2012) apud Hartmann (2013), é que os negócios tradicionais como comércio e serviços se recomenda fazer uma análise para que depois vá ao mercado enquanto as startups recomenda-se validar a ideia para que se constate se tem mercado e existência de pessoas que consumam o produto. Os negócios tradicionais, principalmente os financiados pelo microcrédito, como restaurantes, lojas ou padarias, não necessitam de um estudo aprofundado e diferenciação no mercado, logo o crédito para esses empreendimentos é mais fácil, enquanto as startups precisam da diferenciação e um estudo minucioso sobre o mercado, são empresas inovadoras logo precisam de linhas de financiamento específicas para seu ramo e nem sempre são tão fáceis de ter acesso. Os negócios tradicionais já são consolidados no mercado logo os investidores e financiadores tem mais confiança em seu sucesso, diferente das startups que apesar de fornecerem mais desenvolvimento e crescimento por serem empresas que possuem um diferencial, não possuem tanta diversidade de crédito disponíveis quanto os negócios tradicionais. Apesar de suas peculiaridades, esses tipos de empreendimentos tanto os negócios tradicionais como as startups, que se consolidam ano após ano, são fontes de emprego e renda, mesmo sendo diferentes nos seus caminhos e rotinas.

2.4 STARTUPS NO BRASIL

Segundo Bede e Lago (2017) apud. Costa (2019) existem várias definições de startup, conceituando o termo como um grupo de pessoas reunidas com o objetivo de realizar um modelo de negócios repetível e escalável em meio a um ambiente extremamente instável.

De acordo com o StartupBase no dia 4 de setembro existiam 12.722 startups no Brasil, número duas vezes maior do que o registrado em 2017. O setor de tecnologia segundo a ACATE TECH REPORT (2019) representa 4,4% do Produto interno bruto (PIB) brasileiro e fatura mais de 300 bilhões de reais sendo 4% desse faturamento oriundo do Amazonas, com 12 bilhões de reais.

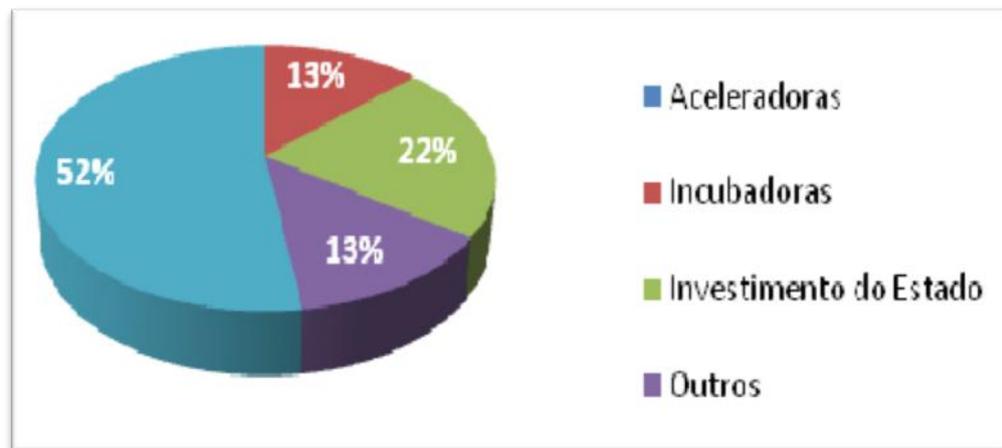
Ao todo segundo a Associação brasileira de startups (ABSTARTUPS), 591 cidades brasileiras possuem pelo menos uma startup, supondo que o Brasil tem 5570 municípios, mais de 10,5% de cada localidade possui ao menos uma empresa de tecnologia nascente. Os estados que lideram os maiores números de startups são pertencentes à região sudeste, totalizando quase 53% do total, em ordem são: São Paulo com 1.324, Rio de Janeiro com 591, e Minas Gerais com 343 startups. Todos esses dados são referentes ao histórico até o ano de 2016 (LIMA, 2018).

Em uma pesquisa realizada pela parceria das revistas Pequenas Empresas & Grandes Negócios e Época NEGÓCIOS, foram identificadas que das 100 startups, consideradas pelo estudo como mais atraentes do Brasil, 94% concentram-se nas regiões sudeste e sul, com destaque dos estados de São Paulo (55%), Minas Gerais (12%) e Santa Catarina (9%). Enquanto que nas regiões norte e nordeste estão presentes apenas seis dessas empresas, com duas nos estados de Alagoas e Ceará, uma em Pernambuco e outra em Roraima (HIDEKI, 2018).

A discrepância da quantidade e melhor desempenho das startups entre as regiões do país pode ser explicada pelo estudo de Todtling e Wanzenbock (2003) em que constataram que a criação de startups é um processo diferenciado, que dependerá entre outros fatores da localidade na qual a empresa estará inserida. No estudo, os autores destacam que apesar dos altos custos, os grandes centros urbanos são instigadores e facilitadores à formação desses negócios, tanto pela disponibilidade de empreendedores e mão de obra qualificada quanto pela presença de distritos industriais.

Os financiamentos para startups se dá pelos seguintes meios: Bootstrapping, Money love, investidores anjos, crowdfunding, venture capital e aceleradoras. Existem os financiamentos pelas instituições públicas, que são linhas de financiamentos destinadas a inovação no Amazonas pela Afeam e Banco da Amazônia e no Nordeste pelo Banco do Nordeste, através do HUB de inovação.

Gráfico 22: Tipos de Investimento



Fonte: Pinto. 2016.

Segundo o gráfico acima, a maior parte dos investimentos em startups é oriundo das aceleradoras seguido dos investimentos do estado. As aceleradoras desempenham um papel bastante importante no estímulo ao empreendedorismo. Embora o fenômeno da aceleração seja novo, trazendo consigo diversas incertezas sobre o futuro sucesso das aceleradoras é inegável que a lógica econômica que justifica sua existência seja convincente (Pauwels, 2014 apud Abreu, Campos 2016). Pauwels (2014) apud Abreu, Campos (2016) afirma ainda que, pesquisas apontam também para a aceleradora como um novo modelo de geração de incubação, tornando-se um termo genérico para qualquer programa fornecendo uma estrutura de orientação, oportunidades de networking e acesso de serviço ao financiamento para o reforço de negócios Startups.

Segundo Rodriguez (2015) apud Abreu, Campos (2016), geralmente as aceleradoras possuem 4 etapas distintas no processo de aceleração, primeiramente é a seleção, é o processo em que as empresas são aceitas em um programa. Os dois critérios do processo de seleção são: (I) aplicação e (II) avaliação. O segundo passo é a aceleração que é o processo no qual é considerado o núcleo da

experiência do acelerado, e seu valor agregado para os participantes, enfim, é a fase de aceleração. O terceiro passo é o Demo Day, é o processo que, após o término de um período de aceleração, as empresas que foram “aceleradas” se apresentam para um grupo de investidores. Comparando-se aceleradoras com outros instrumentos de desenvolvimento de Startups, aqui vemos um diferenciador chave entre eles. E por último temos o Follow-up Tradicionalmente, as etapas habituais de aceleração terminam com o “Demo Day”. No entanto, uma nova tendência é a integração vertical, em que as aceleradoras, após o término do programa de aceleração, cada vez mais oferecem aos seus participantes a possibilidade de optar por uma segunda rodada de financiamento e aceleração, através do seu próprio capital de risco.

3 METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa terá um caráter exploratório e descritivo se utilizando do estudo comparativo. “O objetivo da pesquisa exploratória é explorar ou examinar um problema ou situação para se obter conhecimento e compreensão”.(MALHOTRA, 2010, apud HARTMANN, 2013). Segundo Gil (2002), seu planejamento é bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Essas estratégias metodológicas permitirão conhecer as políticas de crédito do Amazonas e Nordeste. Para essa análise os dados serão coletados em institutos de pesquisa, como: o IBGE, o IPEADATA, o SEBRAE, a AFEAM, o Banco do Nordeste e os relatórios disponibilizados pelo programa CREDIamigo que trazem informações detalhadas sobre o seu funcionamento.

Afim da resolução do problema apresentado e de se alcançar os objetivos propostos, foi utilizada uma abordagem qualitativa e quantitativa. Esta pesquisa se pauta pela abordagem quanti-qualitativa. A qualitativa é um tipo de abordagem que tem como objetivo compreender e descrever o contexto do problema, explorar significados, características e processos de construção de sentido. A quantitativa tem como objetivo descrever, explicar e prever o fenômeno estudado. Tem como características dados traduzidos em números. (GIL,1999).

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este tópico é dedicado à apresentação dos resultados a partir dos dados e informações disponibilizadas nas instituições AFEAM e Banco da Amazônia a respeito dos dados sobre seus programas de microcrédito, além da comparação com as informações do programa Crediamigo, encontradas no site do Banco do Nordeste, com o objetivo de identificar semelhanças e diferenças entre as estratégias.

Por uma questão de estética, os gráficos foram apresentados todos no Anexo, estruturados da seguinte forma:

- Anexo A – Constam os Gráficos 1, 2, 3, 4 e 5 que trazem informações sobre o Perfil dos clientes de microcrédito da AFEAM.
- Anexo B – Constam os Gráficos 6, 7, 8, 9 e 10 que trazem informações sobre o Perfil dos clientes de microcrédito do Amazônia Florescer urbano.
- Anexo C – Constam os Gráficos 11, 12, 13, 14 e 15 que trazem informações sobre o perfil dos clientes de microcrédito do Crediamigo.
- Anexo D – Constam os Gráficos 16, 17, 18, 19, 20 e 21 que trazem informações sobre os indicadores de produtividade, sustentabilidade e alcance dos programas.

Sobre o perfil dos clientes AFEAM nota-se que a maioria é do gênero feminino sendo um público mais maduro com idade entre 30 a 39 anos, com o ensino médio completo e renda familiar até um salário mínimo, atuando em massa nos setores do comércio. A maioria dos clientes da AFEAM são oriundos de famílias de baixa renda de todo o estado do Amazonas, dos valores financiados o mínimo é R\$500,00 e o máximo é R\$15.000,00. Sobre os agentes de microcrédito a agência não utiliza esse sistema de trabalho (agentes de microcrédito). O atendimento presencial é realizado na sede em Manaus ou nos Pontos de Atendimento – PA's, localizados em alguns municípios do interior. Além disso, os parceiros técnicos SEBRAE e IDAM são os responsáveis pelo atendimento em todo o Estado do Amazonas. Sobre as condições de crédito da AFEAM, prioritariamente financiam na modalidade individual, todavia, associações e cooperativas também são atendidas.

Os programas atendem pessoas que não possuem CNPJ e os encargos são de 0,5% a.m. com prazos de 12 a 48 meses e ticket médio de R\$ 8.000,00 com juros que variam de 0,5% a.m. a 17% a.m., os clientes não possuem seguros nem conta corrente (cartão de débito). A instituição possui Crédito acompanhado e orientado ou Orientação para o fortalecimento da atividade produtiva, bem como da educação financeira e ambiental e esta orientação é realizada pelos parceiros técnicos; SEBRAE – secundário e terciário e IDAM – primário.

Apesar de possuir clientes beneficiários do Programa Bolsa Família a AFEAM não possui parceria com o governo federal e nem alinhamento dos Programas com as diretrizes das políticas públicas. Os pagamentos são feitos por meio de carnê.

Sobre o perfil dos clientes Amazônia florescer urbano/BASA nota-se que a maioria é do gênero feminino com idade entre 26 a 35 anos com o ensino médio completo e renda familiar de até R\$ 600,00 por mês, atuando em massa no setor do comércio. Todos os 1.268 clientes do Programa Amazônia Florescer são de baixa renda da zona urbana e dos valores financiados o valor mínimo é de R\$300,00 por comprovante de pessoa física (CPF) e o valor máximo é de R\$15.000,00 por CPF. O programa possui agentes de microcrédito e o atendimento é realizado no próprio local de trabalho do cliente, fazendo a orientação durante o ciclo do crédito.

Sobre as condições de crédito, os empréstimos são realizados individualmente e em grupo, os clientes sentem mais segurança de realizar empréstimos coletivamente. Os juros são de 2,4% a.m. e Taxa de Abertura de Crédito (TAC) de 3% sobre o valor do crédito, com prazos até 12 meses para capital de giro (sem carência) e até 24 meses para investimento fixo (com carência de 2 meses).

Os clientes do programa Amazônia florescer urbano possuem seguro de vida e cartão de débito. O Programa se destina a pessoas físicas que possuem uma atividade econômica produtiva informal, não sendo necessário CNPJ. As máquinas de cartão, que facilitam na hora das transações comerciais, não são um produto oficial do Programa Amazônia Florescer por enquanto, mas alguns clientes já conseguiram máquinas de cartão via banco da Amazônia.

O Programa Amazônia Florescer segue as diretrizes da Lei N^o 13.636/18 (Lei do microcrédito) do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) do Governo Federal no qual considera microcrédito produtivo orientado,

o crédito concedido para financiamento das atividades produtivas, cuja metodologia será estabelecida em regulamento, observada a preferência do relacionamento direto com os empreendedores, admitido o uso de tecnologias digitais e eletrônicas que possam substituir o contato presencial, sendo o contato com os empreendedores, para fins de orientação e obtenção de crédito e ciclo do crédito, dar-se-á de forma presencial. O Programa também presta cursos de educação financeira por meio de vários parceiros. O Amazônia florescer possui muitos clientes do Bolsa família e os pagamento são feitos por meio de carnê.

O programa abordado a seguir é oriundo do Nordeste, chamado de Crediamigo, sendo o maior programa de microcrédito produtivo e orientado da América do Sul tendo como objetivo ser referência local e global no mercado de Microfinanças, pela dimensão, impacto social e qualidade no atendimento das necessidades dos empreendedores brasileiros. Sobre o perfil dos clientes Crediamigo nota-se que a maioria é do gênero feminino com idades equilibradas de 25 a 44 anos com 9 a 11 anos de ensino escolar e renda familiar entre R\$1.000,00 a R\$ 3.000,00, atuando com mais de 80% no setor do comércio. Os números também apontam que 51% dos clientes têm a renda familiar mensal inferior a R\$ 1.000,00, indicando mais uma vez a importância das ações do Crediamigo em atender às famílias de mais baixa renda da zona urbana. Dos valores financiados, o mínimo é R\$100,00 e o máximo é R\$15.000,00.

As condições de crédito variam dependendo dos valores financiados, finalidade do financiamento e garantia. Os juros vão desde 1,08% a.m. a 1,90% a.m. com taxa de Abertura de Crédito no percentual de 3% sobre o valor da operação. O Crediamigo oferta a seus clientes inúmeros benefícios como Seguro Vida Crediamigo, pioneiro no segmento de microsseguros, é destinado a pessoas físicas clientes do Programa com Prêmio: R\$ 30,00 e Capital Segurado: R\$ 3.600,00 / Auxílio Funeral: R\$ 1.008,00 / Cesta Básica R\$ 1.008,00 além de Sorteio: R\$1.500,00 (4 por mês). Os clientes possuem Conta-Corrente que é movimentada por meio de cartão de débito, colaborando para a inclusão financeira e facilitando as negociações comerciais dos empreendedores atendidos e participação na rede compartilhada Banco24Horas e realização de compras em toda a rede credenciada Visa no Brasil, sem esquecer o Seguro Prestamista que garante a liquidação do

financiamento, em caso de morte do segurado. O valor do prêmio depende do tipo de financiamento e do prazo, a uma taxa fixa de 0,029%.

A integração do Crediamigo com os programas do Governo Federal maximiza os resultados do crédito emprestado aos empreendedores, tornando simples o acesso a produtos e serviços bancários, o crescimento sustentável dos empreendimentos e a melhoria na qualidade de vida dos clientes. Em 2017, o Crediamigo foi referência para a criação do Plano Progridir do Governo Federal, que tem entre suas premissas a capacitação e emancipação financeira de beneficiários do Bolsa Família, por meio do apoio financeiro e da assistência técnica.

Em 2009, o Governo Federal cria a Lei do Empreendedor Individual, que facilita o processo de formalização de empreendedores informais com receita bruta anual de até R\$ 81 mil. O Crediamigo atendeu, em 2017, cerca de 163 mil empreendedores individuais, liberando um total de mais de R\$ 944 milhões, por meio de aproximadamente 310 mil operações de crédito.

Para o Banco do Nordeste o microcrédito é um instrumento de transformação na vida de microempreendedores. Por isso, o Crediamigo vai além do crédito. No atendimento aos clientes, os agentes do Crediamigo prestam orientação financeira para que os negócios financiados possam desenvolver todo o seu potencial, o programa estimula o empreendedorismo por meio de palestras e eventos como feiras de comércio e de prestação de serviços, em que clientes realizam negócios e são reconhecidos pelo seu crescimento dentro do Crediamigo.

O Banco do Nordeste incentiva a inclusão financeira dos microempreendedores da região por meio do microcrédito, da abertura de contas-correntes, do estímulo ao uso de meios digitais de pagamento e a contratação de microsseguros. Em 2018, o Crediamigo abriu 414,3 mil contas-correntes para seus clientes.

Com o objetivo de estimular o uso do cartão de débito em compras, o Crediamigo lançou em parceria com a Visa a campanha Sonho Realizado. O uso do cartão é incentivado por meio de um sorteio de até R\$ 30 mil, valor a ser investido na própria atividade microempreendedora do cliente. Participam clientes que realizarem compras com o cartão a partir de R\$ 10 no período da campanha. O uso do cartão de débito Crediamigo Visa em compras cresceu 332% nos últimos cinco anos. Somente em 2018, os clientes do Crediamigo realizaram mais de 1,5 milhão

de transações por meio do cartão de débito. O futuro que se avizinha é promissor para as microfinanças. O casamento imprescindível entre tecnologia e finanças tornará o ambiente cada vez mais competitivo e também inovador. O Banco do Nordeste vê com bons olhos esse futuro e a chegada de novos atores que possam contribuir para continuar fazendo das microfinanças uma das ferramentas mais fortes de redução das desigualdades no país.

Nesse quesito a AFEAM se destaca pela quantidade de empréstimos desembolsados atingindo o seu auge em 2014 quando desembolsou R\$ 152.295.460,00 e completou 2018 com a quantia de R\$ 87.129.480,00 ultrapassando até mesmo o maior programa de microcrédito do país, o Crediamigo, que encerrou suas atividades de empréstimos desembolsados em 2018 com apenas R\$ 8.953.730,00. O programa Amazônia Florescer urbano é recente no mercado, mas apresenta bons valores de empréstimos desembolsados se aproximando dos valores do Crediamigo, programa consolidado no mercado, devido a anos de sua existência. Os valores médios desembolsados para cada cliente da AFEAM é bem mais expressivo em 2018, do que nas outras instituições, chegando a R\$ 7.938,90, a AFEAM devido as suas linhas de financiamento financia um valor para cada cliente correndo o risco de ter uma taxa de inadimplência bem alta.

Nota-se que apesar da AFEAM desembolsar uma quantidade maior de empréstimos comparados aos outros programas, o seu número de clientes atendidos é reduzido comparado ao Crediamigo. O programa Crediamigo consegue alcançar mais clientes com determinadas linhas de crédito. O programa Amazônia florescer urbano está presente em apenas duas áreas de Manaus, a leste e norte, áreas mais movimentadas e em constante crescimento ao contrário da AFEAM que está presente nos interiores do Amazonas tendo uma maior abrangência.

Como já citado em outro ponto, um valor elevado de empréstimo gera um risco alto de não pagamento, inadimplência. A AFEAM lidera no gráfico de inadimplência comparado ao Amazônia Florescer urbano e Crediamigo, todavia, ao longo dos anos podemos ver uma queda na taxa assim como no Amazônia Florescer que de 2017 para 2018 reduziu aproximadamente metade da sua taxa de inadimplência. O Crediamigo é conhecido por baixíssimas taxas ao longo dos anos devido a sua política informativa e educativa onde o banco se encontra com forte presença na comunidade.

O agente de microcrédito é a ponte entre a comunidade e o banco, são peças importantes para a prosperidade dos clientes e da empresa. A AFEAM não está inclusa neste tópico, pois a instituição alega que não é um banco e sim uma agência de fomento logo não possui agentes de microcrédito, esta função é realizada pelo SEBRAE. O Crediamigo por ser uma instituição mais consolidada no mercado e por atingir mais áreas possui um número maior de agentes do que o Amazônia florescer urbano, todavia, o programa possui treinamento constantes de funcionários para aumentar o número de agentes de microcrédito em suas áreas.

O Amazônia Florescer urbano como já citado anteriormente só atua em duas áreas da capital amazonense, com previsão de expansão em breve segundo o Banco da Amazônia. Em 2018 o Amazônia florescer atendia cerca de 10 clientes por dia, um número inferior considerando que o programa atua nas áreas mais movimentadas e em constante crescimento de comércios e residências da cidade.

4.1 STARTUPS NO AMAZONAS E NORDESTE

Um mapeamento realizado pela Associação Brasileira de Startups (AbStartups) destacou Manaus como uma cidade promissora para quem procura abrir empreendimento por meio de startups. O levantamento pontuou 15 cidades que estão fora do eixo Sul-Sudeste. Além de Manaus, a cidade de Belém e Rio Branco foram destaques da região Norte. No estado do Amazonas no ano de 2016 se concentravam 54 empresas Startups, subdivididas nos segmentos de Tecnologia, Social e Ambiental, Consultorias e Serviços, como mostra no gráfico abaixo.

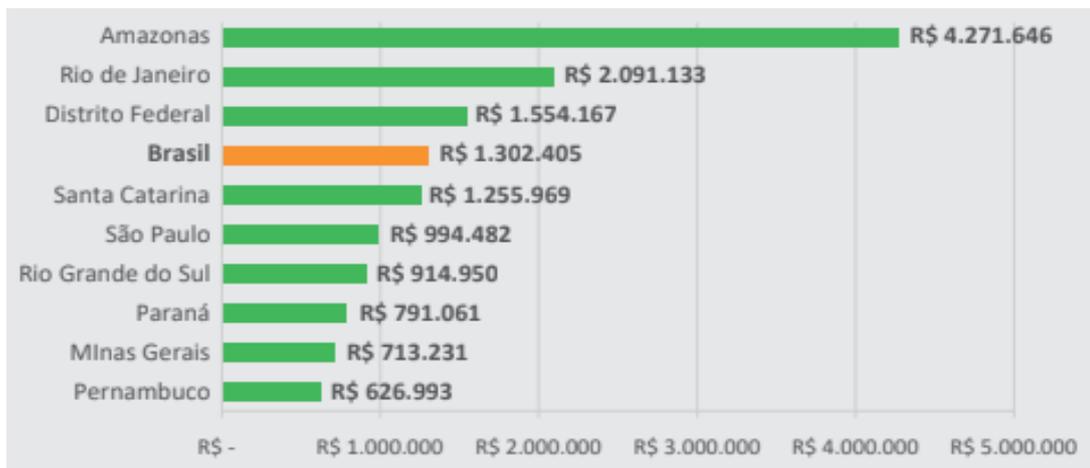
Gráfico 22: Segmentos de startups em Manaus



Fonte: Pinto (2016).

Do ponto de vista econômico, as *startups* de base tecnológica têm alto impacto no desenvolvimento econômico. Kirchoff (1991) também apresenta informações de que startups de base tecnológica contribuem significativamente para a criação de empregos em setores de alta tecnologia. O Amazonas ganha destaque por ser o estado com o maior faturamento médio nacional, R\$4,27mi de valor médio por empresa de tecnologia, como mostra o gráfico abaixo.

Gráfico 23: Ecossistemas- Faturamento Médio 2018



Fonte: ACATE/Neoway

Segundo ACATE TECH REPORT (2019) entre os 10 maiores estados do Brasil, o Amazonas se destaca com crescimento de 1,80% no número de empregos do setor de tecnologia, crescimento acima da média nacional, em relação ao polo de empresas do setor de tecnologia o Amazonas ganha destaque pelo porte de suas empresas, que possuem média de 117 funcionários por empresa, impulsionado pela Zona Franca de Manaus (ZFM).

Atualmente o Polo industrial de Manaus (PIM) situado na ZFM, ganhou uma nova roupagem, a de ecossistema de inovação. No final de agosto, a região ganhou seu primeiro hub de tecnologia, o Manaus Tech Hub. Lima, vice-presidente da Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro (Softex), associação responsável pelo hub, espera que o potencial empreendedor e tecnológico da região Amazônica possa ser levado a todo o país e até ao exterior devido ao novo Hub.

A região Nordeste, por sua vez, também é destaque quando o assunto é startups. Segundo dados disponibilizados pela consultoria StartSe (2017), o

Nordeste conta com 119 startups de tecnologia da informação registradas, geograficamente concentradas, principalmente, nos estados da Bahia, Ceará, Pernambuco e Rio Grande do Norte.

Os financiamentos de startups no Amazonas se dão pelos meios particulares e públicos como já citados. A AFEAM possui linhas de financiamento destinadas a inovação, a Inovacred é uma delas, criada em 2017 em parceria com a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), vinculada ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, habilitou a AFEAM a financiar até R\$ 500 mil por projeto de empresas que investem no desenvolvimento de novos produtos e/ou serviços.

Segundo a AFEAM, o Programa Inovacred, por intermédio da instituição, oferece financiamento a empresas de receita operacional bruta anual ou anualizada de até R\$ 16 milhões, para aplicação no desenvolvimento de novos produtos, processos e serviços, ou no aprimoramento dos já existentes. Ou ainda: em inovação em marketing ou inovação organizacional, visando ampliar a competitividade das empresas no âmbito regional ou nacional. Esse apoio é concedido de forma descentralizada, por meio de agentes financeiros, como agora a Afeam, que atuam em seus respectivos Estados ou regiões. A Finep concede financiamentos reembolsáveis e não reembolsáveis a instituições de pesquisa e empresas brasileiras. O apoio da Finep abrange todas as etapas e dimensões do ciclo de desenvolvimento científico e tecnológico: pesquisa básica, pesquisa aplicada, inovações e desenvolvimento de produtos, serviços e processos. A instituição apoia ainda à incubação de empresas de base tecnológica, a implantação de parques tecnológicos, a estruturação e consolidação dos processos de pesquisa, o desenvolvimento e a inovação em empresas já estabelecidas, e o desenvolvimento de mercados.

O objetivo da linha de financiamento é financiar a inovação de novos produtos, processos, marketing e serviços, bem como o aprimoramento dos já existentes, visando à competitividade de empresas instaladas nos Estado do Amazonas e destina-se à micro e pequenas empresas dos setores secundário e terciário da economia, com mais de 5 (cinco) anos de abertura e com faturamento anual individual ou por grupo econômico não superior a R\$ 90.000.00,00 (noventa milhões de reais).

Outra linha de financiamento da AFEAM destinada a inovação é a AFEAM INOVAR, o programa se destina a pessoa jurídica, compreendida nesse programa pelo Microempreendedor Individual – MEI, Micro e Pequenas Empresas – MPEs, Associações e Cooperativas, do setor primário, secundário e terciário da economia, localizados no Estado do Amazonas e possui como objetivo financiar a inovação de novos produtos, processos e serviços, bem como o aprimoramento dos já existentes, visando à competitividade de empresas instaladas no estado do Amazonas. As taxas de juros desse programa, independente do tamanho da empresa, são de 4% a.m.

O banco da Amazônia possui uma linha destinada a Inovação, o nome do programa é “Inovação, Ciência e Tecnologia”, segundo o banco o programa é voltado para incorporação de tecnologia e inovação das atividades produtivas de empresas e agroindústrias, com o objetivo de aumentar a produtividade e ter maior competitividade nas atividades existentes. O financiamento contempla a aquisição de novas tecnologias, criação de novos métodos de produção, treinamento e capacitação, dentre outros. As condições de financiamento são as seguintes: taxas de 0,81% ao ano + IPCA a 2,91% ao ano + IPCA, prazo de até 15 anos, carência de até 3 anos, participação de 70% a 100% do projeto e limite financiável limitado a capacidade de pagamento do cliente. Outro tipo de financiamento que se destaca no ramo de inovação e startups são as aceleradoras, ter um suporte de uma aceleradora é fundamental para o negócio crescer de forma direcionada e sustentável.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo Schumpeter (1961) a função essencial do crédito consiste em habilitar o empresário a retirar de seus empregos anteriores os bens de produção de que precisa, ativando uma demanda por eles, e com isso forçar o sistema econômico para dentro de novos canais. Conclui-se que o crédito impulsiona a economia a se inovar e criar novos meios para captar renda e com isso gerar desenvolvimento onde estiver inserido. O empreendedorismo é a chave da mudança, pois aliado ao crédito tem a capacidade de gerar impactos socioeconômicos benéficos em áreas atingidas pela pobreza e desigualdade.

A Zona Franca de Manaus (ZFM) é um importante auxílio e incentivo para que as empresas de tecnologia e startups, cresçam em nosso estado. O Amazonas e a região Nordeste necessitam de meios para se inovar e buscar a diminuição da desigualdade que nos distanciam do eixo das riquezas produzidas no Sul/Sudeste, logo a inovação e tecnologia são as ferramentas mais modernas e atuais para alavancar o desenvolvimento social e econômico dessas áreas, apesar de haver mais atenção e facilidades para financiar negócios tradicionais do que Startups e nesse quesito, o Amazonas mostra-se mais promissor, em razão da ZFM e dos recursos de verbas de P&D direcionados para essa região. Segundo Todtling e Wanzenbock (2003), a criação de startups é um processo diferenciado, que dependerá entre outros fatores da localidade na qual a empresa estará inserida, no estudo os autores destacam que apesar dos altos custos, os grandes centros urbanos são instigadores e facilitadores à formação desses negócios, tanto pela disponibilidade de empreendedores e mão de obra qualificada quanto pela presença de distritos industriais, que é o caso da ZFM.

Baseado nos dados e nas pesquisas do projeto, ambos os programas de crédito possuem grande importância em sua localidade. A AFEAM possui o fator principal para empreender, o capital, tendo um papel econômico e social de destaque no estado do Amazonas, estando presente até mesmo nas cidades do interior, porém não gerencia com eficiência seus recursos. O Amazônia florescer urbano apresenta grandes perspectivas de desenvolvimento e expansão, mesmo sendo tão novo no mercado, apesar das grandes perspectivas de crescimento sinalizadas pelo banco o programa necessita alavancar a ampliação e divulgação dos seus produtos para alcançar mais clientes. O crediamigo é um exemplo para outros programas de microcrédito, pois apresenta um potencial administrativo e financeiro que auxiliam de maneira significativa na diminuição da pobreza e desigualdade em sua região.

Os negócios tradicionais, principalmente os financiados pelo microcrédito, como restaurantes, lojas ou padarias, não necessitam de um estudo aprofundado e diferenciação no mercado, e por serem tradicionais e apresentarem uma estabilidade no mercado, logo o crédito para esses empreendimentos é mais acessível e diversificado, enquanto as startups precisam da diferenciação e um estudo minucioso sobre o mercado e por serem empresas inovadoras e não

possuírem a estabilidade mencionada nos negócios tradicionais, pois apostam na diferenciação e inovação, logo precisam de linhas de financiamento específicas para seu ramo e o mercado ainda não está preparado para elas.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Luiz. O sistema de microcrédito como estratégia de redução da pobreza: uma avaliação no âmbito dos municípios nordestinos. 2009. 125f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento regional e gestão de empreendimentos locais) – Núcleo de pós-graduação e pesquisa em economia, UFS, São Cristóvão, 2009.

ALVES. Fábيا Santos. Um estudo das startups no Brasil, 2013.

AMAZONAS. “Afeam se torna agente financeiro da Finep e passa a financiar empresas de inovação no Amazonas”. Disponível em: <http://www.amazonas.am.gov.br/2017/08/afeam-se-torna-agente-financeiro-da-finep-e-passa-a-financiar-empresas-de-inovacao-no-amazonas/>. Acesso em: 25 out. 2019.

BANCO DA AMAZÔNIA. Disponível em: www.bancoamazonia.com.br/. Acesso em: 4 mai. 2018.

BANCO DO NORDESTE. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/>. Acesso em: 3 mai. 2018.

BARROS, Ricardo Paes; CARVALHO, Mirela de; FRANCO, Samauel. O Índice de Desenvolvimento Familiar (IDF). Texto para discussão 986, IPEA: 2003.

BASÍLIO. Patrícia. “Zona Franca de Manaus acorda para o mundo das startups”. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/zona-franca-manaus-acorda-mundo-startups/>. Acesso em: 26 out. 2019.

CAMPOS. Newton M.; ABREU. Paulo R.M. O panorama das aceleradoras de startups no Brasil, Jul, 2016.

COSTA. José Lailson Santos. Mecanismos de financiamento usados por empresas startups do estado de Sergipe, 2019.

D24AM. MP vai apurar rombo de R\$ 20 mi na Afeam. Disponível em: <https://d24am.com/politica/mp-vai-apurar-rombo-de-r-20-mi-na-afeam/>. Acesso em: 30 set. 2018.

FIGUEIREDO. Mônica. “Manaus figura entre cidades com potencial de startups para eventos e turismo”. Disponível em: <https://vivamanaus.com/2018/11/28/manaus-figura-entre-cidades-com-potencial-de-startups-para-eventos-e-turismo>. Acesso em: 24 out. 2019.

G1 BA. “Bahia ocupa 1º lugar em número de startups no nordeste; conheça algumas”. Disponível em: <https://g1.globo.com/ba/bahia/avanca/noticia/2019/08/24/bahia-ocupa-1o-lugar-em-numero-de-startups-no-nordeste-conheca-algumas.ghtml>. Acesso em: 25 out. 2019.

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

GIL, Antonio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GLAUBER. Guilherme Signori; MARTINS. Amilton Rodrigo de Quadros; JUNIOR. Moacir da Silva; KALIL. Fahad; CAPELARI. Márcia Rodrigues. Startup e inovação: inovando na forma de pensar e decretando o fim das velhas ideias, 2014.
HARTMANN. Victor Hugo Pereira. Startup: Uma nova forma de empreender, 2013.

HERMANN, J. “Microcrédito como política de geração de emprego e renda: possibilidades e limites”, in: SABOYA, J. (org.). Novo Desenvolvimentismo- um projeto nacional de crescimento com equidade social. Rio de Janeiro: Manole, 2004.

HIDEKI, Felipe. As startups mais quentes do mercado. Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, ed. 351. (2018 - Revista Pequenas Empresas)

IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 3 mai. 2018.

IPEADATA. Disponível em: <http://www.ipeadata.gov.br/Default.aspx>. Acesso em 3mai. 2018

LIMA, Luciana. Como abrir uma Startup de sucesso. Revista Você S/A, ed. 239. São Paulo: Editora Abril, p. 27-41, 2018.

LIMA, Shanna Nogueira. Microcrédito como política de geração de emprego e renda. Disponível em: https://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Galerias/Convivencia/Publicacoes/Consulta_Expressa/Setor/Microfinancas/200912_2.html. Acesso em: 2 mai. 2018.

ONU. Pobreza permanece concentrada no Norte e no Nordeste do Brasil, diz estudo de centro da ONU. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pobrezapermanece-concentrada-no-norte-e-no-nordeste-do-brasil-diz-estudo-centro-onu/>. Acesso em: 3 maio. 2018.

PACHECO. Juliano Anderson; NETO. Miguel Rivero. Observatório Acate: Panorama do setor de tecnologia de Santa Catarina 2018, 2018.

PINTO. Mably Sampaio; KRONBAUER. Claudete Inês. Um estudo sobre a adesão de redes startups em Manaus e a importância da aplicabilidade do plano de negócio. **Revista de Teorias e Práticas Educacionais – RTPE**, v.11, n.1, p. 08-12, Abr-Jun, 2016.

ROCHA. Ronalty Oliveira. Estratégias de inovação para startups de tecnologia da informação: Uma análise na região nordeste do Brasil, 2018.

SCHUMPETER, Joseph A. Capitalismo, Socialismo e Democracia. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961, p.110

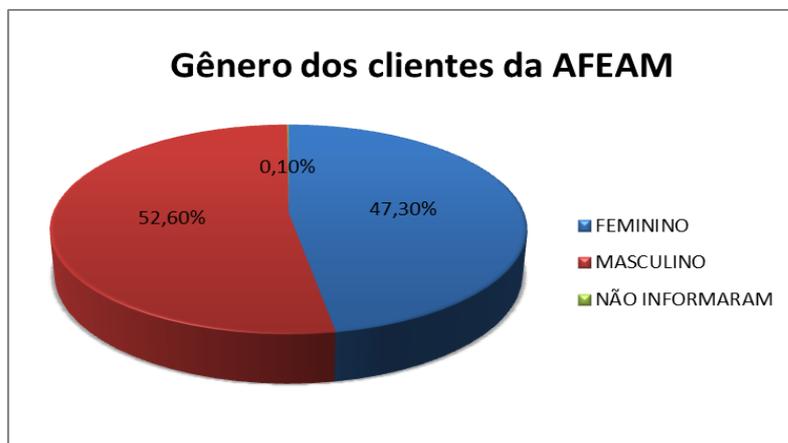
SEBRAE. Pesquisa GEM revela taxa de empreendedorismo no país. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/pesquisa-gem-revela-taxa-deempreendedorismo-no-pais,eb3913c334085510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 3 mai. 2018.

TODTLING, F., & WANZENBOCK, H. Regional differences in structural characteristics of start-ups. *Entrepreneurship & Regional Development*, Out-Dez, 2003, 351-370 p.

YUNUS, M. O banqueiro dos pobres. Edição: 1. Editora Ática. 2000. 343 p.

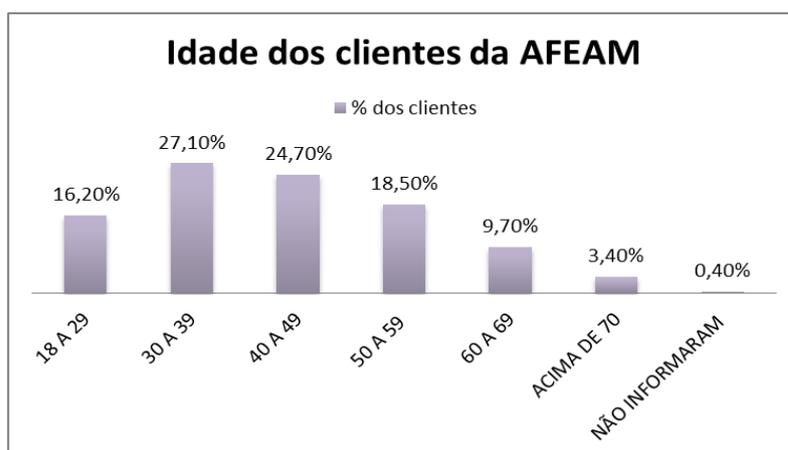
ANEXO A – GRÁFICOS DO PERFIL DE CLIENTES DE MICROCRÉDITO DA AFEAM

Gráfico 1: Gênero dos clientes da AFEAM



Fonte: AFEAM. Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 2: Idade dos clientes da AFEAM



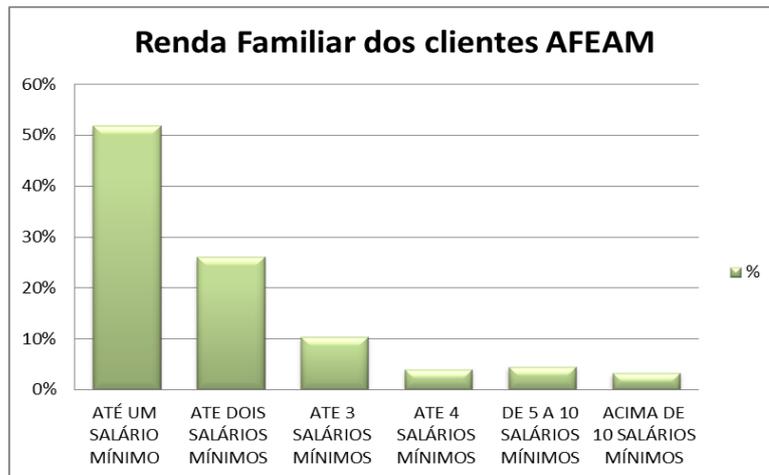
Fonte: AFEAM. Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 3: Escolaridade dos clientes da AFEAM



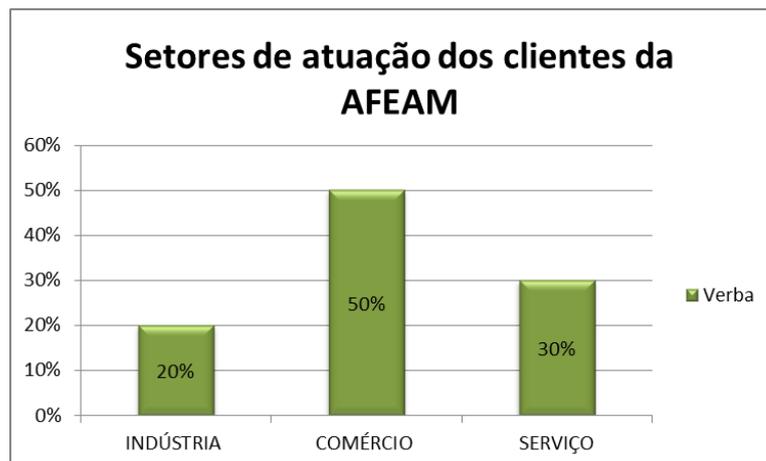
Fonte: AFEAM. Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 4: Renda familiar dos clientes da AFEAM



Fonte: AFEAM. Gráfico elaborado pela autora.

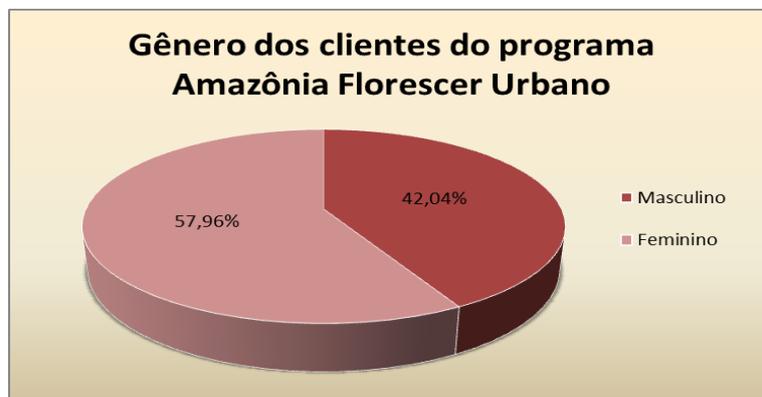
Gráfico 5: Setores de atuação dos clientes da AFEAM



Fonte: AFEAM. Gráfico elaborado pela autora.

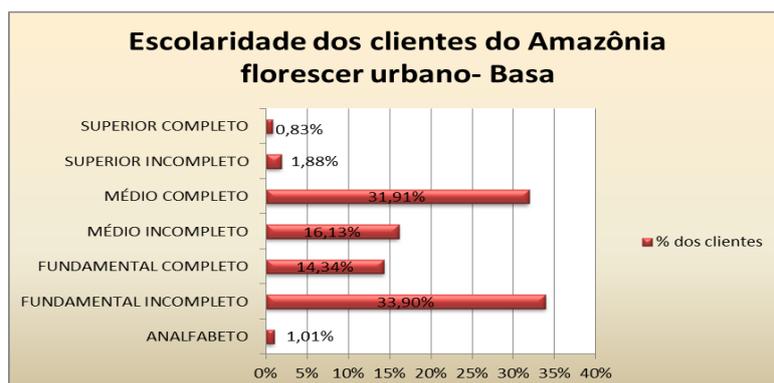
ANEXOS B – GRÁFICOS DO PERFIL DE CLIENTES DE MICROCRÉDITO DO AMAZÔNIA FLORESCE URBANO

Gráfico 6: Gêneros dos clientes do Amazônia florescer urbano



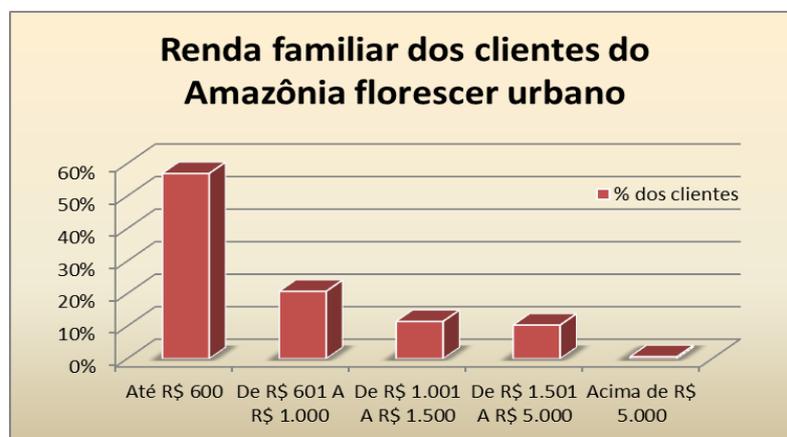
Fonte: BASA. Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 7: Escolaridade dos clientes do Amazônia florescer urbano



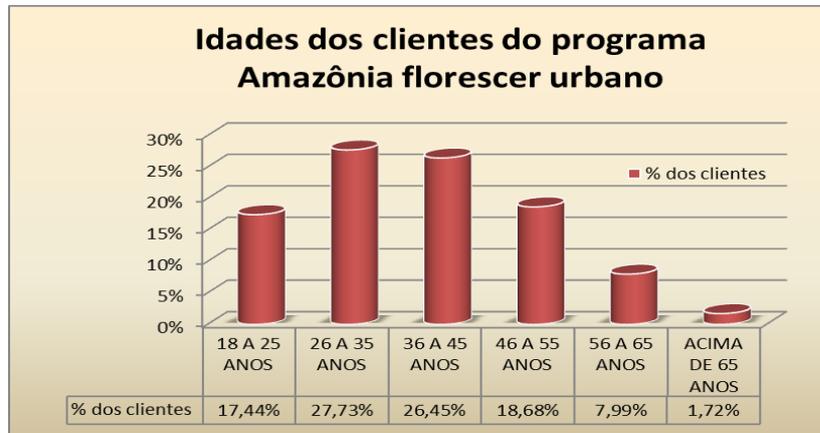
Fonte: BASA. Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 8: Renda familiar dos clientes do Amazônia florescer urbano



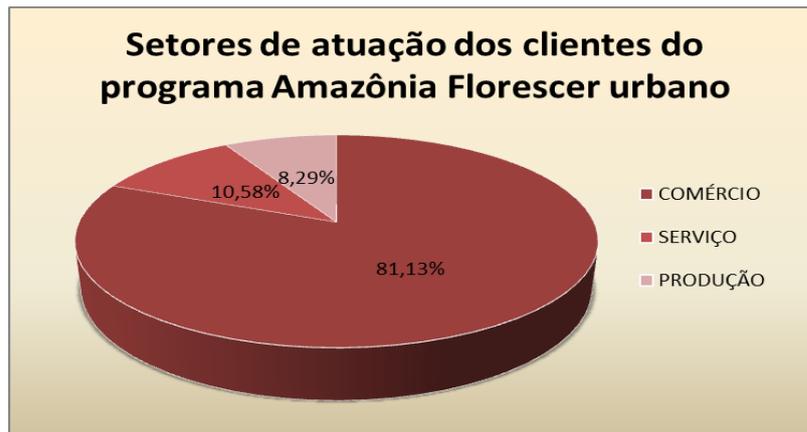
Fonte: BASA. Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 9: Idades dos clientes dos clientes do Amazônia florescer urbano



Fonte: BASA. Gráfico elaborado pela autora

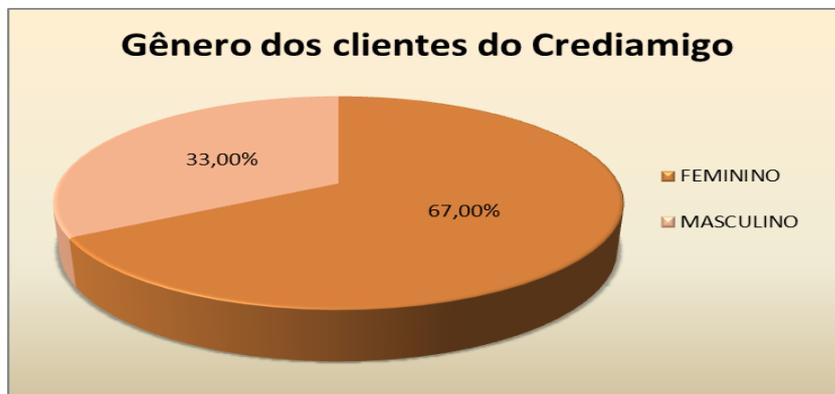
Gráfico 10: Setores de atuação dos clientes do Amazônia florescer urbano



Fonte: BASA. Gráfico elaborado pela autora

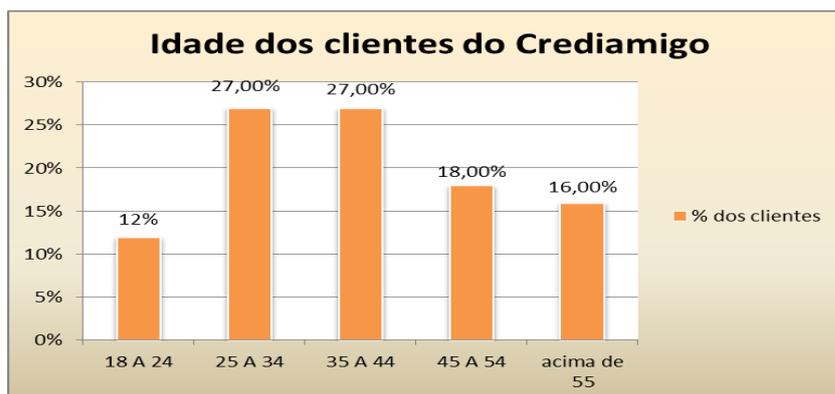
ANEXOS C – GRÁFICOS DO PERFIL DE CLIENTES DE MICROCRÉDITO DO CREDIAMIGO

Gráfico 11: Gênero dos clientes do Crediamigo



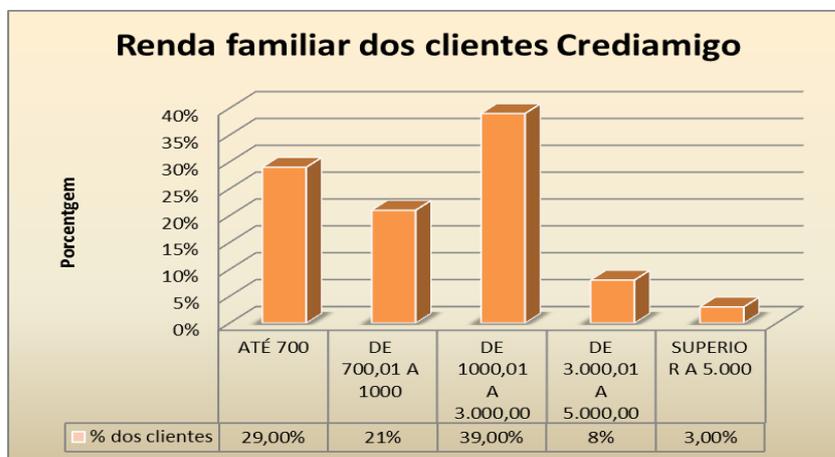
Fonte: Banco do nordeste. Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 12: Idade dos clientes do Crediamigo



Fonte: Banco do nordeste. Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 13: Renda familiar dos clientes do Crediamigo



Fonte: Banco do nordeste. Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 14: Escolaridade dos clientes do Crediamigo



Fonte: Banco do nordeste. Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 15: Setores de atuação dos clientes do Crediamigo

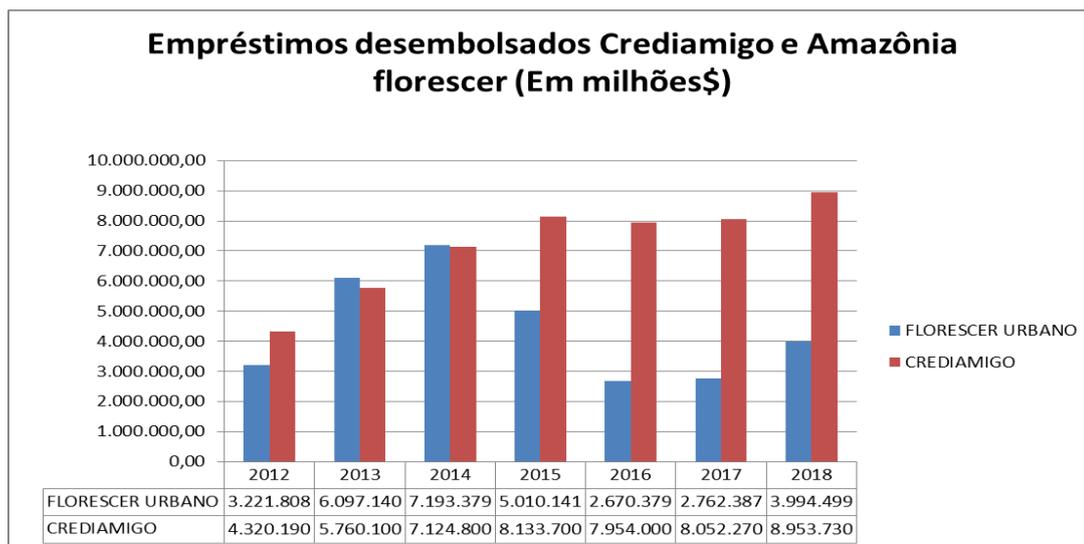


Fonte: Banco do nordeste. Gráfico elaborado pela autora.

ANEXO D – GRÁFICOS DOS INDICADORES DE ALCANCE, PRODUTIVIDADE E SUSTENTABILIDADE DOS PROGRAMAS

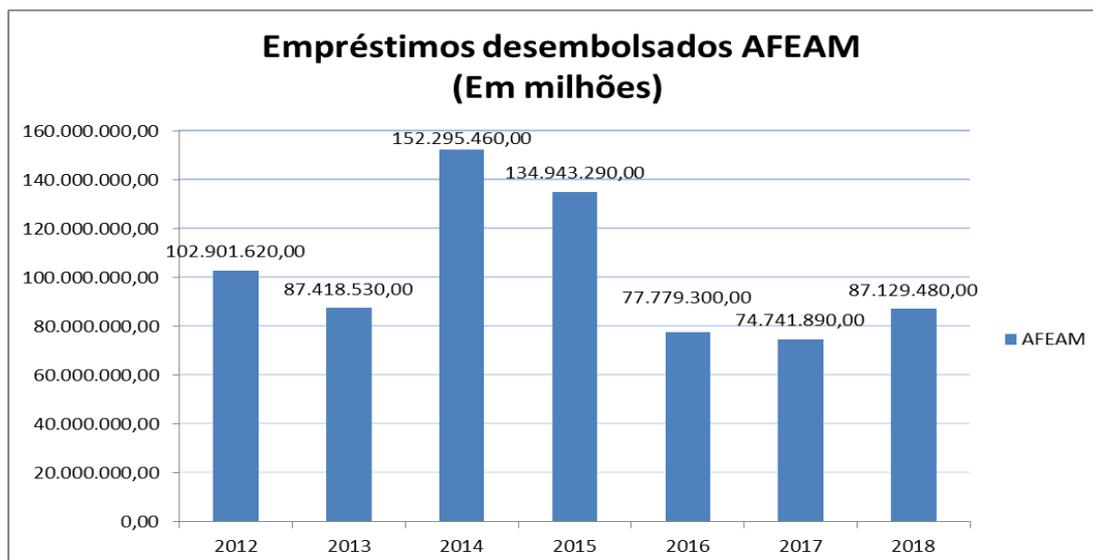
INDICADORES DE ALCANCE

Gráfico 16: Empréstimos desembolsados do Crediamigo e Amazônia Florescer urbano.



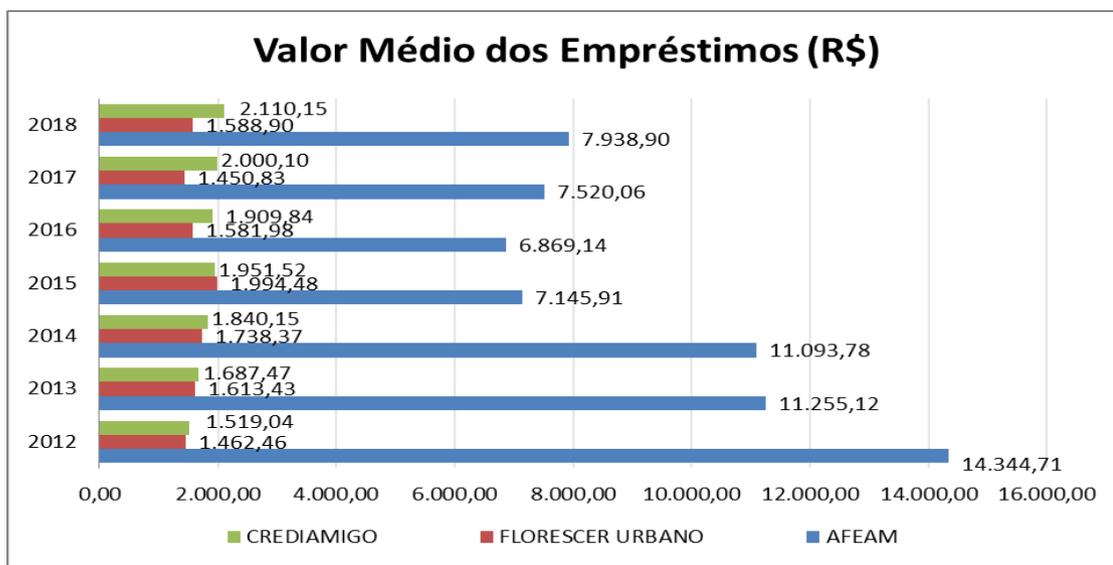
Fonte: Banco do Nordeste e Florescer urbano. Gráfico elaborado pela autora

Gráfico 17: Empréstimos desembolsados da AFEAM



Fonte: AFEAM. Gráfico elaborado pela autora.

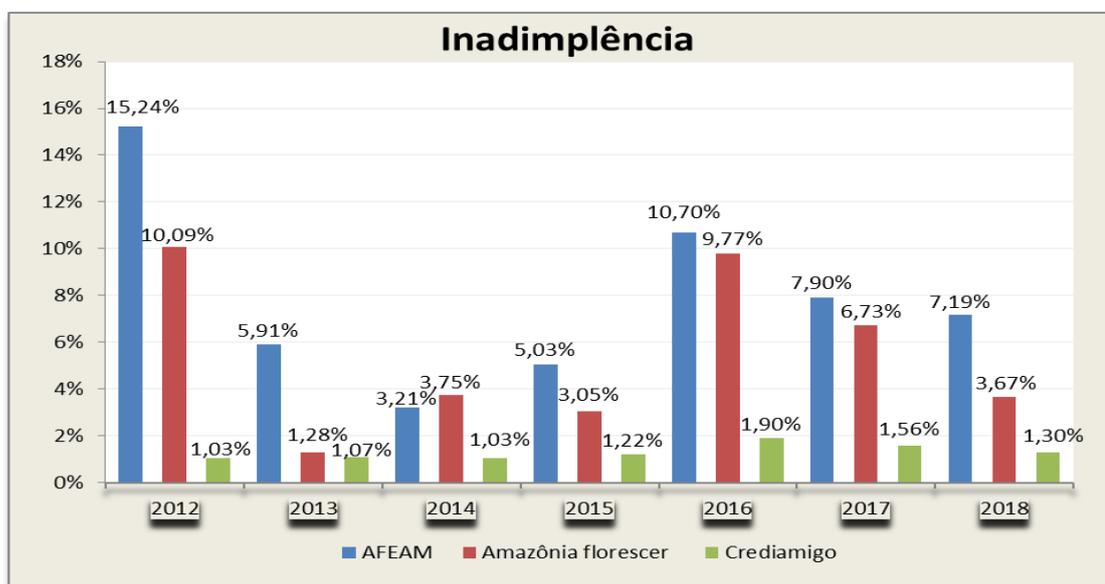
Gráfico 18: Valor médio dos Empréstimos AFEAM, Amazônia Florescer e Crediamigo



Fonte: AFEAM, Banco do Nordeste e Florescer urbano. Gráfico elaborado pela autora.

INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE

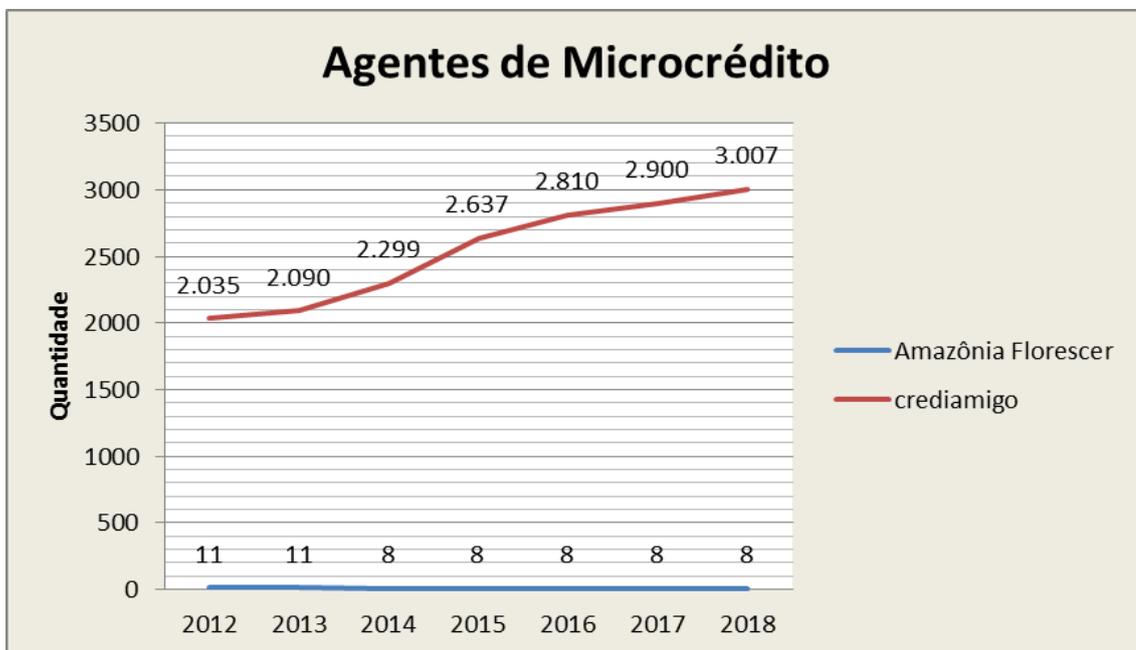
Gráfico 19: Inadimplência na AFEAM, Amazônia Florescer Urbano e Crediamigo



Fonte: AFEAM, Banco do Nordeste e Florescer urbano. Gráfico elaborado pela autora.

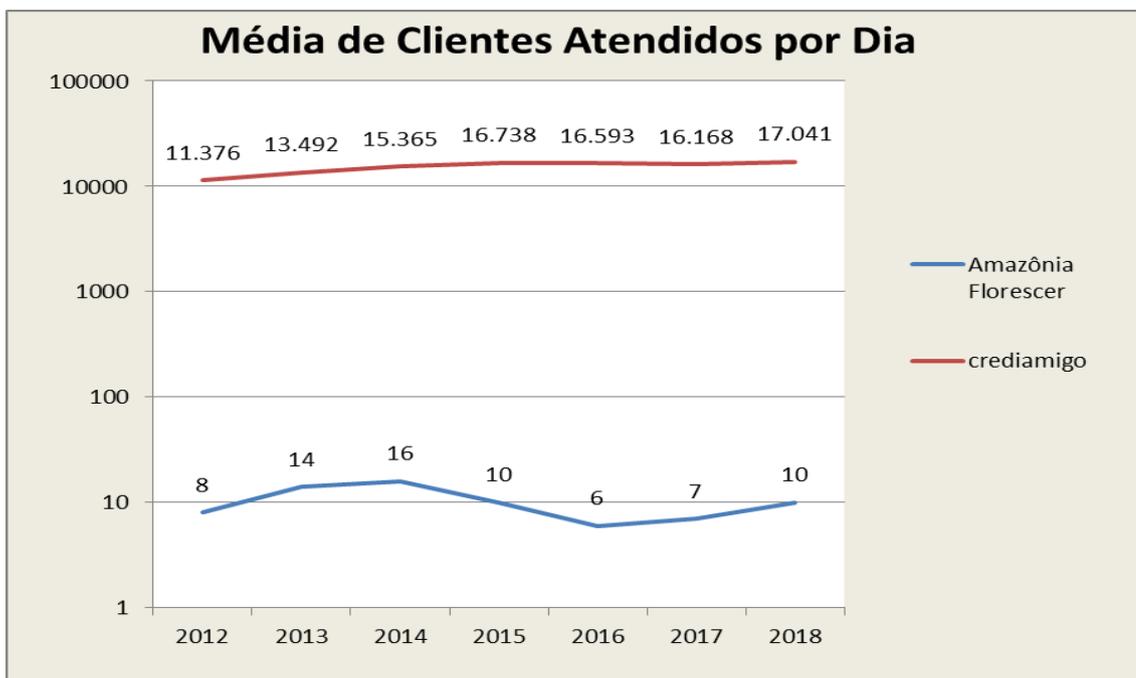
INDICADORES DE PRODUTIVIDADE

Gráfico20: Agentes de Microcrédito do Amazônia Florescer e Crediamigo



Fonte: Banco da Amazônia e Banco do Nordeste. Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 21: Média de clientes atendidos por dia no Amazônia florescer e Crediamigo



Fonte: Banco da Amazônia e Banco do Nordeste. Gráfico elaborado pela autora

