



Harine Matos Maciel  
Jair do Amaral Filho

**UMA DESCRIÇÃO DA  
CONTRIBUIÇÃO DO  
MICROCRÉDITO PARA O  
DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO E SOCIAL**

**Harine Matos Maciel**

**Jair do Amaral Filho**

**UMA DESCRIÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DO  
MICROCRÉDITO PARA O DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO E SOCIAL**

**1ª edição**

© 2020 por Pedro Henrique Baiotto Noronha  
*Todos os direitos reservados.*

Conselho editorial

*Colaboradores:*

Márcia Aparecida da Silva Pimentel  
Universidade Federal do Pará, Brasil  
José Antônio Herrera  
Universidade Federal do Pará, Brasil  
Wildoberto Batista Gurgel  
Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Brasil  
André Luiz de Oliveira Brum  
Universidade Federal do Rondônia, Brasil  
Mário Silva Uacane  
Universidade Licungo, Moçambique  
Francisco da Silva Costa  
Universidade do Minho, Portugal  
Ofelia Pérez Montero  
Universidad de Oriente- Santiago de Cuba, Cuba

Editora-chefe Viviane Corrêa Santos  
(Universidade do Estado do Pará, Brasil)

Editoração eletrônica e capa: Walter Rodrigues

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD**

M152d Maciel, Harine Matos

Uma descrição da contribuição do microcrédito para o desenvolvimento econômico e social [recurso eletrônico] / Harine Matos Maciel, Jair do Amaral Filho. - Ananindeua, PA : Itacaiúnas, 2020. 48 p. ; PDF ; 2 MB.

Inclui bibliografia e índice.  
ISBN: 978-65-991124-5-4 (Ebook)

1. Microcrédito. 2. Desenvolvimento econômico e social. 3. Economia solidária. 4. Ceará. I. Amaral Filho, Jair do. II. Título.

2020-1212

CDD 330.908  
CDU 334

**Elaborado por Wagner Rodolfo da Silva - CRB-8/9410**

**Índice para catálogo sistemático:**

1. Economia solidária 330.908
2. Economia solidária 334

DOI: 10.36599/itac-ed1.009

---

O conteúdo desta obra, inclusive sua revisão ortográfica e gramatical, bem como os dados apresentados, é de responsabilidade de seus participantes, detentores dos Direitos Autorais.  
*Esta obra foi publicada pela [Editora Itacaiúnas](#) em junho de 2020.*

## **OS AUTORES**

### **Harine Matos Maciel**

Economista, Especialista em Desenvolvimento Econômico, Mestre em Economia Rural, Doutora em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Professora do Instituto Federal do Ceará.

### **Jair do Amaral Filho**

Pós-doutor e doutor em Ciências Econômicas. Professor da Universidade Federal do Ceará.

# SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	6
1. INTRODUÇÃO.....	6
2. BREVE HISTÓRICO DO MICROCRÉDITO .....	8
Organização Não Governamental – ONG .....	17
Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP .....	17
Sociedade de Crédito ao Microempreendedor – SCM .....	18
Cooperativas de Crédito .....	19
3. O MICROCRÉDITO NO BRASIL.....	20
4. O BANCO PALMAS .....	33
a) Palmacard .....	35
b) Palmatech .....	36
c) Balcão de empregos.....	36
d) Moeda Local Social Circulante .....	36
e) Feira do Banco Palmas .....	38
f) Incubadora feminina.....	38
g) Clube de trocas solidárias com moeda social .....	38
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	44
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	45

## APRESENTAÇÃO

O estudo do microcrédito é um importante instrumento de desenvolvimento econômico e social na perspectiva de economia solidária. Muitos bancos solidários foram criados nas últimas décadas, e o Banco Palmas, na cidade de Fortaleza no Estado do Ceará, é um exemplo desses casos de sucesso. O Banco Palmas consiste num sistema financeiro solidário criado, em 1988, pela Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira. O objetivo do banco é proporcionar o desenvolvimento local e solidário do Conjunto Palmeira, através de programas complementares como a escola de capacitação, incubadora para mulheres em situação de risco, laboratório de agricultura urbana, moeda própria que circula nos comércios do bairro, sistemas de feiras com os produtores locais e uma loja solidaria. Os bancos populares mostram que é possível a realização de projetos de desenvolvimento solidário auto sustentáveis.

### 1. INTRODUÇÃO

Experiências no mundo inteiro demonstram que o acesso ao crédito por atividades formais e informais, promove o fortalecimento econômico dos empreendimentos e propicia a criação de novos postos de trabalho.

O crédito é um dos melhores instrumentos para o desenvolvimento social, mas as dificuldades de comprovação de renda, a qualidade das garantias solicitadas e as altas taxas de juros inibem o acesso ao crédito tradicional pela maioria das atividades informais e microempresas, o que tornam esses segmentos alvo de organizações de microfinanças.

Segundo o Centro de Estudos em Microfinanças da Faculdade Getúlio Vargas, o conceito de microfinanças está relacionado à oferta de serviços financeiros para população de baixa renda, geralmente excluídas do sistema financeiro tradicional. O microcrédito é a concessão do crédito produtivo para essa população de baixa renda e tem sido uma importante ferramenta de inclusão social em diversos países.

A grande vantagem do microcrédito em seu aspecto de política social é que ele gera incentivos para que seu cliente se envolva em atividades produtivas para poder pagar sua dívida o que fará com que ele tenha capacidade de aumentar a sua renda. Além disso, o microcrédito não é somente uma política social, mas, principalmente,

uma política de desenvolvimento econômico, podendo gerar aumentos na produtividade, lucro e estabilidade no setor das microempresas (NERI, 2005).

O Banco *Grammen* de Bangladesh criado em 1976 pelo professor de economia *Muhammad Yunus* é considerado o principal marco referencial na história do microcrédito mundial. O professor *Yunus* com recursos próprios e a ajuda de seus alunos, iniciou a concessão experimental de créditos a pessoas pobres para serem utilizados em atividades produtivas.

Com a experiência do Banco *Grammen* e de outras iniciativas pioneiras como o *Bank Rakyat* da Indonésia, houve uma disseminação do microcrédito durante as décadas de 80 e 90 por diversos países da Ásia, África e América Latina.

A experiência pioneira de microcrédito no Brasil ocorreu no contexto das atividades da União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações - UNO, entidade criada em 1973, com o objetivo de apoiar micro e pequenos empreendimentos da região Nordeste, através de financiamento, capacitação gerencial, apoio à comercialização e estímulo à formação de cooperativas e associações de microprodutores.

Com o sucesso de outros programas no Brasil, o Banco do Nordeste teve uma iniciativa pioneira, que lançou o programa Crediamigo em 1997, passando a atuar diretamente na concessão de microcrédito. De acordo com Parente (2002), o Banco do Nordeste tornou-se a segunda maior instituição no fornecimento de microcrédito na América Latina, em apenas dois anos de atividades.

Neri (2008) afirma em seu estudo sobre os dez anos de atuação do Programa Crediamigo, que este foi o responsável chave pelo crescimento do microcrédito nas áreas urbanas mais pobres do país.

Dadas as características de aval solidário, sustentabilidade, retorno privado, emancipação da pobreza, foco e retorno das mulheres e o fato de ocupar mais de 60% do mercado brasileiro de microcrédito, o CrediAmigo pode ser considerado como o autêntico *Grameen Bank* brasileiro (NERI, 2008).

O objetivo deste trabalho de pesquisa é fazer uma descrição da contribuição do microcrédito para o desenvolvimento econômico e social, dando principal ênfase em um estudo de caso do Banco Palmas, uma experiência inovadora em todo o país.

## 2. BREVE HISTÓRICO DO MICROCRÉDITO

O microcrédito tem sido apontado como uma importante ferramenta para a geração de trabalho e renda. Nas experiências mais bem sucedidas, atualmente não são poucas, percebe-se que ele é um fator importante na melhoria da renda e condições de vida dos seus clientes. Há muitos casos em que há uma verdadeira revolução gerada por esses programas ao ajudar milhares de pessoas a saírem da pobreza e mesmo da indigência.

É importante ressaltar que o microcrédito é uma importante ferramenta para renda em setores que não conseguem gerar emprego, pois esses empréstimos auxiliam no fomento de pequenos negócios, melhorando assim as condições de vida da população atendida. Porém, o microcrédito não elimina sozinho a pobreza no mundo, são necessários políticas sociais voltadas para esse fim.

Tem-se como exemplo de programas bem sucedidos de microcrédito a CEAPE/Bahia que constatou através de uma pesquisa a contribuição do microcrédito na inserção social dos empreendedores. Há também a experiência de Belo Horizonte, o Banpop, que foi criado com o apoio de recursos da prefeitura. Enfim, existem inúmeros casos de sucesso de programas de microcrédito.

As origens do microcrédito remontam ao século XIX. Surgiu na Europa às primeiras iniciativas de crédito popular, visando possibilitar o acesso ao crédito de segmentos pobres da população como camponeses, operários e artesãos.

A primeira iniciativa de microfinanças de que se tem notícia ocorreu no sul da Alemanha, em 1846. Um rigoroso inverno naquele ano obrigou os fazendeiros locais a ficarem nas mãos de agiotas. Sem crédito, os fazendeiros não tinham o que produzir nem o que vender. Sensibilizado pelos impactos sociais e econômicos, um pastor, de nome *Raiffeinsen*, passou a ceder aos fazendeiros farinha de trigo para fabricação e comercialização de pão, de maneira a gerar capital de giro para seus negócios. Esse empreendimento, denominado “Associação do Pão”, acabou crescendo e transformando-se em uma cooperativa de crédito para a população carente (NETO, 2006).

De acordo com Galante (2005) em 1900, um jornalista da Assembleia Legislativa do Québec e mais 12 amigos angariaram fundos para emprestar aos mais pobres. Essa pequena iniciativa, de nome *Caisses Populaires*, hoje atende miloes de pessoas associadas



Nos Estados Unidos, em 1953, o presidente de uma metalúrgica em Chicago criou uma cooperativa de crédito dentro da fábrica, em que cada operário participante depositava mensalmente US\$ 1,00 para atendimento de associados necessitados. Conhecido como "fundo de ajuda", esse modelo cresceu, sendo replicado, consolidado e transformados em uma Liga de Crédito. Hoje a Federação das Ligas de Crédito opera nacional e internacionalmente (NETO, 2006).

O principal marco referencial na história do microcrédito é o Banco Grameen de Bangladesh. Criado em 1976, o Banco Grammen foi uma iniciativa pessoal do professor de economia Muhammad Yunus, que, com recursos próprios e ajuda de seus alunos, iniciou a concessão experimental de créditos a pessoas pobres, para serem utilizados em atividades produtivas. O Grameen Bank também exportou sua experiência, especialmente ao restante da Ásia, Oceania e África.

O direito a crédito financeiro deveria ser um direito universal, pois ele tem um aspecto social imenso. O que os mais pobres necessitam é dinheiro e não treinamento, pois de alguma forma eles já possuem uma habilidade geradora de renda, o que lhes falta é capital para concretizar ou dinamizar essa capacidade. No entanto, ele não crê que não se deva ofertar educação para os pobres, mas que ela não deve ser imposta como condição para obtenção de crédito (YUNUS, 1999).

As idéias de Yunus foram de fundamental importância para o microcrédito. Segundo Yunus (1999) o microcrédito apesar de retirar as pessoas da pobreza, não devia ser visto com uma política assistencialista devendo ser administrado para poder ser sustentável. Recomenda que mesmo diante de choques adversos para os devedores às dívidas devem ser cobradas, porém devem ser alongadas e ter prestações mais baixas, pois perdoar dívidas acabaria com a reputação e a credibilidade do programa.

Para Yunus as instituições internacionais de ajuda gastam muito dinheiro com salários e bonificações para os seus técnicos e consultores, em burocracias internas e dos países ajudados e na compra equipamentos do seu próprio país sede; gastando em contrapartida muito pouco com os pobres em si. Nisso um bom plano de microcrédito teria vantagem ao direcionar o dinheiro diretamente para o pobre e não para serviços ou produtos para eles (KWITKO, 2002).

Segundo Parente (2002), a idéia de operar com empréstimos de pequena monta, adotando o princípio da confiança e dispensando a burocracia exigida pelos bancos tradicionais, foi inicialmente muito criticada pelo Banco Mundial, que logo depois reviu sua posição e passou a apoiar a idéia. O Banco Grameen tornou-se um modelo e passou

a ser utilizado como referência em dezenas de países, introduzindo em todo o mundo os conceitos de microfinanças e microcrédito.

Com a experiência do Banco Grammen e de outras iniciativas pioneiras como o Bank Rakyat da Indonésia, houve uma disseminação do microcrédito durante as décadas de 80 e 90 por diversos países da Ásia, África e América Latina.

Na América Latina, especial destaque deve ser dado à atuação da Acción, organização não governamental de origem norte-americana, que desempenhou um importante papel na disseminação do microcrédito e sua adaptação às condições latino-americanas.

O grande ícone quando se fala em microfinanças na América Latina é o BancoSol da Bolívia, criado em 1986, este é o que mais se assemelha àquele desenvolvido e idealizado pelo professor Yunus, em Bangladesh. De acordo com Monzoni Neto (2006) o microcrédito neste país surgiu com uma abordagem bastante social, mas com o passar dos anos adquiriu também um caráter empresarial. Começou em 1986, através de uma organização não governamental, sem fins lucrativos, denominada Fundação para a Promoção e o Desenvolvimento da Microempresa – PRODEM. O capital inicial para as operações originou-se de doações feitas por organizações internacionais, governo e empresários locais.

O sucesso dessa experiência abriu caminho para o surgimento, em 1992, do primeiro banco comercial em bases lucrativas focado exclusivamente em microcrédito. O BancoSol atende a aproximadamente 70.000 clientes, cerca de 70% mulheres, alcançando 40% dos usuários do setor bancário boliviano. Porém, em relação ao total de ativos dos bancos comerciais do sistema financeiro da Bolívia, sua participação é de aproximadamente 1% evidenciando o pequeno valor dos empréstimos, característicos do tipo de clientela e da metodologia do microcrédito (BARONE ET AL, 2002).

O BancoSol possui uma diferença importante em relação a outros exemplos de instituições de microcrédito porque concede crédito tanto para a produção quanto para o consumo e as garantias podem ser individuais ou solidárias. Este também é o que mais se assemelha aquele desenvolvido e idealizado pelo professor Yunus, em Bangladesh.

Os países com mais tradição em programas de microfinanças na América Latina são Peru, Colômbia e Equador, seguidos pelo Chile, Paraguai e Uruguai. No Peru, a instituição de microfinanças que mais se destaca é o Banco del Trabajo (Branta), uma organização financeira fundada em 1994. Outra instituição de importância é a Caja

Municipal de Ahorro y Crédito (CMAC), uma rede de agências com filiais em todo o Peru (NETO, 2006).

Na Colômbia, quatro ONGs distinguem-se no mercado de microfinanças, com uma característica em comum: o atendimento preferencial à mulher. A maior delas é a Women's World Bank, de Cali. No Equador, as que se destacam são o Banco Solidário e o Credi Fé.

No Chile, o destaque fica com o Banco Estado. No Uruguai, a Cooperativa Nacional de Ahorro y Crédito (COFAC), criada em 1986 e, no Paraguai, o Grupo Internacional de Finanzas Sociedad Anónima Emisora de Capital Abierto (Interfisa Financiera), fundada em 1978.

No México algumas iniciativas promovem a agricultura e o artesanato, itens da pauta de exportação. A instituição de microfinanças mais importante no México é a Caja Popular Mexicana, que tem mais de 50 anos de história em cooperativismo.

Já no Brasil a experiência pioneira de microcrédito ocorreu no contexto das atividades da UNO (União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações), entidade criada em 1973, com o objetivo de apoiar micro e pequenos empreendimentos da região Nordeste, através de financiamento, capacitação gerencial, apoio à comercialização e estímulo à formação de cooperativas e associações de microprodutores.

Surgindo assim mais e mais experiências de microcrédito no Brasil, mas apesar desse crescimento, o setor de microfinanças permaneceu com uma dimensão reduzida, tanto em termos absolutos, quanto principalmente em relação ao seu mercado potencial.

Existem diversos fatores que ajudam a explicar a baixa penetração das microfinanças no Brasil. Os mais evidentes desses fatores relacionam-se com as debilidades do setor microfinanceiro, com a ausência de uma política pública consistente e integrada de fomento ao setor e com a permanência de um ambiente legal restritivo à atuação das microfinanças, em particular no tocante ao oferecimento de produtos financeiros não creditícios (AMARAL, 2005).

A determinação da taxa de penetração das microfinanças no Brasil mostra o tamanho da indústria de microfinanças. Segundo Nichter et al (2002) cacula-se essa taxa dividindo o número de clientes ativos dessa indústria pelo número total de microempresas que teriam demanda por esses produtos.

Ainda de acordo com os autores supracitados, a taxa de penetração da indústria de microfinanças no Brasil é de 2%. Essa taxa de penetração varia de acordo com a

região, pois o Nordeste se destaca por seu alto índice de atividade microfinanceira, uma das razões desse grande sucesso do microcrédito nessa região foi a criação do Programa Crediamigo em 1997 pelo Banco do Nordeste. Já nas regiões Sudeste e Norte há uma baixa penetração do setor de microfinanças. A taxa de penetração das microfinanças no Brasil, situa-se muito abaixo da alcançada em vários outros países da América Latina, como Bolívia (163%), Chile (27%), Paraguai (36%) e Peru (30%).

Nas experiências mais bem sucedidas de microcrédito percebe-se que ele é um fator importantíssimo na melhoria da renda e condições de vida dos seus clientes. Há muitos casos em que há uma verdadeira revolução gerada por esses programas ao ajudar milhares de pessoas a saírem da pobreza e mesmo da indigência.

A atividade de microfinanças, e, dentro de seu espectro, o microcrédito, tem sido apontada internacionalmente como uma ferramenta com grande potencial de geração de trabalho e renda. Nesse sentido, as expectativas que gera e o seu entorno de Direito ganham a dimensão que vão desde normas e leis que buscam sua adequação à realidade operacional dessa indústria até os direitos pétreos e fundamentais da Constituição Brasileira (NETO, 2006).

Segundo Caldas (2003) “um sistema de microfinanças pode prover os cidadãos de diversos serviços financeiros, dentre os quais empréstimos, poupança e seguros”. A expressão Microfinanças significa o fornecimento de empréstimos, poupanças e outros serviços financeiros especializados para pessoas carentes. Os principais produtos das microfinanças são os de microcrédito (baseados em empréstimos flexíveis), as micropoupanças (de curto, médio e longo prazo) e os microsseguros (particularmente de vida e saúde).

Dentro das Microfinanças, os principais agentes são conhecidos por Instituições de Microfinanças (IMF). As IMFs são organizações que oferecem serviços financeiros para pessoas de baixa renda (LEDGERWOOD, 1999). Também se enquadram no conceito de IMFs as Sociedades que realizam operações de Crédito aos Microempreendedores.

O conceito de microfinanças incorpora e amplia o conceito de microcrédito, na medida que envolve o oferecimento de outros produtos financeiros, além do crédito, tais como: poupança e aplicações financeiras, seguros, etc. Da mesma forma que o microcrédito, esses outros produtos são desenhados de forma a adequar-se às necessidades e demandas das atividades de micro e pequeno porte e de empreendedores de baixa renda (AMARAL, 2005).

O termo microcrédito encontra diferentes definições, para Gulli (1998) ele consiste em serviços financeiros de pequena escala, isto é, que envolvam valores baixos, enquanto que Schreiner (2001) não define o termo pelo valor emprestado, mas sim como o crédito concedido a pessoas de baixa renda.

O microcrédito é a concessão de empréstimos de pequeno valor no contexto das microfinanças. Segundo a legislação brasileira o microcrédito: “São empréstimos de pequeno valor para pessoas e empresas com fins empresariais ou profissionais”.

O Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), em seu manual de princípios e práticas regulamentares, define o microcrédito como segue: como um pequeno crédito concedido em larga escala por uma entidade financeira a pessoas físicas ou jurídicas, cuja principal fonte de renda sejam as vendas provenientes da realização de atividades empresariais de produção de bens e serviços (ROSALES, 2000).

O microcrédito diferencia-se do crédito convencional por não ser operado apenas por instituições financeiras convencionais, mas também por cooperativas, associações, ONGs e instituições especializadas em microcrédito; estar direcionado principalmente a clientes de baixa renda e ter como objetivo principal a melhoria das condições sociais e econômicas desses clientes e de suas famílias; adotar metodologias específicas, diferentes das práticas bancárias tradicionais, na análise, liberação, acompanhamento e cobrança dos créditos.

As principais características dos programas bem sucedidos de microcrédito segundo Rhyne e Holt (1994) são: a criação de grupos de pessoas que tomam emprestado juntas e se responsabilizam conjuntamente pelo pagamento das dívidas; o contato direto dos agentes do banco com a realidade e ambiente dos clientes; empréstimos de baixos valores e progressivos de acordo com a inadimplência do cliente; a flexibilidade das formas e datas dos pagamentos frente a choques exógenos; e juros não subsidiados; e não subsidiar os empréstimos ou ter uma mentalidade de perdôá-los.

O microcrédito garante ao usuário que ao adquirir o primeiro empréstimo e pagá-lo, estará habilitando-se a obter empréstimos cada vez maiores, até o momento em que ele alcance um patamar que a capacite a participar de programas maiores. É neste momento que ele se desvincula do microcrédito, sua expansão já seria o suficiente para se integrar ao mercado formal de crédito (SILVEIRA FILHO, 2005).

O microcrédito diferencia-se do crédito convencional por não ser operado apenas por instituições financeiras convencionais, mas também por cooperativas,

associações, ONGs e instituições especializadas em microcrédito; estar direcionado principalmente a clientes de baixa renda e ter como objetivo principal a melhoria das condições sociais e econômicas desses clientes e de suas famílias; adotar metodologias específicas, diferentes das práticas bancárias tradicionais, na análise, liberação, acompanhamento e cobrança dos créditos.

Segundo Silveira Filho (2005) suas principais características são:

- a) É um serviço fornecido por uma instituição que procura atender a um segmento específico, mas que pretende atuar de acordo com as regras de mercado;
- b) O crédito é concedido com um mínimo de burocracia, não exigindo muito tempo de espera, nem muitos documentos, nem um projeto;
- c) Deve ser uma instituição auto-sustentada e estar presente em segmentos onde a atividade seja financeiramente viável;
- d) Deve ser implementado em áreas que apresentem um potencial mínimo de atendimento, de forma a gerar receita que supere os custos operacionais e recupere os investimentos iniciais.

O sistema tradicional de crédito e o sistema de microcrédito diferem com relação a clientela para a qual dirigem seus créditos. O sistema de microcrédito tem por objetivo atender os microempreendedores que estão fora do mercado formal de crédito por não poder atender às exigências de garantias e documentação.

A metodologia do empréstimo de microcrédito é diferente dos procedimentos das instituições financeiras tradicionais. A análise da reputação e fluxo de caixa dos clientes é mais importante que as garantias e a documentação formal. Em muitos casos o pagamento das parcelas do empréstimo é semanal, quinzenal e mensal.

O microcrédito pretende resgatar a função que o sistema bancário tinha no seu início, nos Estados Unidos, isto é, fornecer crédito aos menos favorecidos e dar-lhes condições para que possam empreender em pé de igualdade com os detentores de capital. É claro que a complexidade econômica exigirá que tais ações sejam empreendidas dentro de um contexto de políticas públicas que objetivem o resgate das populações desprovidas de recursos (SILVEIRA FILHO, 2005).

O sistema de microcrédito possui determinadas características que o permitem financiar agentes que não reúnem as condições mínimas para fazer empréstimos junto ao sistema bancário formal. Lembrando que esse sistema é especializado para microempresas e pequenos empreendimentos informais. Isso é possível devido ao crédito produtivo, ausência de garantias reais, crédito orientado, trabalhos diretamente

na comunidade, focar inicialmente no mercado local e trabalhar em horário compatível com as necessidades dos clientes pobres porque o sistema bancário formal não trabalha em horário compatível.

A concessão de crédito a empreendedores de baixa renda, que não têm garantias reais para respaldá-lo, tem sido atendida pelo microcrédito de duas maneiras. A primeira é o aval solidário ou fiança solidária, que consiste na reunião de três a cinco pessoas com pequenos negócios e necessidades de crédito, que confiam uma nas outras para formar um Grupo Solidário, com o objetivo de assumir as responsabilidades pelos créditos de todos os grupos. Já para os que não querem participar do Grupo Solidário há uma outra opção que é a apresentação de um avalista ou fiador que preencha condições estabelecidas pela instituição de microcrédito.

O cliente de microcrédito tem receio de se endividar, dessa forma torna-se fundamental que o microcrédito seja concedido de forma assistida, o que é feito pelo Agente de Crédito. A postura do Agente de Crédito, sua atitudes, linguagem e abordagem devem levar aos pequenos empreendedores as informações e orientações essenciais para o êxito do negócio.

O Agente de Crédito é o elo entre a instituição de microcrédito e o tomador do empréstimo, sendo o responsável pelo estabelecimento de uma relação profissional de confiança. Também está envolvido em todo o processo de liberação e recebimento do crédito. Diferentemente das práticas bancárias tradicionais, o Agente de Crédito vai até o cliente e não o contrário.

O sistema de microcrédito ao permitir o acesso continuado ao crédito para o negócio com capital próprio pequeno, razão pela qual não conseguem empréstimos junto ao sistema financeiro tradicional e pagam juros muito elevados a agiotas, fortalece-se o empreendimento e aumenta a renda das famílias. Não há mais dúvidas hoje em dia do impacto positivo do microcrédito diante das situações de pobreza.

Com o tempo, as famílias que tiveram acesso ao crédito tendem a ter uma melhoria de vida como a educação dos filhos, reforma na casa e uma significativa melhora na alimentação da família. Segundo Silveira Filho (2005) o microcrédito vem apoiando modelos alternativos de geração de ocupação e renda para o segmento mais pobre da população, firmando-se como elemento importante de estratégias destinadas a enfrentar a pobreza e a exclusão social. Isso faz com que ele se constitua em alternativa às tendências mais gerais da sociedade contemporânea de concentração de renda e ampliação das disparidades sócio-econômicas.

O mercado de Microfinanças está se desenvolvendo muito rápido nos últimos anos, estima-se que hoje existam no Brasil mais de 10 mil instituições especializadas (ALVES E SOARES, 2004).

No início, as Microfinanças eram território exclusivo das Organizações não Governamentais ONGs e de alguns bancos como o Grameen Bank. Atualmente existem outras formas de entidades financeiras que ofertarem o Microcrédito. Entre elas estão as Oscips, cooperativa de crédito de pequeno porte, as SCMs, bancos comerciais públicos e privados e fundos institucionais, e as ONGs que ainda continuam crescendo (ALVES E SOARES, 2004).

Importante abordar também um fenômeno que esteve em voga nos anos 90 e que foi objetivo de muitos estudos e discussões em diversos fóruns ao redor do mundo. Trata-se da ‘transformação ou ‘conversão’ de ONG em empresa com fins de lucro (comercial). Os principais motivos para essa mudança foram: (i) instituições que captam depósitos do público devem se sujeitar à regulamentação prudencial; (ii) emprestadores e investidores se sentem mais seguros em investir em instituições reguladas pelo órgão de supervisão bancária; (iii) como as ONGs não tem donos podem ser administradas por pessoas com uma visão mais social, resultando em estruturas de poder que não estão muito preocupadas com eficiência operacional ou rentabilidade (ALVES; SOARES, 2004).

Diversos autores que tratam do assunto de microfinanças comentam sobre a grande atração que esse setor tem causado no sistema financeiro tradicional, mas isso não acontece devido aos aspectos sociais, mas sim pela possibilidade de se tornarem um mercado potencial e promissor, trazendo como resultado o tão buscado lucro pelos bancos convencionais.

Outro aspecto mencionado por Alves e Soares (2004) é o fato de o setor financeiro tradicional, envolvendo bancos, financeiras, companhias de seguros, entre outros, se mostrar interessado em Microfinanças. Algumas instituições se interessam devido aos aspectos sociais, e outras como sendo um mercado potencial e promissor.

Ocorreram muitas mudanças na forma de ofertar microcrédito, e essas mudanças são citadas por Alves e Soares (2004). A principal mudança foi a Lei 9.790/1999, que possibilitou para a ONG - Organização não governamental de microcrédito atuar como Oscip - Organização da sociedade civil de interesse público.

Atualmente existem duas formas de atuação de microcrédito no Brasil, com e sem fins lucrativos. As sem fins de lucro, pode-se dizer, que são pessoas jurídicas de



direito privado (ONGS), sujeitas à restrição quanto aos juros praticados (máximo de 12% a.a), organizações da sociedade civil de interesse público devidamente registradas no Ministério da Justiça, mas atuam com taxas de juros livres. As com fins de lucro são as Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM) autorizada pelo Banco Central, controlada por qualquer pessoa física ou jurídica, inclusive financeira privada e Oscip.

### ***Organização Não Governamental – ONG***

ONGs são um tipo particular de organização que não dependem nem econômica nem institucionalmente do Estado, que se dedicam de promoção social, educação, comunicação e investigação/experimentação, sem fins de lucro, e cujo objetivo final é a melhoria da qualidade de vida dos setores mais oprimidos (MONTENEGRO, 1994).

O que diferencia uma ONG de outras instituições que oferecem o Microcrédito é o fato de não possuir fins lucrativos. As ONGs são organizações de direito privado e estão sujeitas a Lei da Usura, que não permite que seus juros sejam superiores a 12% ao ano.

Somente em 1994, após a estabilização Macroeconômica, iniciou-se o interesse dos governos municipais e estaduais em apoiar a criação de ONGs especializadas em Microcrédito. E em 1996 o BNDES começou a apoiar o fortalecimento das organizações já existentes através do Programa de Crédito Produtivo Popular (BARONE ET AL, 2002).

### ***Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP***

OSCIP é uma organização de direito privado sem fins lucrativos reconhecida pelo Ministério da Justiça. Diferente de uma ONG a OSCIP não estará sujeita à Lei de Usura e pode assim praticar taxas de juro de mercado, a Lei que segue é a de nº 9.790/99 (SEBRAE, 2005).

A Lei 9.790, de 23 de março de 1999, dispõe sobre a qualidade de pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), e institui e disciplina o Termo Parceria (FERRAREZI E REZENDE, 2000).

A Lei é mais conhecida como “a nova lei do Terceiro Setor”, pois visa o crescimento do mesmo, ou fortalecer a sociedade civil, ou investir no Capital Social. Para se qualificar como uma OSCIP é preciso: ser pessoa jurídica; não ter fins

lucrativos; atender aos objetivos sociais e às normas estatutárias previstas na Lei; apresentar as cópias devidas de todos os documentos que são exigidos (FERRAREZI E REZENDE, 2000).

As OSCIPs possuem uma definição muito parecida com a de ONG, mas com algumas diferenças básicas, que podem se resumir pelo fato de que as OSCIPs são criadas por iniciativa privada e que podem fazer os termos de parceria entre o Poder Público e a OSCIP para o fomento e execução de projetos.

### ***Sociedade de Crédito ao Microempreendedor – SCM***

SCM é uma sociedade de Crédito ao Microempreendedor, e precisa ser constituída por uma pessoa jurídica de direito privado, com fins lucrativos, que é a característica de maior distinção entre as SCMs, e outras instituições de Microcrédito, como a ONG ou OSCIP. Ela pode então ser uma sociedade de responsabilidade limitada, Ltda, ou uma companhia fechada S/A (SEBRAE, 2005).

As SCM's foram regulamentadas primeiramente pelo conselho Monetário Nacional conforme Resolução 2.627/1999, devido à grande pressão do segmento no mercado, que procurava novas fontes de financiamento. Em 2001 essa resolução foi revogada e aperfeiçoada pela Resolução 2.874, conforme mostrado no quadro nº 2 (ALVES E SOARES, 2004).

A principal diferença entre as SCM's e as ONGs é o fato de que não está sujeita à Lei Usura, podendo assim praticar e definir suas próprias taxas de juros, e não necessariamente os 12% a.a. como prescreve a Lei.

A regulação das SCMs é feita através da Lei Federal nº 10.194/01 e pelo Conselho Monetário Nacional. De acordo com regulação algumas condições e requisitos na criação de uma SCM são: equiparar SCM à instituição financeira; ter como objetivo social exclusivo à concessão de financiamentos produtivos a pessoas físicas e microempresas; ter sua constituição, organização em funcionamento disciplinados pelo Conselho Monetário Nacional; sujeitar-se à fiscalização do Banco Central; estar impedida de captar, sob qualquer forma, recursos junto ao público, bem como emitir títulos e valores mobiliários destinados à colocação e oferta públicas (BARONE ET AL, 2002).

De acordo com Alves e Soares (2004) o ambiente Brasileiro atual é propício para a constituição de SCMs em bancos e instituições financeiras, apesar de haver pouca

demanda, essa “exploração” seria importante para as instituições. Uma das vantagens, além da inclusão de um novo produto e todo bem estar que essa inclusão possa gerar para a instituição, é a imagem observada pelo cliente, pois como vimos no decorrer da discussão o Microcrédito é considerado por muitos como um programa social que gera renda e novos empregos.

### ***Cooperativas de Crédito***

Cooperativas de crédito são instituições financeiras que atuam principalmente no setor primário da economia, mas elas também podem funcionar em escala menor, como por exemplo, dentro das empresas, quando os funcionários proporcionam empréstimos a baixo custo entre si, eliminando assim intermediários (SANDRONI, 2005).

No Brasil as cooperativas são de extrema importância para a população, pois funcionam como um veículo de acesso a produtos que anteriormente não era possível. Elas são regulamentadas pela Lei 5.764/7 1 (ALVES E SOARES, 2004).

Nos últimos anos o número de cooperativas vem aumentando, mas é importante ressaltar que a prática do cooperativismo exige um nível de consciência coletiva difícil de germinar. A qualidade das pessoas que se envolvem nesse projeto, é que assegura que ele avance e se desenvolva de forma contínua. (ALVES E SOARES, 2004).

O poder público também pode participar direta e indiretamente dos programas de microcrédito, como é o caso do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social –BNDES e do programa Crediamigo, do Banco do Nordeste. Outras entidades, mais recentemente, também estão atuando de forma indireta na oferta de recursos e outros serviços de apoio ao microcrédito, das quais se destacam o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, a Caixa Econômica Federal (em fase experimental) e a Agência de Fomento de Santa Catarina (Badesc).

O Poder Público não atua sozinho nessa área de microcrédito, há parcerias com a sociedade civil e, mais recentemente, com a iniciativa privada. Atualmente está havendo uma maior participação dos bancos e instituições financeiras tradicionais na indústria do microcrédito. Exemplos já se fazem notar no Rio de Janeiro (Unibanco - Fininvest - Microinvest) e em São Paulo (ABN Amro - Real), surgidos baseados na experiência do Crediamigo, programa do Banco do Nordeste que é considerado o maior programa de microcrédito do Brasil.

### 3. O MICROCRÉDITO NO BRASIL

O Microcrédito no Brasil é considerado em um estágio embrionário, tendo em vista o reduzido número de instituições. Contudo o Microcrédito já tem a sua história.

O Brasil foi um dos primeiros países no mundo a experimentar o microcrédito para o setor informal urbano. A primeira experiência em microcrédito no Brasil data de 1973, nos municípios de Recife e Salvador, por iniciativa e com assistência técnica da Organização não governamental *Accion International*, na época AITEC, e com a participação de entidades empresariais e Bancos Locais, foi criada a União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações, conhecida como o Programa Uno.

Segundo Amaral (2005) o Brasil conta com diversos elementos que o credenciam a tornar-se um dos principais mercados para o microcrédito em todo o mundo. Entre esses elementos, pode-se mencionar:

- O fato de o Brasil ser o 6º país mais populoso do mundo;
- A existência de um expressivo segmento de micros e pequenos empreendimentos, disseminado por todo o território nacional e por praticamente todos os ramos de atividade econômica;
- Permanência de profundas desigualdades sociais e de altos níveis de desemprego e de informalidade na economia, características que, por um lado, reforçam a relevância social do microcrédito e, por outro, criam um ambiente favorável ao desenvolvimento desse setor;
- Existência de um setor bancário (dinâmico e altamente lucrativo), cuja oferta de serviços direciona-se aos segmentos de maior poder aquisitivo, gerando importantes déficits de atendimentos nos segmentos de menor renda e nas localidades mais pobres do país.

Todos esses fatores contribuem para existir uma grande demanda potencial para o microcrédito no Brasil. Uma tentativa de quantificar essa demanda foi realizada por Nichter et all (2002). A partir do cruzamento de diversas bases de dados, os autores chegaram à estimativa da existência de 16,4 milhões de microemprendimentos no país, incluindo microempresas formais, empreendimentos informais urbanos e pequenas propriedades rurais.

Utilizando um parâmetro adotado pelo CGAP (*Consultative Group to Assist the Poorest*), é um consórcio internacional de cooperantes para microfinanças administrado pelo Banco Mundial, segundo o qual 50% dos microemprendimentos demandam

produtos microfinanceiros e estão aptos a ter acesso a esses produtos, Nichter et al (2002) estimam a demanda potencial por microfinanças no Brasil em cerca de 8,2 milhões de microempreendimentos. Confrontando esse número com o total de clientes de microfinanças os autores chegam a uma taxa de penetração das microfinanças de cerca de 2%, bastante inferior à média latino-americana.

Existem diversos fatores que ajudam a explicar a baixa penetração das microfinanças no Brasil. Os mais evidentes desses fatores relacionam-se com as debilidades do setor microfinanceiro, com a ausência de uma política pública consistente e integrada de fomento ao setor e com a permanência de um ambiente legal restritivo à atuação das microfinanças, em particular no tocante ao oferecimento de produtos financeiros não creditícios (AMARAL, 2005).

Ainda segundo Amaral (2005) há outros prováveis fatores como:

- A presença, por um longo espaço de tempo, de elevados níveis inflacionários (que por si só implicam em altas taxas nominais de juros), bem como a permanência de elevadíssimas taxas reais de juro, mesmo após a estabilização monetária.
- A ocorrência de freqüentes instabilidades macroeconômicas, que associadas às altas taxas de juros, desestimulam o assumimento de compromissos financeiros futuros.
- Resistências sócio-culturais ao crédito (especialmente na forma de empréstimo em dinheiro) expressas em ditados populares (como “Quem não deve, não teme”) e na conotação negativa da atividade financeira, vista e descrita na cultura popular e de massas como atividade exploradora e predatória.
- A existência de alternativas de financiamento, fora do sistema bancário, que apesar de caras e muitas vezes inadequadas, atendem em parte às necessidades de financiamento de microempreendimentos. Essas alternativas são: i) Crédito de fornecedores (largamente utilizado por microempreendedores formais e informais); ii) Crédito direto ao consumidor (utilizado por microempreendedores para a compra de equipamentos e insumos); iii) Empréstimos de financeiras (embora a exigência de comprovação de renda impeça o acesso direto da maioria dos microempreendedores a esse crédito, alguns conseguem obtê-lo através da intermediação de parentes e amigos).

Com base nos fatores citados acima, têm-se que a expansão das microfinanças no Brasil necessita de implementações de políticas públicas voltados para o crescimento sustentável do setor, para que com o tempo o microcrédito se torne mais atraente para a população.

As experiências de microcrédito iniciaram no Brasil em meados da década de 1990, estimulado principalmente pelos seguintes fatores: estabilização monetária ocorrida em 1994, que contribuiu para um aumento expressivo da demanda por microcrédito, ampliação do leque institucional envolvido com as microfinanças, que a partir de 1995, passa a contar também com a participação de instituições do poder público, nas três esferas de governo, início da construção de um marco jurídico-legal de regulação da atuação do setor de microcrédito / microfinanças no Brasil (AMARAL, 2005).

As organizações que atuam com microcrédito passaram a emergir somente após a implementação do Plano Real, em 1994. A demora no surgimento de organizações que atuassem com microcrédito justifica-se por três razões: as altas taxas de inflação, a tradição de crédito governamental dirigido e subsidiado para programas de caráter assistencialista e a legislação estrita, que condenava como usura toda ação concorrencial com as instituições financeiras convencionais.

A experiência pioneira de microcrédito no Brasil ocorreu no contexto das atividades da UNO (União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações), entidade criada em 1973, com o objetivo de apoiar micro e pequenos empreendimentos da região Nordeste, através de financiamento, capacitação gerencial, apoio à comercialização e estímulo à formação de cooperativas e associações de microprodutores.

A UNO surgiu de um grande esforço da AITEC, uma organização sem fins lucrativos com sede em Boston que, após muitos anos de trabalho no nível comunitário na América Latina, chegou à conclusão de que a maneira mais eficaz de prestar assistência a populações de baixa renda era identificar e nutrir empresários operando pequenas empresas no setor informal.

Esse programa opera no Brasil, mas é considerado pioneiro no campo da assistência a microempresas em toda a América Latina e, com o tempo, evoluiu de um simples programa limitado a Recife para um programa que opera em várias áreas distintas no estado de Pernambuco.

Os recursos iniciais vieram de doações internacionais, posteriormente, incrementados por outras linhas de crédito. Juntamente com a concessão do crédito, a UNO capacitava os clientes em temas básicos de gerenciamentos. A UNO financiou milhares de pequenos empreendimentos, em Pernambuco e na Bahia, formou dezenas de profissionais especialistas em crédito para o setor informal e, durante muitos anos,

foi a principal referência para a expansão dos programas de microcréditos na América Latina.

Apesar do sucesso do programa a UNO desapareceu, após dezoito anos de atuação, por não considerar a auto-sustentabilidade fundamental em suas políticas. Segundo Silveira Filho (2005) o programa UNO poderia ter assegurado sua auto-sustentabilidade baseando-se em duas medidas. A primeira, transformação das doações recebidas em patrimônio financeiro que pudesse ser emprestado a juros de mercado e, assim, gerar receitas e capitalizar a entidade. A segunda, negociar com os parceiros a cobrança de juros reais em todas as linhas de créditos que operava, de modo a ter um ganho para capitalização.

Com a extinção do programa Uno, a metodologia de trabalho e os recursos humanos foram absorvidos por diferentes programas de microcrédito. No caso da Bahia, por exemplo, o Centro de Apoio Gerencial as Micro e Pequenas Empresas do Estado da Bahia – CEAG substituiu o programa Uno.

A segunda organização a entrar no segmento de microfinanças no Brasil foi o Banco da Mulher, criado em 1982 no Rio de Janeiro. Seu objetivo principal era inserir a mulher na sociedade e com a qualidade de vida na família. O Banco da Mulher hoje atua em alguns estados como Rio de Janeiro, Bahia, Paraná e Rio Grande do Sul.

Inicialmente, o Banco atendia apenas ao público feminino, tendo, posteriormente, incorporado também a clientela masculina. Atualmente, o Banco da Mulher forma uma rede com representação nos estados do Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Amazonas, Minas Gerais e Rio de Janeiro, além da Bahia. O Banco é filiado ao *Women's World Banking*, que mantém filiados em diversos países.

A partir da experiência da *Accion International* e de organizações não governamentais colombianas, a metodologia dos Grupos Solidários - que utiliza o aval solidário - foi replicada no Brasil com a criação do Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos Ana Terra (CEAPE/RS), em 1987, instituída sob a forma de organização não governamental e considerado a primeira organização formal em Microcrédito.

O Centro Ana Terra contou com o apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e da Inter-American Foundation (IAF) que aportaram recursos para os financiamentos. O sucesso do Centro resultou na sua reprodução em vários estados brasileiros, totalizando atualmente doze Centros de Apoio aos Pequenos Empreendimentos.

Em 1990, fruto do sucesso das iniciativas anteriores foi criada a Federação Nacional (FENAPE), hoje CEAPE Nacional. A rede se expandiu durante a década de 90 para vários estados como São Paulo, Paraíba, Pará e Bahia. Hoje, depois do Banco do Nordeste do Brasil (BNB), o Sistema CEAPE é o ator mais relevante quando se trata de microfinanças no Brasil, com mais de 23 mil clientes e movimentando pelo menos R\$ 17 milhões (NETO, 2006).

O Ceape-Nacional é o órgão responsável pelo planejamento global e estratégico do Sistema Ceape. A sua meta é unificar as ações e aprimorar o desempenho do Sistema Ceape. Este também cuida da política geral do Sistema, da qualificação e capacitação dos técnicos, pela captação dos Recursos Financeiros para os Ceap's e do estabelecimento de novas parcerias.

O Ceape-Nacional realiza cursos nas áreas de gestões e área metodológica procurando aumentar o grau de inserção do Sistema Ceape junto a órgãos governamentais, entidades do setor primário, clientes e parceiros e a comunidade em geral.

Criado em 1959 por Dom Hélder câmara, o Banco da Providência é o maior e mais antigo projeto social da Arquidiocese do Rio de Janeiro, cuja missão é colaborar através do microcrédito para a transformação na vida de pessoas carentes.

O Banco da Providência atua com recursos próprios captados através de eventos realizados pela Arquidiocese e de parcerias economicamente sustentáveis. Segundo o site do Banco, em 2007 o Balanço Social registrou que através do Programa de Inclusão Social de Famílias foram atendidas 38.814 pessoas. Em cada família incluída o Banco colaborou para promover a documentação pessoal para todos, apoiou a educação de crianças e jovens e ofereceu cursos de capacitação profissional.

A Instituição Comunitária de Crédito PORTOSOL, nasce em 1995, cujo objetivo era fornecer crédito com pouca burocracia, rapidez e taxas acessíveis aos pequenos empresários, informais ou não, como forma de fomentar o desenvolvimento de Porto Alegre e de outros municípios do estado.

Assim teve início a formação de um modelo institucional que vem sendo referência para a criação de várias entidades de microcréditos no País, baseadas na iniciativa do Poder Público e no controle pela sociedade civil e apoiada no princípio da auto-sustentabilidade das organizações.

Os recursos iniciais da Portosol vieram de doações da Prefeitura de Porto Alegre, do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, da Sociedade Alemã de



Cooperação Técnica/GTZ, da Inter-American Foundation/IAF e de financiamentos do BNDES e do SEBRAE/RS.

O Portosol vem concedendo crédito a pequenos empreendimentos, tanto para capital de giro (adequação do fluxo de caixa do empreendimento e compra de matéria-prima), quanto para capital fixo (compra de máquina e equipamentos, reformas e ampliações das instalações do negócio). As garantias das operações baseiam-se em aval simples ou solidário, cheque e alienação de bens. Até 31/12/2001, a Portosol realizou cerca de 28,5 mil operações de crédito, que somaram R\$38,7 milhões (SILVEIRA FILHO, 2005).

Em 1996 foi criada a associação sem fins lucrativos VivaCred por iniciativa da ONG Viva Rio, com o objetivo de oferecer financiamento a micros e pequenos empresários do Rio de Janeiro, especialmente nas comunidades carentes.

Os recursos financeiros do VivaCred são provenientes do BID, BNDES e Fininvest. Os empréstimos são destinados tanto para capital de giro, quanto para capital fixo. Segundo Silveira Filho (2005) “O VivaCred, até 31.12.2001, realizou mais de 8,4 mil operações, emprestando aproximadamente R\$ 14 milhões”.

O VivaCred, localizado na favela da Rocinha, na cidade do Rio de Janeiro, teve sua criação em 1996, por iniciativa do Movimento Viva Rio. Atualmente possui quatro agências localizadas nas favelas da Rocinha, Maré e Rios das Pedras e na Zona Sul do Rio de Janeiro. O VivaCred contou com o apoio financeiro (empréstimos) do BNDES e da Fininvest e conta com o apoio técnico e institucional do Sebrae.

Em 1996 o BNDES criou uma Área de Desenvolvimento Social e em sintonia com o Conselho da Comunidade Solidária, lançou o Programa de Crédito Produtivo Popular, com o objetivo de divulgar, de forma consistente e conseqüente, o conceito de microcrédito e promover a formação de uma ampla rede institucional capaz de propiciar crédito aos microempreendedores, formais ou informais.

Dessa forma, o BNDES vem participando ativamente da dinâmica de estruturação das instituições de microcrédito no país, o desafio é construir um novo canal de serviço diferenciado de crédito, com grande capilaridade e profissionais especializados. O BNDES tem investido em um conjunto de iniciativas visando ao bom desenvolvimento das instituições microfinanceiras e a transparência de suas informações financeiras e operacionais, abrindo o caminho para sua plena inserção no sistema financeiro nacional.

Assim, mostra-se que o grande objetivo do programa era de disponibilizar linhas de crédito baratas e de longo prazo para instituições de microcrédito brasileiras.

Outro exemplo que deve ser mencionado foi a iniciativa pioneira do Banco do Nordeste, que lançou o programa Crediamigo em 1997, passando a atuar diretamente na concessão de microcrédito. De acordo com Parente (2002), o Banco do Nordeste tornou-se a segunda maior instituição no fornecimento de microcrédito na América Latina, em apenas dois anos de atividades.

O Crediamigo facilita o acesso ao crédito a milhares de empreendedores que desenvolvem atividades relacionadas à produção, à comercialização de bens e à prestação de serviços. Associado ao crédito, o Crediamigo oferece aos empreendedores acompanhamento e orientação para melhor aplicação do recurso, a fim de integrá-los de maneira competitiva ao mercado. Além disso, o Programa de Microcrédito do Banco do Nordeste abre conta corrente para todos os seus clientes, sem cobrar taxa de abertura e manutenção de conta, facilitando o recebimento e movimentação do crédito.

Farranha (2005) diz que a literatura sobre microcrédito afirma que o Banco do Nordeste do Brasil foi o primeiro banco público a fornecer diretamente crédito para micro e pequenos empreendedores do setor informal. O Crediamigo é considerado uma das únicas iniciativas mundiais bem sucedidas organizadas por um banco estatal.

Os pilares do desenvolvimento do programa Crediamigo são o acesso ao crédito através de grupos solidários, em substituição as garantias tradicionais, atendimento personalizado, realizado por assessores no próprio estabelecimento produtivo e empréstimos rápidos e sucessivos.

O Crediamigo facilita o acesso ao crédito a milhares de empreendedores que desenvolvem atividades relacionadas a produção, comercialização de bens e a prestação de serviços. De acordo com Neri e Medrado (2005) o setor que mais concentra os clientes do programa é o comércio, abrangendo 92% dos clientes. Associado ao crédito, o Crediamigo oferece aos empreendedores acompanhamento e orientação para melhor aplicação do recurso, a fim de integrá-los de maneira competitiva ao mercado. Além disso, o programa abre conta corrente para todos os clientes, sem cobrar taxa de abertura e manutenção de conta, facilitando o recebimento e movimentação do crédito.

O programa atua de maneira rápida e sem burocracia devido à metodologia de aval solidário, que consiste na união de um grupo de empreendedores, interessados em obter o crédito, assumindo a responsabilidade conjunta no pagamento das prestações. Em um grupo solidário todos respondem pelo crédito, sendo cada empreendedor

avalista do outro. E quem escolhe os componentes do grupo são os próprios empreendedores.

Além do aval solidário o atendimento ao cliente do Crediamigo é personalizado, feito no próprio local do empreendimento, o empréstimo é liberado de uma só vez em no máximo sete dias úteis após a solicitação, Os valores iniciais variam de R\$ 100,00 a 2.000,00, de acordo com a necessidade e o porte do negócio.

Os clientes também recebem assessoria técnica e empresarial do programa e tem oportunidade de organizar melhor o seu negócio e sua produção com treinamentos práticos. Há também uma figura muito importante que é o agente de crédito, pois é ele quem vai atrás dos clientes, oferece as condições em que o banco empresta e volta para fiscalizar e monitorar o empreendimento. É através do agente de crédito que o banco amplia sua rede de clientes, conhece as potencialidades dos negócios locais e garante um percentual reduzido de inadimplência.

A metodologia do aval solidário consolidou o Crediamigo como o maior programa de microcrédito produtivo orientado do país, garantindo a milhares de empreendedores o fortalecimento de sua atividade e a melhoria da qualidade de vida de sua família.

Neri (2008) afirma em seu estudo sobre os de anos de atuação do Crediamigo, que este foi o responsável chave pelo crescimento do microcrédito na região nordeste, cujas taxas de crescimento são superiores as brasileiras. Ele informa que, comparando os resultados das duas pesquisas ECINF, publicadas pelo IBGE em 1997 e 2003, o acesso ao crédito no nordeste subiu de 3,97% para 6,27%, enquanto nas outras áreas urbanas brasileiras passou de 5,34% para 5,99%.

Ainda segundo Neri (2008) dada as características de aval solidário, sustentabilidade, retorno privado, emancipação da pobreza, foco e retorno das mulheres e o fato de ocupar mais de 60% do mercado brasileiro de microcrédito, o Crediamigo pode ser considerado como o autêntico Grameen Bank brasileiro.

O Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa - SEBRAE iniciou sua atuação no setor de microcrédito com o objetivo de ampliar as oportunidades de acesso ao crédito para os pequenos empreendimentos, principalmente os informais.

Em outubro de 2001, o Sebrae deu início ao seu Programa ao Segmento de Microcrédito. Como instituição de “segunda linha”, propõe apoiar a criação e o fortalecimento de organizações de microcrédito, desde que adotem os princípios de independência e auto-sustentabilidade. Dentre as modalidades de apoio, o programa

prevê apoio à reestruturação das instituições, capacitação de recursos humanos, cessão de uso de sistema informatizado de gestão, prestação de serviços de consultoria, capacitação de lideranças comunitárias, dentre outros.

De acordo com o Sebrae (2008) o programa tem os seguintes princípios básicos: autosustentabilidade das organizações de microcrédito e dos seus clientes, independência das organizações operadoras, manutenção de níveis elevados de governabilidade corporativa nas organizações, transparência das ações das organizações de microcrédito junto ao seu público externo e interno, formação de parcerias que potencializem o desenvolvimento das organizações de microcrédito e dos pequenos empreendimentos, participação no processo de desenvolvimento econômico e social das comunidades, em particular aquelas de menor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH).

O programa tem como clientela as Organizações Não Governamentais (ONG), Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), Sociedades de Crédito ao Microempreendedor (SCM), Lideranças Comunitárias, Instituições Financeiras oficiais e privadas e as demais instituições que atuam com microcrédito.

Os serviços prestados pelo Sebrae de acordo com o Programa de Microcrédito são: capacitação a conselheiros, gerentes e agentes de crédito; consultoria estratégica e operacional as organizações de microcrédito; apoio a pesquisa de mercado; cessão de direito de uso do sistema informatizado de gestão; apoio financeiro; apoio ao desenvolvimento de plano de negócios; consultoria para acesso a novas fontes de financiamento.

Os parceiros do Sebrae nesse programa de microcrédito são a Associação Brasileira de Instituições Financeiras de Desenvolvimento, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Associação Brasileira das Sociedades de Crédito ao Microempreendedor, Banco Central do Brasil, Banco Interamericano de Desenvolvimento e o Banco Mundial.

Pode-se também destacar o surgimento, nos últimos anos, dos chamados “Bancos do Povo”. São iniciativas de governos estaduais como parte da política pública de geração de trabalho e renda.

O Banco do Povo é criado como instituição específica para o fornecimento de crédito para investimentos em pequenas atividades mercantis. Seu funcionamento exige a existência de agentes de crédito especializados, capazes não somente de avaliar a

viabilidade econômica dos empréstimos, como também de acompanhar e orientar os devedores em suas atividades.

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

Tem-se como exemplo de sucesso o Banco do Povo da prefeitura de Recife, desenvolvido através da secretaria de ciência, tecnologia e desenvolvimento econômico, que tem como objetivo orientar e facilitar o acesso ao crédito, aos cidadãos e cidadãs que já têm ou pretendem abrir um pequeno negócio. Além de oferecer capacitação adequada ao perfil do empreendedor, além de contribuir com a construção de estratégias de organização dos empreendedores da cidade do Recife.

Há um Banco do Povo também muito conhecido que é o São Paulo Confia, uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), criada em 12 de julho de 2001, com o objetivo de oferecer crédito a pessoas de baixa renda que não conseguem acesso a financiamento no sistema bancário tradicional. No mesmo modelo do São Paulo Confia, no Estado do Ceará foi criado o primeiro Banco do Povo em agosto de 1996.

Os Bancos do Povo estão presentes em todo os país. O capital é mínimo, mas o necessário para que as pequenas atividades possam ser estimuladas. De acordo com Carneiro (2004) há uma grande crítica em torno desses bancos porque ao cobrar apenas 1% de juros ao mês, caso do estado de São Paulo, tais organizações nunca conseguirão atingir sua auto-suficiência. Dessa forma, elimina-se a possibilidade de a agência alcançar sua autonomia política e sustentabilidade econômica.

Segundo Costa, apud Parente (2002), o governo acaba fornecendo crédito a fundo perdido, pois a experiência internacional desaconselha operar com taxas inferiores às de mercado.

Em 2005 o governo federal cria o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO), instituído pela Lei nº 11.110. O objetivo era conceder crédito para o atendimento das necessidades financeiras de pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte, aplicando a metodologia baseada no relacionamento direto com os empreendedores no local onde é executada a atividade econômica.

As atividades do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado têm resultado numa construção coletiva entre governo e todos os atores sociais que compõem o segmento de microcrédito produtivo orientado.

Para participar do PNMPO as instituições devem se habilitar, o programa terminou o ano de 2005 com 50 instituições de microcrédito habilitadas, concluindo o período de 2006 com um crescimento superior a 300%. Destaca-se nesta ascensão a quase duplicação do número de OSCIPS e a adesão das cooperativas de crédito que até então não haviam aderido ao programa (PEREIRA, 2007).

O PNMPO também atua no fomento ao desenvolvimento institucional como providência necessária à ampliação do número de instituições habilitadas e à melhoria dos serviços de microcrédito produtivo orientado pautado pelas seguintes linhas de ação:

- a) na área operacional, promover o intercâmbio de metodologias creditícias (visões urbana e rural) e o aprimoramento da gestão da carteira de crédito dos agentes;
- b) na área de gestão, implantar ações visando capacitar as operadoras em administração estratégica, gestão financeira, marketing, recursos humanos, organização e processos, sistemas de informações gerenciais, o desenvolvimento e implementação de mecanismos que aprimorem a transparência, a análise de risco e a estruturação de carteira;
- c) quanto aos mecanismos de governança, realizar ações para estimular e desenvolver boas práticas, mediante a qualificação de dirigentes e conselheiros e a troca de experiências entre instituições;
- d) com relação ao público potencial do PNMPO, realizar estudos e pesquisas sobre o perfil socioeconômico, segmentação de mercado, avaliação de impacto, desenvolvimento de novos produtos e serviços (PEREIRA, 2007).

Dessa forma, o PNMPO tem como objetivo permanente fortalecer e incrementar ações de fomento buscando a ampliação, aperfeiçoamento e fortalecimento de investimentos para continuar o trabalho de promoção do acesso às linhas de crédito e criação de fundos.

O Programa de Crédito Solidário para a Juventude (CredJovem) foi criado no ano de 2005 com o apoio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e da Prefeitura de Fortaleza Municipal de Fortaleza, tem como objetivo proporcionar incentivos financeiros e apoio institucional a jovens de 16 a 29 anos que estudam ou estudaram em

escolas públicas, para que possam desenvolver atividades produtivas, comerciais ou de serviços, na perspectiva da economia solidaria.

Os jovens para participar devem formar um grupo e decidir coletivamente uma ocupação com a qual queiram trabalhar. Os jovens envolvidos nos projetos aprovados serão capacitados, financiados e receberão um acompanhamento técnico, além de um monitoramento por parte de técnicos da Secretaria de Desenvolvimento Econômico.

O grupo de jovens podem acessar créditos de até 15 mil reais para seus empreendimentos. De acordo com Lima (2007) o CredJovem já financiou mais de 77 projetos, mas a falta de experiência administrativa e a dificuldade para conseguir capital de giro, estão entre as principais causas para o fechamento dos empreendimentos desses jovens.

As empresas estão cada vez mais explorando o mercado de baixa renda, pois já perceberam seu grande potencial de crescimento. O Unibanco foi o primeiro banco privado do país a operar no segmento de microcrédito produtivo, através do banco filiado Fininvest, cujas operações estão concentradas no Rio de Janeiro e no segmento de consumo.

A partir do Riocred foi criada a Microinvest, uma ONG resultante da parceria entre a Fininvest e a Prefeitura do Rio de Janeiro. Conforme o Unibanco (2008) desde o início de sua operação, em 1998, a Microinvest desenvolveu mais de 12,4 mil operações, totalizando R\$ 21,5 milhões em financiamentos.

A Microinvest fechou um acordo com a University of California para pesquisa e consultoria em microfinanças. Após contatos realizados durante a conferência sobre microcrédito, em maio de 2005, em Chicago, a Unibanco Microinvest decidiu fazer um contrato de cooperação, pelo período de um ano, para expandir e treinar agentes de crédito.

De acordo com Monzoni Neto (2006) somente nas últimas décadas os bancos privados de varejo estão entrando nesse mercado, com destaque para quatro experiências. A iniciativa mais consolidada, embora com apenas cinco anos, é o Real Microcrédito, do Banco Real. Nascida em 2002, essa iniciativa tem como objetivo oferecer microcrédito a microempresários formais e informais. Depois de começar pela favela de Heliópolis, na Grande São Paulo, o programa se expandiu para Campinas e a Baixada Fluminense.

O Real Microcrédito mostra que é possível apoiar o desenvolvimento econômico e social da população que não têm acesso ao sistema bancário tradicional. Além disso, estimula o crescimento sustentável.

Segundo Rocha (2008) na época o Banco Real possuía mais de 55 mil clientes na região sudeste e nordeste, e foi o primeiro banco internacional a atuar com microcrédito e o segundo banco comercial que trabalha com microfinanças em São Paulo.

O Banco Santander também opera nesse mercado, por meio de parceria com o São Paulo Confia. A linha de microcrédito oferece empréstimos iniciais que variam entre R\$ 200 e R\$ 1 mil, podendo chegar a R\$ 50 mil. A concessão vai depender de dois critérios: o sucesso do negócio e o histórico de pagamento das parcelas anteriores. Os juros são de 2% ao mês. De acordo com o Valor Econômico (2003) essa taxa não é rentável para o banco, mas acredita que será e um horizonte de 2 anos. Por dois motivos: até lá o montante de crédito concedido deve permitir ganhos de escalas, além da queda da taxa de juros.

O Santander tem programas de microcrédito semelhantes a esse no Chile e na Venezuela, com taxas também bastante baixas, mas que são rentáveis. Mostrando que possui grandes chances de sucesso.

O Bradesco e o Itaú também começaram a aderir ao programa de microcrédito do governo, adotando taxas menores para clientes de baixa renda. De acordo com o Jornal Tribuna da Imprensa (2003) o Unibanco colocou no ano de 2003 nas operações de microcrédito cerca de R\$ 34 milhões. Já o Bradesco, emprestou aproximadamente R\$ 220 milhões.

No caso do Bradesco, a ideia é destinar os 2% do depósito compulsório as operações de pequeno valor, feitas em parceria com agências dos correios. A maioria dos clientes nesses correspondentes tomam empréstimos em valores que variam de R\$ 400 a R\$ 2 mil. A proposta do Governo é que os bancos emprestem valores menores, entre R\$ 200 e R\$ 600, cobrando do cliente 2% ao mês e com operações desburocratizadas.



#### **4. O BANCO PALMAS**

Pobreza, segundo o IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) é a situação das pessoas que estão abaixo de um determinado padrão econômico, que não têm suas necessidades atendidas. Pobre seria uma pessoa que se situasse abaixo da linha de pobreza, não tendo o suficiente para adquirir os bens necessários à sobrevivência. A comunidade do Conjunto Palmeiras é um exemplo de uma história de luta em busca da superação da pobreza.

A comunidade do Conjunto Palmeira é um exemplo de uma história de luta em busca da superação da pobreza. Diante desta realidade tem-se como objetivo da pesquisa um estudo de caso do Banco Palmas que consiste em um sistema integrado de microcréditos que organiza e articula os moradores do Conjunto Palmeira. O Banco Palmas é um programa que foi criado e é totalmente administrado pela Associação de Moradores do conjunto, dentro da lógica da socioeconomia solidaria, indo muito além do simples ato de concessão do crédito.

O Conjunto Palmeiras surgiu após enchentes e despejos, entre os anos de 73 e 76, na cidade de Fortaleza no Estado do Ceará. As pessoas estavam desabrigadas e alojadas em espaços públicos e eram residentes em áreas de risco de várias favelas da cidade. Os moradores não tinham água, energia elétrica, esgoto, transporte coletivo. Assim, movidos por sentimento de exclusão social, organizaram-se na busca por melhores condições estruturais e em 1981 fundaram a Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira que, através de seus associados, passaram a reivindicar infraestrutura para a comunidade.

O Nordeste Brasileiro é muito pobre. Ao redor de seus luxuosos apartamentos existem quilômetros e quilômetros de favelas. Os habitantes destas favelas levam uma vida muito marginalizada. Muitos deles fugiram do interior para a cidade em busca de uma vida melhor.

O Conjunto Palmeiras é um bairro muito pobre da periferia de Fortaleza, surgiu em 1973. Contudo, a maioria de seus 32.000 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 bastante distante do mar. Tal população foi retirada do local onde morava e despejada no novo terreno sem condições estabelecidas ou organização.

O bairro foi nomeado Conjunto Palmeiras, enquanto que não se avistava nenhuma palmeira. Este terreno foi loteado e cada morador recebeu um pedacinho de terra. Não havia estradas, ruas, eletricidade nem esgoto.

Vivendo em um espaço que não dispunha de infra-estrutura básica, a população foi se organizando para conquistar seus direitos mais fundamentais junto ao Poder Público. A partir de 1980, iniciou-se um movimento em favor da constituição da associação de moradores do bairro que, em 1981, esta foi efetivamente criada.

A associação chama-se ASMOCONP (Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras). Atualmente eles têm um edifício próprio no centro do bairro que funciona como ponto de encontro dos moradores. O edifício da ASMOCONP é usado para uma série de iniciativas que visam melhorar o bairro. A Associação passou a organizar as principais lutas travadas pela população do conjunto: saneamento básico, transporte público, pavimentação, moradia etc.

Com o objetivo de conhecer a realidade econômica do bairro, a associação de moradores realizou uma pesquisa e chegou a conclusão que o comércio local não se desenvolvia porque o dinheiro não circulava no próprio bairro, porque os próprios moradores preferiam comprar em outros lugares devido a facilidades no ato da compra. Dessa forma, os pequenos negócios do bairro faliam, desempregando a população local.

Para enfrentar os problemas locais e gerar empregos, em janeiro de 1998, com apenas R\$ 1.000,00, contraídos em forma de empréstimo junto a uma ONG local, a Associação criou o Banco Palmas, um banco comunitário dos próprios moradores do bairro onde foi implantado o crédito mútuo proporcionando uma rede de solidariedade entre produtores e consumidores da própria comunidade, gerando ocupação e renda.

Os impactos diretos do Banco Palmas são muitos como o aumento das oportunidades de primeiro emprego para os jovens, muitos moradores conseguiram emprego no mercado formal, famílias em situação de risco tiveram suas necessidades básicas satisfeitas com a utilização do cartão Palmacard, comércio local aumentou suas vendas, empreendedores conseguiram ampliar ou manter seus negócios através do acesso a microcréditos concedidos pelo Palmas, muitos moradores voltaram a estudar, enfim ocorreu um encadeamento de bons resultados.

Em 1997, num seminário de avaliação da comunidade, organizado e realizado pela associação de moradores, foi criado um projeto de geração de trabalho para a comunidade. Esse projeto foi inaugurado em janeiro de 1998 e recebeu o nome de Banco Palmas.

O Banco Palmas de início foi financiado por um empréstimo de cerca de mil dólares, concedido pela ONG CEARAH Periferia (ONG), tendo suas instalações numa pequena sala localizada na sede da associação de moradores e começando com apenas dez clientes. Alguns meses depois recebeu recursos a fundo perdido da cooperação internacional da OXFAM e da GTZ-PRORENDA. Atualmente, o banco recebe apoio financeiro da cooperação internacional e de fontes públicas locais. Os recursos arrecadados através dos juros, que são poucos, também ajudam a pagar as despesas do banco.

O Banco Palmas, assim, surge como um sistema integrado que organiza e articula os moradores do Conjunto Palmeira para produzirem e consumirem no próprio bairro, articulados em rede. É um programa de desenvolvimento local que vai além da concessão de microcrédito, busca a capacitação e empoderamento dos moradores, despertando a sensibilidade para a solidariedade e a colaboração, enquanto estratégia de um modelo de desenvolvimento justo e sustentável. Dessa forma, busca a autonomia e emancipação dos sujeitos envolvidos (OLIVEIRA, 2007).

Em 2003, o Banco Palmas começou a ser convidado para implantar bancos em outros municípios, mas havia um problema institucional. Os moradores do Palmeiras não podiam fazer um trabalho em outro município, pois de acordo com o Estatuto do Banco, estes só poderiam trabalhar na cidade em que o banco iniciou suas atividades. Então foi criado o Instituto Palmas que é uma Oscip de Microcrédito, repassadora da ideia e que já criou outros bancos no Brasil. O Instituto faz grandes convênios, dá um suporte legal a experiência, repassa dinheiro para os bancos comunitários e alimenta os fluxos de caixa do Banco Palmas.

As principais atividades desenvolvidas pelo Banco Palmas são:

#### **a) Palmacard**

É um cartão desenvolvido para solucionar o problema da falta de poder de compra do bairro. Através do PalmaCard o Banco Palmas oferece crédito ao consumo a particulares do bairro. Este funciona como um cartão de crédito, no qual os moradores podem comprar nas empresas cadastradas e pagar após 30 dias ao Banco Popular. Fazendo assim o círculo de compra e venda dentro do próprio bairro.

O valor do crédito é de R\$ 20,00, podendo chegar até R\$ 100,00. No caso de compras acima de cem reais, a família pode receber uma autorização do banco e

parcelar a compra em até três prestações. No dia estipulado pelo banco, os comerciantes levam suas faturas até o Palmas e recebem o que venderam para o PalmaCard. Como taxa de administração o banco desconta 3% de todas as vendas realizadas.

O Palmacard ajuda a resolver problemas emergenciais das famílias como a compra de remédios, gás de cozinha e alimentos. Assim estimula o comércio local com o funcionamento apenas no bairro. A partir do momento em que os moradores passam a ter consciência de que ao consumir produtos e serviços do bairro estão ajudando a distribuir a renda, gerando riquezas e melhorando a qualidade de vida na comunidade.

#### **b) Palmatech**

É uma escola comunitária de economia solidária. O espaço onde funciona a escola é na sede da associação de moradores, nesta escola são oferecidas oficinas e cursos variados na área de capacitação profissional, sempre dando ênfase na importância da cooperação, da economia solidária.

#### **c) Balcão de empregos**

Espaço gerado para atender à população, encaminhando os trabalhadores desempregados para as empresas. A demanda de ofertas é localizada por computador conectado ao Sistema Nacional de Empregos (SINE). Dessa forma a comunidade facilita o acesso dos moradores às oportunidades de trabalho.

Esse serviço teve início em 28 de agosto de 1999, através de uma parceria com o Serviço Nacional de Empregos (SINE), o Instituto de Desenvolvimento do Trabalho (IDT) e a Coordenadoria Ecumênica de Serviços (CESE).

#### **d) Moeda Local Social Circulante**

A Moeda Palmas é um ativo circulante local, criada pelo próprio Banco Palmas, com circulação restrita no conjunto Palmeira, fazendo com que aumente a compra e venda de produtos no próprio bairro.

A Organização Holandesa *Strohalm* foi quem desenvolveu a moeda local. microempreendedores locais. O Palma foi criado para circular a riqueza dentro do Conjunto Palmeiras. Cada Palma equivale a R\$ 1. Os moradores conseguem a moeda com o próprio trabalho ou com empréstimo do banco. A finalidade dessa moeda social é estimular o consumo de bens e serviços produzidos pela própria comunidade.

O diferencial do Palma é que o crédito oferecido pelos bancos comunitários em moeda oficial funcionam com taxas de juros de 0,5% a 3%, abaixo das praticadas pelo mercado, mas a moeda social Palma, funciona com taxas de juros zero.

No início a criação do Palma trouxe um grande problema para a comunidade, pois o Banco Central em 2003 acusou o Banco Palmas de crime contra a União por emissão indevida de moeda. No entanto, após a prestação de depoimentos por parte dos participantes do sistema, foi reconhecido o caráter social do projeto e concluiu-se que o Palma não concorria com o Real, pois equivalem a recebíveis como vale-transporte, não sendo válidas para pagamento de impostos. Mesmo de acordo com a emissão das moedas locais, o Banco Central recomenda que a aparência das notas se difira claramente do aspecto da moeda oficial.

Segundo Duarte *apud* Menezes (2007), atualmente funcionários do Banco Central têm se manifestado a favor das moedas locais. Em 2005, foi protocolado um pedido ao Bacen para a regulamentação dos sistemas de moeda social existentes no Brasil, ainda sem resposta oficial.

O trabalho desenvolvido por Menezes (2007) sobre a importância das moedas locais, o estudo de caso do Banco Bem em Vitória/ES, elenca as vantagens percebidas na existência de uma moeda própria do local. As vantagens citadas no presente estudo da moeda local são os descontos, favorecimento da economia local, melhoria da qualidade de vida e melhoria do relacionamento com a comunidade. O principal motivo apontado foi a existência de descontos nas compras com a moeda local. .

Com base no que foi concluído no trabalho de Menezes (2007), pode-se dizer que todos os motivos elencados são de extrema importância para a moeda local, pois esta moeda auxilia os moradores a aumentarem seu poder de compra, uma maior integração na comunidade, enfim traz uma melhoria de vida para a população assistida.

O sucesso da criação do Palmas comemora aniversário de 10 anos neste ano de 2008. Segundo o coordenador do Banco Palmas, João Joaquim de Melo, o Palma comemora seu aniversário com capital superior a R\$ 700 mil para financiar pequenos empreendimentos, montante disponível também aos outros nove bancos comunitários implantados ao longo desses anos no Estado. Os recursos são disponibilizados por meio do Instituto Palmas, entidade criada em 2003 sob a forma jurídica de Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) com o objetivo de estender a metodologia aplicada pelo Banco Palmas a outras localidades e ampliar a captação de investimentos.

#### **e) Feira do Banco Palmas**

É um evento onde são comercializados, quinzenalmente, produtos feitos no próprio bairro, estimulando assim não só a criação de novas microempresas, mas o consumo dos produtos produzidos na localidade.

As ações do Banco Palmas têm como objetivo reduzir a pobreza, gerando trabalho e renda. Um fator importante é que todos os grupos produtivos investem seus excedentes na própria comunidade, objetivando o crescimento contínuo e sustentável.

Por meio dos projetos concebidos pelos gestores do banco pertencentes à comunidade busca-se, portanto, romper com o ciclo de pobreza existente no Conjunto Palmeira, a partir da inclusão de seus moradores em um projeto que, acima de tudo, trata de questões como cidadania, capacitação e empoderamento de seus moradores, para que esses possam ser sujeitos do processo de transformação social e desenvolvimento humano (OLIVEIRA, 2007).

Apoiados pelo sistema de crédito do Banco Palmas, várias famílias criaram empreendimentos locais que compõem a rede de produtores do bairro. São eles: Palmafashion (empresa de confecção), Palmalimpe (material de limpeza), PalmaNatus (sabonete e fototerápicos), PalmaCouros (cintos e bolsas), Palmart (artesanato) e Palmas limpezas ambientais (serviços de limpeza em geral). Além disso, o Banco Palmas já apoiou muitos microempreendimentos individuais.

#### **f) Incubadora feminina**

É um projeto de segurança alimentar direcionado a mulheres em situação de risco pessoal e social, moradoras no Conjunto Palmeira. A estratégia consiste em reintegrá-las ao circuito produtivo de forma a garantir-lhes cidadania e renda que assegure o acesso ao alimento. É um espaço na sede da Associação equipado com sala, cozinha, refeitório, banheiros e um galpão onde são realizadas oficinas, cursos profissionalizantes, ateliê de produção e um Laboratório de Agricultura Urbana.

#### **g) Clube de trocas solidárias com moeda social**

Esse serviço está voltado para os prossumidores (produtores e consumidores) locais, dando oportunidade para que cada um troque seus produtos entre si, através de uma moeda social criada pelo banco: Palmares. Essa moeda não é indexada a nenhuma

outra. O que define o valor dos Palmares são as horas trabalhadas e os insumos para fabricação de determinada mercadoria.

No clube de trocas, cada pessoa que chega ao balcão apresenta seus produtos e atribui um valor em Palmares. O grupo decide se aceita ou não aquele valor. Quando se chega a um consenso sobre o preço, o produtor coloca suas mercadorias em cima de uma grande mesa e recebe do Banco Palmas a quantidade de Palmares correspondente à quantidade de produtos ofertados.

Os financiamentos oferecidos pelo Banco Palmas são microcréditos para a produção voltada para os pequenos negócios e o PalmCasa, para reforma de moradia. O Banco, junto com a associação, desenvolve outros projetos, como o PalmTech, uma escola comunitária de sócioeconomia solidária; o PalmFashion, a grife das costureiras locais; o PalmArte, a associação dos artesãos; e a Incubadora Feminina, que atende a mulheres com problemas como psicológicos e com drogas orientando-as também para desenvolverem atividade que lhes garanta renda.

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. O banco busca desenvolver instrumentos para concessão de micro-créditos, compatíveis com a realidade da comunidade, tanto para produção, como para o consumo e comercialização.

As parcerias têm um papel fundamental na continuidade dos trabalhos desenvolvidos pelo Banco Palmas. As parcerias estratégicas são: *Governamentais* – Secretaria de Trabalho e Ação Social, governo do Estado, Fundação da Criança e da Família Cidadã, Prefeitura de Fortaleza, Serviço Nacional de Empregos (SINE), Instituto de Desenvolvimento do Trabalho (IDT), Projeto PRORENDA/GTZ, Programa Capacitação Solidária, Universidade Federal do Ceará; *Não Governamentais*: Rede Cearense e Brasileira de Socioeconomia Solidária, SEBRAE, Agência de Desenvolvimento Solidário (ADS/CUT), CEARAH Periferia, Coordenadoria de Serviços Ecumênicos (CESE), OXFAM, DED, AGORA XXI, PROFITEC, Associações Comunitárias e Comerciantes locais.

As principais dificuldades do Banco Palmas são os custos institucionais que estão cada vez mais altos na proporção que aumenta o número de famílias envolvidas no projeto. Os vários produtos do banco têm um poder de articulação e mobilização da comunidade que não corresponde à capacidade operacional de atendimento.

A capacitação da equipe, formada totalmente por líderes comunitários, com pouca escolaridade, também é mais uma dificuldade a ser superada pelo Banco Palmas. A estrutura do banco fica cada dia mais complexa exigindo uma equipe formada não só por pessoas da comunidade, mas por profissionais especializados na área, de forma que a interação de saberes possa suprir as necessidades e exigências sociais, técnicas e administrativas.

O Palmas tem hoje uma possibilidade pequena de atendimento, os juros não são suficientes para capitalizar o banco que é proibido pelo Banco Central fazer qualquer sistema de poupança. Outro problema enfrentado pelo Banco é o aumento dos riscos de inadimplência, porque seu público-alvo é de alto risco, estando cada vez está mais exposto à inadimplência crescente no país.

O consumo do Conjunto Palmeira é voltado quase que exclusivamente para produtos alimentícios. A grande porcentagem dos recursos movimentados pelo cartão PalmaCard destinam-se à compra de alimentos, deixando de ser incentivadas produções locais, como calçados, confecção, artesanatos e serviços em geral.

A comercialização da comunidade começa a ser insuficiente para a venda dos produtos ali produzidos. Falta uma estratégia de comercialização solidária, pois em um mercado cada vez mais competitivo, há a dificuldade de escoar as mercadorias, fazendo as unidades produtivas operarem com muita dificuldade.

Há ainda muito para se fazer no Conjunto Palmeira, mas até então todas as ações que foram implementadas estão tendo sucesso na comunidade. Dentre outras coisas, o Banco Palmas quer consolidar o Laboratório de Agricultura Urbana, tentando assim combater a fome na comunidade; reestruturar o cartão PalmaCard, para que seja utilizado, prioritariamente, na compra de produtos feitos no bairro; criar a Agenda 21 do Conjunto Palmeira, agregando um componente ambiental às ações do Banco Palmas; implantar o sistema de Compras Coletivas em Fortaleza, em vários bairros, barateando os custos dos insumos e da cesta básica e gerando excedentes que possam ser reinvestidos na criação de empresas comunitárias e principalmente influenciar a realização, no âmbito nacional, de um debate sobre o microcrédito para os mais pobres.

O Objetivo do Banco Palmas é proporcionar o desenvolvimento local e solidário do Conjunto Palmeira, a baixo custo e de forma sustentável, melhorando a qualidade de vida de seus moradores. Para alcançar seus objetivos o Banco Palmas criou vários programas complementares que articulados entre si formam uma rede de produtores e consumidores) do bairro, como a escola de capacitação, incubadora para mulheres em



situação de risco, um laboratório de agricultura urbana, clubes de trocas com moda social, moeda própria que circula nos comércios do bairro, sistemas de feiras com os produtores locais e uma loja solidária.

O banco desenvolveu um sistema econômico comunitário que conta com uma linha de microcrédito alternativo para produtores e consumidores, instrumentos de consumo local como cartão de crédito e moeda própria e alternativas de comercialização, promovendo localmente geração de emprego e renda para os mais pobres.

O incentivo à economia local não só do Banco Palmas, mas de outras ações parecidas de economia solidária, além de passar pelo microcrédito em si, é realizado por meio de outras ações, como o incentivo à produção, prestação de serviços e comercialização. Há vários exemplos de proprietários locais que com a ajuda do microcrédito conseguiram se firmar no mercado. São vários exemplos de mercadinhos, confecções, salões de beleza, enfim microempreendimentos.

No conjunto Palmeiras há muito verde, também entre as casas. Lá os moradores têm uma chance de produzir para seu próprio consumo na forma de jardins comunitários, o que dá uma visão totalmente diferente do bairro e dos próprios moradores.

Há também no bairro uma estação de rádio local a Rádio Santo Dias, uma nova emoção no ar. Nesta estação de rádio o Banco Palmas tem toda semana um horário de emissão para informar os moradores sobre o desenvolvimento e as mais novas atividades.

O Conjunto Palmeiras está saindo da pobreza. Ao invés de barracos estão aparecendo cada vez mais casas restauradas no bairro. O sucesso do Banco Palmas está chamando a atenção de universidades, pesquisadores, associações de moradores de outras cidades, etc. Até agora o bairro não tem nenhum hotel ou pousada e as pessoas têm que se hospedar a 25km do bairro no centro da cidade.

O dinheiro dos visitantes vai parar nas mãos de grandes redes de hotéis e táxis. Por isso foi decidido, através do programa PLIES (Plano Local de Investimento Estratégico), é um planejamento massivo, concentrado e rápido, que finaliza com uma carteira de projetos para o bairro, construir uma pensão ao lado do Banco Palmas.

O país precisa reconhecer o novo segmento econômico que é a Economia Solidária. Como citado no parágrafo anterior o Ceará é o segundo estado brasileiro com maior volume de empreendimentos solidários do Brasil. São 1.249 células mapeadas no

Atlas da Economia Solidária no Brasil. Com outras seis incorporadas depois de esse estudo ter sido realizado em 2005, a totalização é de 1.255 negócios solidários no Estado.

Este setor movimentava R\$ 6 bilhões por ano em todo o País, afirmou o diretor da Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes), Dione Manetti que defende a regulamentação da economia solidária no Brasil. A Senaes é vinculada ao Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

Segundo o Atlas, 64% dos empreendedores solidários entrevistados em 2005 declararam que juntos geram uma receita bruta superior a R\$ 96,7 milhões por ano, sem descontar os gastos com a produção. Outros 36% não apontaram o valor da produção. O documento disponível no site do Ministério não traz as informações detalhadas por Estado.

Foram identificados em 2005 no Atlas da Economia Solidária 14.954 Empreendimentos Econômicos Solidários em 2.274 municípios do Brasil. Isso significa que cerca de quatro em cada dez municípios do País contam com iniciativas de economia solidária.

O levantamento mostra uma maior concentração dos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) no Nordeste, com 44%. Os 56% restantes estão distribuídos assim: 13% no Norte, 14% no Sudeste, 12% no Centro-Oeste e 17% no Sul.

Segundo o diretor da Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes), Dione Manetti, o Estado com o maior número de empreendimentos solidários no Brasil é o Ceará que já está exportando a mais bem sucedida de suas experiências em economia solidária que é o Banco Palmas.

A experiência de economia solidária no Brasil já transbordou para outros países como a Venezuela. A parceria teve início em 2006, quando o governo da Venezuela, através do Ministério da Economia Popular (Minep), enviou uma comissão de 20 técnicos para conhecer de perto todo o processo de funcionamento do Banco Palmas, pioneiro na experiência de bancos comunitários no Brasil. Em julho deste ano, a comissão esteve pela segunda vez no Ceará para consolidar o intercâmbio de experiências entre os dois países.

O Banco Palmas participa de várias redes locais e internacionais de socioeconomia solidária, sendo um dos criadores da Rede Cearense. Integra a

coordenação, através de ONG's, instituições governamentais, sindicatos, cooperativas, universidades e empreendedores solidários em todo Brasil.

Há desenvolvimento quando as comunidades passam a gerar seu próprio crescimento econômico, através do desenvolvimento do sentido comunitário, se integrando cada vez mais, e tendo como resultado a conquista dos grupos organizados na comunidade, deixando de esperar apenas por doações, por políticos e governos. Dessa forma, o Banco Palmas trouxe melhorias não só localmente, mas influenciou regiões vizinhas como mostra o quadro a seguir.

O Conjunto Palmeira, através da iniciativa de seus moradores, buscou enfrentar a pobreza através de estratégia inovadora, o *Banco Palmas*, que desenvolve as habilidades pessoais de seus moradores, favorecendo o desenvolvimento pessoal e social, de forma a proporcionar informação, educação, capacitação e aperfeiçoar as aptidões individuais.

A comunidade do Conjunto Palmeira protagoniza um desenvolvimento local inovador de inclusão social coletiva, onde seus habitantes vencem a pobreza por meio de escolhas e oportunidades socializadas, que refletem na valorização de seus recursos, talentos e na auto-estima da comunidade.

O Banco Palmas é um símbolo de oportunidades possíveis para aquisições de bens materiais e sociais no qual essa comunidade conseguiu caminhar em direção ao desenvolvimento econômico e social.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa analisou o microcrédito como instrumento de desenvolvimento econômico e social. Mostrou-se que o microcrédito é capaz de criar bifurcações diversas como a criação do Banco Palmas, um exemplo de Economia Solidária, que surgiu com o apoio de ONGs e da população do Conjunto Palmeira no qual se organizaram e montaram um Banco de Crédito Comunitário.

A criação do banco aumentou a renda das famílias devido o acesso ao crédito. O Banco Palmas criou o Palma, uma moeda social com a qual os moradores compram, vendem e movimentam a economia local. Os moradores conseguem a moeda com o próprio trabalho ou com empréstimos do banco. A população compra no bairro para ajudar os próprios moradores, pois a união dos moradores traz mais desenvolvimento, pois gera emprego e renda, melhorando assim a vida da população local.

As estratégias utilizadas pela comunidade do Conjunto Palmeira demonstra que a união da população em busca de melhorias na qualidade de vida podem exercitar sua cidadania e serem capazes de produzir transformações em suas realidades, pois o poder de mobilização de comunidades carentes é muito mais forte do que a simples aplicação de projetos.

O Conjunto Palmeira cresce a cada dia e sua experiência está sendo levada para todo o país, pois seu objetivo de romper o ciclo da pobreza e melhorar a renda da população com projetos de desenvolvimento social local ajudam a promover o desenvolvimento humano.

O objetivo do microcrédito é a busca da sustentação em um conjunto de estratégias de crédito assistido que sejam capazes de substituir as garantias reais exigidas pelo sistema bancário tradicional, procurando assim auxiliar a população desprovida dessas garantias.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Sergio Darcy; SOARES, Marden Marques. **Democratização do Crédito no Brasil:** atuação do Banco Central. 2004, 55p.

AMARAL, Carlos. **Microfinanças e Produção Sustentável nos Ambientes Costeiro e Marinho no Brasil:** Possibilidades e Desafios. Estudo realizado a partir de solicitação da Agência Costeira, Fevereiro de 2005, 61p.

ATLAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA. **Ceará é o segundo em Economia Solidária.** Jornal Diário do Nordeste, 2007.

BANCO PALMAS. **História do Conjunto Palmeira e do Banco Palmas.** Disponível em <http://www.bancopalmas.org.br>. Acesso em julho de 2008.

BANCO PALMAS. **Ações do Banco Palmas.** Disponível em <http://www.bancopalmas.org.br>. Acesso em julho de 2014.

BARONE, Francisco Marcelo; DANTAS, Valdi; LIMA, Paulo Fernandes; REZENDE, Valeria. **Introdução ao Microcrédito.** Conselho da Comunidade Solidária, 2002.

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

CARNEIRO, Murilo. **Modelo de previsão de clientes insolventes no microcrédito:** um estudo de caso com a Crescer - Crédito Solidário. Fonte Anais do XVII SLADE (Sociedade Latino-Americana de Estratégia). Congresso realizado em Itapema/Santa Catarina – Brasil, abril de 2004, 16p.

CAVALCANTE, Ana Mary C. **Brasil afora:** a multiplicação do Palmas. Jornal O Povo, 2008.

DINIZ, João Hélder. **Estudo sobre experiências de geração de renda e oferta de recursos financeiros às famílias pobres.** 2002.

FARRANHA, Ana Claudia. **Novas e velhas elaborações:** anotações sobre o microcrédito no Brasil, 2005.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). **Centro de Estudos em Microfinanças (CEMF).** Disponível em <http://www.eaesp.fgvsp.br>. Acesso em março de 2014.

GERALDO, Ivete. **O impacto do microcrédito na trajetória sócio-ocupacional das mulheres empreendedoras:** a experiência do Blusol. Florianópolis, 2005.

INSTITUTO PALMAS DE DESENVOLVIMENTO E SOCIOECONOMIA SOLIDÁRIA. **Relatório anual de 2010,** Fortaleza (documento interno).

INSTITUTO PALMAS DE DESENVOLVIMENTO E SOCIOECONOMIA SOLIDÁRIA. **Rede Brasileira de Bancos Comunitários**, 2011. Disponível em <http://www.bancopalmas.org.br>. Acesso em maio de 2014.

JOAQUIM, João. Relembrando Nossa História...**Revista Bahia Análise e Dados**, 2002, 8p.

JANSSON, T.; M. WENNER. **Financial regulation and its significance for microfinance in Latin America and the Caribbean** (La regulación financiera y su importancia para las actividades de microfinanciamiento en América Latina y el Caribe). Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo, 1997.

LABORATÓRIO INTERDISCIPLINAR DE ESTUDOS EM GESTÃO SOCIAL (LIEGS/UFC). **Avaliação de impactos e imagem: Banco Palmas 10 anos**. 2008.

MELO, Liana. **Aceita palmas? No país do real, os mais pobres driblam a falta de dinheiro com a criação de moedas próprias**. Istoé Online, 2003. Disponível em <http://www.terra.com.br>. Acesso em julho de 2014.

MENEZES, Melissa Silva. **Moedas Locais: uma investigação exploratória sobre seus potenciais como alternativa à exclusão financeira a partir do caso do Banco Bem em Vitória/ES**. Dissertação de Mestrado, Belo Horizonte, Cedeplar 2007.

MONZONI NETO, Mario Prestes. **Impacto em Renda do Microcrédito: uma investigação empírica sobre geração de renda do Crédito Popular Solidário (São Paulo Confia), no Município de São Paulo**. Tese de Doutorado, 2006, FGV – SP.

NERI, Marcelo; MEDRADO, André Luiz. **Experimentando Microcrédito: Uma Análise do Impacto do CrediAMIGO sobre Acesso a Crédito**. Ensaio Econômico. Escola de Pós-Graduação em Economia da Fundação Getúlio Vargas. Dezembro de 2005.

NERI, Marcelo. **O Mistério Nordestino e o Grameen Brasileiro**. Revista Conjuntura Econômica, março de 2008.

PARENTE, Silvana. **Microfinanças: saiba o que é um banco do povo**. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2002, 192 p.

PEREIRA, Almir da Costa. **Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO): Descrição, Resultados e Perspectivas**. Porto Alegre, RS, Junho, 2007.

RHYNE, E.; HOLT, S. **Women in Finance and Enterprise Development**. Education and Social Policy Discussion Paper 40, World Bank, Washington, D.C. 1994.

RODRIGUES, Raimundo Nonato Moura. **O impacto do microcrédito do Banco Popular de Teresina na renda do empreendedor de confecções**. Dissertação de Mestrado, 2008, 57p.

RIGO, Ariádne Scalfoni. **Moedas Sociais e Bancos Comunitários no Brasil: Aplicações e Implicações, Teóricas e Práticas**. Tese de Doutorado, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, 2014, 344p.

SEBRAE. **Microcrédito e OSCIP**, 2005. Disponível em <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em julho de 2014.


SEBRAE. **Programa SEBRAE de Microcrédito**, 2008. Disponível em <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em julho de 2014.

SILVA, Roberto Vilela de Moura. **Disseminação de Programas Públicos de Microcrédito: o caso da região metropolitana de São Paulo**. Escola de Administração de Empresas de São Paulo – Fundação Getúlio Vargas, fevereiro de 2007, 186p.

SILVEIRA FILHO, Jaime Albuquerque. **Microcrédito na Região Metropolitana do Recife: Experiência Empreendedora do CEAPE**. Dissertação de Mestrado, Recife, Pernambuco, setembro/2005.

UNIDADE DE ACESSO A SERVIÇOS FINANCEIROS (UASF). **Crediamigo é a 2ª maior instituição de finanças**, 2007. Disponível em <http://www.uasf.sebrae.com.br>. Acesso em maio de 2014.

YUNUS, Muhammad. **O Banqueiro dos Pobres**. Londres: Public Affairs, 1999, 343p.



O estudo do microcrédito é um importante instrumento de desenvolvimento econômico e social na perspectiva de economia solidária. Muitos bancos solidários foram criados nas últimas décadas, e o Banco Palmas, na cidade de Fortaleza no Estado do Ceará, é um exemplo desses casos de sucesso. O Banco Palmas consiste num sistema financeiro solidário criado, em 1988, pela Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira. O objetivo do banco é proporcionar o desenvolvimento local e solidário do Conjunto Palmeira, através de programas complementares como a escola de capacitação, incubadora para mulheres em situação de risco, laboratório de agricultura urbana, moeda própria que circula nos comércios do bairro, sistemas de feiras com os produtores locais e uma loja solidaria. Os bancos populares mostram que é possível a realização de projetos de desenvolvimento solidário auto sustentáveis.