



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA – CAEN
MESTRADO PROFISSIONAL EM ECONOMIA**

**GERAÇÃO DE TRABALHO E RENDA DE FORMA SUSTENTÁVEL ATRÁVES DA
ECONOMIA SOLIDÁRIA: A EXPERIÊNCIA DO BANCO PALMAS**

LUIZ CARLOS MOREIRA DA ROCHA SERPA

FORTALEZA-CE

2008

LUIZ CARLOS MOREIRA DA ROCHA SERPA

**GERAÇÃO DE TRABALHO E RENDA DE FORMA SUSTENTÁVEL ATRÁVES DA
ECONOMIA SOLIDÁRIA: A EXPERIÊNCIA DO BANCO PALMAS**

Dissertação submetida à Coordenação do Curso de Pós-Graduação em Economia – Mestrado Profissional – da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Economia.

Orientador: Prof. Ronaldo de Albuquerque e Arraes

FORTALEZA-CE

2008

**GERAÇÃO DE TRABALHO E RENDA DE FORMA SUSTENTÁVEL ATRÁVES DA
ECONOMIA SOLIDÁRIA: A EXPERIÊNCIA DO BANCO PALMAS**

Dissertação submetida à Coordenação do Curso de Pós-Graduação em Economia - Mestrado Profissional - da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Economia.

Aprovada em: 25 / 04 / 2008

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ronaldo de Albuquerque e Arraes
Orientador

Prof. Francisco Marcelo Silva de Menezes
Membro

Henrique Câmara Campos
Membro

Dedico este trabalho a meu pai Carlos Serpa,
minha mãe Neile, minha esposa Cristina e
minhas irmãs Aline, Cecília e Carla.

AGRADECIMENTOS

Esta dissertação foi elaborada com o auxílio de inúmeras pessoas, através de manifestações de amizade e solidariedade, e decorrente do profissionalismo de tantos outros.

Agradeço minha esposa Cristina pelo apoio irrestrito e incentivo em todos os momentos.

À minha Mãe e meu Pai pela criação e educação.

Ao meu orientador, Prof. Ronaldo Arraes, pela dedicação na orientação do meu trabalho, fazendo-me acreditar que superaria todos os obstáculos para concluí-lo.

Aos pesquisadores Nicolino Trompieri Neto, Cristina Proença e Jaqueline Nogueira pelas contribuições que foram essenciais à formulação desta dissertação.

A todos os professores do CAEN/UFC, por terem me proporcionado um aprendizado consciente e enriquecedor.

Aos colegas que me acompanharam nesta jornada, pelo companheirismo, e pela convivência sempre agradável.

Agradeço ao criador, fonte de luz divina, por dar-me o discernimento e a capacidade de absorver novos conhecimentos.

RESUMO

O Trabalho pretendeu analisar o caso do Banco Palmas como instituição de micro-crédito que atua no conjunto Palmeiras, bairro de baixa renda da periferia de Fortaleza - Ce. De acordo, com esse trabalho buscou-se mostrar que a política sócio-econômica de micro-crédito implementada pelo Banco Palmas no conjunto Palmeiras é capaz de gerar renda e emprego para a população local. Para o desenvolvimento deste trabalho pretendeu-se trabalhar com artigos produzidos pela rede Brasileira de economia solidária, bem como livros, pesquisa de campo e matérias sobre o Banco Palmas. A partir dos dados coletados na pesquisa de campo, utilizou-se uma abordagem econométrica baseada em modelos de escolha discreta e contínua com o objetivo de analisar os impactos sobre o faturamento e a produtividade das empresas clientes do banco palmas entrevistadas. Os principais resultados destes modelos são: A assistência dos gestores do banco com seus clientes juntamente com a experiência dos clientes como autônomos impactam de forma positiva no faturamento das empresas analisadas, e o empréstimo concedido a estas empresas atua de forma direta no aumento de produtividade das mesmas. A partir desse contexto conclui-se que o objetivo geral do trabalho foi atingido, pois, foi possível estabelecer as respostas para o problema investigado, chegando-se à conclusão de que a política econômica e social de micro-crédito desenvolvida pelo Banco Palmas está diretamente relacionada com a geração de renda e trabalho da população residente no conjunto Palmeiras, ou seja, mostrar que no Banco Palmas existe uma economia em prática que se vincula à estratégia de desenvolvimento socioeconômico local cujos protagonistas saíram de sua mera posição de habitantes para a de cidadãos ativos como sujeitos coletivos e que, em média, o empréstimo concedido pelo banco Palmas é de fundamental importância para o crescimento das pequenas empresas tomadoras de empréstimos junto ao banco.

Palavras-chave: Banco Palmas, Economia Solidária, Micro-crédito, Geração de Emprego e Renda.

ABSTRACT

The work intended to analyze the case of the Bank Palmas as institution of micro-credit that acts in “Palmeiras”, a low-income neighborhood of Fortaleza – CE. According to the work it was showed that the socio-economic policy of micro-credit implemented by the Bank Palmas is capable to generate yield and job for the local population. For the development of this work was intended to deal with articles produced by the Brazilian net of supportive economy, as well like books, field work and matters about the Bank Palmas. From the facts collected in the field work, was used an econometric approach based in the “probit” models and of multiple regression with the objective of analyzing the impacts about the invoicing and the productivity of the companies/clients of the bank Palmas interviewed. The main results of these models are: The aid of the agents of the bank with his clients jointly with the experience of the clients as autonomous shatter of positive form in the invoicing of the companies analyzed, and the loan granted to these companies acts of straight form in the increase of productivity of the same. From that context was concluded that the general objective of the work was reached, therefore, was possible to establish the answers for the problem investigated, arriving to the conclusion of that to economic and social policy of micro-credit developed by the Bank Palmas is straightly related with the generation of income and labor supply of the resident population in Palmeiras. So, it was showed that in the bank there is a strategy of local socio-economic development whose protagonists left of their mere position of inhabitants for the ones of active citizens as collective subjects and that, on average, the loan granted by the bank Palms is of fundamental importance for the growth of the small companies that need the loans from the bank.

Keywords: Bank Palms, Supportive Economy, Micro-Credit, Job Creation, Generation of Income.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01. Tabela de Créditos.....	39
Tabela 02. Encaminhamento ao mercado de trabalho.....	51
Tabela 03. Resultados do Modelo Probit.....	65
Tabela 04. Resultados do Modelo Probit Escolhido.....	66
Tabela 05. Resultados do Modelo MQO.....	67

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Sexo.....	72
Gráfico 2. Grau de escolaridade.....	73
Gráfico 3. Tipo de negócio.....	73
Gráfico 4. Setor.....	74
Gráfico 5. Atividades exercidas antes da formação da Empresa.....	74
Gráfico 6. Razões para a abertura da Empresa.....	75
Gráfico 7. A Empresa como única atividade.....	75
Gráfico 8. Procura por algum profissional ou instituição para a condução/ gerenciamento da empresa.....	76
Gráfico 9. Instituição de onde recebeu apoio.....	76
Gráfico 10. Principais dificuldades na condução da empresa.....	77
Gráfico 11. Áreas de conhecimento mais importantes para a condução de sua empresa.....	77
Gráfico 12. Procedência das pessoas que trabalham na empresa.....	78
Gráfico 13. Tempo de empresa.....	79
Gráfico 14. Local do negócio.....	79
Gráfico 15. Se possui CNPJ.....	81
Gráfico 16. Primeiro nome que lhe vem à cabeça em termos de Banco ou Financeira...	81
Gráfico 17. A quem recorre em casos de necessidade de dinheiro.....	82
Gráfico 18. Instituições onde efetuou empréstimos.....	82
Gráfico 19. Micro-crédito é feito para.....	83
Gráfico 20. Principal garantia que o Banco Palmas exige de seus clientes.....	83
Gráfico 21. Conhecimento sobre alguém que já fez negócios com o Banco Palmas.....	84
Gráfico 22. Nota dada ao micro-crédito do Banco Palmas.....	84

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
1.1 Antecedentes.....	13
1.2 Formulação de Objetivos e Estratégias.....	14
1.3 Divisão do Trabalho.....	17
2 CRÉDITO.....	18
2.1 Risco.....	19
2.2 Política de Crédito.....	21
2.3 Processo de Crédito.....	22
2.3.1 Economia solidária.....	23
2.4 Definição de Pequena Empresa no Brasil.....	25
2.5 Microcrédito: Conceitos e Características.....	29
2.5.1 Microcrédito no Brasil.....	30
2.5.2 A Experiência pioneira do Grameen Bank de Bangladesh.....	31
3. BANCO PALMAS.....	34
3.1 Área de Atuação e Gerência do Banco Palmas.....	34
3.1.1 O Conjunto Palmeiras.....	34
3.1.2 ASMOCONP - Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras.....	35
3.2 Rede Solidária de Produção e Consumo Local do Banco Palmas.....	37
3.2.1 Sistema Integrado de Microcréditos.....	37
3.3 Política de Créditos.....	39
3.3.1 Os Juros.....	39
3.3.2 O acesso às linhas de crédito do Banco.....	39
3.3.3 Créditos evolutivos.....	40
3.4 Cartão de Crédito Palmacard.....	40
3.5 Mapeamento da Produção e do Consumo Local.....	41
3.5.1 Os Objetivos do Mapeamento.....	41
4 EMPREENDIMENTOS SOLIDÁRIOS LOCAIS.....	44
4.1 Unidades Produtivas.....	44
4.2 Programas de Desenvolvimento Social.....	46
4.2.1 Incubadora Feminina.....	46
4.2.2 PalmaTech.....	48

4.2.3 Laboratório de Agricultura Urbana.....	50
4.3 Balcão de Empregos e Trocas de Serviços.....	51
4.3.1 Encaminhamento ao mercado de trabalho.....	51
4.3.2 Troca de serviços.....	51
4.4 Clube de Trocas com Moeda Social.....	52
4.5 O sistema de Moeda Social Circulante no Conjunto Palmeiras.....	53
4.6 A Feira Comunitária e a Loja Solidária.....	54
4.7 Projeto Fomento.....	55
4.8 Sistemas de Compras Coletivas.....	56
4.8.1 Os objetivos das Compras Coletivas.....	56
5. METODOLOGIA	58
5.1 Modelos de Escolha Qualitativa.....	59
5.2 Modelo Linear Probabilístico.....	60
5.3 Reformulação do Modelo Linear Probabilístico.....	61
5.4 Modelo do Questionário – Pré-Teste.....	62
5.5 Resultados Esperados.....	62
6. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	64
6.1 Reflexão Geral da Pesquisa.....	64
6.2 Resultado da Análise do Perfil do Entrevistado e da Empresa.....	67
CONCLUSÃO.....	69
BIBLIOGRAFIA.....	71
APÊNDICE.....	72

1. INTRODUÇÃO

O microcrédito nasceu da necessidade de se criar uma alternativa de crédito para as pessoas físicas e jurídicas do setor formal e informal que não tem acesso ao sistema formal de crédito (sistema bancário tradicional) e desejam montar, ampliar ou obter capital de giro para um pequeno negócio. O conceito de microcrédito nega algumas das principais características do sistema tradicional de crédito. Tradicionalmente, o crédito é fornecido baseado nas garantias, solidez, patrimônio e tradição financeira do pleiteante.

O microcrédito é um meio de financiamento presente em quase todo o mundo ao qual as pessoas desempregadas e sem condições financeiras, recorrem cada vez mais para criar o próprio emprego. É fornecido baseado principalmente na análise sócio-econômica do cidadão, onde pesa, principalmente, a avaliação subjetiva relativa às intenções e potencialidades do cliente, feita pelo Agente de Crédito. Poderíamos dizer que, enquanto o sistema de crédito tradicional está calcado na agência, suas normas e procedimentos de crédito, o microcrédito está baseado no Agente de Crédito e na sua capacidade de avaliação do cliente. No sistema tradicional, o cliente vai ao banco. No microcrédito, o banco vai ao cliente (o Agente de Crédito visita a casa e/ou negócio do cliente). Vale salientar que instituições que operam com microcrédito, como ONG's, OSCIP's e Banco do Povo, emprestam dinheiro para negócios com mais de um ano de existência, concentrando no fornecimento de capital de giro.

Algumas poucas emprestam para ampliação do negócio (giro + investimento fixo). A atuação desses pequenos fundos na área de apoio à criação de novos negócios é contestada de forma quase consensual internacionalmente, tendo em vista o alto custo, riscos envolvidos na operação. Portanto, é preciso diferenciar estas duas modalidades de apoio aos pequenos negócios à luz do microcrédito: Microcrédito tradicional - Empréstimos para empreendimentos existentes que pelos seus próprios meios atingiram a sustentabilidade. Microcrédito para criação novos negócios - Empréstimo para pessoas empreendedoras que possuem boas idéias, viáveis e que precisam de recursos para montar o negócio.

Dessa forma, o microcrédito é o termo usado hoje para designar uma variedade de empréstimos cujas características comuns são: serem de pequeno valor (usualmente entre US\$ 50 e US\$ 5.000, dependendo do país); 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.

Criado como uma alternativa ao crédito tradicional, o microcrédito foi popularizado a partir de 1976 pelo professor Muhamad Yunus, em Bangladesh. Atualmente, a modalidade de crédito vem crescendo no país e se tornando um aliado dos micro e pequenos empreendedores.

O microcrédito se encontra necessariamente num contexto de microfinanças, sendo esta entendida como sendo o fornecimento de empréstimos, poupanças e outros serviços financeiros especializados para pessoas carentes. No Brasil, o Banco Central limita o valor máximo do microcrédito a R\$ 500,00 para as pessoas físicas e a R\$ 1.000,00 para as pessoas jurídicas.

Este trabalho analisa o caso do Banco Palmas como instituição de micro-crédito que atua no conjunto Palmeiras, bairro de baixa renda da periferia de Fortaleza - Ce. Dessa forma, busca-se mostrar que a política sócio-econômica de micro-crédito implementada pelo Banco Palmas no conjunto Palmeiras é capaz de gerar renda e desenvolvimento para a população local.

O Banco Palmas é uma iniciativa local de combate à pobreza, promovida por uma associação de moradores de uma favela pertencente ao Conjunto Palmeiras, com trinta (30) mil habitantes, inserida em um dos bairros mais pobres de Fortaleza – Ceará – Brasil.

A entidade, denominada Associação de Moradores do Conjunto Palmeira/ASMOCONP, foi fundada em janeiro de 1981, e agrega 1.500 (um mil e quinhentos) sócios. Tem tido destaque pelas iniciativas voltadas para a busca de soluções e melhoria de vida de seus moradores, especialmente através da criação do Banco Palmas.

O Banco Palmas, criado em Janeiro de 1998, deu inicio as ações de desenvolvimento local sustentável, com a implementação de um sistema de acesso ao crédito, aliado ao fortalecimento da auto-gestão comunitária através da capacitação de moradores locais sobre cidadania, relações comunitárias, relações econômicas solidárias, governabilidade participativa, controle social e outros temas.

Atualmente o Banco Palmas desenvolve novas modalidades de intervenção, que visam fortalecer as ações locais e criar mecanismos de superação da pobreza, incluindo o

incentivo a produção, prestação de serviços e comercialização. Para tanto implementa feira de produtores locais, balcão de emprego, trocas solidárias de produtos e serviços, confecção com grife própria. Essa experiência concorreu nos anos de 1999 e 2000 ao prêmio das Melhores Práticas de Dubai, tendo sido classificada entre as primeiras, nas duas oportunidades.

O Banco Palmas participa de várias redes locais e internacionais de socioeconomia solidária, sendo um dos criadores da Rede Cearense. Integra a coordenação, através da equipe de animação da rede Brasileira de Socioeconomia, que articula mais de 300 Ong's, instituições governamentais, sindicatos, cooperativas, universidades e empreendedores solidários em todo Brasil.

Na América Latina participa dos animadores da Aliança para um Mundo Responsável, Plural e Solidário, integrando o pólo de Moeda Social e a Rede Latina Americana de Socioeconomia Solidária (LASES), que atua em 7 países do continente.

A experiência do Banco Palmas já foi apresentada e discutida em alguns municípios do Brasil e da América Latina, dentre os quais pode-se mencionar: Porto Alegre, Diadema, Santo André, Curitiba, Salvador, Recife, além de Massapê, Crato, Tauá, Aurora e Maranguape no Estado do Ceará.

1.1 Antecedentes

O Conjunto Palmeiras também é um bairro muito pobre. Contudo, a maioria de seus 30.000 habitantes não vieram do interior. Para oferecer lugar a atual região foto turística, os habitantes anteriores do litoral foram transferidos pela prefeitura para um terreno baldio na periferia da cidade situado a mais de vinte quilômetros do mar.

Através de mobilizações populares e de diversas parcerias a Associação de Moradores foi aos poucos construindo o bairro. Em 1988 conseguiu a implantação das redes de água tratada e energia elétrica. Em 1990 construiu em parceria com a Prefeitura e a GTZ¹, através de mutirão, 1700 metros de canal de drenagem e, dois anos após, organizou os moradores por quadras e implantou junto com o governo do Estado a rede de esgotamento sanitário. O bairro se urbanizou, tornando-se mais habitável.

¹ A GTZ, Cooperação Técnica Alemã, empresa pública de direito privado, foi criada em 1974 com o objetivo de gerenciar os projetos de cooperação técnica. É responsável pela implementação da contribuição alemã, por delegação do Ministério Federal de Cooperação Econômica e Desenvolvimento (BMZ).

Em janeiro de 1997, a Associação dos Moradores realizou um seminário de Planejamento estratégico, contando com participação de 300 pessoas, onde identificou que boa parte da população começava a vender suas casas (como fonte de renda) e ir morar em favelas mais longínquas, ou em barracos na beira de rios.

Para garantir a permanência das famílias em suas casas necessitava-se oferecer uma alternativa de renda localmente. Foi decidido em assembléia, que a grande prioridade para o bairro nos próximos cinco anos seria um projeto de combate à pobreza, com geração de renda e desenvolvimento local.

Durante o ano de 1997 foram feitas dezenas de reuniões com diversos segmentos, envolvendo organizações populares do bairro, igrejas, moradores, escolas, donos de comércio, produtores e consumidores, debatendo-se a natureza, estrutura, instrumentos e filosofia do projeto. Finalmente decidiu-se criar um banco popular de inclusão social.

Em janeiro de 1998 o Banco Palmas foi inaugurado e implantou uma rede de solidariedade entre os moradores. O objetivo do banco é garantir micro-créditos para as famílias, a juros muito baixos, sem exigência de consultas cadastrais, comprovação de renda ou fiador. Os vizinhos passam a dar a garantia ao tomador do crédito, assumindo se a pessoa é responsável ou não.

1.2 Formulação de Objetivos e Estratégias

A temática da economia solidária vem conquistando nos últimos anos no Brasil uma visibilidade cada vez mais importante. Seja por intermédio dos inúmeros trabalhos científicos que pouco a pouco aparecem em várias universidades e em diferentes níveis, entre o ensino de graduação e pós-graduação, a pesquisa e a extensão, seja por meio da própria dinâmica no âmago da sociedade civil e dos movimentos populares que conhecem a emergência crescente de novas iniciativas neste âmbito, seja ainda no decorrer de inúmeras experiências de políticas públicas empreendidas de modo progressivo em diferentes cantos do país.

Esse apelo crescente pelo assunto tem conduzido a uma complexidade no seu tratamento, tornando a economia solidária um objetivo sujeito a múltiplas possibilidades de compreensão enquanto temática.

Um modo fecundo de conhecer o tema é sem dúvida tratá-lo no padrão conceitual, o que permite importantes reflexões sobre o sentido do agir econômico em sociedade. Nessa paridade de discussão, o tratamento da economia solidária pode caminhar por meio de diferentes abordagens, entre enfoques economicistas e outros olhares mais antropológicos. O intuito aqui é de fortalecer uma compreensão teórica do assunto.

Na discussão contextual a economia solidária é abordada a partir de sua manifestação concreta na realidade, como um problema de sociedade na contemporaneidade do capitalismo.

Importa salientar, neste sentido, como se situa o assunto em relação a outras questões cruciais da atualidade em diferentes contextos societários como crise do trabalho, exclusão social e combate à pobreza, luta pela desigualdade social e modos de desenvolvimento local sustentável, entre outros. Busca-se analisar a economia solidária como fenômeno e práticas investigativas situadas em contextos societários específicos.

Procura-se, também, compreender a economia solidária enquanto fenômeno em si, a partir de suas práticas organizativas singulares.

Quanto à metodologia, a economia solidária é abordada como uma tecnologia social. Ou seja, um instrumento ou recurso para geração de trabalho e renda e promoção de desenvolvimento sustentável em territórios caracterizados por alto grau de vulnerabilidade e exclusão social. Neste sentido, a idéia é de discutir a economia solidária no nível da operacionalidade mesmo das iniciativas, no sentido da formatação de técnicas ou tecnologias sociais para o fomento de transformações sociais.

Diante desse panorama apontando o grau de abrangência possível no tratamento da temática, a presente dissertação tem intuito de transversalidade no sentido de fixar um recorte de apresentação do tema da sua dimensão teórica à sua apreensão enquanto prática. O propósito do trabalho é antes de tudo didático, no sentido de apresentar o tema para o *leitor neófito*² no assunto.

Nesta perspectiva, a economia solidária é abordada como um campo de práticas em constituição no Brasil. Neste momento, discute-se suas diferentes modalidades de auto-organização sócio-econômica e política. Sublinham-se, algumas problemáticas e desafios

²Leitor Neófito: Indivíduo leitor principiante no assunto.

atravessando o campo, especialmente as interrogações sobre suas possibilidades concretas em termos de reais capacidades em gerar desenvolvimento territorial sustentável e constituir-se como alternativa efetiva em relação à forma de desenvolvimento predominante que é centrado na noção de economia de mercado.

Sendo assim, esta dissertação apresenta o funcionamento do sistema de economia solidária e de uma moeda social – PALMAS – no Conjunto Palmeira e mostra, na prática, como esta moeda vem melhorando a qualidade de vida dos 33 mil moradores do bairro.

Para o desenvolvimento deste trabalho pretendeu-se trabalhar com artigos produzidos pela rede Brasileira de economia solidária, bem como livros, pesquisa de campo e matérias sobre o Banco Palmas.

O objetivo inicial do Banco foi o combate à pobreza com desenvolvimento local, mobilização social e resgate da cidadania.

O Banco teve como estratégia em 3 anos atender a 500 famílias e pretendia:

- Impulsionar uma estratégia local de enfrentamento da pobreza, através de um instrumento econômico que aproveitasse e valorizasse as potencialidades do bairro, tendo a solidariedade como princípio.
- Reforçar e fomentar espaços de articulação e diálogo entre governo local e sociedade civil, visando o fortalecimento das relações e o estabelecimento de políticas públicas.
- Desenvolver uma estrutura financeira de créditos para os mais pobres, principalmente as mulheres, como alternativa de superação da pobreza.

O Banco Palmas constitui-se em um sistema financeiro integrado, que atua de forma estratégica nos quatro pontos da cadeia produtiva do ciclo econômico sustentável em áreas de baixa renda, quais sejam: capital solidário, produção sustentável, consumo ético, comércio justo. A metodologia Palmas compreende que na ausência de um destes elementos não é possível alcançarmos desenvolvimento econômico local.

Neste sentido o Banco Popular desenvolveu instrumentos para concessão de micro-créditos, compatíveis com a realidade da comunidade, tanto para produção, como para o consumo e comercialização.

A filosofia central do banco está voltada para uma rede de solidariedade de produção e consumo local. O Banco Popular possui uma linha de microcréditos para quem quer produzir (criar ou ampliar um pequeno negócio) e outra linha que financia quem quer comprar aos produtores e comerciantes do bairro. O Palmas estabeleceu na própria comunidade um circuito monetário de produção e consumo, que em longo prazo se auto-financiará, dando sustentação aos seus empreendimentos. Este sistema oxigena a rede de solidariedade local, facilitando a comercialização dos produtores da comunidade, fazendo a renda circular no próprio bairro, promovendo o crescimento econômico. A estratégia objetiva criar um círculo econômico local virtuoso.

1.3 Divisão do Trabalho

O Trabalho foi elaborado através de leitura dos diversos livros abordando o assunto e estudos de caso publicados nos mais diversos meios de comunicação: revistas, livros, internet, etc. Divide-se o Trabalho nos seguintes capítulos:

O Capítulo 2 aborda o tema Crédito sob alguns de seus aspectos. Comenta-se crédito, risco, política, processo e economia solidária.

O Capítulo 3 faz uma abordagem geral sobre a criação do Banco Palmas, com um pequeno histórico do bairro, a justificativa para criação do Banco, as principais dificuldades, seus parceiros, os produtos e serviços desenvolvidos e oferecidos pelo Banco, dando ênfase ao microcrédito.

O Capítulo 4 descreve alguns aspectos relacionados a empreendimentos solidários locais, abordando os programas de desenvolvimento social, balcão, clube de trocas com moeda social, o sistema de moeda social circulante no conjunto palmeira, a feira comunitária e a loja solidária, projeto fomento, e sistemas de compras coletivas.

O Capítulo 5 descreve a metodologia utilizada no trabalho.

O Capítulo 6 apresenta os resultados dos modelos estimados a partir da amostra obtida com a pesquisa de campo, onde a análise das respostas oferecidas pelos entrevistados da pesquisa encontra-se em apêndice.

O Capítulo 7 trata das considerações finais.

2. CRÉDITO

O crédito consiste na entrega de um bem ou de um valor presente mediante uma promessa de pagamento em data futura. Os bancos fornecem crédito a pessoas físicas e jurídicas (agentes econômicos) que acreditam que vão honrar seus compromissos nos prazos estipulados. Para acreditar nos demandadores de crédito são necessárias basicamente duas coisas: tempo e informação. Só se confia em pessoas que conhecem. A convivência, ao longo do tempo, dá informações que permitirão firmar conceito sobre a conduta. Assim, o banco somente emprestará dinheiro a clientes que conheça a algum tempo, de sorte que experiências positivas forneçam dele informações suficientes para acreditar (confiar) ser ele merecedor de crédito.

A palavra crédito deriva do latim *credere* que significa acreditar, confiar, ou seja: acredita-se, confia-se que alguém vá honrar seus compromissos. À transação de empréstimo normalmente associa-se um preço remuneratório a ser pago pelo tomador do empréstimo. Crédito, de acordo com Schrickel (1997, p. 25), “é todo ato de vontade ou disposição de alguém de destacar ou ceder, temporariamente, parte do seu patrimônio a um terceiro, com a expectativa de que esta parcela volte a sua posse integralmente, após decorrido o tempo estipulado.”

Segundo Sandroni (1999, p. 140), “crédito é a transação comercial que um comprador recebe imediatamente um bem ou serviço adquirido, mas só fará o pagamento depois de algum tempo determinado”. Para Silva (1997, p. 63), “a palavra crédito, dependendo da situação, pode ter vários significados. Para a atividade bancária, crédito é definido como a entrega de um valor presente mediante uma promessa de pagamento”.

Na área de finanças define-se o crédito como sendo um instrumento de política financeira a ser utilizado por uma empresa comercial ou industrial, vendendo seus produtos a prazo, ou por um banco, concedendo empréstimo, financiamento ou garantia. Para um banco, as operações de crédito constituem seu próprio negócio. Entretanto, as modernas teorias de administração financeira preconizam que o banco deve buscar definir o ponto de equilíbrio entre a probabilidade de recebimento e a rentabilidade possível, em suma, deve administrar seus ativos com a disposição de assumir riscos, visando obter o melhor resultado possível.

2.1 Risco

O risco permeia a atividade humana. Tudo que se faz ou se diz tem a possibilidade de gerar conseqüência diferente daquela que se imagina. Atravessar uma rua pode ter como resultado um acidente.

A atitude frente ao risco é diferente para cada pessoa. Ela é inerente à personalidade e mutável com o tempo. Assim, explica-se o fato de uma pessoa aplicar suas economias em bolsa de valores enquanto outra prefere a segurança da Caderneta de Poupança. O risco, sempre presente em qualquer empréstimo, coloca-se de forma visível e é compensado por uma taxa remuneratória.

Na concessão de crédito o banco estará sempre atento às diversas variáveis relacionadas aos riscos do cliente e da operação. O passado do tomador de crédito, a viabilidade do empreendimento e a capacidade de pagamento são informações necessárias ao banco para emprestar o dinheiro ao cliente.

Na atividade de crédito o risco está presente e a promessa de pagamento pode não ser cumprida. O risco existe porque ele normalmente se situa no futuro. Podemos dispor de diversas informações do tomador de crédito, mas todas referentes ao seu passado. Sobre o seu futuro e da operação que se esta transacionando existirá apenas a imprevisibilidade, a incerteza sobre sua capacidade do pagamento, que poderá ou não ocorrer, além da possibilidade da ocorrência de outros fatores que poderão inviabilizar o cumprimento da obrigação.

Silva (1997, p. 75), explica que:

Em finanças, têm sido utilizados conceitos distintos para risco e para incertezas, segundos enfoques estatísticos. Resumidamente, podemos dizer que: (a) Risco: existe quando o tomador de decisões pode basear-se em probabilidade objetivas para estimular diferentes resultados, de modo que sua expectativa se baseia em dados históricos e, portanto, a decisão é tomada a partir de estimativas julgadas aceitáveis pelo tomador de decisões. (b) Incerteza: Ocorre quando não se dispõe de dados históricos acerca de um fato, o que poderá exigir que o tomador de decisões faça uma distribuição probabilística subjetiva, isto é, baseada em sua sensibilidade pessoal.

No entanto, Schrickel (1997, p. 35), pondera que “risco significa incerteza, imponderável, imprevisível, e estes, situam-se necessária e unicamente, no futuro”.

Segundo Gitman (1997, p. 202), “risco pode ser definido como possibilidade de perda, ou como variabilidade de retornos esperados relativos a um ativo; incerteza seria outro termo formalmente usado com o mesmo sentido de risco”.

Não se pode, entretanto, confundir risco com incerteza. Exemplificando, pode-se dizer que risco ocorre quando um piloto profissional dirige um carro de competição em alta velocidade. Ele conhece a situação e os riscos a que está sujeito. A incerteza ocorre quando um motorista comum tenta substituir o piloto profissional na direção do carro de competição, pois não tem o conhecimento adequado da situação.

Então, no crédito, pode-se concluir que risco e incerteza tomam caminhos diferentes e não podem ser considerados sinônimos, pois o risco é mensurado com base em dados históricos ou experiências passadas, enquanto que a incerteza refere-se ao *feeling*³ do tomador de decisões, não podendo ser provada matematicamente. O risco, portanto, encontra-se implícito em qualquer operação de crédito e sua administração torna-se a essência da teoria bancária, que visa proteger o patrimônio do banco e dos acionistas.

Caouette, Altman & Narayanam (1999, p. 118) citam que:

os modelos de avaliação de risco de crédito facilitam a compreensão de um fenômeno e, eventualmente, sua exploração. Por meio dos modelos de crédito procuramos determinar, direta ou indiretamente, as respostas para as seguintes perguntas: Dadas nossa experiência anterior e nossas premissas quanto ao futuro, qual o valor de um dado empréstimo ou título de renda fixa? Ou: qual o risco (quantificável) de que os fluxos de caixa prometidos não venham a ocorrer?.

Verifica-se que o objetivo maior dos modelos de mensuração do risco de crédito está em criar estimativas precisas das probabilidades de os créditos serem pagos, permitindo, por meio do controle das variáveis utilizadas, a definição de um critério que vise a maximização das receitas ou a minimização das perdas, fornecendo uma base estatística satisfatória para comprovação das decisões.

Saliente-se que uma das técnicas estatísticas de análise de dados mais utilizadas no desenvolvimento de modelos de avaliação de risco de crédito compreende uma análise discriminante.

³ Percepção.

Ainda segundo Caouette, Altman & Narayanam (1999, p. 182):

os modelos estatísticos atribuem pesos predeterminados para algumas variáveis do cliente, gerando um score de crédito, ou seja, trabalham com uma medida que possa separar, em dois grupos distintos, os clientes considerados bons e os maus.

Para investimentos de endividamento em que os detentores tenham limitações quanto ao potencial de valorização e risco considerável de depreciação de ativos, podem ser utilizados modelos de risco de inadimplência para obtenção de retornos adequados.

Para Casagrande (2001, p. 15), “O risco existe quando se pode embasar-se em probabilidade para estimar diferentes resultados, de modo que a expectativa de retorno dos capitais se fundamente em dados históricos”.

Observe-se que o risco de crédito compreende o risco de perda em que se incorre quando há inadimplência de uma contraparte numa operação de crédito. Na maioria das análises, o risco de crédito do tomador está relacionado a fatores internos e externos, que podem prejudicar o pagamento do empréstimo contratado junto ao banco.

Desta forma, a avaliação do risco de crédito pode ser consequência da multiplicidade, qualidade e origem das informações disponíveis para o analista por basear-se no processamento das informações sobre o proponente do crédito. O mercado financeiro tem disponibilizado diversas ferramentas para avaliação do risco de crédito, baseadas em análises estatísticas.

Atualmente, as novas técnicas para mensuração do risco de crédito, aliadas ao avanço dos recursos tecnológicos, se constituem de suma importância para auxiliar o analista de crédito na tomada de decisões quanto à produção, administração e nível de atividade no âmbito interno, bem como, externamente, quanto à conjuntura econômica.

2.2 Política de Crédito

Os Bancos, como intermediadores financeiros, recebem os depósitos ou aplicações dos agentes econômicos superavitários e os coloca no mercado de crédito para ser usado em investimentos na produção ou na aquisição de bens e consumos.

Normalmente, os bancos têm grandes linhas de orientação que norteiam o processo de decidir sobre a colocação desses depósitos no mercado. Estas linhas são formuladas com perspectiva de longo prazo e visam assegurar coerência de propósito nas

decisões. Nenhum banco mantém sua carteira de crédito sem uma política que vá de encontro com a boa técnica bancária e as práticas do mercado.

Para tanto é normal que a concessão do crédito seja precedida de análise, de acordo com os critérios da administração do banco que deve considerar, no mínimo, o retorno oferecido pelo cliente e pela operação. Neste aspecto, há necessidade dentro da empresa de se difundir e uniformizar métodos de organização, gestão e racionalização dos trabalhos. Isto tudo não deve impedir, entretanto, o desenvolvimento de políticas específicas em quaisquer das áreas de negócios. As políticas de concessão de crédito muito embora se configurem como permanentes, não podem ser tidas como imutáveis.

Constituem aspectos relevantes na definição de uma política de crédito: a administração do crédito, a administração da carteira de ativos, os critérios de riscos, os limites de crédito, os empréstimos com garantias, a precificação, a estrutura e documentação dos empréstimos. Segundo Silva (1997, p. 103), “A política de crédito está relacionada diretamente com as aplicações de recursos de natureza operacional...”.

Schrickel (1997, p. 33), enfatiza que a política de crédito deve ser “lúcida, flexível e pragmática, ou seja, realista em relação ao mercado, mutável ao longo do tempo e auxiliadora da concretização dos negócios”.

Na formulação da política de crédito as organizações devem levar em consideração: a normalização governamental que pode definir estrategicamente as diretrizes que interessam à sociedade; a estratégia operacional do banco que vai definir operacionalmente seu campo de atuação no macroambiente; as oportunidades de aplicação de recursos visando maior rentabilidade; quem pode decidir sobre a concessão do crédito; a operacionalização da política de análise e concessão de crédito; operacionalização e concessão de limite de crédito; as normas internas referentes à composição e formalização das operações e a condução e gerenciamento do crédito.

2.3 Processo de Crédito

O crédito necessita do intermediador financeiro, dos agentes econômicos e da moeda. Esses elementos, já foram estudados nos capítulos anteriores. Para se materializar o crédito, ou seja, para que ele aconteça realmente é necessária uma série de procedimentos. Todavia, segundo Schrickel (1997, p. 66), estes procedimentos “... não se prestam, de *per si*,

para constituir um receituário auto-suficiente para a estruturação do que deveria ser o processo ou procedimento institucional de crédito...”. Portanto, cientes de que cada organização tem diretrizes diferenciadas na operacionalização de sua concessão de crédito, os passos abordados a seguir podem servir como parâmetros para o processo de crédito de uma instituição.

2.3.1 Economia Solidária

A diversidade de experiências econômicas associadas a princípios de autogestão, cooperação e solidariedade são manifesta, no Brasil e em outros países. A reboque desse acontecimento encontra-se a crise estrutural do mercado de trabalho, com os agravantes das políticas sociais recessivas, que impuseram processos de fragmentação e de exclusão social nas últimas décadas.

No Brasil, contingentes cada vez maiores, alijados do mercado de trabalho e abandonados pelas políticas sociais em recuo, viram-se compelidos a criar suas próprias oportunidades de trabalho e sobrevivência. Ao mesmo tempo, o florescimento das práticas de solidarismo econômico deve-se à atuação mobilizadora de movimentos sociais, frações do sindicalismo e inúmeras entidades civis, à oferta e impulsão desses agentes mediadores, na direção de soluções coletivas, por sua vez respaldadas pelo efeito demonstrativo das primeiras iniciativas bem sucedidas.

No Brasil, o fenômeno expressa-se no ideário e na prática de um número crescente de empreendimentos econômicos, levados a cabo por trabalhadores, premidos pela falta de alternativas de subsistência ou movidos pela força de suas convicções. Num verdadeiro polimorfismo, os empreendimentos organizam-se em associações informais ou grupos de produção comunitários, cooperativas e empresas de pequeno ou médio porte. Na linha de frente, perfilam-se hoje empresas industriais, cooperativas de produção e centenas de associações e cooperativas agropecuárias. Estudos convergem em constatar uma revitalização de experiências antigas, a exemplo das cooperativas de produção rural e de consumo, lado a lado com a expansão de novos segmentos e de uma plêiade de iniciativas locais, rurais e urbanas (SINGER, 2002).

Em acelerada profusão, essas iniciativas estão angariando visibilidade e densidade social. A adesão crescente dos trabalhadores a alternativas de trabalho e renda de caráter associativo e cooperativo, paralelamente à multiplicação de organizações representativas e de

apoio, configura gradualmente a economia solidária como um novo campo de práticas, com as seguintes características:

a) Compreende modalidades de trabalho às quais acorrem indivíduos que vivem ordinariamente do emprego da sua força de trabalho e nas quais encontram guardada categorias sociais postas à margem dos sistemas convencionais de ocupação e de distribuição da riqueza, assentes no setor privado e no Estado. Tais práticas estão ancoradas na economia dos setores populares, da qual são prolongamentos e onde encontram primariamente seu substrato e funcionalidade. Expressam, quer uma reconversão da experiência operária do trabalho, segundo princípios de socialização e autogestão, quer uma inflexão da economia popular, de base doméstica e familiar. Adotam, em dose variável, arranjos coletivos na posse dos meios de produção, no processo de trabalho e na gestão do empreendimento, minimizando a presença de relações assalariadas e provocando envolvimento com os problemas da comunidade e as lutas pela cidadania.

b) Os empreendimentos solidários tendem a criar ou reforçar inúmeras instâncias de mediação e representação, tais como uniões associativas, federações cooperativas, redes de intercâmbio e organizações de apoio; à medida que logram fazer, da cooperação produtiva e da sua articulação orgânica, alavancas que os sustentam e os qualificam na economia contemporânea, adquirem chances efetivas para que se constitua uma nova "economia do trabalho", orientada pela "reprodução ampliada da vida em sociedade" (CORAGGIO, 1999). Embora não venham a incorporar em sua totalidade ou a substituir a economia popular, imprimem-lhe um sentido e uma possibilidade emancipatória.

c) A economia solidária refere-se essencialmente a um conjunto de empreendimentos produtivos que visam o ganho econômico e outros benefícios para os seus membros. No entanto, dada sua inserção social e comunitária, cumprem adicionalmente uma série de funções, em saúde, educação, defesa de minorias, preservação ambiental, etc., portanto de interesse comum (GAIGER, 2001a). A economia solidária rivaliza com o setor privado, na criação de postos de trabalho e, com o Estado, na oferta de serviços sociais. Ela rejeita a separação entre o social e o econômico, reconcilia a eficiência com a cooperação no trabalho e estabelece os fundamentos de um projeto de socioeconomia solidária (ARRUDA, 1998).

d) Tal perspectiva alinha-se ao fenômeno mais amplo da economia alternativa, que abrange múltiplos segmentos sociais, agentes e instituições (GUERRA, 2002). A economia alternativa apresenta-se como um movimento de crítica global ao sistema econômico capitalista, de acentuada tendência a encetar iniciativas concretas, em vista do desenvolvimento humano integral, isto é, individual, social e ecológico (CAMACHO, 1996). Inclui bancos cooperativos, mutualidades de bens e serviços, redes de comércio alternativos e, sobretudo, incontáveis associações voluntárias, com o fim de desenvolver atividades econômicas, criar postos de trabalho e vivenciar relações solidárias. Participar dessas experiências contribui para a formação de identidades culturais, para subjetivações auto-referenciadas (CARPI, 1997). Ao mesmo tempo, experimentam-se relações de proximidade e confiança, bem como práticas de inserção local, ajuda mútua e defesa da cidadania. Confluindo das diferentes situações concretas de onde brotam, nas quais assentam suas identidades particulares, tais iniciativas encontram unidade nessa conjunção de práticas e valores e no horizonte de transcendência histórica que as impulsiona.

2.4 Definição de Pequena Empresa no Brasil

À primeira vista, a definição de micro e pequena empresa, no Brasil, parece simples, mas, na realidade existem várias possibilidades. Chér (1990) esclarece que, na maioria das vezes a classificação é feita em função do número de empregados e a maior parte das entidades definidoras estabelece como microempresa, aquela que tem até 10 empregados; pequena, até 100; média, até 500; e grande, acima de 500 empregados.

Segundo Martinelli e Joyal (2003), essa classificação se manifesta inconsistente em função da aplicação de mão-de-obra, uma vez que não equivale a uma regra para todos os empreendimentos a serem realizados. No caso de uma empresa de construção civil, por exemplo, poderá apresentar muitos empregados e não ter o equivalente em faturamento que a justifique como uma grande empresa.

Dessa forma, a classificação estaria ligada ao volume de recursos obtidos durante o período de um ano. Contudo, para Fillion (1999), esta mesma classificação pode variar em função dos setores pesquisados, abrangendo desde a extração e tratamento de minerais, passando pelos diversos tipos de empresas (metalurgia, de transporte, de mobiliário, de papelão, química, alimentar, gráfica e outras). Este critério também é conexo e não consente uma generalização.

La Rovere (1999) acrescenta que uma empresa pode ser estabelecida de várias maneiras, dependendo da forma como o capital é repartido entre os proprietários. As micro e pequenas se estabelecem no formato de sociedade por cotas, com responsabilidade limitada ou não, ou sob a configuração de sociedades anônimas de capital fechado. As grandes empresas organizam-se, na maioria das vezes, na forma de sociedades anônimas de capital aberto, com ações livremente negociáveis nas bolsas de valores.

Leone (1999), explica que a direção, nas micro e pequenas, comumente, é entregue aos proprietários. As grandes empresas, por sua vez, freqüente procedem à contratação de administradores profissionais para dirigi-las.

Além destas tentativas de definições, pode-se observar

o fato de que um negócio empresarial é considerado pequeno ou médio, de acordo com determinado atributo — para um gênero ou setor da atividade econômica —, com o objetivo de atender uma finalidade específica, poderá também ser concebido como grande, ao se levar em consideração algum outro critério, setor ou objetivo organizacional; e porque o universo que compreende as pequenas e médias empresas é significativamente amplo, em virtude de o país possuir reconhecidas dimensões continentais e, ao mesmo tempo, apresentar intenso e heterogêneo desenvolvimento regional (ALVIN, 1998, p. 28).

Verifica-se, dessa forma, que existem muitas tentativas para se classificar as pequenas e médias empresas, que ponderam o número de funcionários e o critério de faturamento, mas, segundo Carasotto Filho e Pires (1998), nenhum deles atende inteiramente o imperativo de uma diferenciação que leve em conta as particularidades regionais, os ramos de negócios, o maior ou menor emprego de mão-de-obra e a abrangência dessas empresas.

As estruturas organizacionais observadas por La Rovere (1999) indicam que as pequenas empresas apresentam um organismo burocrático com um único nível hierárquico. Ao crescer, desenvolvem uma estrutura elementar, baseada nas funções de produção, comercialização e administração de pessoal. Referido autor ainda acrescenta que o tipo de administração dessas unidades confunde-se com a própria companhia, quando o proprietário (diretor-geral e fundador) desempenha uma direção unipessoal e autoritária, coordenando as áreas operacionais e tomando todas as decisões. Para desenvolver-se, implanta uma divisão real do trabalho e inicia a procura por profissionais habilitados para dirigi-la e gerenciá-la.

Logenecker et al (1997) acrescentam que a procedência do capital na pequena empresa está na economia familiar, de empréstimos obtidos por linhas especiais de crédito, ou é originária de um dos sócios. A empresa torna-se o meio de vida do proprietário e a condição de reinvestimento é muito baixa, pois a inquietação maior é com a sobrevivência, embora ele comece a pensar em termos de lucro, mais do que a simples remuneração pelo seu trabalho. Quando estende suas operações, a resposta sobre o investimento é maximizada e o reinvestimento faz parte da rotina de planejamento da empresa. A relação do proprietário com o modo de produção demonstra uma separação rudimentar entre os processos técnicos e as atividades administrativas. A organização, ao apresentar sinais de ampliação, incrementa, por meio de profissionais, as funções de caráter administrativo.

La Rovere (2001) informa que o grau de assistência é muito limitado, e os sistemas de controle são pessoais. Para crescer, passa a exigir uma ajuda interna inicial mais elaborada, expandindo o externo, e os sistemas de decisões operacionais e estratégicas implantados permitem maior delegação, baseando-se em princípios previamente considerados. As políticas de administração de pessoal não são normalizadas e, com frequência, paternalistas. Quando há desenvolvimento, estabelecem-se políticas mais lógicas, com destaque na estabilidade e nos serviços prestados, fundamentadas em critérios técnicos e nos custos operacionais, tornando-se cada mais formais.

Arantes (1994), com muita propriedade, nos lembra que as pequenas empresas proporcionam, normalmente, um único produto ou serviço para a negociação. Sua definição é motivada por questões momentâneas de mercado, não carecendo, no caso dos produtos, de serviços complementares. A produção é limitada à capacidade de vendas e utiliza processos técnicos simples. O sucesso com um produto ou serviço produz o aumento da produção e o incremento da cobertura do mercado pelo oferecimento de uma linha especial de bens, dando origem aos serviços complementares, as preocupações com a qualidade e com as garantias dadas aos consumidores. A propriedade de uma tecnologia simples, satisfatória para a fabricação de um produto, dirigida pelo proprietário, pode compor a única atividade de pesquisa e desenvolvimento feita na pequena empresa, havendo uma preocupação elementar quanto à melhora de produtos e processos.

Em relação à área de alcance, Batalha (1989) adiciona que a pequena empresa atua no seu próprio espaço geográfico e tem pouca participação no momento geral do ramo, utilizando a matéria-prima encontrada nas proximidades da empresa ou aplicando trabalho nas

de fácil aquisição e transporte e mesmo em materiais pré-fabricados. Utiliza e dissemina, também, produtos ligados a outras organizações, o que qualifica a sua condição de subsidiária de grupos maiores, embora conserve uma existência própria, procurando mais espaços para garantir a sua sobrevivência. Para expandir-se, a empresa estuda as possibilidades de abertura de filiais ou ampliações do raio operativo, participando ativamente do movimento geral do ramo, podendo estar logo abaixo de uma gigante ou organização líder do setor.

Cunha (1996) ensina que o mercado da micro e pequena empresa é limitado, servindo, eventualmente, numa esfera maior, mas a um número reduzido de clientes. Os canais de distribuição comportam somente a venda direta ou um percurso reduzido. Os processos de vendas estão diretamente vinculados ao cargo do empresário ou são supervisionados diretamente por ele. Cresce aquela empresa que amplia o seu mercado, atendendo-o por meio de uma equipe de vendas e, eventualmente, por grupos dedicados exclusivamente a um determinado produto ou serviço.

Batalha (1989) observa que as alternativas estratégicas da pequena unidade estão associadas às necessidades do proprietário e não especificamente às exigências da empresa. Quando existe a relação entre os objetivos da participação de mercado e a ampliação da linha de produtos ou serviços, a companhia está crescendo. Portanto, o tamanho da empresa tem ligação direta com a capacidade do empresário em administrá-la: uma organização continua pequena porque o seu dirigente não tem vontade ou condições de crescer. As conseqüências da apreciação de cada uma destas estruturas, admitem determinar a estratégia futura ajustada às capacidades inerentes ao empreendimento de menor porte; ao quantificar as lacunas que existem entre a disponibilidade atual de recursos e uma disposição futura mais desejável, se fornecem as bases para o plano de obtenção desses meios, escalas de prioridades etc. Ao mesmo tempo, serve também para as revisões da estratégia escolhida, imprescindíveis face às mudanças que suportam as condições internas, bem como o ambiente externo da empresa.

Leone (1999) esclarece que devido às grandes dificuldades de se localizar um padrão genérico e aceitável que qualifique as organizações de acordo com o porte, principalmente pelas diversas possibilidades de combinação de variáveis, o exame das estruturas particulares das pequenas e médias empresas — as quais estabelecem o caráter e a constituição orgânica desse tipo de empreendimento — evidenciam determinadas características bem marcantes e diferenciadas, tendo o tamanho como uma constante para se

verificar as composições de seus recursos organizacionais dirigindo-os ao alcance de todos os envolvidos com a organização.

Estatísticas divulgadas pelo Sebrae (2007) indicam que a mortalidade das micro e pequenas empresas paulistas com até 5 anos de atividade caiu 21 % nos últimos 4 anos, mas continua muito elevada. Enquanto em 2000 sete em cada 10 fechavam antes de fazer cinco anos, em 2004 a fatia caiu para 5,6 em cada 10. A mortalidade vem caindo. Mas ainda fica muito acima da média de países da Europa ou dos EUA, que têm taxas entre 37% e 50%.

Enquanto em 2000 perto de 91 mil empresas fechavam até o quinto ano de vida, em 2004 o número caiu para 72 mil. Entre, 1990 e 2004, a Junta registrou a abertura de mais de 2 milhões de empresas. Dessas, 1,3 milhão encerraram as atividades. Nos últimos 15 anos, a média é de 133 mil empresas abertas e 91 mil desativadas a cada ano (68%). Em 2004, foram abertas 128 mil e fechadas 72 mil, o que resultou na taxa de mortalidade de 56% - a menor dos últimos seis anos (SEBRAE, 2007).

2.5 Microcrédito: Conceitos e Características

De acordo com Caldas (2003), o microcrédito nasceu da necessidade de se criar uma alternativa de crédito para as pessoas físicas e jurídicas do setor formal e informal que não tem acesso ao sistema formal de crédito (sistema bancário tradicional) e desejam montar, ampliar ou obter capital de giro para um pequeno negócio. O conceito de microcrédito nega algumas das principais características do sistema tradicional de crédito.

De acordo com Nichter (2002), tradicionalmente, o crédito é fornecido baseado nas garantias, solidez, patrimônio e tradição financeira do pleiteante. Já o microcrédito é fornecido baseado principalmente na análise sócio-econômica do cidadão, onde pesa, principalmente, a avaliação subjetiva relativa às intenções e potencialidades do cliente, feita pelo Agente de Crédito. Poderíamos dizer que, enquanto o sistema de crédito tradicional está calcado na agência, suas normas e procedimentos de crédito, o microcrédito está baseado no Agente de Crédito e na sua capacidade de avaliação do cliente. No sistema tradicional, o cliente vai ao banco. No microcrédito, o banco vai ao cliente (o Agente de Crédito visita a casa e/ou negócio do cliente).

Caldas (2003) salienta que algumas poucas emprestam para ampliação do negócio (giro + investimento fixo). A atuação desses pequenos fundos na área de apoio à criação de

novos negócios é contestada de forma quase consensual internacionalmente, tendo em vista o alto custo, riscos envolvidos na operação. Portanto, é preciso diferenciar estas duas modalidades de apoio aos pequenos negócios à luz do microcrédito: Microcrédito tradicional - Empréstimos para empreendimentos existentes que pelos seus próprios meios atingiram a sustentabilidade. Microcrédito para concepção de novos negócios - Empréstimo para pessoas empreendedoras que possuem boas idéias, viáveis e que precisam de recursos para montar o negócio.

2.5.1 Microcrédito no Brasil

Como em outros países da América Latina, o microcrédito no Brasil se encontra em fase embrionária e tem sido liderado por iniciativas de ONGs, em geral de atuação internacional (NICHTER, 2002).

Caldas (2003) explica que a primeira dessas experiências ocorreu em 1973 com o projeto UNO, em Recife. Outras experiências foram feitas, na década de 1980, mas foi somente após a estabilização da monetária, ocorrida em 1994 com o Plano Real, que a iniciativa ganhou fôlego. Em 1997-98 bancos federais passaram a atuar com o MC, sendo a maior e mais conhecida experiência a do projeto Crediamigo, do Banco do Nordeste do Brasil. Mais de uma dezena de programas de microcrédito foram implantados no Brasil desde 1987 e, em 2003, a Caixa Econômica Federal iniciou suas operações no MC com o programa Caixa Aqui e em 2004 o Banco do Brasil inaugurou o programa BB Crédito Pronto. O modelo de atuação no microcrédito que predomina no Brasil é o que se chama modelo empresarial, no qual o foco são pequenos empreendedores já estabelecidos. Até 1999 as ONGs foram as entidades mais atuantes no MC em nosso país. A partir de 1999 várias medidas legais foram criadas para regulamentar e incentivar o uso do microcrédito em nosso país.

Nicheter (2002) acrescenta que em 25 de junho de 2003 o presidente Lula da Silva editou a Medida Provisória n. 122 que criou um programa federal de microcrédito, tendo o Conselho Monetário Nacional como seu órgão regulador. O CMN determinou a todos os bancos comerciais, inclusive à Caixa Econômica Federal e ao Banco do Brasil que, a partir de outubro de 2003, passassem a destinar 2% de seus depósitos à vista para operações de microcrédito.

O Brasil encontra-se muito atrasado em relação ao Chile, Peru, Paraguai e Bolívia na implementação do microcrédito. O retorno sobre os ativos de microcrédito no Brasil tem sido de 4,3% a.a e nos países latino-americanos tem sido de 8,2% a.a. A taxa média de inadimplência por mais de 30 dias é de 7,8% no Brasil ante 4,6% nos demais países latino-americanos., ambos os índices bem superiores aos obtidos pelo Grameen Bank (1,15%). Como as taxas de juros de microcrédito não são - na sua maioria - subsidiadas, e o mutuário tem que pagar juros de mercado, atribui-se, em parte, essa alta inadimplência verificada nas operações de microcrédito brasileiras às altíssimas taxas de juros praticadas por nosso sistema bancário - as mais altas do mundo. Setores técnicos do Banco do Brasil e da Caixa Econômica fazem estudos para tentar reduzir esse nível elevado de inadimplência que prejudica a expansão do programa de microcrédito e que pode até colocar em risco sua sustentabilidade (CALDAS, 2003).

2.5.2 A Experiência Pioneira do Grameen Bank de Bangladesh

O Grameen Bank é o primeiro banco do mundo especializado em microcrédito e foi concebido pelo professor bengalês Muhammad Yunus em 1976, visando erradicar a pobreza no mundo. Opera como uma empresa privada auto-sustentável e gerou lucros em quase todas os anos de sua operação, exceto no ano de sua fundação e em 1991 e 1992. Adquiriu formalmente o *status* de Banco em 1983, através de uma lei especial promulgada para sua criação. O Grameen Bank ganhou o Prêmio Nobel da Paz do ano de 2006 juntamente com seu fundador (CALDAS, 2003).

Localizado em Bangladesh, já conta com 2.185 agências e, desde sua fundação, emprestou o equivalente a 5,72 bilhões de dólares para 6,61 milhões de mutuários, 97% dos quais são mulheres. Atende a 71.371 vilarejos e possui um quadro de 18.795 funcionários remunerados. Sua taxa de inadimplência é baixíssima, de fazer inveja aos mais bem administrados Bancos comerciais do mundo: apenas 1,15%, o que significa que o Grameen Bank recebe de volta 98,85% dos empréstimos que concede. Atualmente existem mais de 2 dúzias de entidades que trabalham juntamente com o banco, dentre as quais se destaca a Grameen Foundation , com sede em Washington (NICHTER, 2002).

O Grameen Bank tem como seus objetivos principais: prover serviços bancários aos pobres, homens e mulheres; eliminar a exploração dos pobres, tradicionalmente feita pelos agiotas; criar novas oportunidades de auto-emprego para a vasta população

desempregada na Bangladesh rural; trazer a população carente, especialmente as mulheres mais pobres, para o seio de um sistema orgânico que elas possam compreender e administrar sozinhas; reverter o antigo círculo vicioso de "baixa renda, baixa poupança e baixo investimento" injetando crédito para torná-lo um círculo virtuoso de "investimento, maior renda, maior poupança" .

O interesse do economista Mohamed Yunus, banqueiro de Bangladesh e detentor do Prêmio Nobel da Paz de 2006, iniciou em 1976, quando ele emprestou o equivalente a 26 dólares a 42 mulheres que faziam cadeiras de bambu, o que as ajudou a comprar mais matéria-prima. O grupo pode pagar, pouco depois, o empréstimo, foi o que afirmou Tony Bernstein na coluna Notícias do Cidadão, que tem como título - Prêmio Nobel da Paz é dado a Muhammad Yunus, 65 anos, “banqueiro dos pobres” (CALDAS, 2003).

Este sistema fundamenta-se em dois princípios: em primeiro lugar, substitui-se a desconfiança bancária típica (avalistas, contratos com letras pequenas, fiadores, garantias...) por confiança pura e simples. Em segundo lugar, ao fato de que a pressão social de um grupo de co-avalistas é mais eficaz que qualquer formalidade jurídica.

Na década de 80, contando com apoio governamental, Yunus criou o Grameen Bank. A reação das autoridades bengalesas ao sistema de Yunus (quando ele tornou-se visível) foi radical: chegando os burocratas a afirmar que: “não se pode emprestar dinheiro para pobres”. Vencendo toda pressão do sistema de crédito proprietário, Yunus insistiu apresentando os fatos: a taxa de inadimplência do sistema do Banco da Aldeia foi de 2%, era mais baixa do que a de qualquer outro banco em Bangladesh (SOARES, 2007).

Sendo assim, o Banco foi criado e passou a contar, em dezembro de 2001, com cerca de 13 mil funcionários, trabalhando em 1.175 agências, atuando em 40 mil aldeias. Até o término de 2001, conferiu mais de U\$ 3,5 bilhões de empréstimos, financiou a compra de 546 mil casas próprias e naquele ano estava com 2,4 milhões de clientes, sendo 94,8% sexo feminino. Atualmente conta com mais de 6,5 milhões de pessoas que se utilizam de empréstimos do banco, e a restituição chega a quase 99%. Esse resultado contradiz as previsões pessimistas e a inadimplência é mínima. Cerca de 90% do banco refere-se a bengalese, os quais demandam empréstimos, depositando e acreditando no banco. O Banco Grameen inovou ao priorizar as mulheres mais carentes na sociedade bengalesa. Sendo 96%

dos empréstimos concedidos a mulheres da zona rural do país, um dos mais necessitados do mundo, com 146 milhões de habitantes (CALDAS, 2003).

Para uma comunidade islâmica ortodoxa, onde as mulheres saem de casa muito cedo, para casar, têm muitos filhos e padecem com o analfabetismo e o machismo, o microcrédito está acendendo a uma transformação gradual ao apresentar poder a elas. Isso comprova que é possível oferecer empréstimos e até planos de previdência e poupança com pouquíssima margem de lucro e, dessa forma, transformar o nível cultural e econômico de países pobres. Esse princípio já foi reproduzido e adotado em mais de 50 nações. Admite-se que 100 milhões de pessoas em todo o planeta tenham sido favorecidas por algum microcrédito. A importância desses ensaios endossa de maneira categórica a importância que precisa ser dada aos pequenos empreendimentos de todas as maneiras possíveis. É necessário destacar o que se experiência no Brasil sobre este assunto.

3. BANCO PALMAS

O Banco Palmas constituiu-se em um sistema financeiro solidário e atua de forma integrada em quatro pontos da cadeia produtiva local: capital solidário, produção sustentável, consumo solidário e comércio justo. A gestão do Banco é feita pela própria associação dos moradores do Conjunto Palmeiras e seu quadro de pessoal é constituído, majoritariamente, por moradores voluntários (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

Para os autores a filosofia central do Banco está voltada para a edificação de uma rede solidária de produção e consumo local. Este sistema prioriza a circulação da renda no próprio bairro, através da comercialização dos produtos na comunidade, oxigenando essa rede de solidariedade local. A idéia é de reforçar o conceito de prossumidor, ou seja, nesta realidade a separação entre oferta e demanda ou produção e consumo não faz sentido, sendo prejudicial a própria dinâmica do sistema. A noção de prossumidor sugere assim que os atores sociais desempenham papéis difusos, isto é, ao mesmo tempo produtor e consumidor (SILVA JUNIOR ; NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2005).

3.1 Área de Atuação e Gerência do Banco Palmas

3.1.1 O Conjunto Palmeiras

O Conjunto Palmeira é uma favela⁴ com 30 mil habitantes situada na região sul de Fortaleza-Ce, nordeste do Brasil. Em 1973 chegaram os primeiros habitantes vindos de despejos realizados na região litorânea da cidade. O processo de assentamento do Conjunto Palmeiras resultou do remanejamento de populações residentes em áreas de risco, principalmente retiradas da favela Lagamar, situada no centro da cidade às margens do rio Cocó. Ao todo, foram removidas para o loteamento realizado pela Prefeitura Municipal de Fortaleza, por intermédio da Fundação do Serviço Social de Fortaleza (FSSF), mil e quinhentas famílias faveladas proveniente, além do Lagamar, da Aldeota, Poço da Draga, Arraial Moura Brasil, Morro das Placas e Verdes Mares. Os moradores foram construindo espontaneamente seus barracos, dando origem a uma grande favela, sem nenhuma rede de saneamento básico, água tratada, energia elétrica, escola ou outro serviço público.

⁴ Aglomeração de casebres em certos pontos dos grandes centros urbanos, construídos toscamente e desprovidos de recursos higiênicos; morada da parte mais pobre da população.

O Conjunto Palmeiras, guarda muita semelhança com bairros pobres das grandes cidades brasileiras, distinguindo-se destes, pelas amplas avenidas e ruas de fácil acesso e circulação. A minoria das vias de circulação é de terra batida grande parte possuindo asfalto ou pavimentadas com pedra tosca. Depois de deixar de ser favela, continuou com essa denominação pelo fato de ser afastado do centro da cidade.

3.1.2 ASMOCONP - Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras

De acordo com Neto Segundo e Magalhães (2003) a ASMOCONP - Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras tem, hoje, 26 anos de existência e surge para organizar e mobilizar a população do Conjunto Palmeiras em busca da melhoria das suas condições de vida mais gerais, articulando três planos de atuação:

- O político, no sentido da mobilização e participação das pessoas em torno de questões públicas;
- O social, ao reforçar a base das relações e convivência entre os moradores.
- O econômico, a partir das várias atividades produtivas que são empreendidas.
- Por meio das mobilizações dos moradores e de diversas parcerias, a associação foi aos poucos construindo o bairro. Várias são as ocasiões que resumem a participação política associativista presentes aos seus 26 anos.

Pode servir como referência, a luta, por volta de 1985, pela manutenção de um programa de assistência do governo federal que destinava cestas básicas para as famílias de baixa renda cadastradas nos postos de saúde, como uma primeira conscientização.

Um segundo momento, demonstra o poder do associativismo conjugado às lutas sociais ocorrera no ano de 1988 e o problema era o desabastecimento de água. Também neste período, a ASMOCONP - Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras encampa uma batalha política e obtém a instalação da energia elétrica no bairro - favela.

Além destas conquistas junto aos governos nacionais e sub-nacionais, as parcerias da ASMOCONP - Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras, no final da década de 80, já se estendiam a cooperação internacional.

Por volta de 1990, apoiado pela GTZ, sob a forma de apoio técnico ligada ao governo daquele país, fora construído 1700 metros de canal de drenagem em regime de mutirão e, dois anos depois, junto ao Governo do Estado conseguiu-se a implantação da rede de esgotamento sanitário (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

Segundo Melo (2003, p.23), “O bairro foi assim urbanizado, tornando-se mais habitável.” Entretanto, em que pesem os avanços na infra-estrutural local, as condições mais gerais de vida continuavam também amplamente influenciadas pela conjuntura política e econômica maior.

Uma pesquisa realizada pela Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras em 1997, constatou que a pobreza e a fome eram devastadoras no bairro. Naquela época, 90% da população economicamente ativa tinham renda familiar abaixo de 02 salários mínimos; 80% estavam desempregadas; e os pequenos produtores não tinham como empreender devido à falta de acesso ao crédito e as dificuldades na comercialização de seus produtos. Durante aquele ano, a associação realizou inúmeras reuniões e seminários com os seus habitantes para discutir a condição de pobreza econômica local e suas alternativas de enfrentamento. Mais uma vez, a comunidade se mobilizava na busca de resolução das suas dificuldades (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

É nesta perspectiva que a Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras - ASMOCONP cria o Banco Palmas, em janeiro de 1998, e implanta uma rede de solidariedade entre produtores e consumidores locais. Embora o termo economia solidária fosse nessa época desconhecido de todos, a idéia era:

Um projeto de geração de trabalho e renda que estimularia a produção local através de uma linha de financiamento de microcrédito e outra linha que estimulasse o consumo local através de um cartão de crédito próprio (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003, p. 49).

O objetivo do projeto Banco Palmas seria então garantir microcréditos para produção e o consumo local, a juros muito baixos, sem exigência de consultas cadastrais, comprovação de renda ou fiador. Mais do que um cadastro formal, a concessão do crédito exige um conhecimento da vida da pessoa do tomador do empréstimo na comunidade.

O agente de crédito consulta, assim, a rede de relações da pessoa como fonte de conhecimento. Já a cobrança do crédito, por sua vez, passa pela introdução de um mecanismo de controle social extremamente original ao envolver vizinhos numa espécie de aval solidário. São as próprias pessoas que funcionam como mecanismo de pressão moral junto ao indivíduo.

3.2 Rede Solidária de Produção e Consumo Local do Banco Palmas

3.2.1 Sistema Integrado de Microcréditos

Segundo Neto Segundo; Magalhães (2003) o banco constitui-se em um sistema financeiro integrado, que atua de forma estratégica nos quatro pontos da cadeia produtiva do ciclo econômico sustentável em áreas de baixa renda, quais sejam:

- Capital solidário.
- Produção sustentável.
- Consumo ético.
- Comércio justo.

A metodologia Palmas compreende que na ausência de um destes elementos não é possível ser alcançado o desenvolvimento econômico local. Neste sentido o Banco Popular desenvolveu instrumentos para concessão de microcréditos, compatíveis com a realidade da comunidade, tanto para produção, como para o consumo e comercialização.

A filosofia central do Banco está voltada para uma rede de solidariedade de produção e consumo local. O Banco Popular possui uma linha de microcréditos para quem quer produzir (criar ou ampliar um pequeno negócio) e outra linha que financia quem quer comprar aos produtores e comerciantes do bairro.

O Banco Palmas estabeleceu na própria comunidade um circuito monetário de produção e consumo, que em longo prazo se auto-financiará, dando sustentação aos seus empreendimentos. Este sistema oxigena a rede de solidariedade local, facilitando a comercialização dos produtores da comunidade, fazendo a renda circular no próprio bairro, promovendo o crescimento econômico. A estratégia objetiva criar um círculo econômico local virtuoso (SILVA JUNIOR ; NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2005).

Por que coloca (...) a solidariedade como princípios organizador da economia social em lugar da competição (...) as pessoas se ajudam, são solidárias uma com as outras, se unem e, com isto, ficam mais fortes (Singer, 1999, p.25)

Segundo Neto Segundo; Magalhães (2003) são 04 as linhas de crédito do Banco Palmas:

- **Microcrédito para produção, comércio ou serviço**

Microcréditos cedidos para quem não pode acessar as fontes de financiamentos oficiais por causa da burocracia, exigências quanto ao fiador, nível de renda, patrimônio e outras normas bancárias.

Os créditos concedidos pelo Banco Palmas não exigem documentos, nem garantias cadastrais. São os próprios vizinhos quem oferecem as informações sobre o tomador do crédito, assegurando de que se trata de uma pessoa responsável, com experiência no ramo da atividade pretendida, ou, negando esses valores, são beneficiadas 420 famílias (SILVA JUNIOR ; NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2005).

- **PalmaCard**

Microcrédito para o consumo. Palmacard é o cartão de crédito do Banco Palmas, válido para compras somente no bairro. Cada cartão de crédito tem o valor inicial de R\$ 20,00 (vinte Reais), podendo de forma escalonada chegar ao máximo de 100 reais. A família não paga nenhuma taxa para ter o cartão, são beneficiadas 350 famílias (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

- **Microcrédito para mulheres**

Por meio de uma linha de crédito específico para atendimento as mulheres, o Palmas tem financiado a produção de mulheres empreendedoras do bairro, principalmente as que se encontram em situação de risco pessoal e social são beneficiadas 120 famílias (SILVA JUNIOR ; NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2005).

- **PalmaCasa**

Linha de crédito para pequena reforma de moradia, objetivando a melhoria nas condições de produção. Pode ser uma pia, uma varanda, o piso, um banheiro e outros. As famílias fazem um orçamento no depósito de construção do bairro e recebem autorização do Banco Palmas para receberem o material. O dono do depósito recebe o dinheiro do Banco e o beneficiado tem 6 meses para pagar com juros de 1,5% ao mês.

A partir de julho de 1999, os créditos para moradia passaram a ser concedidos por outra instituição. A Prefeitura Municipal de Fortaleza. São atendidas 65 famílias.

3.3 Política de Créditos

3.3.1 Os Juros

O Banco Palmas trabalha com uma política de créditos evolutivos e juros evolutivos, para garantir a distribuição de renda. Quem tem mais, paga mais juros para subsidiar o empréstimo de quem tem menos.

Tabela 1 - Tabela de Créditos

Crédito	R\$	Juros ao Mês	Prazo para pagamento
1º Crédito	Até 300,00	2%	6 a 12 meses
2º Crédito	Até 500,00	2,5%	6 a 12 meses
3º Crédito	Até 5.000,00	3%	6 a 12 meses

Fonte: Neto Segundo; Magalhães (2003, p.33).

Os juros evolutivos e baixos são elementos básicos e necessários da rede solidária. Os juros não cobrem inteiramente os custos do Banco. Com trabalho voluntário e recursos financeiros adicionais compensa-se o déficit orçamentário.

3.3.2 O Acesso às Linhas de Crédito do Banco

O Palmas trabalha com uma política de crédito pautada no controle social. Quando um morador chega ao Banco para solicitar um serviço é informado das regras de funcionamento da rede de solidariedade. Não se pede nenhum documento ou garantia (SILVA JUNIOR; NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2005).

Um analista de crédito visita a família do solicitante e conversa com os vizinhos. É o depoimento da vizinhança quem vai servir de aval para o futuro cliente. O Banco Palmas

não cobra fiador, não faz consultas ao Serviço de Proteção ao Crédito, a cartórios e outras fontes de verificação da ficha dos clientes. A maioria dos moradores do Conjunto Palmeira estão com seus nomes fichados em um desses sistemas.

A partir do momento que o cliente é aceito no Banco ele passa a ser acompanhado pôr toda a rede de solidariedade. Esse controle social fiscaliza as ações do Banco e dos seus empreendedores, ajudando, inclusive a inadimplência do Palmas ficar sempre na casa de 1 a 3% (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

3.3.3 Créditos Evolutivos

Os créditos são evolutivos. Quando um cliente acaba de pagar seu primeiro crédito tem direito de efetuar um segundo, com o valor de até R\$ 500, 00 (quinhentos reais) e um terceiro de até R\$ 5.000 (cinco mil reais). Os juros também sobem para 2,5% e 3% ao mês, respectivamente.

3.4 Cartão de Crédito Palmacard

Esse cartão, utilizado apenas no Conjunto Palmeira, estimula as famílias a comprarem em qualquer comércio cadastrado do bairro e pagar ao Banco popular após trinta dias, em uma data estabelecida pela própria família. O valor do crédito é de 20 reais, podendo chegar até 100 reais. No caso de compras acima de 100 reais, tipo um guarda roupa, uma mesa com cadeiras, ou outro produto de médio porte fabricado localmente, a família pode receber uma autorização do Banco e parcelar a compra em até três prestações (SILVA JUNIOR; NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2005).

No dia estipulado pelo Banco os comerciantes levam suas faturas até o Palmas e recebem do Banco tudo que venderam para o PalmaCard. Como taxa de administração o Banco desconta 3% de todas as vendas realizadas (SILVA JUNIOR; NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2005).

Os produtores e comerciantes beneficiados pelo sistema se encontram em assembléia mensal para avaliarem o funcionamento do cartão, apresentar sugestões e contribuir com sua participação e trabalho voluntário para as ações sociais da associação, tipo, limpeza e preservação de praças, acompanhamento às escolas e postos de saúde, entre outros.

O cartão de crédito do bairro, além de resolver o problema emergencial de cada família, garantindo o acesso a remédios, gás de cozinha, gêneros alimentícios e outras necessidades básicas, também eleva a auto-estima e a confiança da comunidade em resolver seus problemas. É por meio das economias populares geradas a partir do consumo solidário dos próprios moradores que se consegue o desenvolvimento econômico da comunidade.

Quando o João, pequeno artesão que produz sapatos, vende sua mercadoria, está conseguindo recursos financeiros para poder comprar os doce da Maria, e esta a confecção da costureira, que por sua vez corta o cabelo na barbearia do Paulo e assim por diante (DUTRA, SIC)

A consciência de que ao consumir produtos e serviços do bairro esta-se-à ajudando a distribuir a renda, gerando riquezas e melhorando a qualidade de vida na comunidade, permiti-se ao Banco popular criar vários instrumentos de comércio solidário.

Os mais visíveis são as feiras dos produtores do Banco Palmas, que acontecem semanalmente em frente à sede da Associação de Moradores e uma loja solidária que funciona na própria sede do Banco, expondo e vendendo os produtos fabricados no bairro. Para este círculo poder existir e funcionar adequadamente é necessário que na comunidade sejam produzidas as mercadorias mais necessárias para a população consumidora.

Neste sentido o Banco Palmas apóia a criação de empresas comunitárias que vão, se multiplicando através de seus excedentes. O lucro de uma empresa na economia solidária chama-se excedente. É possível ser aberta outra empresa, aumentando a oferta de produtos fabricados localmente.

3.5 Mapeamento da Produção e do Consumo Local

É o primeiro passo para criação da rede de economia solidária do Banco Palmas. Trata-se de um levantamento realizado sobre tudo que a população está consumindo e produzindo, incluindo os insumos utilizados na produção. São identificados os locais onde os produtores e consumidores estão realizando suas compras, bem como a localização das indústrias comércios e serviços existentes no bairro.

3.5.1 Os Objetivos do Mapeamento

- Orientar a linha de crédito do Banco para priorizar o financiamento de bens e serviços que atendam a demanda local.

- Evitar a competição entre os integrantes da rede, a partir da oferta excessiva de um mesmo produto. O mapa da produção possibilita a montagem das cadeias produtivas onde cada empreendedor produz em função das necessidades de insumos do outro.
- Reduzir os custos da produção a partir de compras conjuntas de insumos e equipamentos (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

Neto Segundo; Magalhães (2003), afirma que para mapear a produção e o consumo do Conjunto Palmeira o Banco Palmas adotou os seguintes passos:

- O primeiro momento consiste em capacitar pesquisadores locais para realizarem a pesquisa de campo. É fundamental que todo o processo da pesquisa como: coleta de dados, sistematização e análise, seja compreendida pela comunidade, com apoio de uma assessoria técnica, para que ela se aproprie dos conhecimentos e seja capaz de reaplicá-los quando necessários.
- A capacitação tem uma duração de 40h dividida em dois módulos. Primeiro se oferece noções básicas sobre economia solidária e a importância do trabalho em rede. Depois se orienta sobre técnicas de pesquisa e procedimentos e postura adequada de um pesquisador.
- O questionário é elaborado de maneira simples para facilitar a compreensão e o preenchimento. Durante a capacitação os pesquisadores devem fazer vários exercícios práticos para verificar se não existem dúvidas.
- Uma vez iniciado o mapeamento, uma equipe de supervisão diariamente revisa todos os questionários no sentido de identificar e solicitar ao pesquisador a correção ou complementação de algum dado se necessário.
- O Mapeamento da produção (indústria, comércio e serviços) é realizado de forma censitária. Já o mapeamento do consumo é feito por amostragem em torno de 10% do universo pesquisado.
- Todos os resultados da pesquisa são apresentados para a comunidade em um grande evento que reúne vários segmentos locais como: igrejas, associações, escolas, creches, poder público entre outros.

A partir desse contexto, serão analisados, a seguir, os empreendimentos solidários locais.

4. EMPREENDIMENTOS SOLIDÁRIOS LOCAIS

Apoiados pelo sistema de crédito do Banco Palmas, várias famílias criaram empreendimentos locais que compõem a rede de produtores do bairro. A efetivação desses empreendimentos transformaria a atuação da ASMOCONP - Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras depois de 19 anos agindo como amplificadora das lutas para minimizar as carências sociais da população do Conjunto Palmeiras, tendo como ferramenta o capital social e como estratégia a pressão (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

A ASMOCONP - Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras passa a agir, principalmente, na intervenção e na aplicação dos empreendimentos sócio-produtivos de combate as desigualdades econômicas locais. Desde 1998, a ASMOCONP - Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras gerencia o Banco Palmas e mais os programas originados dele: 05 unidades produtivas solidárias, PalmaFashion – Empresa de Confecções; PalmArt – Artesanato; PalmaLimpe – Material de Limpeza; PalmaNatus – Sabonetes e Fitoterápicos; PalmaCouros – Cintos e Bolsas e 04 programas de desenvolvimento social e econômico local, Incubadora Feminina; Palmatech - Escola Comunitária de Sócio-economia Solidária; Laboratório de Agricultura Urbana com linha de crédito para Criação de Galinha Caipira e plantação de hortaliças (MELO, 2003).

4.1 Unidades Produtivas

Há ainda outros importantes desdobramentos nas áreas de produção, circulação, comercialização, segurança alimentar e capacitação. Cinco unidades produtivas estão em funcionamento (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003):

- **PalmaFashion** - Empresa de confecções e roupas de cama, mesa e banho, administrado por 18 mulheres da comunidade.

A estratégia do Banco Palmas em 1999 foi tentar agregar produtores do mesmo ramo de atividade em grupos setoriais. O primeiro grupo formado foi no ramo de confecção. As costureiras que já haviam recebido empréstimos se uniram e criaram uma grife, a Palmafashion (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

A fase preparatória para criação da grife contou com algumas parcerias e aportes externos abaixo descritos:

- Capacitação tecnológica, cursos de costura, designer, encaixe: SEBRAE, OXFAM.
- Créditos para financiamento de equipamentos: Banco Palmas e SAS - Secretaria de Ação Social do Governo do Estado; Gestão empresarial: IEL - Instituto Evaldo Luck e OXFAM.
- Construção da marca: Banco Palmas e OXFAM.

A grife foi lançada no dia 28 de outubro de 1998, com um desfile em passarela instalada em local privilegiado da cidade, mobilizando importantes segmentos da classe média, poder público e imprensa (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

As dificuldades apresentadas são espaços físicos para produção, a insuficiência de equipamentos e uma estratégia articulada de produção e comercialização.

Para superação destas o Banco Palmas está ampliando sua sede, onde está construindo um galpão de produção e buscando outras parcerias que facilitem o processo de comercialização.

- **PalmArt** - Empresa de artesanato, destacando a produção de artesanatos em tecido, envolve 08 mulheres da comunidade

Outro grupo setorial formado por clientes do Banco, foi o de artesanato. Oito artesãs que já haviam recebido um crédito junto ao Banco procuraram o Banco Palmas e solicitaram um curso de aperfeiçoamento. A capacitação foi realizada pelo Banco Palmas, em parceria com o SINE, para 10 mulheres que posteriormente criaram a PalmArt. O local de trabalho das mesmas é a sede da associação dos moradores (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

- **PalmaLimpe** - Empresa comunitária formada por 05 jovens da comunidade com faixa etária entre 18 e 23 anos. A empresa comunitária produz material de limpeza; detergente, água sanitária, desinfetante, cera líquida, e amaciante. Os jovens foram capacitados pela prefeitura municipal e recebem apoio gerencial do Serviço Brasileiro de Empresas SEBRAE.
- **PalmaNatus** – Empresa de produtos naturais que tem como participantes 03 jovens da própria comunidade. A empresa produz sabonete e fitoterápicos.

- **PalmaCouros** – Empresa de gênero familiar que tem como integrantes 05 pessoas da mesma família, marido, mulher e três filhos que tem uma linha de produção de Bolsas e Sapatos.

No futuro as cadeias produtivas poderão ser remontadas, de maneira que cada empresa produza os insumos a serem consumidos pela outra. Essa lógica compreende a concepção de que é possível tornar o bairro auto-sustentável, a partir de uma rede de colaboração econômica entre seus moradores, sem perder de vista a relação local/global, exigente de uma solidariedade universal com todas as comunidades pobres do mundo (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

4.2 Programas de Desenvolvimento Social

4.2.1 Incubadora Feminina

a) A Necessidade de Implantação da Incubadora Feminina

No submundo da pobreza, os homens normalmente se evadem de casa e as mulheres sempre estão incumbidas de assumir a família e criar os filhos. Na avalanche de exclusão e sofrimento, as mulheres mais pobres, são, portanto, as mais fragilizadas.

Um grande número de mulheres que procuram o Banco Palmas para conseguir um crédito encontra-se dentro deste quadro de exclusão, impossibilitando o Banco popular de ter qualquer ação em seu benefício. As mulheres que encontram-se nestas condições necessitam, antes do acesso, de um programa capaz de reintegrá-las ao processo produtivo. Este programa é a Incubadora Feminina.

b) Explicando a Incubadora

A Incubadora Feminina é um projeto de segurança alimentar, inaugurada no dia 20 de fevereiro de 2001 com o objetivo de incluir socialmente mulheres em situação de risco pessoal e social. A estratégia consiste em reintegrá-las ao ciclo econômico de forma a garantir renda que assegure o acesso ao alimento. É um espaço equipado com sala, cozinha, refeitório, banheiros e um galpão onde são realizadas oficinas de mulheres, cursos profissionalizantes, ateliê de produção e um projeto de agricultura urbana que funcionará como um laboratório que posteriormente se estenderá às casas das mulheres beneficiadas (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

c) Como funciona

Cada mulher passa 4 horas por dia na Incubadora, onde aprende uma profissão, recebe atendimento psicológico duas vezes por semana e atendimento médico quinzenal. Recebe ainda duas refeições e trabalham na manutenção do próprio prédio. São realizados cursos especiais sobre segurança alimentar, nos quais são trabalhados de forma pedagógica os hábitos alimentares, o valor nutricional dos alimentos, culinárias alternativas e uso medicinal de plantas e alimentos. O grupo escolhe conjuntamente qual o curso profissionalizante que será realizado (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

Algumas atividades específicas são realizadas fora da Incubadora, tais como, atendimento médico, controle de peso, visitas a feiras e supermercados, dentre outros.

d) Perfil das Mulheres da Incubadora

As mulheres atendidas pela Incubadora Feminina apresentam o seguinte perfil:

- Mães solteiras ou foram abandonadas por seus companheiros.
- Faixa etária de 18 a 65 anos.
- A maioria só tem o primeiro grau incompleto ou são analfabetas.
- Desempregadas, não têm profissão definida ou vivem de esmolas.
- Não têm residência fixa ou moram de aluguel, em pequenos barracos.
- Os serviços de água e luz estão cortados.
- Alimentam-se menos de duas vezes ao dia, estão ou tem algum filho com desnutrição.
- Apresentam alguns problemas de saúde ou tem alguma pessoa com problema de saúde em casa.
- Já receberam algum tipo de tratamento psiquiátrico.
- São dependentes de algum tipo de droga ou possui familiares usuários de drogas.
- Possuem parentes diretos: marido, filhos, pais em presídios.

- A grande maioria já foi vítima de violência doméstica.

4.2.2 PalmaTech

a) Escola Comunitária de Sócio-economia Solidária

Em abril de 2000, o Banco Palmas criou a escola comunitária de sócio-economia solidária PalmaTech, cujo objetivo central é oferecer capacitação gerencial e profissional, na perspectiva da sócio-economia solidária, desenvolver pedagogias de sensibilização para a cultura da solidariedade e difundir a metodologia e os produtos criados pelo Banco em sua estratégia de combate a pobreza com desenvolvimento local (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

Como expresso em seu nome, tem como valor central o controle da sociedade sobre a economia e o mercado como espaço de cooperação, colaboração e satisfação das necessidades humanas.

A escola é responsável pela formação de instrutores, técnicos, empreendedores, produtores e consumidores para difusão dos instrumentos alternativos adotados pelo Banco. Como também oferece um acervo bibliográfico para líderes populares, técnicos, estudantes, estagiários, trabalhos de monografia e pesquisa em geral no campo da solidariedade.

b) Missão da Escola

Contribuir para uma nova ética na economia, sedimentada na criatividade e satisfação das necessidades humanas, formando pessoas e instituições para as práticas da sócio-economia solidária.

c) Cursos Realizados

- Curso de Formação de Empreendedores Solidários, trabalhadores, líderes comunitários, alunos universitários, com práticas nas comunidades e técnicos interessados no tema da Sócio-Economia Solidária, com o objetivo de formar sócio economistas solidários para animar projetos de desenvolvimento econômico local, tais como implantação de redes de produção e consumo, Bancos populares, feiras, clubes de trocas com moeda social, grupos de compras coletivas, mapeamento de

cadeias produtivas e outros instrumentos, esse curso tem a carga horária de 40h (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

- Curso de Consultores Comunitários para Empreendimentos Solidários tem como objetivo capacitar jovens da comunidade de 15 a 21 anos, que tenham o primeiro grau completo, oferecerem consultorias aos pequenos empreendedores do bairro, nas linhas de gestão empresarial, marketing, vendas, compras coletivas e outros instrumentos no campo da economia solidária. Carga horária de 600h (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).
- Clube de Trocas com Moeda Social, focado para donas de casa, líderes comunitários, Prosumidores⁵ em geral e técnicos interessados no tema do sócio-economia solidária. Tendo como objetivo criar clubes de trocas com moeda social, ajudando na melhoria da qualidade de vida das pessoas, aumentando renda e garantindo o consumo da população de mais pobre. Carga horária 20h.
- Seminário ABC da Sócio-Economia, voltado para trabalhadores em geral, jovens das escolas, líderes comunitários e donas de casa sensibilizado-os para as práticas socioeconômica solidária, estimulando produtores e consumidores a se organizarem em suas comunidades em torno de propostas concretas que visem a implantação de instrumentos de socioeconômicos, como compras coletivas, formação de grupos de produção solidários, consumo ético, entre outros. Carga horária 20h (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).
- Elaboração de pequenos projetos para líderes populares e técnicos de Organizações não Governamentais com o objetivo de capacitar instituições do terceiro setor para elaboração de projetos sociais. Carga horária de 40h.
- Os desafios do movimento popular no século XXI voltado para líderes comunitários e moradores com sensibilidade para o trabalho associativo. Como fazer refletir sobre o contexto político-social local e global, ajudando a se identificar ferramentas e criar instrumentos que ajudem o movimento popular a enfrentar os desafios da conjuntura política mundial. Carga horária 60h.

⁵ Prosumidores: Produtores e Consumidores.

- Pesquisadores locais para o desenvolvimento sustentável, voltado para líderes comunitários no intuito de formar moradores nas comunidades periféricas com capacidade de realizar pesquisas que levem a elaboração de projetos de desenvolvimento local. Carga horária 80h.

4.2.3 Laboratório de Agricultura Urbana

O laboratório de Agricultura Urbana, orgânica e agro-ecológica, criado ao lado da sede do Banco Palmas, consiste na estratégia de segurança alimentar assumida pelo Banco desde a implantação do projeto Incubadora Feminina (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

O laboratório de Agricultura Urbana consiste em um espaço onde as mulheres em situação de risco pessoal e social, aprendem o cultivo de plantas medicinais e hortaliças e peixes em cativeiro. Cada mulher do programa deve desenvolver as ações que aprendeu utilizando os quintais de suas casas. A produção é orgânica, e a qualidade dos produtos monitorada por técnicos competentes. Tudo que é produzido são primeiramente consumidos pela família e o excedente comercializados nas feiras do Palmas (RAZETO, 1993).

O componente de Agricultura veio ao encontro da grande preocupação do Palmas em não produzir alimentos localmente. Com a implantação dos projetos nas residências pretende-se beneficiar 1.000 famílias, aumentando em 20% a renda que circula no bairro.

Parceria com a UFC - Universidade Federal do Ceará vai garantir toda a capacitação técnica do Projeto. A abordagem pedagógica da segurança alimentar, tanto no aspecto da educação para o consumo e preparo dos alimentos, como na produção e comercialização destes, são temas essenciais do projeto. O NEGIF - Núcleo de Estudos e Pesquisas da Infância e Família, ligado a UFC, está oferecendo uma estagiária de economia doméstica que vai desenvolver o programa de capacitação em segurança alimentar.

O Laboratório de Agricultura Urbana atualmente consiste apenas em uma linha de crédito de até R\$ 200,00 para as famílias interessadas em projetos de plantação de hortaliças e criação de galinhas caipiras, hoje são beneficiadas 40 famílias. (SILVA JUNIOR; NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2005).

4.3 Balcão de Empregos e Trocas de Serviços

Este serviço do Banco Palmas teve início em 28 de agosto de 1999, através de uma parceria com o SINE - Serviço Nacional de Empregos, o IDT - Instituto de Desenvolvimento do Trabalho e o CESE - Centro Ecumênico de Serviços (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

Razeto (1993) afirma que o balcão funciona de segunda a sexta-feira, na sede do Banco Palmas, no horário de 07:00 às 17:00h, com os seguintes produtos:

4.3.1 Encaminhamento ao Mercado de Trabalho

Por intermédio de uma rede de computadores interligada ao SINE - Sistema Nacional de Empregos, o Banco Palmas tem informações sobre as oportunidades de emprego existentes nas empresas.

Sempre que uma vaga no mercado de trabalho é identificada, os trabalhadores do bairro devidamente cadastrados são encaminhados, utilizando-se de uma carta de apresentação. Desde sua criação até abril de 2007 o balcão conseguiu os seguintes resultados:

Tabela 2 - Encaminhamento ao Mercado de Trabalho

Trabalhadores cadastrados	4.922
Encaminhamentos realizados	2.567
Trabalhadores que conseguiram empregos	949

Fonte: SINE IDT (2007).

4.3.2 Troca de Serviços

Os moradores se associam ao Banco Palmas para troca de serviços. Cada qual coloca à disposição suas atividades profissionais como: faxina, corte de cabelo, serviços de eletricitista, pedreiro, entre outros. Através de um contrato social forma-se uma rede que estabelece um pacto de cooperação entre todos os associados, sem qualquer tipo de remuneração.

Desta forma quando um dos membros do grupo necessita de um pedreiro, o Banco viabiliza a realização do serviço solicitado. Isto posto, do mesmo modo o pedreiro poderá solicitar, por exemplo, os serviços de uma faxineira e assim sucessivamente. Todos da rede podem utilizar os serviços colocados a disposição, sem monetarização. Essa estratégia é

dirigida aos desempregados, mas nada impede que outras pessoas que já tenham empregos possam fazer parte da rede.

4.4 Clube de Trocas com Moeda Social

Esse serviço está voltado para os produtores locais, dando oportunidade para que cada um troque seus produtos entre si, por meio de uma moeda social criada pelo Banco: os Palmares.⁶ Esta moeda não é indexada a nenhuma outra. O que define o valor dos Palmares é a hora trabalhada e os insumos para fabricação de determinada mercadoria.

No Clube de Trocas cada pessoa que chega ao balcão e apresenta seus produtos e apresenta um preço em palmares. O grupo decide se aceita ou não aquele valor. Uma vez consensuado o preço, o produtor coloca suas mercadorias em cima de uma grande mesa e recebe do Banco Palmas a quantidade de Palmares respectivo à quantidade de produtos ofertados (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

Por exemplo, se um produtor traz 10 pares de sapatos e cada par foi aceito por 5 Palmares, o Banco lhe repassará 50 Palmares. E quando todos tiverem trocado seus produtos por Palmares, inicia a feira.

Existem vendedores do próprio Banco que ficam na mesa vendendo os produtos. As pessoas compram normalmente o que lhes interessarem. O preço é o mesmo que foi vendido pelo produtor que trouxe as mercadorias.

Desta forma está completamente equilibrada a oferta com a procura, ou seja, a quantidade de Palmares circulando é exatamente o equivalente de produtos na feira. Quando acaba a feira todos os Palmares retornarão ao Banco.

Mas, se alguém que vendeu seus produtos não quiser comprar algo que tenha na feira, perde a moeda, porque na próxima feira aqueles Palmares não serão aceitos. Isso tem vantagens e desvantagens. A vantagem é que todos podem vender todos seus produtos em todas as feiras, sendo assim ter Palmares e atender suas necessidades.

Se uma pessoa trazer um produto muito ruim que ninguém queira, no início da feira quando o morador for mostrar seu produto e dar um preço, o grupo tem a liberdade de dizer que não aceita aquela mercadoria.

⁶ Palmares: moeda da própria comunidade.

A desvantagem é que em algumas feiras tem moradores que levam produtos que não estavam precisando, e os levam somente para não perder o dinheiro. Mas, nestes casos, podem trazer os mesmos produtos na outra semana e revendê-los.

Essa estratégia objetiva a compra e venda de todos os produtos na feira, pois o que traz riqueza e satisfaz a necessidade é a moeda circulando e não guardada para ser especulada, refinanciada com juros, correções e outras operações financeiras do mercado capitalista.

Por isso ninguém pode levar a moeda para casa na esperança de acumular ou poupar palmares. A moeda é um simples instrumento de troca.

4.5 O Sistema de Moeda Social Circulante no Conjunto Palmeira

Como foi observada no tópico anterior, a escassez de produtos no clube de trocas levou – levemente – ao esvaziamento desse sistema. Mas, em paralelo a isso, no Conjunto Palmeiras, haviam centenas de produtores, produtoras, comerciantes, prestadores e prestadoras de serviços que tinham uma dinâmica econômica própria e que estavam, alheios ao sistema de trocas solidárias implantado pelo Banco Palmas. O desafio era, portanto, criar um modelo que envolvesse esse grande contingente de outros empreendedores locais nas estratégias solidárias desenvolvidas com a moeda social. Foi essa busca que levou a criar um Sistema de Moeda Circulante Local. (SILVA JUNIOR; NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2005).

A passagem de um Clube de Trocas para um Sistema de Moeda Local circulante foi um dos saltos qualitativos mais importantes alcançados no sistema de finanças solidárias do Banco Palmas. O bairro, como um todo passou a funcionar como se fosse um grande clube de trocas. Os produtores, as produtoras, comerciantes entre outros, cada qual no seu local de trabalho – passaram a aceitar a moeda social em seus estabelecimentos. (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

Esse novo sistema trouxe várias novidades:

- A moeda social passou a ser chamada PALMAS,⁷ antes era palmares, e como iria circular livremente em toda a comunidade foi confeccionada com vários

⁷ Moeda circulante local, produzida pela fundação El Prosumidor, cuja sede fica na Argentina.

componentes de segurança contra possíveis falsificações: marca d'água, código de barra, número serial.

- A circulação do PALMAS passou a ser livre e corrente no comércio local. Acostumou-se a dizer que PALMAS era uma Moeda Social Circulante Local, uma vez que ela girava a todo o momento.
- Os PALMAS têm lastro em moeda nacional, o Real (R\$), ou seja, para cada PALMAS emitida existe, no Banco Palmas, um valor correspondente em Reais (R\$).
- Os produtores e produtoras, comerciantes ou qualquer morador do bairro podem adquirir um empréstimo em moeda Palmas, para isso não é cobrado nenhuma taxa de juros.
- A moeda PALMAS se relaciona diretamente com o sistema de crédito do Banco Palmas (em reais (R\$)), permitindo que os tomadores do crédito optem por uma ou outra moeda quando vão quitar seus créditos. Essa medida objetiva ampliar o interesse dos produtores, comerciantes e prestadores de serviços locais pela moeda Palmas.

4.6 A Feira Comunitária e a Loja Solidária

Como instrumento de incentivo a comercialização coletiva dos produtos, o Banco Palmas instalou uma loja solidária em sua própria sede. Os produtores do bairro que tomaram um crédito junto ao Banco podem colocar seus produtos para exposição e venda na loja solidária. Tudo que é comercializado é repassado para os produtores e, também, são feitas encomendas para entrega posterior.

Quinzenalmente aos sábados, das 15h às 22h realiza-se a feira do Banco Palmas, com 18 (dezoito) barracas de produtores locais. Só são comercializados produtos feitos no próprio bairro e aceito o cartão PalmaCard. A feira é espaço também para apresentação dos artistas do bairro, tocadores, emboladores, repentistas e outras representações da cultura local. É um momento de encontro entre as famílias dos bairros e uma troca de experiência entre produtores. (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

4.7 Projeto Fomento

O projeto Fomento consiste na técnica de se clonar a moeda oficial em igual montante de moeda social, fazendo com que os recursos existentes na comunidade sejam multiplicados por dois.

Os objetivos do projeto são:

- Aumentar o circulante monetário local / capital de giro.
- Aumentar a oferta local de microcrédito utilizando a moeda social.
- Interligar esforços para o crescimento econômico local.
- Estimular a produtividade da comunidade, otimizando capacidades existentes.
- Implantar uma forte moeda social local.
- Organizar a comunidade para mobilizar recursos públicos e privados de financiamento para fins sociais, gastos públicos, investimentos privados e outros, que possam vir a serem utilizados como fomento.

Essa é a mais nova estratégia de desenvolvimento local que o Palmas está experimentando, desta vez em parceria com uma organização ecologista holandesa, a Aktie Strohalm, uma das idealizadoras do projeto.

O Projeto Fomento é uma forma inteligente de fazer multiplicar o dinheiro pelo menos por 2 e se a comunidade for bastante organizada e as pessoas confiarem uma nas outras, por 3, 4, e com o tempo até 10.

O Banco Palmas construiu sua Escola de Economia Solidária Palmatech pelo Projeto Fomento, no valor de 50 mil reais.

Pela forma tradicional o Banco contrataria uma empreiteira, ou compraria o material de construção e pagaria trabalhadores para fazer a obra. Ao término, o dinheiro teria servido só para construir o prédio e nada mais.

Pelo método fomento o Banco clonou os 50 mil reais para construção da escola. Produziu exatamente à mesma quantidade em moeda social que se chama Palmas. O dinheiro

em reais, ao invés de ter sido gasto para fazer a escola, foi convertido em microcréditos para os empreendedores locais, donas de mercearia, farmácia, açougue, artesãos, confeccionista, empresas de material de limpeza, lanchonetes, depósitos de construção, entre outros.

Esses microcréditos terão que serem pagos ao Banco com moeda social em Palmas. Os trabalhadores da obra recebem seus pagamentos em Palmas e compram com esta moeda em qualquer ponto comercial do bairro que esteja no sistema. O Material de construção também segue a mesma lógica: os donos de depósitos recebem empréstimos em reais e terão que pagar em Palmas. Assim, todos os materiais são comprados com a moeda. Ao final da obra, o que antes era apenas 50 mil reais, transformou-se em 100 mil e tudo ficou circulando dentro do próprio bairro. Com a circulação contínua da moeda esses valores vão aumentando.

4.8 Sistemas De Compras Coletivas

Consiste em reunir várias famílias do bairro e de outras comunidades da Região Metropolitana de Fortaleza para comprarem juntas os produtos da cesta básica e futuramente os insumos da produção, tecidos, couros, entre outros.

As compras são realizadas diretamente aos produtores, evitando os atravessadores, e reduzindo em 20% o valor de cada compra. Por outro lado oportuniza-se a sobrevivência das pequenas empresas populares e dos trabalhadores rurais que quase nunca conseguem concorrer com as grandes empresas e multinacionais. Desta forma as Compras Coletivas cria um mercado solidário, articulando em rede produtores e consumidores. (NETO SEGUNDO; MAGALHÃES, 2003).

4.8.1 Os Objetivos das Compras Coletivas

- Reduzir, em média 20% o valor de cada compra, uma vez que os produtos são adquiridos em grande quantidade.
- Oportunizar a comercialização dos pequenos produtores rurais e urbanos, priorizando-se a compra em empreendimentos solidários.
- Gerar renda na própria comunidade, constituindo empresas comunitárias com os excedentes das compras.

Os autores SILVA JUNIOR; NETO SEGUNDO; MAGALHÃES (2005), relatam que para se realizar as compras coletivas são dados os seguintes passos:

- Uma equipe de organização formada por todos os bairros integrantes do sistema, reúne-se semanalmente para avaliar, preparar as listas de compra e definir estratégias.
- Cada bairro é livre para formar um núcleo e seu representante passa a fazer parte da equipe de organização.
- No dia 15 de cada mês a equipe de organização entrega uma lista com os produtos a serem adquiridos, para os representantes dos núcleos. Na lista está indicada a marca e os preços dos produtos.
- No dia 22 a comissão recebe a lista dos núcleos contendo a quantidade de produtos solicitados por cada família.
- Entre 22 e 30 de cada mês a equipe de organização compra os produtos diretamente dos fornecedores.
- Os produtos são armazenados na sede do Banco Palmas ou na cooperativa agrícola de Maranguape onde são organizadas as cestas de cada família.
- No último dia do mês a equipe de organização entrega os produtos nos núcleos, já separados os quantitativos de cada família.
- Os núcleos utilizam a sede da associação, salão na Igreja, ou outro espaço disponível para servir de ponto de apoio.
- Até o dia 05 de cada mês os núcleos recolhem o pagamento das famílias e entregam à comissão de organização.

De acordo com o contexto apresentado, serão colocadas, a seguir, o caminho metodológico, onde são apresentadas a metodologia do trabalho, a análise e a discussão dos resultados.

5. METODOLOGIA

Em um primeiro momento a pesquisa se fez bibliográfica, com o objetivo de montar o referencial teórico que dá a sustentação teórica do trabalho, onde são apresentadas as opiniões de vários autores sobre o assunto abordado. A seguir foi realizado um levantamento junto ao Banco Palmas e junto a pessoas que moram e trabalham no Conjunto Palmeiras.

Além de ser difícil traçar os limites de qualquer objeto social, é difícil determinar a quantidade de informações necessárias sobre o objeto delimitado. Aqui o estudo passa a exigir do pesquisador, habilidade superior à requerida nos demais tipos de delineamento. Como não existe limite inerente ou intrínseco ao objeto do estudo e os dados que se podem obter a seu respeito são infinitos, exigir-se-á do pesquisador certa dose de intuição para perceber quais dados seriam suficientes para se chegar à compreensão do objeto como um todo.⁸

A pesquisa pode ser classificada como *qualitativa*, à medida que, para subsidiar a construção do formulário, foram realizadas entrevistas estruturadas com moradores do Conjunto Palmeiras, oportunidade em que as pessoas tiveram liberdade para expor, de maneira singular, descrições detalhadas de situações.

A coleta de dados foi realizada com a aplicação de dois tipos de questionário. O primeiro foi aplicado junto ao coordenador do Banco Palmas; e o segundo aplicado de forma aleatória junto às pessoas que moram e trabalham no Conjunto Palmeiras, na cidade de Fortaleza. O período de coleta foi de dois meses, entre os meses de maio e julho de 2007.

Para maior compreensão e obtenção dos resultados, foi aplicado um formulário voltado para os moradores do Conjunto Palmeiras, com perguntas fechadas.

O objetivo do formulário é o de avaliar a economia solidária enquanto fenômeno em si, a partir de suas práticas organizativas singulares. A idéia é de entender sua dinâmica mais geral, partindo da análise de experiências concretas. O formulário foi escolhido porque "(...) dá-se um grande peso à descrição verbal da pessoa para obtenção de informação quanto aos estímulos ou experiências a que está exposta e para o conhecimento" (SALOMON, 2004, p. 65).

⁸ Sylvia Constant Vergara. *Métodos de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas. 2005.

O questionário aplicado ao Banco Palmas apresentou as seguintes variáveis: Renda média familiar (Elaboração de questionário e realização de pesquisa de campo); Crédito concedido entre 1998 a 2006 (dados disponibilizados pelo banco); Quantidade de empregos gerados neste período (Elaboração de questionário e realização de pesquisa de campo).

A fim de capturar os efeitos sobre o bem-estar dos micro-empresários do Banco Palmas, alguns modelos econométricos serão gerados, tendo como principal base de dados os questionários aplicados. Nestes modelos, procurar-se-á medir os efeitos de forma tanto endógena, entre os usuários do sistema de crédito do Banco Palmas. Os modelos serão do tipo qualitativo com variáveis de escolha binária e terão o seguinte formato geral:

$$Y = f(\tilde{X})$$

Onde,

Y é a variável binária a ser explicada para o conjunto de observações.

\tilde{X} é um vetor de variáveis explicativas.

Seja o exemplo de um modelo com a seguinte característica:

$$Y = \begin{cases} 1, & \text{se o Faturamento médio mensal é "n" vezes superior ao empréstimo concedido} \\ 0, & \text{caso contrário} \end{cases}$$

\tilde{X} : X_1 = nível educacional; X_2 = Recebeu assistência no gerenciamento da empresa; X_3 = se havia experiência prévia em negócios como autônomo.

5.1 Modelos De Escolha Qualitativa

Em modelos de regressão em que a variável dependente, Y , é natureza qualitativa, a estimação por Mínimos Quadrados Ordinários apresenta vários problemas. Quando a variável dependente é binária, assumindo valor zero ou um, indicando se certo evento ocorreu, o principal interesse é estimar a probabilidade de ocorrência do evento. Em geral, independente da definição de Y , podemos considerar $Y = 1$ em caso de sucesso e $Y = 0$ em caso de fracasso.

$$prob(X) = P(Y = 1 | X) = P(Y = 1 | X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (1)$$

Ao estudar modelos de resposta binária, precisamos recordar alguns fatos básicos sobre variáveis aleatórias com distribuição de Bernoulli. A única modificação entre a metodologia empregada e as estatísticas básicas é o fato de que a probabilidade de ocorrência do evento está condicionada ao vetor de variáveis explicativas X .

5.2 Modelo Linear Probabilístico

O modelo de probabilidade linear para variável dependente binária é especificado como

$$prob(Y = 1 | X) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n \quad (2)$$

A menos que a amplitude de variação de X seja muito restrita, o modelo de probabilidade linear não pode ser uma boa descrição da probabilidade de resposta populacional $P(Y = 1 | X)$. Dados os valores estimados dos parâmetros populacionais, $\hat{\beta}_j$, $j = 1, \dots, n$, as probabilidades estimadas podem situar-se fora do intervalo $[0,1]$. Isto ocorre porque no modelo de probabilidade linear a probabilidade de sucesso varia linearmente com os valores das variáveis independentes.

Ao decidirmos sobre uma técnica de estimação apropriada, é útil derivar a média e a variância condicional de Y . Como Y é uma variável aleatória com distribuição de Bernoulli,

$$E(Y | X) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n \quad (3)$$

$$Var(Y | X) = X\beta(1 - X\beta) \quad (4)$$

Dada uma amostra aleatória, a regressão de Mínimos Quadrados Ordinários de Y em $1, X_1, \dots, X_n$ produz estimativas consistentes e até mesmo não viesadas dos parâmetros β_j , $j = 1, \dots, n$. No entanto, a equação da variância condicional em (4) mostra que o modelo é heterocedástico.

5.3 Reformulação do Modelo Linear Probabilístico

Observe que no modelo linear probabilístico temos:

$$\text{Prob}(Y = 1 | X) = X_i\beta \quad (5)$$

e esta função não garante que $X_i\beta$ irá satisfazer a condição de ser um número entre zero e um. Uma forma de resolver este problema é usar uma função de $X_i\beta$ que tenha esta propriedade. Um candidato natural para esta função é a função de distribuição acumulada de alguma variável aleatória que, por construção forçará $X_i\beta$ a estar entre zero e um. A escolha diferente desta função vai gerar modelos diferentes. Por exemplo, se esta função é a distribuição acumulada da normal padrão teremos o modelo Probit, que é definido por:

$$\text{Prob}(y_i = 1) = \Phi(X_i\beta) = \int_{-\infty}^{X_i\beta} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \exp\left(-\frac{z^2}{2}\right) dz \quad (6)$$

Verifica-se neste caso que a função de $X_i\beta$ assumirá valores entre 0 e 1 uma vez que $\lim_{z \rightarrow \infty} \Phi(z) = 1$ e $\lim_{z \rightarrow -\infty} \Phi(z) = 0$.

Observe que este modelo pode ser interpretado como uma regressão uma vez que

$$E(y | X_i) = 0[1 - F(X_i\beta)] + 1[F(X_i\beta)] = F(X_i\beta) \quad (7)$$

e pode-se definir os efeitos marginais por:

$$\frac{\partial E(y | X)}{\partial x} = \left\{ \frac{dF(X_i\beta)}{dX} \right\} = f(X_i\beta)\beta \quad (8)$$

onde $f(\cdot)$ é a densidade associada a função de distribuição $F(\cdot)$.

No caso Probit temos que este efeito marginal é dado por:

$$\frac{\partial E(y | X)}{\partial x} = \phi(X_i\beta)\beta \quad (9)$$

Por (9) temos que o efeito marginal varia com o nível de X e de todas as variáveis do modelo. Como $\phi > 0$ a direção de mudança depende do sinal de β .

5.4 Modelo do Questionário – Pré-Teste

Quest. N° _____ Nome _____

Tel. (Res. /com.) _____ Data: _____

Entrevistador: _____

A.1 Sexo:

Masculino () 2. Feminino () (CONTROLE)

A.2 Valor do 1º financiamento junto ao Banco Palmas: R\$ _____

A.3 Período do 1º empréstimo: _____

A.4. Data de início de atividade: mês |__|__| ano |__|__|

A.5. Que atividade exercia antes de ter esta empresa?

A.6. Porque resolveu abrir (entrar) (n) esta empresa? (admite até três opções)

A.7. A empresa era sua única atividade ou o (a) Sr.(a) mantinha outra atividade remunerada no primeiro ano de atividade da empresa?

A.8. Procurou algum profissional ou instituição, para assessorá-lo (a), na condução/gerenciamento da empresa?

A.9. Se respondeu sim na pergunta anterior, diga quem ou que instituição:

(admite mais de uma opção)

A.10. Quais as principais dificuldades na condução de da sua empresa?

A.11. Quais são, em sua opinião, as áreas de conhecimento mais importantes para condução de sua empresa? (admite até três opções)

A.12. Das pessoas que trabalham com você em seu negócio, quantas são:

A.13. Há quanto tempo você tem esta atividade?

A.14. Local do negócio:

A.15. IDADE 1.() 18 a 29 2. () 30 a 49 3. () 50 e mais

Anote idade _____

A.16. Qual o tipo do seu negócio? (Especifique em cada setor o tipo de negócio. Ex: Comércio: roupas, balas, frutas etc.; serviço: sapateiro, cabeleireiro, engraxate etc.; indústria: doces, roupas etc.)

	P2 você possui:	P2. A Se não possui, gostaria de possuir? (PARA QUEM RESPONDEU 2 NA P2)
CNPJ	1. Sim 2. Não 3. Não conhece	1. Sim 2. Não

A.17. Em sua atividade, você faz controle:

A.18 Quando você pensa em um banco ou financeira, que nome lhe vem à cabeça em primeiro lugar?

A.19. Quando esse seu negócio precisa de dinheiro emprestado o que normalmente você faz?

A.20. Em que instituições (Banco ou financeira) o Senhor já efetuou empréstimos? (Resposta Múltipla)

5.5 Resultados Esperados

O trabalho pretende mostrar através de um modelo econométrico que a política econômica e social de micro-crédito desenvolvido pelo Banco Palmas está diretamente relacionada com a geração de renda e trabalho da população residente no conjunto Palmeiras,

ou seja, mostrar que no Banco Palmas existe uma economia em prática que se vincula à estratégia de desenvolvimento socioeconômico local cujos protagonistas saíram de sua mera posição de habitantes para a de cidadãos ativos como sujeitos coletivos.

6. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

6.1 Reflexão Geral da Pesquisa

Nesta seção apresentam-se os resultados referentes às estimações dos modelos. A partir de um universo de 240 micro empresas, os dados referem-se a um questionário aplicado a 58, desse questionário extraíram-se variáveis dentre as quais em sua maioria são qualitativas, no qual busca-se estimar modelos Probit e Regressão Múltipla com o intuito de analisar o impacto dessas variáveis sobre o faturamento das empresas. As variáveis extraídas a partir dos questionários são:

Variáveis Qualitativas:

X1: Nível Educacional_Ensino médio ou mais (X1 = 1, caso contrário X1 = 0).

X2: Recebeu assistência no gerenciamento da empresa (X2 = 1, caso contrário X2 = 0).

X3: Se havia experiência prévia (autônomo) (X3 = 1, caso contrário X3 = 0).

X4: Única atividade no 1º ano de empresa (X4 = 1, caso contrário X4 = 0).

X5: Tempo de Empresa (5 anos ou mais) (X5 = 1, caso contrário X5 = 0).

Y1: O faturamento médio mensal é maior do que o empréstimo concedido (Y1 = 1, caso contrário Y1 = 0).

Y2: O faturamento médio mensal é 2 vezes maior do que o empréstimo concedido (Y2 = 1, caso contrário Y2 = 0).

Y3: O faturamento médio mensal é 3 vezes maior do que o empréstimo concedido (Y3 = 1, caso contrário Y3 = 0).

Variáveis não Qualitativas:

Emprest: Valor do empréstimo concedido para a empresa.

Fat/Empreg: Faturamento médio mensal dividido pelo número de empregados de cada empresa.

A partir das variáveis qualitativas coletadas estima-se o seguinte modelo Probit:

$$\text{prob}(Y_1 = 1 | X) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon_i \quad (10)$$

e o modelo do tipo log-log estimado por Mínimos Quadrados Ordinário (MQO) na seguinte forma:

$$\log(\text{Fat} / \text{Empreg}) = \beta_0 + \beta_1 \log(\text{Emprest}) + \beta_2 Y_2 + \beta_3 Y_3 + \varepsilon_i \quad (11)$$

Onde as variáveis qualitativas são as mesmas descritas acima.

Estimou-se o modelo Probit descrito na equação (10)⁹ do modelo mais geral (com todas variáveis explicativas) ao mais restrito (excluindo as variáveis explicativas uma de cada vez), nesse caso foram estimados cinco modelos, onde os resultados são apresentados na tabela abaixo:

Tabela 3 – Resultados do Modelo Probit

Variáveis	Modelo1	Modelo2	Modelo3	Modelo4	Modelo5
C	-1.2652 (0.0410)	-1.0990 (0.0739)	-1.2801 (0.0187)	-0.2478 (0.3269)	-0.1216 (0.5901)
X1	-0.0213 (0.9563)	-0.1579 (0.6600)	-0.1474 (0.6778)	-0.0584 (0.8656)	0.0250 (0.9403)
X2	0.5958 (0.1347)	0.6921 (0.0731)	0.6771 (0.0759)	0.3866 (0.2658)	
X3	0.9092 (0.0852)	1.0499 (0.0406)	1.1108 (0.0288)		
X4	-0.2290 (0.5324)	-0.2052 (0.5740)			
X5	0.4052 (0.3042)				
R ² McFadden	0.0884	0.0761	0.0721	0.0159	0.0001
SRQ	12.6075	12.7869	12.8761	13.8293	14.1390
Estatística LR	6.9498	5.9812	5.6693	1.2527	0.0056
Probabilidade LR	0.2244	0.2006	0.1289	0.5345	0.9403

Fonte: Elaboração própria a partir de dados coletados em pesquisa de campo.

Nota: Entre parênteses constam os p-valores.

Os coeficientes estimados são representados pelos valores em negrito enquanto os valores em parênteses representam as probabilidades do teste *t* de significância para cada coeficiente estimado. A significância conjunta para cada modelo é verificada pela probabilidade do teste de Razão de Verossimilhança (LR). Os outros resultados referentes aos modelos estimados são: o coeficiente de ajustamento para modelos Probit (R² McFadden) e a soma dos resíduos ao quadrado (SRQ).

⁹ A equação (10) foi estimada com todas as combinações possíveis entre as variáveis explicativas bem como tomando como variáveis dependentes Y2 e Y3. No entanto devido a não significância das variáveis explicativas na maioria dos modelos, optou-se por apresentar apenas os modelos tomando como variável dependente Y1 apresentadas na tabela 3.

De acordo com os coeficientes estimados verifica-se que as únicas variáveis que são significantes considerando um nível de significância de no máximo 10%, são X2 (se recebeu assistência no gerenciamento da empresa) e X3 (se havia experiência prévia como autônomo) indicando que estas afetam positivamente a probabilidade de uma empresa ter um rendimento maior do que o empréstimo concedido pelo banco Palmas. Estimando o modelo apenas com as variáveis significativas tem-se o seguinte resultado:

Tabela 4 – Resultados do Modelo Probit Escolhido

Variáveis	Estimativas
C	-1.3004 (0.0157)
X2	0.6375 (0.0811)
X3	1.0774 (0.0381)
R ² McFadden	0.0699
SRQ	12.8902
Estatística LR	5.4989
Probabilidade LR	0.0640

Fonte: Elaboração própria a partir de dados coletados em pesquisa de campo.

Nota: Entre parênteses constam os p-valores.

De acordo com o resultado da estimação do modelo acima, a variável X2 é significativa a um nível de 8% de confiança enquanto que a variável X3 é significativa a 4%, sendo o modelo conjuntamente significativo a 6%. Verifica-se que os indivíduos que receberam assistência e que tiveram experiência como autônomo antes do empréstimo concedido, tem maior probabilidade de ter um faturamento médio mensal maior do que o empréstimo, pois o efeito marginal dessas variáveis em relação à variável Y1 é positivo.

Faz-se agora a análise da relação entre uma medida de produtividade captada pela variável Fat/Empreg (Faturamento médio mensal dividido pelo número de empregados para cada empresa) e o empréstimo concedido pelo banco Palmas (Equação (11)). Aplicou-se também no modelo duas variáveis explicativas qualitativas, Y2 e Y3 (se o faturamento médio mensal é duas e três vezes maiores do que o empréstimo concedido) a fim de captar alguma influência do tamanho do empréstimo sobre a produtividade em cada empresa.

Os resultados do modelo acima são apresentados na tabela a seguir:

Tabela 5 – Resultados do Modelo MQO

Variáveis	Estimativas
C	1.3396 (0.1239)
LOG(EMPREST)	0.6801 (0.0000)
Y2	0.5373 (0.0141)
Y3	0.7512 (0.0028)
R ²	0.4597
SRQ	21.954
Prob. Estatística F	0.0000
Durbin Watson	2.3740
Prob. Teste de White ($n.R^2$)	0.5814

Fonte: Elaboração própria a partir de dados coletados em pesquisa de campo.

Nota: Entre parênteses constam os p-valores.

Os resultados apresentados na tabela acima indicam que todos os coeficientes estimados são significantes com exceção do intercepto. A probabilidade do teste de White indica que não rejeita-se a hipótese nula de resíduos homocedásticos, não existindo assim problema de resíduos heterocedásticos. De acordo com a estatística Durbin Watson não há a presença de autocorrelação nos resíduos. Em relação aos coeficientes estimados das variáveis qualitativas, o tamanho do empréstimo concedido mostrou-se influenciar diretamente a produtividade das empresas. O coeficiente estimado da variável logaritmo do empréstimo representa a elasticidade entre essa variável e a medida de produtividade (log (fat/empreg)). O aumento de um por cento na variável log(emprest) implica em um aumento de 0,68 por cento na medida de produtividade. Este resultado mostra que em média o empréstimo concedido pelo banco Palmas é de fundamental importância para o crescimento das pequenas empresas tomadoras de empréstimos junto ao banco.

6.2 Resultados da Análise do Perfil do Entrevistado e da Empresa

Segundo os resultados da pesquisa apresentados no apêndice, o perfil do entrevistado é o seguinte: amostra essencialmente do sexo feminino, com grau de instrução equiparada ao nível fundamental completo.

Em relação à situação do Banco Palmas junto à população, referidos respondentes apresentaram as seguintes respostas:

- Exercem atividades ligadas à área comercial;
- Exercem atividade no setor informal;
- Têm como profissão “Autônomo”;
- Existe uma relação positiva entre o entrevistado e o Banco Palmas;
- A empresa constitui-se sua única atividade remunerada;
- Recebem algum tipo de apoio gerencial;
- Receberam apoio do Banco Palmas;
- Uma das maiores dificuldades no setor consiste em formar o capital de giro;
- O Planejamento Financeiro é a área do conhecimento mais importante para a condução da empresa;
- Os funcionários são pessoas da própria família;
- A empresa tem entre 5 e 10 anos;
- A empresa funciona dentro de casa;
- Não têm CNPJ;
- Quando precisam de dinheiro pede emprestado ao Banco Palmas;
- A nota a ser dada ao micro-crédito do Banco Palmas é 10.

CONCLUSÃO

Foi possível estabelecer as respostas para o problema investigado, chegando-se à conclusão de que a política econômica e social de micro-crédito desenvolvida pelo Banco Palmas está diretamente relacionada com a geração de renda e trabalho da população residente no conjunto Palmeiras, ou seja, mostrar que no Banco Palmas existe uma economia em prática que se vincula à estratégia de desenvolvimento socioeconômico local cujos protagonistas saíram de sua mera posição de habitantes para a de cidadãos ativos como sujeitos coletivos e que, em média, o empréstimo concedido pelo banco Palmas é de fundamental importância para o crescimento das pequenas empresas tomadoras de empréstimos junto ao banco.

Em relação à situação da população investigada junto ao Banco Palmas, referidos respondentes informaram que não têm CNPJ, são, em sua maioria, autônomos do sexo feminino, com grau de instrução equiparada ao nível fundamental completo, exercendo referida atividade entre 5 e 10 anos, dentro de casa, em setor informal ligado à área comercial. Referida atividade constitui-se a única atividade remunerada do entrevistado. Verificou-se, também, que existe uma relação positiva entre o entrevistado e o Banco Palmas, de onde recebem apoio gerencial, já que uma das maiores dificuldades por eles enfrentada consiste em formar o capital de giro. Quando precisam de dinheiro pede emprestado ao Banco Palmas e que a nota a ser dada ao micro-crédito do Banco Palmas é 10.

A partir dos dados coletados na pesquisa de campo, utilizou-se uma abordagem econométrica baseada em modelos probit e de regressão múltipla com o objetivo de analisar os impactos sobre o faturamento e a produtividade das empresas clientes do banco Palmas entrevistadas. Os principais resultados destes modelos são: A assistência dos gestores do banco com seus clientes juntamente com a experiência dos clientes como autônomos impactam de forma positiva no faturamento das empresas analisadas, e o empréstimo concedido a estas empresas atua de forma direta no aumento de produtividade das mesmas.

Desta forma, por se tratar de um tema relevante e que se mostra de grande necessidade no cenário atual de todas as empresas independentemente de seu tamanho, recomendam-se que estudos sejam realizados complementando essa pesquisa para um aprofundamento maior nos temas a seguir considerados: a imagem do Banco Palmas e sua relação com o volume de clientes fiéis que ele possui; pesquisa junto aos clientes para

confrontar a qualidade oferecida com a qualidade percebida; pesquisa junto a uma amostra que represente o universo do Banco Palmas, na cidade de Fortaleza (CE), para que se estabeleça afirmação relativa à forma de trabalho do Banco.

Por ser uma situação recém implantada no estado, a economia solidária depende substancialmente da ação governamental para suas ações iniciais, especialmente na necessidade da oferta de participação em cursos de capacitação e encontros que tenham como objetivo principal a definição do que seja de fato a autogestão, a solidariedade e a discussão de suas potencialidades.

Pelas próprias características culturais formadoras do Estado, a perspectiva do campo da economia solidária é bastante ampla, dotada de enormes possibilidades objetivas de desenvolvimento.

Acredita-se, também, ser possível ampliar o conhecimento sobre o funcionamento do Banco Palmas e o marketing de relacionamento com o cliente na obtenção de fidelidade e lealdade, e sua implementação na cultura da economia solidária na cidade de Fortaleza (CE), pois o desafio da pesquisa e estudo é muito grande e permanente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CALDAS, Eduardo de Lima. Da experiência do Microcrédito à Microfinança. **Revista Diálogo Econômico Local**, n 1, jul. 2003.

GOHN, Maria da Glória. **Movimentos Sociais e Educação**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1999.

MELO, João Joaquim de. **Banco Palmas: uma prática de socioeconômica solidária**. Ágora XXI /Banco Palmas. Quito, Equador: Programa de Gestão Urbana UN/HABITAT, Maio/2003.

MELO, João Joaquim de; MAGALHAES, Sandra. **Bairros pobres, ricas soluções: Banco Palmas, ponto a ponto**. Fortaleza, CE: Expressão Gráfica, 2003.

NICHTER, Simeon. **Entendendo as microfinanças no contexto brasileiro: Programa de Desenvolvimento Institucional**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

RAZETO, L. Economia de solidariedade e organização popular. In GADOTTI, M.; GUTIERREZ, F. (Orgs.) **Educação comunitária e economia popular**. Col. Questões da Nossa Época, 25. São Paulo: Cortez, 1993.

SEBRAE. **Onde estão as Micro e Pequenas Empresas no Brasil?**. São Paulo, 2007.

SILVA JUNIOR, Jeova Torres ; MAGALHÃES, Sandra ; MELO NETO, Joaquim . **O Poder do Circulante Local: A Moeda Social no Conjunto Palmeira**. Fortaleza, CE: Expressão Gráfica, 2005.

SINE/IDT. **Sistema Nacional de Emprego/Instituto de Desenvolvimento do Trabalho**. Disponível em: <www.sine.ce.gov.br>. Acessado em: 15 dez.2007.

SINGER, Paul. **Utopia Militante**. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

SOARES, Marden Marques, et al. **Microfinanças: O papel do Banco Central do Brasil e a importância do cooperativismo de crédito**. Brasília: BCB, 2007.

APÊNDICE

Os dados coletados referem-se às entrevistas realizadas junto a cinquenta e oito empreendedores residentes no Conjunto Palmeiras, em Fortaleza. Os fatores determinantes para a análise dos sujeitos possuem como base o destaque da empreendedora em sua área de atuação. A seguir serão descritas as análises dos dados referentes a: Perfil dos entrevistados e Relacionamentos.

Os resultados obtidos estão descritos nos Gráficos a seguir.

- **Perfil do entrevistado**

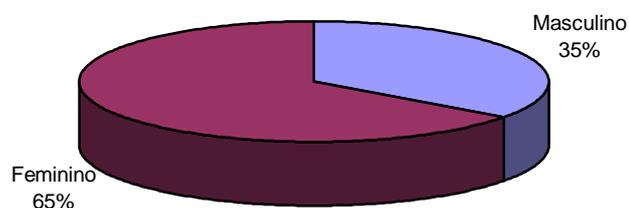


Gráfico 1 - Sexo

Fonte: A pesquisa de campo

Conforme os dados coletados a partir da aplicação do questionário, 65% dos entrevistados são mulheres, e 35% são homens. Dessa a forma a amostra se constitui essencialmente feminina.

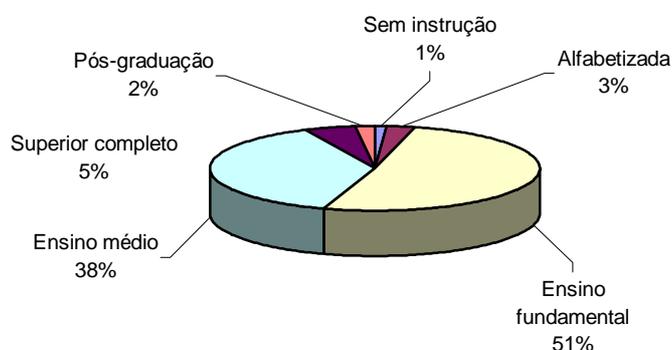


Gráfico 2 - Grau de escolaridade

Fonte: A pesquisa de campo

De acordo com os dados pesquisados, observou-se no Gráfico 2, que a maioria (51%) dos entrevistados apresenta o ensino fundamental completo o que significa que o baixo nível de escolaridade é justificado pela falta de tempo para se dedicar aos estudos, uma vez que têm que trabalhar além das oito horas diárias.

A busca do equilíbrio entre a vida profissional e o tempo de dedicação à família, eterno dilema das pessoas modernas, tem sido uma das principais razões que tornam as pessoas cada vez mais ligadas ao empreendedorismo. Ao montar seu próprio negócio, os entrevistados entendem que conseguem balancear melhor o tempo. Com horários mais flexíveis de trabalho, acompanham mais de perto a educação dos filhos e ainda encontram tempo para o lazer com a família.

- **Informações da Empresa**

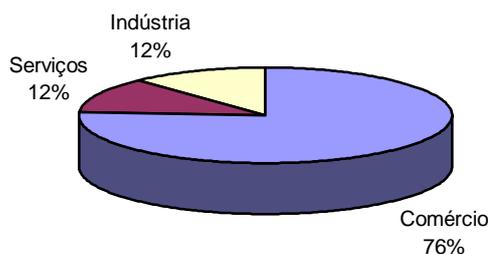


Gráfico 3 - Tipo de negócio

Fonte: A pesquisa de campo

A partir do Gráfico 3, observa-se que 76% dos entrevistados exercem atividades ligadas à área comercial, 12% serviços e 12% atividades na indústria.

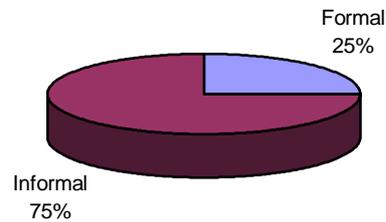


Gráfico 4 – Setor

Fonte: A pesquisa de campo

De acordo com o Gráfico 4, a seguir, verifica-se que 75% dos entrevistados declararam que exercem atividade no setor informal, sem qualquer direito trabalhista, como férias, décimo terceiro, licença maternidade, entre outros. Entre os problemas nas relações de trabalho, transcendem o respeito aos direitos trabalhistas, trabalho repetitivo e penoso, envolvendo riscos que exigem do empreendedor necessidade de trabalhar além do habitual, entre outros. Só 25% apresentaram trabalhar em atividade no setor formal que reflete um perfil profissional que exige um pouco mais de qualificação.

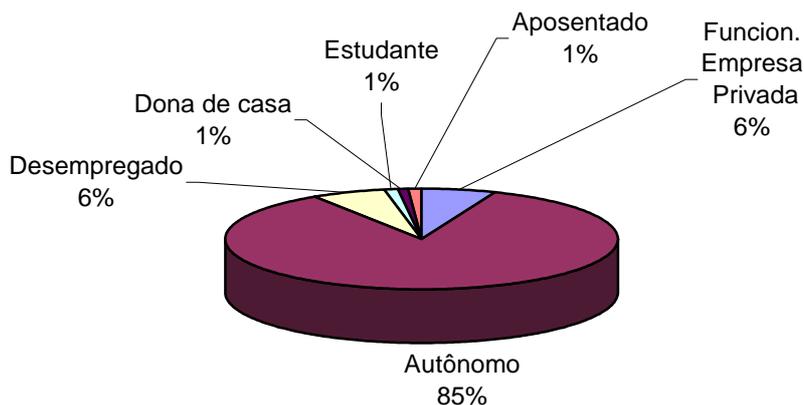


Gráfico 5 - Atividades exercidas antes da formação da Empresa

Fonte: A pesquisa de campo

O Gráfico 5 destaca que 85% dos entrevistados preferiram responder na opção “Autônomo”, que reflete uma situação não muito diferente da encontrada atualmente, uma vez que referido profissional, pertence ao setor informal.

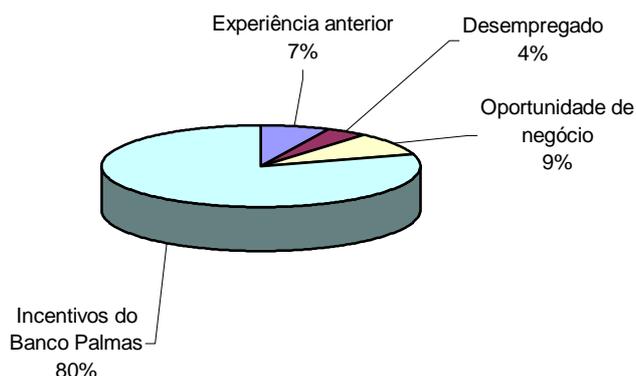


Gráfico 6 - Razões para a abertura da Empresa

Fonte: A pesquisa de campo

Verifica-se, no Gráfico 6, acima, que as razões que levam os entrevistados a terem um negócio próprio não são apenas ligadas à necessidade, informalidade, sobrecarga de trabalho ou pressão do mundo corporativo. Existe uma relação positiva entre o entrevistado e o Banco Palmas, uma vez que 80% dos entrevistados alegou como motivação o incentivo do Banco Palmas.

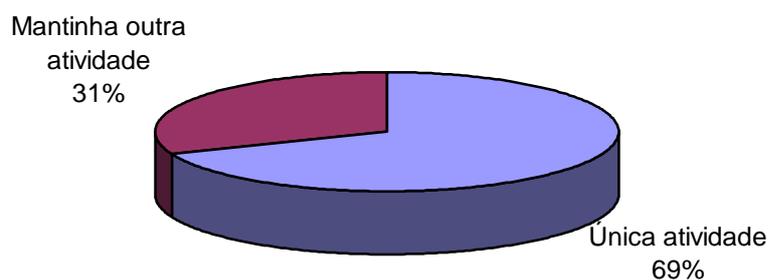


Gráfico 7 - A Empresa como única atividade

Fonte: A pesquisa de campo

Constata-se, a partir do Gráfico 7 que, em relação à atividade remunerada, 69% dos entrevistados optaram por responder que a empresa constitui-se sua única atividade

remunerada; outros 31% dos entrevistados optaram por responder que mantinham outra atividade remunerada.

- **Relacionamentos**

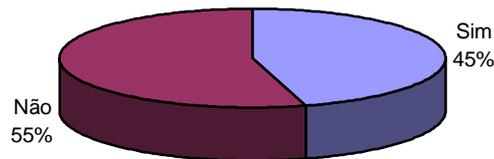


Gráfico 8 - Procura por algum profissional ou instituição para a condução/ gerenciamento da empresa

Fonte: A pesquisa de campo

Segundo as respostas apresentadas no gráfico 8, quando questionados sobre o recebimento de algum tipo de apoio gerencial, 55% dos entrevistados responderam que não; outros 45% responderam que sim.

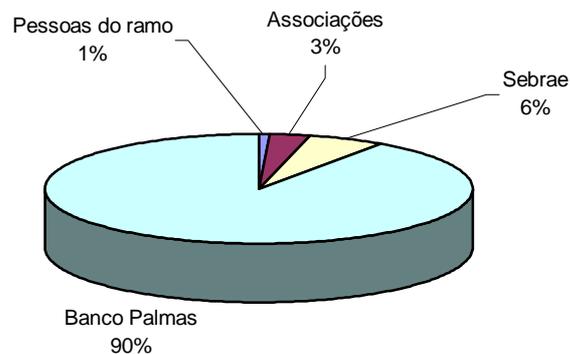


Gráfico 9 - Instituição de onde recebeu apoio

Fonte: A pesquisa de campo

De acordo com o Gráfico 9, 90% dos entrevistados receberam apoio do Banco Palmas; 6% do Sebrae; 3% de Associações; e 1% de Pessoas do ramo.

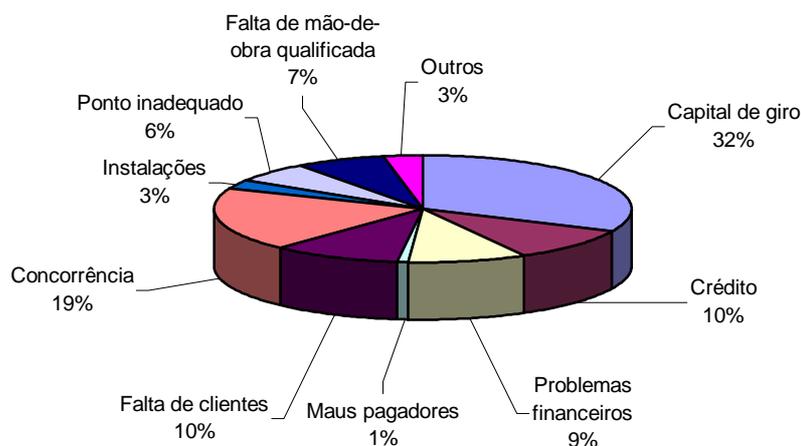


Gráfico 10 - Principais dificuldades na condução da empresa

Fonte: A pesquisa de campo

Outros dados importantes dizem respeito às dificuldades enfrentadas pelos empreendedores. Como uma das maiores dificuldades no setor, o capital de giro, compreendeu 32% das respostas; outras 19% citam as concorrências. As demais dificuldades encontram-se no gráfico.

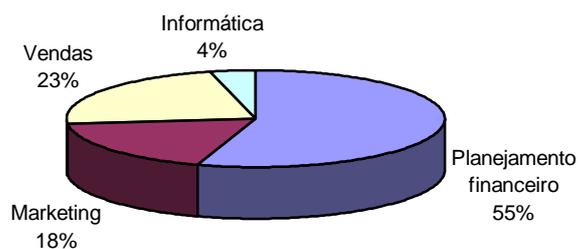


Gráfico 11 - Áreas de conhecimento mais importantes para a condução de sua empresa

Fonte: A pesquisa de campo

De acordo com as respostas oferecidas no Gráfico 11, o Planejamento Financeiro é a área do conhecimento mais importante para a condução da empresa, com 55% das respostas; vindo, a seguir, a área de vendas, com 23%, o marketing, com 19%, e informática, com 4%.

Constata-se que as microempresas geralmente apresentam sérias limitações que diminuem o grau de participação na economia dos países. Tal situação é causada pela falta de acesso às tecnologias apropriadas à sua realidade; a falta de infra-estrutura que melhore sua capacidade produtiva; a escassez de informações e instrumentos para uma participação mais efetiva no mercado; e principalmente as enormes limitações para conseguir financiamentos.

A demanda apresentada pelas entrevistadas por serviços financeiros e de desenvolvimento empresarial está longe de ser atendida. Embora existam centenas de organizações provedoras de apoio às empreendedoras no mercado de artesanato, pequena parte delas tem acesso às linhas formais de crédito. De igual modo, os serviços de desenvolvimento empresariais beneficiam um número muito reduzido de microempresas a despeito de todos os programas de incentivo para sua expansão no Brasil.

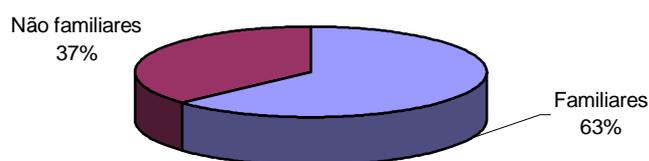


Gráfico 12 – Procedência das pessoas que trabalham na empresa

Fonte: A pesquisa de campo

Verifica-se, a partir do Gráfico 12, que 63% das entrevistadas declararam que seus funcionários são pessoas da própria família; outros 37% informaram que os funcionários não são familiares. Este fato demonstra a dificuldade que o empreendedor tem em expandir o seu negócio, uma vez que as políticas públicas voltadas para esse mercado não facilitam o seu desenvolvimento.

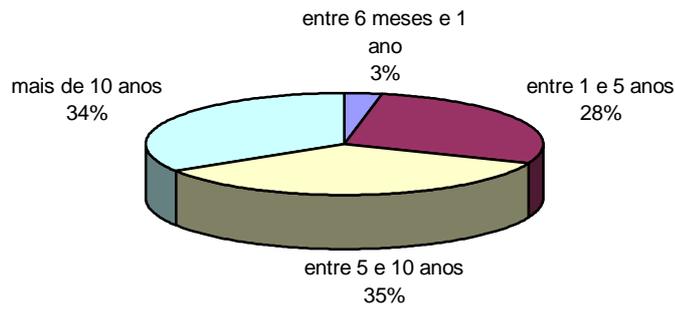


Gráfico 13 - Tempo de empresa

Fonte: A pesquisa de campo

De acordo com o Gráfico 13, 36% dos entrevistados declararam que a empresa tem entre 5 e 10 anos; outros 34% tem mais de 10 anos; outros 28% têm entre 1 e 5 anos e outros 3% têm entre 6 meses e um ano.

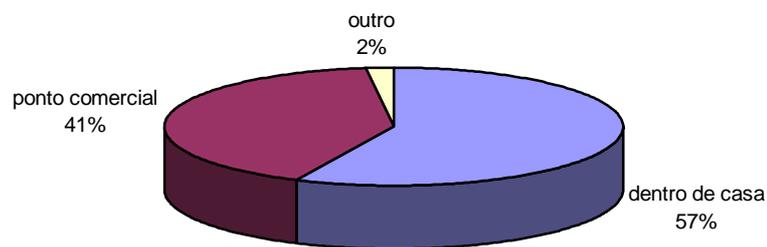


Gráfico 14 - Local do negócio

Fonte: A pesquisa de campo

Segundo o Gráfico 14, 57% dos entrevistados declararam que a empresa funciona dentro de casa; 41% funcionam em um ponto comercial; 2% afirmaram ser outros.

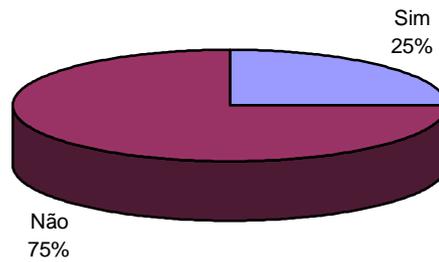


Gráfico 15 - Se possui CNPJ

Fonte: A pesquisa de campo

Quando questionados sobre a existência de CNPJ, 75% declaram não ter CNPJ; outros 25% disseram que sim. Isso confirma que a maioria das empresas trabalha de maneira informal.

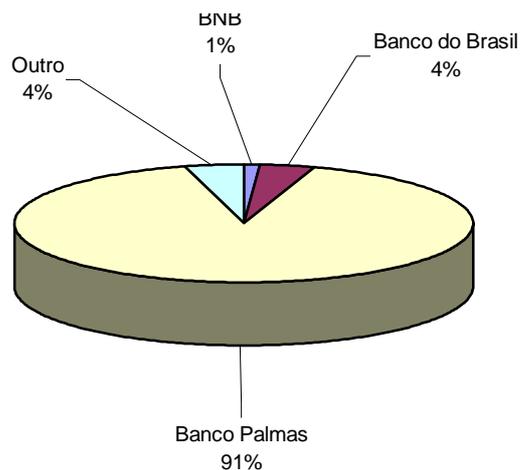


Gráfico 16 - Primeiro nome que lhe vem à cabeça em termos de Banco ou Financeira

Fonte: A pesquisa de campo

Quando perguntados sobre o Banco ou Financeira que lhe vem à cabeça, 91% informaram ser o Banco Palmas; outros 4% declararam ser o Banco do Brasil; outros 4% disseram ser Outros; e 1% disseram ser o BNB. Isto mostra a importância e a confiabilidade que a comunidade tem para com o Banco Palmas.

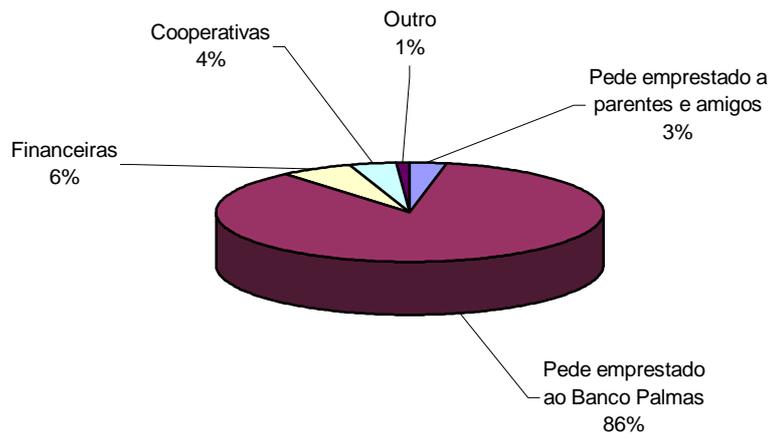


Gráfico 17 - A quem recorre em casos de necessidade de dinheiro

Fonte: A pesquisa de campo

A partir do Gráfico 17, verifica-se que 86% dos entrevistados declararam que quando precisam de dinheiro pedem emprestado ao Banco Palmas; outros 6% disseram que pedem emprestados a financeiras; outros 4% pedem emprestado a Cooperativas; outros 3% pedem emprestado a parentes e amigos; e outros 1% pedem emprestado a “outros”.

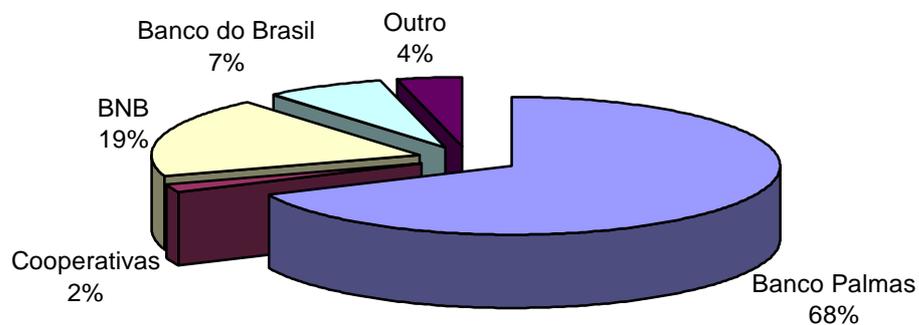


Gráfico 18 - Instituições onde efetuou empréstimos

Fonte: A pesquisa de campo

Através do Gráfico 18, observa-se que 68% dos entrevistados efetuaram empréstimos ao Banco Palmas; outros 7% efetuaram empréstimos junto ao Banco do Brasil; outros 2% efetuaram empréstimos a cooperativas; 19% efetuaram empréstimos junto ao BNB; e 4% efetuaram empréstimos junto a “outros”.

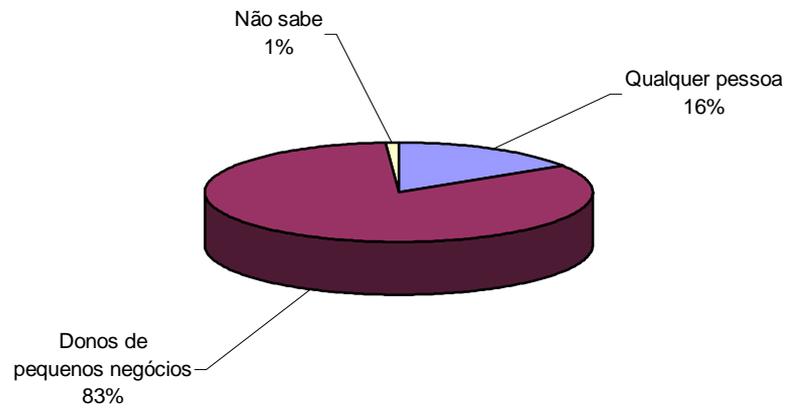


Gráfico 19 - Micro-crédito é feito para

Fonte: A pesquisa de campo

Quando perguntados para que serve o micro-crédito, 83% dos entrevistados responderam que é para donos de pequenos negócios; 16% responderam que é para qualquer pessoa; 1% declarou que não sabe.

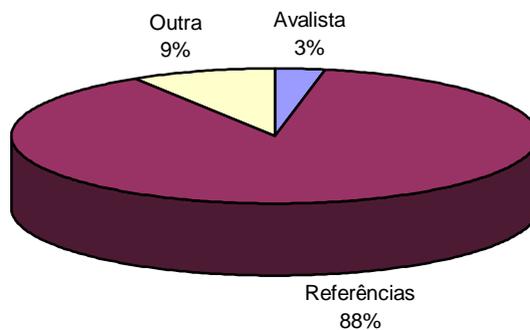


Gráfico 20 - Principal garantia que o Banco Palmas exige de seus clientes

Fonte: A pesquisa de campo

Quando perguntados sobre a principal garantia exigida pelo Banco Palmas, 88% dos entrevistados responderam ser referências pessoais; outros 9% disseram ser “outra”; outros 3% declararam ser um avalista.

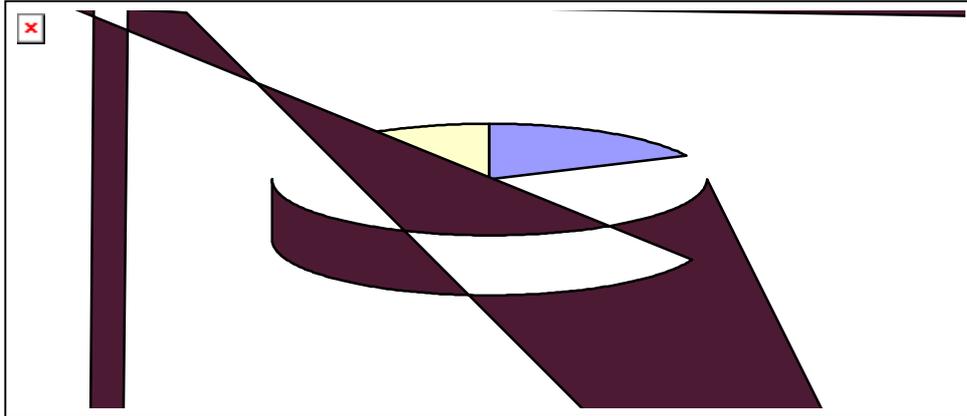


Gráfico 21 - Conhecimento sobre alguém que já fez negócios com o Banco Palmas
Fonte: A pesquisa de campo

Quando perguntados sobre o conhecimento de alguém que já fez negócios com o Banco Palmas, 72% respondeu que tinha um amigo; outros 18% que tinha um parente; outros 12% respondeu que não tinha ninguém.

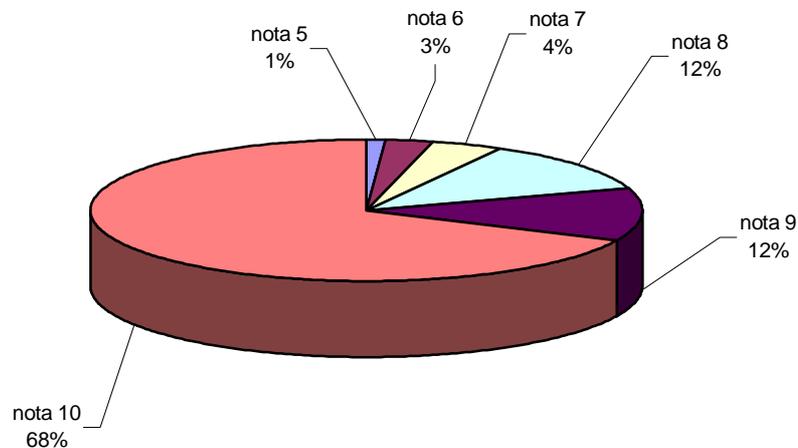


Gráfico 22 - Nota dada ao micro-crédito do Banco Palma
Fonte: A pesquisa de campo

Quando solicitados sobre uma nota a ser dada ao micro-crédito do Banco Palmas, 68% dos entrevistados responderam que a nota seria 10; outros 12% optaram pela nota 9; outros 12% indicaram ser a nota 8; outros 4% disseram ser a nota 7; 3% informaram ser a nota 6; e 1% alegaram ser a nota 5. Isso denota que estão satisfeitos com os serviços ofertados pelo Banco Palmas. O que se observa que referidos serviços são bem administrados e difundidos, junto à população local.