

O CRESCIMENTO DO MICROCRÉDITO NO RAMO DO VESTUÁRIO EM ANÁPOLIS NO PERÍODO DE 2000 A 2003

Rosana Machado de Souza¹

Sonia Maria Simões Heyn²

RESUMO:

Este trabalho é resultado de uma pesquisa diagnóstica para verificação do desenvolvimento do microcrédito nos setores que este mecanismo funciona. O contexto analisado foi o Banco do Povo de Anápolis no período de 2000 a 2003, tendo como objetivo específico conhecer o processo de desenvolvimento do ramo de vestuário neste período em questão. Para melhor avaliação dos dados do microcrédito o mesmo foi dividido em setores, que foram: vestuário, comércio e serviços. Os dados coletados foram avaliados após uma análise econométrica onde chegou-se a resultados para avaliação de cada setor do microcrédito em Anápolis. É mister destacar as teorias de desenvolvimento que ajusta-se no modelo de financiamento para pequenos empreendedores, como forma de alavancagem de crescimento para economia da região de Anápolis.

SUMMARY:

This work is the result of the diagnostic research carried out to verify the development of the microcredit in the sectors where this mechanism works. The context under examination was Banco do Povo of Anápolis during the period of 2000-2003 with the specific objective of becoming familiar with the process of clothing branch development during this period, which was the subject. To improve the microcredit data evaluation the previously mentioned clothing branch was divided into the following sectors: clothing, commerce and services. The collected data was evaluated after the econometric analysis where we got the results for the evaluation of each sector of microcredit in Anápolis. It is necessary to separate the development theories which fit the financing model for small enterprises as a way of stimulating the economy growth in the region of Anápolis.

¹ Especialista em Economia de empresas, professora na UEG

² Especialista em Economia de Empresas

Palavras -Chave: Desenvolvimento, microcrédito, economia, micro- empreendimentos .

INTRODUÇÃO:

A preocupação com as diferenças sociais crescentes no mundo capitalista está maior. Economistas, como Keynes, já demonstraram as conseqüências de políticas recessivas para a economia de uma nação. A produção em massa necessita cada vez mais de tecnologia e menos de mão de obra com pouca qualificação. A baixa renda ocasiona menor consumo. Os programas sociais, como renda cidadã, não são suficientes para proporcionar condições de crescimento para aqueles que estão marginalizados no mercado de trabalho.

O microcrédito tem se tornado um grande atrativo para uma parte desta população que sonha em conseguir sua independência financeira, deixar de ser assalariado e ter seu próprio negócio. Em um país onde ocorre alto índice de desemprego, baixos salários nominais, pouca especialização profissional, o microcrédito veio trazer uma nova perspectiva de mercado.

Mas será ele a solução para tantos problemas econômicos pelos quais o país atravessa? Para conhecer melhor este tipo de financiamento é importante pesquisar do que se trata, sua história, quem é o seu público alvo, seus objetivos, suas formas de concessão e por que o microcrédito tem crescido tanto, não apenas no Brasil, mas em grande parte do mundo.

Para delimitar o estudo em questão, foi escolhida a produção do vestuário pelo desempenho apresentado neste setor no estado de Goiás. Centros como Goiânia e Jaraguá são pólos de confecção não apenas no estado como também na região Centro-Oeste. Avaliar se apenas o microcrédito é suficiente para o desenvolvimento da produção do vestuário em Anápolis permitirá relacionar teorias econômicas e suas possíveis aplicações apresentado no referencial teórico. Em que teorias econômicas relativas à demanda, desenvolvimento e microcrédito serão relacionados para que possam explicar os resultados obtidos na pesquisa.

DESENVOLVIMENTO:

Embora o microcrédito, na sua forma atual, seja um fenômeno recente, suas origens remontam ao século XIX. Data desse século, o surgimento na Europa das primeiras iniciativas de crédito popular, visando possibilitar o acesso ao crédito de segmentos pobres da população (camponeses, operários, artesões etc). Com o tempo, essas iniciativas se disseminaram passando a se reproduzir também fora do continente europeu.

Mais recentemente, o programa de crédito da União Nordeste de Assistência às Pequenas Organizações (UNO), desenvolvido no Nordeste brasileiro no início da década de 1970, já prefigurava diversos aspectos dos modelos atuais de microcrédito, sendo considerado por alguns estudiosos como a primeira experiência moderna de microcrédito.

Não obstante, não se duvida de que o principal marco referencial na história do microcrédito – e o que mais contribuiu para sua configuração atual – é o Grammen Bank, de Bangladesh. Criado em 1976, o Grammen Bank teve sua origem em uma iniciativa pessoal do seu fundador, o professor de economia Muhammad Yunus, que com recursos próprios e ajuda de seus alunos iniciou a concessão experimental de créditos a pessoas pobres, para ser utilizado em atividades produtivas.

O êxito inicial desses experimentos, particularmente no tocante ao repagamento dos créditos, permitiu ao Grammen Bank ir progressivamente expandindo as suas atividades através da capitalização própria e da captação de doações e investimentos externos. Esse crescimento levou o Grammen Bank a tornar-se, em alguns anos, a maior instituição financeira de Bangladesh, bem como o principal modelo de referência para a disseminação do microcrédito em escala mundial. Além de mostrar a viabilidade financeira do microcrédito, a experiência do Grammen Bank destaca-se pelas suas inovações metodológicas, como a introdução do “grupo solidário” que funciona como forma de garantia aos empréstimos.

Inspirado na experiência de Bangladesh, o microcrédito disseminou-se durante as décadas de 1980 e 1990 por diversos países da Ásia, África e América Latina, graças à ação de governos, instituições privadas, organismos multilaterais e agências de cooperação internacional. No caso da América Latina, especial destaque deve se dado a Accion Internacional, que desempenhou um importante papel na disseminação do microcrédito e sua adaptação às condições latino-americanas, tendo participação às construções de

algumas das mais importantes instituições de microcrédito existentes na região, como o Banco Sol da Bolívia e o Sistema CEAPE no Brasil.

São muitas as formas de se definir o que é efetivamente o microcrédito.

Muitas pessoas o vêem como um instrumento financeiro que se caracteriza por empréstimos de valores relativamente pequenos a empreendedores de baixa renda, que vivem, em geral, na economia informal.

Entretanto, há que se considerar que o microcrédito, além disso, tem sido desenvolvido para atender as necessidades dos pequenos empreendimentos, portanto, leva em conta, além das suas condições econômicas, as relações sociais do tomador.

Dessa forma, pode-se defini-lo como uma modalidade de financiamento que busca permitir o acesso dos pequenos empreendedores ao crédito. Utiliza-se de metodologia própria voltada ao perfil e às necessidades dos empreendedores, estimulando as atividades produtivas e as relações sociais das populações mais carentes, gerando, assim, ocupação, emprego e renda.

O Brasil foi um dos primeiros países no mundo a experimentar o microcrédito no setor informal urbano. Através da iniciativa e assistência técnica da organização não-governamental Accion International - na época AITEC - e da participação de entidades empresariais e bancos locais, foi criada em Recife e Salvador a União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações - mais conhecida como UNO. Afora esta experiência, datada de 1973, o microcrédito só ganhou forças no Brasil a partir dos anos 80.

Estimativas realizadas pelo SEBRAE sobre o potencial mercado brasileiro de microcrédito revelam a existência de 9,5 milhões de pequenos empreendedores e cerca de 13 milhões de pessoas que não possuem acesso ao crédito junto ao sistema financeiro tradicional. Assim, além de se apresentar como uma excelente oportunidade de negócio, o microcrédito é visto pelas organizações nacionais e internacionais como a alternativa mais promissora de se possibilitar aos pequenos empreendedores, sobretudo àqueles mais carentes da sociedade, o acesso ao crédito.

A partir de meados da década de 1990, inicia-se um processo de expansão do microcrédito no Brasil estimulado principalmente por fatores como a estabilização monetária ocorrida em 1994, cujo efeito mais visível foi o aumento da demanda por microcrédito. Além do efeito psicológico favorável da queda das taxas de juros, esse

fenômeno foi motivado pelo aumento da renda real dos segmentos mais pobres da população, ocorrido na fase inicial do plano de estabilização, possibilitando um incremento das vendas e da demanda por crédito dos microempreendimentos.

Outro fator a ser considerado foi à ampliação do leque institucional envolvido com o microcrédito, que a partir de 1995, passa a contar também com a participação de instituições do poder público, nas três esferas de governo. A participação dos atores governamentais tem sido de grande importância para a expansão do microcrédito através de iniciativas como: a criação de instituições ou programas de microcrédito diretamente vinculados a governos estaduais ou municipais; a construção de parcerias entre o poder público e sociedade civil para a criação e capitalização inicial de ONGs e OSCIPs de microcrédito; a criação pelo BNDES de um programa de financiamento para instituições de microcrédito; a criação de programas de microcrédito vinculados a bancos públicos estaduais ou federais.

Apesar do inegável crescimento dos últimos anos, o alcance do microcrédito no Brasil é ainda bastante limitado. No final de 2002, o número de clientes do microcrédito situava-se em torno de 200 mil, o que de acordo com cálculos realizados pelo BNDES, representaria menos de 3% da clientela potencial o microcrédito, estimada em 8,2 milhões de microempreendimentos.

A necessidade de disponibilizar recursos para concessão de crédito produtivo popular motivou o poder público, através da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, a criar o Banco do Povo. As primeiras discussões tiveram início em janeiro de 1997, com o trabalho de mobilização do empresariado local, demonstrando a importância de aportes financeiros para viabilizar os trabalhos. A instituição ganha nome oficial de Fundo de Apoio ao Empreendimento Popular (FAEP).

Formada a primeira turma de 28 agentes de crédito, o Banco do Povo é fundado no dia 27 de junho de 1997, com a posse do Conselho Administrativo. As primeiras concessões de crédito acontecem já no dia 22 daquele mesmo mês.

O Banco do Povo de Goiás constitui-se na maior rede de microcrédito do País, cumprindo a função de disponibilizar recursos para que pequenos empreendedores, que não têm acesso a linhas de crédito, possam contrair financiamento para abrirem ou ampliarem o próprio negócio, garantindo dessa forma o auto-sustento e de sua família. Operacionalizado

a partir de março de 1999, o Banco do Povo já está consolidado em 161 municípios goianos (até 1º de setembro de 2003).

O baixo índice de inadimplência que girava em 2000 a uma taxa de 0,9% abaixou em 2003 para 0,58% (Tabela 2, Anexo 1, Banco do Povo). O prazo ao contrário teve um aumento de seis meses para oito meses.

Tabela 1- ANÁPOLIS – INADIMPLÊNCIA E PRAZOS DE PAGAMENTO - 2000-03

ANO	Prazos de pagamento (MÉDIA):	Inadimplência:
2000	06 meses	0,90%
2001	06 a 08 meses	0,65%
2002	07 a 08 meses	0,48%
2003	08 meses	0,58%

Fonte: Banco do Povo - Anápolis

Os recursos do Banco do Povo são provenientes do Fundo Especial de Geração de Emprego e Renda (Funger). O valor financiável varia de R\$ 300,00 a R\$ 2.000,00, com juros de 1% ao mês. Podem ser financiados itens como máquinas, equipamentos, móveis e utensílios (novos e usados) e capital de giro. O prazo de pagamento é de até oito meses, incluindo dois meses de carência, para investimentos de qualquer natureza; e de até oito meses sem carência para aquisição de matéria-prima.

Em Anápolis o valor repassado, até setembro de 2003, foi de R\$ 500.000,00, a quantidade de contratos feitos foi de 1517, o valor aplicado de R\$ 2.080.682,43, e foram gerados 3591 empregos (Seplan 2003). De acordo com os dados fornecidos pelo Banco do Povo na cidade de Anápolis até Dezembro de 2003 o valor aplicado chegou a R\$ 2.346.658,11. A quantidade de contratos foi de 1688, sendo 248 para a produção de vestuário, 254 para a produção de outros bens, 866 para o comércio e 320 para os serviços.

O perfil destes pequenos empreendedores geralmente sem acesso ao crédito institucional. São mulheres e homens integrantes de famílias de baixa renda que tem na atividade por conta própria uma alternativa de vida. Conforme a definição que vem sendo utilizada aos documentos da FENAPE esses empreendedores são “unidades muito pequenas, geradoras de renda familiar, cujos proprietários trabalham diretamente nos empreendimentos acumulando funções produtivas e gerenciais, com pequeno número de

peças ocupadas, recorrendo principalmente aos membros da família, dispendo de pouco capital e tecnologia rudimentar”.

População de baixa renda; empreendedores do setor informal; pequenos prestadores de serviços, feirantes, artesãos, etc; associações de trabalho e produção; pessoas cadastradas no Programa Renda Cidadã que precisam desenvolver suas habilidades e, com isso, atingir a auto-suficiência.

A classificação dos clientes do microcrédito de acordo com nível de atividade e capacidade de acumulação dos empreendimentos. Pode ser agrupado nas seguintes categorias básicas:

Sobrevivência - Unidades econômicas que não geram excedentes remunerando apenas o trabalho de seu proprietário ou grupo familiar diretamente envolvido.

Acumulação Simples - Unidades econômicas que embora retendo e investindo parte dos lucros reproduzem a mesma escala de produção ou ligeiramente acima desta.

Acumulação Ampliada - Unidades econômicas que, a médio ou longo prazo, conseguem gerar crescimento no volume de produção e comercialização, no número de empregos/ocupações e no valor de seus bens patrimoniais.

“A metodologia adotada no programa de microcrédito encontra-se apoiada na acessibilidade do cliente ao programa, substituição de garantias reais por formas alternativas de garantia (fiança solidária ou aval individual);”³ a rapidez na liberação do empréstimo, o acompanhamento e a renovação dos créditos e centralidade dos agentes de crédito no relacionamento com o cliente em todo o processo.

Tornando assim uma metodologia própria ao desenvolvimento deste trabalho e promovendo uma nova forma de financiamento aos pequenos empreendedores.

REFERENCIAL TEÓRICO

Teorias Relacionadas ao Microcrédito e Desenvolvimento

Como o microcrédito está voltado a financiar pequenos empreendedores, que dispõem deste crédito para investimento em suas micro e pequenas empresas, foram

³ Fiança solidária: associação de pessoas cada qual responsável por pequeno empreendimento que assumem coletivamente as obrigações quanto ao retorno dos empréstimos.

estudados as teorias e autores que abordaram a função investimento e desenvolvimento econômico.

No Princípio na Demanda Efetiva – Keynes constata-se que: “A curto prazo, apenas a demanda agregada provoca variação no nível de equilíbrio da renda nacional”. O nível agregado do produto é determinado pela demanda monetária daqueles que podem pagar os preços das ofertas normais. Este princípio foi introduzido por Keynes nos anos 30.

Dentre os componentes da demanda agregada o investimento é o principal determinante do crescimento e desenvolvimento econômico. Em curto prazo o investimento afeta apenas a demanda agregada. “O investimento como elemento da oferta agregada só comparece em modelos de crescimento econômico de longo prazo, em que a oferta agregada também varia, pela maior disponibilidade de recursos, evolução tecnológica etc” (Vasconcelos, 2001, p. 265).

No Multiplicador Keynesiano de Investimentos a renda nacional varia num múltiplo da variação de algum elemento autônomo da demanda agregada. O processo é iniciado por uma variação autônoma no investimento devido a alguma injeção ou vazamento do fluxo de renda. Após uma variação autônoma, os efeitos subseqüentes são derivados de variações induzidas do consumo em cada etapa, em função do aumento da renda de cada setor. Sendo assim pelo efeito multiplicador o aumento de Investimento eleva a renda.

No Modelo Grameen – Muhammad Yunus (2000) em sua concepção de desenvolvimento indica uma mudança positiva no status econômico dos 50% da população que vive em condições de vida inferior. E preciso julgar e medir o desenvolvimento econômico pela renda real per capita desta população.

Em curto prazo para ocorrer desenvolvimento não há necessidade de treinamento para o investidor do microcrédito, tudo que precisa é o capital. Nas etapas seguintes é indispensável instalar um sistema de saúde eficaz, educação, plano de pensão, bons meios de comunicação e informação sobre o mercado, na ausência desse sistema de ajuda os progressos realizados pelos financiados correm o risco de atolar ou retroceder. Yunus considera que a teoria econômica é incompleta, ora o indivíduo é apresentado como um consumidor (teoria do consumo), ora como um trabalhador (teoria da produção). A teoria da produção parte da função de produção: dada uma tecnologia, como um empresário

deve coordenar trabalho e capital para atingir esse ou aquele nível de produção. O que conduz à teoria da empresa. Essa conceituação excluía totalmente a possibilidade de trabalho autônomo.

Segundo Yunus em pleno reinado do mercado e da produção em massa, muitas vezes se censura o microcrédito por manter o trabalho autônomo numa escala reduzida, que não favorece a economia de escala. A produção familiar pode muito bem chegar a uma produção em massa, embora não seja realizada sob o mesmo teto e por meio do assalariado.

Regressão e Correlação e sua Utilidade Dentro do Modelo:

A análise de regressão ocupa-se do estudo da dependência de uma variável em relação a uma ou mais variáveis. As variáveis explicativas, com objetivo de estimar e ou prever a média (da população) ou o valor médio da dependente em termos dos valores conhecidos ou fixos. Nas relações estatísticas entre as variáveis lida-se basicamente com variáveis aleatórias ou estocásticas, ou seja, aquelas que têm distribuições de probabilidade.

Na análise de regressão há uma assimetria na forma como as variáveis dependente e explicativa são tratadas, supondo que a variável dependente seja estatística, aleatória e explicativa. Na análise de Correlação o objetivo básico é medir a intensidade ou grau de associação linear entre as duas variáveis, parte da teoria da correlação se baseia na hipótese de aleatoriedade das variáveis. O pesquisador deve sempre estar ciente de que os resultados da pesquisa são apenas tão bons quanto à qualidade dos dados.

Neste trabalho sobre o crescimento do microcrédito no ramo do vestuário em Anápolis no período de 2000 a 2003, o microcrédito será considerado um produto. Ao analisar a demanda por este produto alguns fatores deverão ser considerados, tais como: a renda do consumidor, o preço do produto, o preço do produto concorrente, e as opções de atividades empresariais escolhidas pelo consumidor.

A pesquisa mostra que a renda deste empreendedor, aqui considerado como consumidor, é baixa. Ele atua geralmente na economia informal, o que dificulta obter dados numéricos para relacionar com o modelo econômico.

O preço do produto (microcrédito) é o juro cobrado pelo Banco do Povo, sendo este fixo no período de 2000 a 2003. Esta baixa taxa de juros, se comparada ao mercado,

tem por objetivo promover o desenvolvimento econômico e principalmente social. Em contrapartida o montante dos empréstimos concedidos são de pequeno valor.

O preço do produto concorrente considerado foram às taxas de mercado utilizadas nos empréstimos de capital de giro no período estudado. A modalidade de capital de giro está direcionada às empresas, por isso foi a escolhida. Estes dados foram obtidos no site do Banco Central do Brasil.

O empreendedor ao buscar o empréstimo obrigatoriamente deverá aplicá-lo em atividades econômicas, que dependerá do seu gosto ou conhecimento no setor. São três as atividades: produção do vestuário, comércio e serviços.

Sendo assim o modelo considerado para analisar a demanda por microcrédito será: $M = f(j, i, V, K, S)$ onde:

M = demanda por microcrédito

j = preço do produto (valor dos juros cobrados pelo microcrédito)

i = preço do concorrente (valor dos juros cobrados no mercado financeiro)

V = quantidades de microempreendimentos no ramo de vestuário

K = quantidades de microempreendimentos no ramo do comércio

S = quantidades de microempreendimentos no ramo dos serviços

O Modelo Log-Linear

Considere a função de demanda por microcrédito no Banco do Povo em Anápolis:

Hipóteses:

Para a demanda de microcrédito em Anápolis no ramo de Vestuário no log-linear considere:

$H_0: \beta \neq 0$ A variável explicativa não tem relevância estatística.

$H_1: \beta = 0$ A variável explicativa tem relevância.

$\partial M / \partial V > 0$; caso ocorra um aumento do microcrédito, aumenta a produção de vestuário.

$\partial M / \partial S > 0$; caso ocorra um aumento do microcrédito, o setor de serviço apresenta um aumento em sua demanda.

$\Delta M / \Delta K > 0$; caso ocorra um aumento do microcrédito, o setor do comércio apresenta também um aumento em sua demanda.

O Caso do Microcrédito em Anápolis

Anápolis foi uma das cidades do interior escolhida para se implantar o CEAPS no Brasil. O êxito do programa trouxe para Anápolis o Banco do Povo e Goiás Fomento. O estudo de caso aborda se houve na da produção de vestuário um desenvolvimento no município ocasionado pelo microcrédito.

Para verificar se existe esta correlação pretende-se analisar dentro dos parâmetros da econometria como as variáveis apresentadas no modelo das microfinanças se correlacionam. Os setores apresentados na pesquisa são o comércio (K), a produção de vestuário (V), os serviços (S). O período em estudo é mensal.

Baseando-se na Teoria Keynesiana da demanda efetiva e no multiplicador Keynesiano, considerando o microcrédito a fonte de investimento necessária ao microempreendedor, espera-se que a curto prazo haja uma variação positiva na renda que permitirá ao microempreendedor fazer novos empréstimos.

Segundo Yunus, o microcrédito embora tenha como característica estimular o trabalho autônomo numa escala reduzida, ele pode fazer com que a produção familiar chegue a ser uma produção em massa, embora não seja realizada sob o mesmo teto e por meio do assalariado. É um fato visível nas feiras populares, como a feira Hippie em Goiânia e a feira Artesana em Anápolis.

Dos dados disponíveis pelo Banco do Povo de Anápolis verifica-se que o setor de produção de vestuário é o que possui menor quantidade (Q) de microempreendedores (248) comparado ao total de empreendimentos (1688) no período de maio de 2000 a dezembro de 2003.

Tabela 2

ANÁPOLIS - Valor dos microcréditos (M) concedidos (R\$), Taxa de Juros do Banco do Povo (J), Taxa de juros de mercado (i), Produção de vestuário (V), comércio (K), serviços (S), 2000 – 2003.

T	M	J	i	V	K	S
mai/00	11.099,56	1,50	3,06	1,00	5,00	0,00
jun/00	29.483,58	1,50	2,49	7,00	8,00	6,00
jul/00	47.951,80	1,50	2,41	8,00	20,00	10,00
ago/00	56.287,68	1,50	2,38	10,00	22,00	17,00
set/00	44.819,82	1,50	2,35	8,00	22,00	5,00
out/00	43.267,16	1,50	2,36	14,00	15,00	4,00
nov/00	46.554,01	1,50	2,38	9,00	18,00	4,00
dez/00	38.907,52	1,50	2,37	6,00	20,00	5,00
jan/01	41.206,88	1,50	2,29	3,00	21,00	5,00
fev/01	53.376,39	1,50	2,39	12,00	20,00	7,00
mar/01	48.909,97	1,50	2,27	11,00	24,00	3,00
abr/01	35.083,48	1,50	2,44	5,00	20,00	4,00
mai/01	63.067,58	1,50	2,47	9,00	20,00	13,00
jun/01	39.564,95	1,50	2,47	1,00	23,00	4,00
jul/01	60.205,23	1,50	2,58	7,00	26,00	6,00
ago/01	36.861,20	1,50	2,80	3,00	13,00	11,00
set/01	38.654,39	1,50	2,81	7,00	17,00	7,00
out/01	29.586,93	1,50	2,92	5,00	15,00	3,00
nov/01	59.831,14	1,50	2,75	15,00	25,00	5,00
dez/01	21.814,77	1,50	2,70	3,00	5,00	7,00
jan/02	46.139,48	1,50	2,79	5,00	13,00	12,00
fev/02	27.739,56	1,50	2,69	0,00	13,00	3,00
mar/02	38.008,84	1,50	2,61	2,00	21,00	4,00
abr/02	39.532,67	1,50	2,63	2,00	14,00	12,00
mai/02	43.797,73	1,50	2,64	6,00	15,00	9,00
jun/02	42.318,52	1,50	2,59	9,00	13,00	5,00
jul/02	63.149,40	1,50	2,65	7,00	21,00	7,00
ago/02	68.509,59	1,50	2,65	5,00	17,00	11,00
set/02	57.895,29	1,50	2,61	2,00	20,00	7,00
out/02	87.659,29	1,50	2,78	3,00	33,00	9,00
nov/02	71.432,55	1,50	3,01	3,00	31,00	6,00
dez/02	51.542,55	1,50	2,98	3,00	15,00	9,00
jan/03	69.000,97	1,50	2,99	6,00	17,00	11,00
fev/03	90.576,46	1,50	3,29	5,00	40,00	6,00
mar/03	65.501,18	1,50	3,29	7,00	25,00	1,00
abr/03	79.374,44	1,50	3,19	6,00	27,00	10,00

mai/03	73.549,01	1,50	3,13	5,00	23,00	8,00
jun/03	61.166,16	1,50	3,08	3,00	15,00	12,00
jul/03	62.613,63	1,50	3,06	4,00	22,00	6,00
ago/03	77.214,95	1,50	2,99	4,00	23,00	8,00
set/03	68.395,33	1,50	2,80	4,00	20,00	12,00
out/03	72.472,65	1,50	2,75	5,00	19,00	13,00
nov/03	83.357,47	1,50	2,74	7,00	31,00	5,00
dez/03	59.176,35	1,50	2,58	1,00	19,00	8,00

Fonte: Banco do Povo em Anápolis, Banco Central do Brasil

Desta forma temos a seguinte equação:

$$M = 4797,68 - 4009984 + 1978984 + 659,27 + 1901,77 + 1914,27$$

$$E_p = (0,0) \quad (0,0) \quad (468360,02) \quad (380,14) \quad (182,24) \quad (328,73)$$

$$t = \{65535\} \quad \{65535\} \quad \{4,23\} \quad \{1,73\} \quad \{10,43\} \quad \{5,83\}$$

Para o nível de significância de 0,5%

$$R = 0,92 \quad R^2 = 0,84 \quad F = 39,18 \text{ Intervalo de confiança de } 0,95$$

Teste F

O modelo é significativo como um todo, pois o F calculado é maior que o tabelado.

Para 95% de confiança e a um nível de 5%, o valor de F é $39,18 > 1,84$. Neste caso rejeita-se H_0 , portanto a variável explicativa tem relevância.

Teste T

Na análise do teste T a variável vestuário (X_3) não garante a influência sobre o microcrédito, pois o T calculado é menor que o T tabelado, $t_{cal} = 1,73$ e o $t_{tab.} = 2,021$, rejeitando o H_0 .

Na análise do teste T a variável comércio (X_4) garante a influência sobre o microcrédito, pois o T calculado é maior que o T tabelado, $t_{cal} = 1000,44$ e o $t_{tab.} = 2,021$, aceitando o H_0 .

Na análise do teste T a variável serviço (X_5) garante a influência sobre o microcrédito, pois o T calculado é maior que o T tabelado, $t_{cal} = 5,82$ e o $t_{tab.} = 2,021$, aceitando o H_0 .

A princípio o estudo demonstra que o microcrédito é viável devido ao baixo índice de inadimplência, que girou em torno de 0,58% em 2003. Yunus acredita que o crédito às pessoas de baixa renda é um fator importante para o desenvolvimento de uma comunidade, por promover o crescimento econômico e social. Esperava-se, portanto, que a demanda pelo microcrédito, com baixas taxas de juros e um alargamento no prazo de

pagamento, incentivasse um avanço no ramo do vestuário, com o passar do tempo apresentasse crescimento ascendente, o que não ocorreu.

Em 2000 a média mensal da demanda por microcrédito em todos os setores era de 30,5 empreendimentos; em 2001 a demanda passou para 32,08; em 2002 caiu para 30,58; e no ano de 2003 chegou a 36,5 empreendimentos. Em contrapartida no vestuário ocorreu um declínio na demanda pelo crédito, em 2000 a procura foi de 7,87 empreendimentos por mês; em 2001 caiu para 6,75; em 2002 reduziu para 3,92 e teve uma leve recuperação em 2003 para 4,75 empreendimentos por mês. Tem que se levar em consideração que houve um aumento em Anápolis de instituições que oferecem este produto, atualmente há três instituições.

Dos três setores estudados o que teve maior demanda pelo microcrédito foi o setor do comércio, seguido pelo serviço e por último o vestuário. O que demonstra que a produção de vestuário não é influenciada pelo aumento de microcrédito, o que indica não ser o principal cliente deste produto.

No modelo desenvolvido o preço do produto, representado pela taxa de juros deu negativo, confirmando a teoria que o preço é inversamente proporcional à demanda, ou seja, quanto menor a taxa de juros cobrada, maior será a procura pelo crédito.

O teste T mostra que o vestuário não é uma variável significativa para este modelo. Isto pode ser explicado porque o segmento da produção do vestuário em Anápolis concorre com produtos confeccionados em outros estados como São Paulo e Santa Catarina, que possuem grandes empresas já consolidadas. Os fornecedores, em sua maioria de outros estados, relacionam o preço do produto (tecidos e aviamentos) com o preço do petróleo. Os custos fixos na produção são maiores do que no comércio e na prestação de serviços.

Este fato pode ser explicado se considerarmos que o empreendedor deva possuir conhecimento técnico, os custos para produção são mais altos em relação aos demais setores do estudo. Além de a concorrência exigir investimento em marketing, qualidade de produto e tecnologia, pois o vestuário é um bem normal em um mercado de concorrência perfeita. Por isso dependem de uma soma maior de capital do que a disponibilizada pelo microcrédito, fazendo com que não haja uma procura significativa deste produto que é oferecido pelo Banco do Povo em Anápolis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GUJARATI, Damodar N. *Econometria Básica*. 3. ed., São Paulo: Makron Books, 2000.

SEPLAN-GO/ Banco do Povo. *Elaborado pela gerência estatística – 2003*.

VASCONCELOS, Marco Antonio Sandoval. *Economia Micro e Macro*. 3. ed., São Paulo: Atlas, 2001.

YUNUS, Muhammad e JOLIS, Alan. *O banqueiro dos pobres*. São Paulo, Ática, 2000.