



UNIVERSIDADE SALVADOR - UNIFACS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO
REGIONAL E URBANO
MESTRADO EM ANÁLISE REGIONAL

JOSÉ NELIO MONTEIRO CORSINI

MICROCRÉDITO E INSERÇÃO SOCIAL EM CIDADES BAIANAS:
ESTUDO DA EXPERIÊNCIA DO CENTRO DE APOIO AOS PEQUENOS
EMPREENHIMENTOS DA BAHIA - CEAPE/BAHIA

Salvador
2007

JOSÉ NELIO MONTEIRO CORSINI

**MICROCRÉDITO E INSERÇÃO SOCIAL EM CIDADES BAIANAS:
ESTUDO DA EXPERIÊNCIA DO CENTRO DE APOIO AOS PEQUENOS
EMPREENHIMENTOS DA BAHIA - CEAPE/BAHIA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano, Universidade Salvador – UNIFACS, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Análise Regional.

Orientadora: Prof^a. Doutora Débora de Lima Nunes Sales

Salvador
2007

FICHA CATALOGRÁFICA

(Elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da Universidade Salvador - UNIFACS)

Corsini, José Nélio Monteiro

Microcrédito e inserção social em cidades baianas: estudo da experiência do centro de apoio aos pequenos empreendimentos da Bahia – Ceape-Bahia/José Nélio Monteiro Corsini. - Salvador, 2007.

180 f.

Dissertação (mestrado) - Universidade Salvador – UNIFACS. Mestrado em Análise Regional, 2007.

Orientadora: Profa. Débora de Lima Nunes Sales

1. Microcrédito. 2. Inserção social - Brasil. 3. Empreendedorismo. I. Sales, Débora de Lima Nunes, orient. II. Título.

CDD: 332.30981

TERMO DE APROVAÇÃO

JOSÉ NELIO MONTEIRO CORSINI

MICROCRÉDITO E INSERÇÃO SOCIAL EM CIDADES BAIANAS:
ESTUDO DA EXPERIÊNCIA DO CENTRO DE APOIO AOS PEQUENOS
EMPREENDIMENTOS DA BAHIA - CEAPE/BAHIA

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Análise Regional,
Universidade Salvador – UNIFACS, pela seguinte banca examinadora:

Carlos Alberto da Costa Gomes _____
Doutor em Ciências Militares – Escola de Comando e Estado Maior do Exército (ECEME)
Universidade Salvador – UNIFACS

Débora de Lima Nunes Sales – Orientadora _____
Doutora em Urbanismo – Université de Paris XII - França
Universidade Salvador - UNIFACS

Elsa Sousa Kraychete _____
Doutora em Administração – Universidade Federal da Bahia
Universidade Católica do Salvador - UCSAL

Nilton Vasconcelos Júnior _____
Doutor em Administração – Universidade Federal da Bahia
Centro Federal de Educação Tecnológica da Bahia – CEFET

Salvador, 6 de setembro de 2007

Aos milhares de empreendedores e empreendedoras,
que labutam diariamente na busca de
trabalho digno e cidadania
na economia informal.

A Conceição, Allan e Afrânio, companheira e filhos,
pelo carinho e compreensão ao longo
desta jornada.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é resultado de uma caminhada na expectativa de melhorar as condições de vida das pessoas que trabalham na informalidade. Muitas pessoas me ajudaram...

Aos colegas do Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos da Bahia – Ceape/Bahia, pela experiência e aprendizado que compartilhamos ao longo desses anos.

À turma do mestrado, à qual muito devo, pelo enorme incentivo ao trabalho, particularmente as colaborações de Josias e Elioenai, companheiros desta batalha.

Aos amigos e amigas da Rede Ceape e do Fórum de Microfinanças da Bahia, no qual encontramos o pouco que aprendemos nesses anos de convivência.

Aos companheiros e companheiras de Disop, pelas contribuições dadas à instituição.

Ao amigo Valdi Dantas, fundador da Rede Ceape, responsável pelo convencimento à dedicação ao microcrédito.

À amiga Graças Borges, com quem fiz as primeiras visitas a empreendedores e empreendedoras na cidade do Recife e a quem devo a noção da simplicidade do microcrédito.

À amiga Gilvanete Pereira, que tanto contribuiu nas trocas de idéias e sugestões ao trabalho.

Aos professores e funcionários da coordenação do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano – PPDRU, pela dedicação, incentivo e apoio à pesquisa realizada. Lembranças especiais do Prof. Sylvio Bandeira, confidente das idéias iniciais do projeto e do Prof. Costa Gomes pelas contribuições da metodologia.

Ao companheiro de jornada Clovis Lima, presidente do Ceape, pela confiança e companheirismo, extensivo a todas as pessoas sócias e conselheiras da instituição.

À Professora Débora Nunes, educadora dedicada à problemática da pobreza, minha orientadora, um agradecimento especial pela sabedoria, paciência e gentileza na condução do trabalho.

Muito obrigado

O maior problema das populações pobres não é propriamente a fome, mas a falta de cidadania que os impede de se tornarem sujeitos de história própria [...].

Pedro Demo (1998, p.5, apud ONU)

RESUMO

A partir da investigação de experiência levada a efeito pelo Ceape/Bahia, desenvolve-se um estudo sobre a relação entre microcrédito e inserção social em cidades baianas, cujas bases teóricas repousam sobre o que se denomina “economia da pobreza e microcrédito”: a formação dos circuitos superior e inferior da economia, compreendendo os pequenos empreendimentos da economia informal urbana, como resultado da urbanização e da reestruturação produtiva da economia brasileira nas últimas décadas, destacando o financiamento das iniciativas econômicas de pequena dimensão na perspectiva da inserção social de empreendedores e empreendedoras. A metodologia que orientou a pesquisa, aqui relatada, conduziu à obediência dos seguintes passos: primeiro, o entendimento da terminologia referente à inserção social e a coleta e tratamento das informações do banco de dados existentes no Ceape. Em seguida, uma pesquisa de campo, em que foram realizadas entrevistas com uma amostra representativa de clientes para buscar a percepção dos beneficiários do microcrédito. Com a fundamentação propiciada por uma visão panorâmica das experiências de microcrédito no Brasil e no mundo, o estudo concentra-se no caso do Ceape/BA, apresentando um breve histórico da organização, a estrutura institucional e a área geográfica do atendimento. Estuda as características de clientes, empreendimentos financiados e das operações de microcrédito concedidas no período investigado. A análise dos dados obtidos na pesquisa de campo focaliza o impacto do microcrédito sobre a condição material de vida e sociabilidade dos clientes em busca de evidências para responder ao problema, à hipótese e aos objetivos da investigação, na perspectiva da inserção social das pessoas beneficiárias. A pesquisa constatou evidências da contribuição do microcrédito na inserção social dos empreendedores e empreendedoras em decorrência da aplicação dos recursos nas atividades produtivas financiadas, repercutindo em diversos aspectos das condições materiais de vida e sociabilidade dos clientes.

Palavras-chave: Subdesenvolvimento. Inserção social. Microcrédito. Microfinanças. Pobreza.

ABSTRACT

A study developed from the inquiry of an experience put into effect by the Ceape/Bahia, identifies the relation between microcredit and social insertion in *Bahia's* cities. The theoretical basis of the study rely on what is called "economy of the poverty and microcredit": the upper and lower circuits of the economy, understanding the small enterprises of the urban informal economy, as a result of the urbanization and the productive reorganization of the Brazilian economy in the last decades, detaching the financing of the economic initiatives of small dimension in the perspective of the social insertion of entrepreneurs. The methodology that guided the research lead to the obedience of the following steps: first, the understanding of the terminology that leads to social insertion, as well as to the collection and treatment of information of Ceape's data-base. Afterwards, it was carried out a field research when a representative sample of costumers were interviewed to search the perception of the microcredit beneficiaries. With the recital propitiated for a panoramic vision of the experiences of microcredit in Brazil and the world, the study concentrates in the case of the Ceape/Bahia, presenting a historical briefing of the organization, the institucional structure and the geographic area of the attendance. It studies the characteristics of costumers, the financed enterprises and the granted operations of microcredit in the investigated period. The analysis of the data gotten in the field research focuses the impact of the microcredit on the material condition of life and sociability of the costumers, in search of evidences to answer to the problem, the hypothesis and the objectives of the inquiry, in the perspective of the social insertion of the beneficiary people. The research verified evidences of the contribution of the microcredit in the social insertion of the entrepreneurs in result of the application of the resources in the financed productive activities, repercuting in diverse aspects of the material conditions of life and the sociability of the costumers.

Keywords: Underdevelopment. Social insertion. Microcredit. Microfinances. Poverty.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Indicadores de pobreza, urbana e rural na Região Nordeste e no Brasil - 2004	52
Tabela 2 -	Indicadores de pobreza urbano e rural da Bahia e RMS Salvador - 2004	53
Tabela 3 -	População total, rural e urbana dos municípios atendidos – 2000	79
Tabela 4 -	Índice de desenvolvimento humano municipal dos municípios atendidos (IDHM) – 2000	80
Tabela 5 -	PIB municipal, a preços correntes, e participação percentual no PIB da Bahia – 2004	81
Tabela 6 -	Clientes ativos do Ceape/BA, segundo o estado civil e a participação percentual na carteira de clientes – 31/12/2005	86
Tabela 7 -	Clientes novos do Ceape/BA liberados, segundo números absoluto e percentual de dependentes – janeiro 2000 a dezembro 2005	86
Tabela 8 -	Clientes novos do Ceape/BA liberados de janeiro 2000 a dezembro de 2005, em números absoluto e percentual por grupos idade no primeiro crédito – 2005	87
Tabela 9 -	Clientes ativos do Ceape/BA, segundo números absoluto e percentual de empreendimentos por setor da atividade econômica – 31/12/2005	88
Tabela 10 -	Clientes ativos do Ceape/BA, segundo números absoluto e percentual de mulheres e homens nos empreendimentos por setor da atividade econômica 31/12/2005	89
Tabela 11 -	Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de comércio, segundo números absoluto e percentual por ramo de atividade econômica – 31/12/2005	89
Tabela 12 -	Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de comércio, ramo de vestuário, segundo números absoluto e percentual por atividade comercial – 31/12/2005	90
Tabela 13 -	Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de comércio, do ramo de alimentos, segundo números absoluto e percentual por atividade comercial –31/12/2005	91
Tabela 14 -	Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de comércio, ramo de bebidas, segundo números absoluto e percentual por atividade comercial – 31/12/2005	91
Tabela 15 -	Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de produção, segundo números absoluto e percentual por ramo de atividade – 31/12/2005	92
Tabela 16 -	Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de produção, ramo de vestuário, segundo números absoluto e percentual por atividade econômica – 31/12/2005	93
Tabela 17 -	Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de prestação de serviços, segundo números absoluto e percentual por ramo de atividade econômica – 31/12/2005	93
Tabela 18 -	Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de prestação de serviços, ramo de serviços pessoais, segundo números absoluto e percentual por atividade – 31/12/2005	94
Tabela 19 -	Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de prestação de serviços, ramo de serviço de reparação e conserto, segundo números absoluto e percentual por atividade – 31/12/2005	94
Tabela 20 -	Quantidade anual de créditos liberados no período de 2000 a 2005, valor total liberado e valor médio em reais – 2005	95
Tabela 21 -	Número anual de créditos novos liberados no período 2000 a 2005, valor total liberado e valor médio em reais – 2005	96
Tabela 22 -	Número de créditos novos liberados no período 2000 a 2005 e valor liberado em reais, por setor da atividade econômica – 2005	97
Tabela 23 -	Número anual de créditos renovados liberados, no período 2000 a 2005, valor total liberado e valor médio em reais – 2005	98
Tabela 24 -	Empreendimentos, financiados pelo Ceape/BA no período 2000 a 2005, segundo a existência ou não de registro do CNPJ no cadastro de clientes novos – 2005	99
Tabela 25 -	Empreendimentos financiados pelo Ceape/BA no período 2000 a 2005, segundo classificação no cadastro de clientes novos – 2005	100
Tabela 26 -	Clientes ativos do Ceape/BA, em 31 de dezembro 2005, em números absoluto e percentual por posto de serviço de atendimento regionalizado – 2005	101

Tabela 27 -	Créditos liberados pelo Ceape/BA, no período 2000 a 2005, segundo números absoluto e percentual por posto de serviço – 2005	102
Tabela 28 -	Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo distribuição geográfica de entrevistas por posto de serviço – 2006	105
Tabela 29 -	Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo a posse do local de funcionamento dos empreendimentos de entrevistados – 2006	105
Tabela 30 -	Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo a posse do local de residência – 2006	106
Tabela 31 -	Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo grupos de idade dos entrevistados – 2006	107
Tabela 32 -	Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo estado civil dos entrevistados – 2006	108
Tabela 33 -	Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo grupos de escolaridade dos entrevistados – 2006	109
Tabela 34 -	Empreendimentos de clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo distribuição por setor da atividade econômica – 2006	112
Tabela 35 -	Empreendimentos de clientes do Ceape/BA, segundo ramos de atividade comercial – 2006	113
Tabela 36 -	Modalidade da informação sobre o microcrédito para os clientes financiados pelo Ceape/BA - 2006	116
Tabela 37 -	Participação dos clientes do Ceape/BA na formação empreendedora oferecida – 2006	116
Tabela 38 -	Clientes do Ceape/BA segundo a modalidade do microcrédito recebido – 2006	117
Tabela 39 -	Clientes do Ceape/BA, segundo benefícios do microcrédito para o cliente e família – 2006	120
Tabela 40 -	Influência do microcrédito na presença de filho(a)s dos clientes do Ceape/BA na escola – 2006	120
Tabela 41 -	Nível de envolvimento de familiares dos clientes do Ceape/BA nas atividades dos negócios financiados – 2006	121
Tabela 42 -	Contribuição do microcrédito do Ceape/BA para a compra de objetos ou acesso a serviços de uso familiar – 2006	122
Tabela 43 -	Contribuição do microcrédito para aquisição, reforma ou ampliação da casa de residência dos clientes – 2006	123
Tabela 44 -	Contribuição do microcrédito do Ceape/BA para os estudos dos clientes – 2006	123
Tabela 45 -	Aproveitamento da orientação técnica do Ceape/BA aos clientes – 2006	124
Tabela 46 -	Influência do microcrédito do Ceape/BA na movimentação comercial dos empreendimentos – 2006	125
Tabela 47 -	Influências observadas no fortalecimento dos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA – 2006	126
Tabela 48 -	Mudanças nos negócios atribuídas ao microcrédito do Ceape/BA – 2006	127
Tabela 49 -	Ajuda do microcrédito do Ceape/BA na compra de local para funcionamento do negócio financiado – 2006	127
Tabela 50 -	Oscilação no movimento da clientela dos empreendimentos atendidos pelo microcrédito do Ceape/BA – 2006	128
Tabela 51 -	Influência do microcrédito nas vendas dos clientes do Ceape/BA – 2006	129
Tabela 52 -	Comportamento do lucro dos negócios que utilizaram o microcrédito do Ceape/BA – 2006	129
Tabela 53 -	Relação entre o microcrédito e a autonomia pessoal do cliente – 2006	130
Tabela 54 -	Contribuição do microcrédito no aprendizado de fazer negócios dos clientes do Ceape/BA – 2006	131
Tabela 55 -	Contribuição do microcrédito para a realização de negócios dos clientes – 2006	132
Tabela 56 -	Existência de conta bancária antes e após a utilização do microcrédito do Ceape/BA – 2006	132
Tabela 57 -	Pessoas ocupadas nos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA – 2006	134

Tabela 58 -	Frequência de familiares ocupados nos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA – 2006	135
Tabela 59 -	Frequência de pessoas ocupadas nos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA, inclusive o proprietário(a) – 2006	135
Tabela 60 -	Característica das pessoas ocupadas nos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA – 2006	136
Tabela 61 -	Frequência de tipos de familiares ocupados nos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA – 2006	137
Tabela 62 -	Disponibilidade de tempo de trabalho das pessoas ocupadas nos negócios – 2006	138
Tabela 63 -	Forma de pagamento do trabalho realizado nos empreendimentos financiados – 2006	138
Tabela 64 -	Contribuição do microcrédito para o cliente do Ceape/BA como pessoa – 2006	139
Tabela 65 -	Influência do microcrédito na participação em atividades comunitárias – 2006	141
Tabela 66 -	Sentimento de colaboração do microcrédito na vida pessoal das mulheres clientes do Ceape/BA – 2006	142
Tabela 67 -	Sentimento de colaboração do microcrédito na vida pessoal dos homens, clientes do Ceape/BA – 2006	143
Tabela 68 -	Tipo de apoio e benefícios do governo para a pessoa ou família do cliente – 2006	144
Tabela 69 -	Percepção dos clientes sobre os benefícios do microcrédito do Ceape/BA para os empreendedores mais pobres – 2006	145
Tabela 70 -	Contribuição ao exercício da cidadania para os empreendedore(a)s financiados pelo Ceape/BA – 2006	145
Tabela 71 -	Principais dificuldades para a obtenção do microcrédito do Ceape/BA – 2006	147
Tabela 72 -	Principais facilidades para a obtenção do microcrédito do Ceape/BA – 2006	147
Tabela 73 -	Dificuldades para a participação no grupo solidário do microcrédito do Ceape/BA – 2006	148
Tabela 74 -	Avaliação da experiência de participação no grupo solidário do Ceape/BA – 2006	149

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Instituições habilitadas no Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PMNPO) - 2007	69
Quadro 2 - Ceape, parcerias mais importantes na estruturação da instituição - 2007	77
Quadro 3 - Ceape, postos de serviços e cidades baianas atendidas - 2005	78

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Abcred	Associação Brasileira dos Dirigentes de Entidades Gestoras e Operadoras de Microcrédito, Crédito Popular Solidário e Entidades Similares
Banco da Mulher	Associação Brasileira para o Desenvolvimento da Mulher
Banmulher	Associação de Crédito da Mulher Trabalhadora da Região Sudoeste da Bahia
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
Bndes	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
Ceade	Centro Ecumênico de Apoio ao Desenvolvimento
Ceape/BA	Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos do Estado da Bahia
Ceape/PB	Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos do Estado da Paraíba
Ceape/NA	Centro Nacional de Apoio aos Pequenos Empreendimentos
Crediamigo	Programa de Microcrédito do Banco do Nordeste
Credibahia	Programa de Microcrédito do Governo da Bahia
Desenbahia	Agência de Fomento do Estado da Bahia S.A
Dieese	Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos
Disop	Organização para cooperação internacional a projetos de desenvolvimento
Disopbrasil	Instituto de Cooperação Belgo-Brasileira para o Desenvolvimento Social
Fenape	Federação Nacional de Apoio aos Pequenos Empreendimentos
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IPCA	Índice de Preços ao Consumidor Amplo
MOC	Movimento de Organização Comunitária
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
Oscip	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
Unicef	Fundo das Nações Unidas para Infância e Adolescência
PIB	Produto Interno Bruto
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
Pnud	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
RMS	Região Metropolitana de Salvador
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEI	Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais
Setre	Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte
UNO	União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
2 METODOLOGIA	22
2.1 ENTENDIMENTO SOBRE INSERÇÃO SOCIAL	23
2.2 TIPO E NATUREZA DA PESQUISA	26
2.3 UNIVERSO PESQUISADO E AMOSTRA REPRESENTATIVA	27
2.4 COLETA E PROCESSAMENTO DAS INFORMAÇÕES	29
2.5 PESQUISA DE CAMPO	30
2.6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	32
3 “ECONOMIA DA POBREZA” E MICROCRÉDITO	33
3.1 INTRODUÇÃO	33
3.2 ECONOMIA INFORMAL URBANA E POBREZA	34
3.2.1 A formação dos dois circuitos da economia	34
3.2.2 Os circuitos da economia e a pobreza	36
3.2.3 A complexidade da urbanização e da pobreza	39
3.2.4 A urbanização e a informalidade da economia	41
3.2.5 A pobreza e a exclusão social: o entendimento e a dimensão	43
3.2.5.1 A pobreza vista como um problema estrutural da sociedade	44
3.2.5.2 A pobreza focada no indivíduo e na sua interação social	46
3.2.5.3 Uma breve abordagem da exclusão social	48
3.2.5.4 A discussão sobre a mensuração da pobreza	50
3.3 VISÃO PANORÂMICA DE PEQUENOS EMPREENDIMENTOS E MICROCRÉDITO	54
3.3.1 Pequenos empreendimentos	55
3.3.2 Terminologias utilizadas nos programas de microcrédito	58
3.3.3 Panorama do microcrédito no mundo	61
3.3.4 Panorama do microcrédito no Brasil	64
3.3.4.1 As primeiras experiências do microcrédito	64
3.3.4.2 A conquista de espaços na sociedade brasileira	66
3.3.5 As organizações promotoras do microcrédito na Bahia	70
4 O CASO EM ESTUDO	73
4.1 BREVE HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO	73
4.2 ASPECTOS INSTITUCIONAIS	75
4.2.1 Bases legais de funcionamento	75
4.2.2 Missão e visão institucional	76
4.2.3 Estrutura técnica e administrativa	77
4.2.4 Parcerias e cooperação	77
4.3 ÁREA GEOGRÁFICA E ESTRUTURA DO ATENDIMENTO	78
4.3.1 Estrutura de atendimento	78
4.3.2 População dos municípios atendidos	79
4.3.3 Índice de desenvolvimento humano e PIB municipal	79
4.4 REGIONALIDADE NO PROCESSO DE CRÉDITO	82
4.4.1 A estratégia de ação	82
4.4.2 Divulgação e concessão do crédito	83
4.5 CARACTERIZAÇÃO DO CLIENTE	85
4.6 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO FINANCIADO	87

4.7 O MICROCRÉDITO CONCEDIDO PELO CEAPE/BA	95
4.7.1 Quantidade e valores emprestados	95
4.7.2 A modalidade do microcrédito	99
4.8 ORGANIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS	99
4.9 PONTOS DE ATENDIMENTO	101
5 PESQUISA DE CAMPO: MICROCRÉDITO, CONDIÇÃO MATERIAL DE VIDA E SOCIABILIDADE DOS CLIENTES	104
5.1 TERRITORIALIDADE DO ATENDIMENTO AOS CLIENTES	104
5.1.1 Localização do atendimento	104
5.1.2 Local de trabalho e de residência	105
5.2 CARACTERIZAÇÃO DAS PESSOAS ENTREVISTADAS	107
5.2.1 Idade dos participantes	107
5.2.2 Sexo e estado civil	108
5.2.3 Escolaridade das pessoas entrevistadas	109
5.3 CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS DOS ENTREVISTADOS	111
5.3.1 Setor econômico e ramo de atividade	111
5.3.2 Relação entre o microcrédito e a fragilidade dos empreendimentos	114
5.4 POLÍTICAS DE ATENDIMENTO AOS CLIENTES	115
5.4.1 Divulgação dos serviços	115
5.4.2 Formação empreendedora	116
5.4.3 Garantia das operações de microcrédito	117
5.4.4 A aplicação do microcrédito	118
5.5 NATUREZA FAMILIAR DOS EMPREENDIMENTOS	119
5.6 IMPACTO DO MICROCRÉDITO: EFEITOS E CONSEQUÊNCIAS	125
5.6.1 Influência do microcrédito no empreendimento e no empreendedor	125
5.6.2 Microcrédito e experiência bancária	132
5.6.3 Microcrédito: ocupação e emprego	134
5.6.3.1 Ocupação e emprego nos empreendimentos	134
5.6.3.2 Jornada de trabalho e remuneração	137
5.7 ASPECTOS POLÍTICOS E CIDADANIA	139
5.7.1 Contribuição à pessoa	139
5.7.2 Gênero e participação comunitária	140
5.7.3 Apoio e benefícios do poder público	143
5.7.4 Opinião do cliente sobre o microcrédito	144
5.8 ACESSO AOS SERVIÇOS PRESTADOS	146
5.8.1 Dificuldades para a obtenção do microcrédito	146
5.8.2 Dificuldades de participação no grupo solidário	148
5.9 INDICAÇÕES AO CEAPE/BA E PROGRAMAS DE MICROCRÉDITO	149
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	152
REFERÊNCIAS	157
APÊNDICE A	162
APÊNDICE B	167
APÊNDICE C	169
APÊNDICE D	170
BREVE CURRÍCULO DO AUTOR	179
AUTORIZAÇÃO PARA REPRODUÇÃO	180

1 INTRODUÇÃO

Os empreendimentos existentes na economia informal urbana ajudam a dinamizar a geração de ocupação, de emprego e de renda da população pobre nos países em desenvolvimento, demonstrando a sua relevância no processo de inserção social de pessoas que se dedicam às atividades consideradas informais. O apoio financeiro às iniciativas dessas pessoas, sob a forma de microcréditos, tem sido considerado como uma possibilidade de redução da pobreza. Em 1997, a I Conferência Mundial sobre o Microcrédito, realizada em Washington, estabeleceu uma pretensiosa meta global a ser alcançada no ano de 2005, prevendo o atendimento, através do microcrédito a 100 milhões de famílias pobres. Ao final da campanha que perseguiu aquela meta, as estatísticas indicaram que 113 milhões de clientes tomaram empréstimos, dos quais 82 milhões foram considerados pobres, a maioria composta por mulheres, confirmando o êxito da meta almejada (MICROCREDIT, 2006).¹

Muitas organizações públicas e privadas, nacionais ou internacionais, incluindo o Banco Mundial e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), vêm fomentando o microcrédito como forma de incentivar pequenos empreendimentos e, mais recentemente, os bancos comerciais também passaram a investir nessa área. Em escala mundial, a Assembléia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU), realizada em dezembro de 1998, considerando a importância social do microcrédito, declarou o ano de 2005 como o ano internacional do microcrédito, assim se manifestando:

Reconoce que el acceso al microcrédito y la microfinanciación puede contribuir a lograr las metas y objetivos establecidos en conferencias y cumbres importantes de las Naciones Unidas, incluyendo los que están incluidos en la Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, particularmente los objetivos que se refieren a la erradicación de la pobreza, la igualdad entre géneros y el empoderamiento de la mujer (ORGANIZAÇÃO, 2005).

¹A primeira Conferência Mundial do Microcrédito (*Microcredit Summit*) contou com a participação de mais de 2 900 participantes, representando organizações executoras de programas de microcrédito, instituições de fomento, organismos da ONU, bancos e instituições públicas interessadas na temática. A *Microcredit Summit* foi transformada em uma ONG, dedicada especificamente ao microcrédito.

O comitê norueguês do Prêmio Nobel conferiu ao economista bengalês, Muhammad Yunus, conhecido como o "banqueiro dos pobres", e ao Grameen Bank, organização por ele fundada, o Prêmio Nobel da Paz 2006 pelo reconhecimento da sua luta por uma economia justa para os pobres. Yunus é o mentor do maior programa de microcrédito do mundo, que apóia milhões de empreendedores e empreendedoras pobres do Bangladesh, conforme notícia divulgada pelo Conselho Federal de Economia:

O Professor de economia, Yunus começou a combater a pobreza após uma mortífera fome que assolou seu país. Em 1976, fundou um pequeno banco que se propunha a oferecer acesso ao crédito aos mais pobres. Nascido em 1940 em Chittagong, Muhammad Yunus é o terceiro de uma família de 14 filhos, dos quais cinco morreram nos primeiros anos. Ele é formado pela universidade americana de Vanderbilt, no Tennessee. Yunus disse à rede pública de TV norueguesa NRK, por telefone, que está "encantado, muito encantado" com o prêmio. "Vocês estão apoiando o sonho de obter um mundo sem pobreza", acrescentou (CONSELHO, 2007).

No Brasil, o universo apoiado pelo microcrédito é constituído por pessoas de baixa renda que exercem atividades produtivas no comércio, na produção ou na prestação de serviços e que, na maioria das vezes, proporciona a própria ocupação e sobrevivência dessa parcela da população. Na visão de Dolabela (2006, p.76), atividades apoiadas pelo microcrédito possibilitam às pessoas pobres a superação da miséria em que vivem, estimulando o empreendedorismo em comunidades carentes, dada a sua capacidade de gerar renda de forma sustentável e de proporcionar uma melhoria da qualidade de vida da pessoa humana. Nessa perspectiva, o desafio que se coloca, então, é romper com o mito de que "empreendedorismo é coisa de rico", devolvendo a auto-estima e a dignidade às pessoas.

De acordo com os dados contidos no relatório do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2005, p.15), as unidades produtivas da pesquisa da economia informal urbana "caracterizam-se pela produção em pequena escala, baixo nível de organização e pela quase inexistência de separação entre capital e trabalho, como fatores de produção". Este universo é relevante, pois, em 2003, ele representava mais de 10 milhões de empreendimentos, ocupando 14 milhões de pessoas, sobretudo nas regiões mais pobres do país.

O microcrédito no Brasil tem nas suas origens uma forte motivação social, como explica Jacklen e outros (2002):

A indústria de microcrédito brasileira tem suas raízes na área social. A maior parte das instituições brasileiras surgiu a partir de iniciativas individuais ou de governos locais, cujas atividades tinham o enfoque social de impacto na pobreza. Além disso, ainda é muito pequena, de tal maneira que, hoje, todos os programas juntos não alcançam nem 1% do mercado potencial e as instituições ainda são muito jovens (JACKLEN et al., 2002, p. 132).

Além disso, o microcrédito no Brasil vem apresentando um crescimento nos últimos dez anos e percebe-se a escassez de estudos e pesquisas sobre o microcrédito como uma alternativa socioeconômica de inserção social de empreendedores e empreendedoras. É freqüente encontrar estudos de casos de sucesso, nos quais clientes do microcrédito tiveram crescimento nos empreendimentos, aumento da renda, além de relatos de melhoria das condições de vida da família como um todo sem, contudo, tratar do tema da forma como é feito na pesquisa aqui relatada, que focaliza o microcrédito como instrumento de inserção social de empreendedores e empreendedoras.

Cabe salientar que foram encontrados diversos trabalhos escritos sobre microcrédito, entre dissertações de mestrado e teses de doutorado e que duas dessas pesquisas despertaram o interesse do autor. A primeira delas, realizada por Pereira (2005), que estudou a experiência do Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos do Estado da Paraíba (Ceape/PB), resultando na dissertação do Mestrado em Economia na Universidade Federal da Paraíba. Entretanto, deve-se considerar que se trata de um enfoque distinto, pois o estudo se deteve na contribuição do microcrédito para o fortalecimento dos pequenos empreendimentos. Este trabalho mantém proximidade com a investigação aqui relatada, pois se trata de uma organização co-irmã, com origens comuns e que opera em bases técnicas e institucionais similares.

A segunda pesquisa, entre aquelas que foram consultadas, e que resultou na tese de doutoramento de Kraychete (2005), no Doutorado da Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia, estudou em profundidade as políticas desenvolvidas pelo Banco Mundial no esforço de disseminação das microfinanças em países situados na periferia capitalista, vistas por aquele organismo como uma estratégia para a formação de um mercado microfinanceiro, podendo ajudar na administração da pobreza.

Essa breve contextualização do microcrédito em escala mundial e em escala local serve para situar o propósito da pesquisa que está sendo relatada. O trabalho de investigação consistiu no estudo da experiência do Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos do Estado da Bahia (Ceape/BA), investigando as possibilidades de inserção social de empreendedores e empreendedoras, clientes do microcrédito oferecido por essa organização. Trata-se de um estudo de caso, no qual o período investigado durou de janeiro de 2000 a dezembro de 2005, em razão da necessidade de uma abrangência geográfica mais ampla e da disponibilidade de maiores informações do banco de dados.

Com o título *Microcrédito e inserção social em cidades baianas: estudo da experiência do Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos do Estado da Bahia*

(Ceape/BA), o trabalho se desenvolveu na tentativa de encontrar respostas para o problema assim formulado: Qual a contribuição dada pelo microcrédito concedido pelo Ceape/BA a empreendedores e empreendedoras de cidades baianas, atendidas pela organização, na melhoria das condições socioeconômicas, resultando na inserção social de mulheres e homens beneficiados?

A operacionalização da pesquisa seguiu os rumos apontados pela hipótese norteadora do trabalho, qual seja: os financiamentos concedidos, sob a forma de microcréditos, aplicados em pequenos empreendimentos, aumentam o faturamento, a renda, a auto-estima e a lucratividade dos negócios, possibilitando melhorias das condições socioeconômicas e proporcionando a inserção social das famílias de empreendedores e empreendedoras, clientes do Ceape/BA.

O objetivo geral da pesquisa consistiu em estudar a contribuição do microcrédito para a inserção social de empreendedores e empreendedoras de baixa renda, clientes do Ceape/BA, em cidades baianas atendidas pela organização. O estudo foi desenvolvido, de acordo com a compreensão da inserção social, exposta na seção que trata da metodologia, e cujas etapas estiveram orientadas pelos seguintes objetivos específicos:

- a) estudar as relações entre economia informal urbana, pobreza, pequenos empreendimentos e microcrédito;
- b) situar os aspectos institucionais da organização: funcionamento, área geográfica da ação, processo de crédito e relações com os clientes;
- c) conhecer o perfil socioeconômico dos tomadores de microcrédito (setor econômico, ramo de atividade, escolaridade, gênero, idade, estado civil);
- d) identificar os motivos que levam empreendedores e empreendedoras, de baixa renda, a recorrer ao microcrédito para fomentar atividades produtivas;
- e) constatar a utilização dos recursos emprestados sob a forma do microcrédito nos empreendimentos financiados;
- f) verificar as influências do microcrédito nos empreendimentos, no emprego ou ocupação de pessoas e clientes;
- g) relacionar microcrédito e aspectos sociais (membros da família, moradia, filhos na escola, serviços de saúde, retiradas, gastos familiares, pessoas ocupadas);
- h) analisar os efeitos do microcrédito como instrumento de promoção da cidadania de mulheres e homens;

- i) investigar o impacto do microcrédito nas condições de vida de empreendedores e empreendedoras em aspectos que promovam a inserção social de mulheres e homens, clientes do microcrédito.

A organização aqui estudada tem experiência de 12 anos na área do microcrédito. Nesse período, o Ceape/BA concedeu 47 295 microcréditos a 11 601 empreendedores e empreendedoras até o mês de dezembro de 2006, sendo que 7 384 microcréditos foram liberados no decorrer do ano de 2006.

O estudo utilizou duas linhas de trabalho, conforme se encontra detalhado na metodologia. A primeira tratou as informações existentes no banco de dados da instituição, enquanto a segunda foi concentrada na pesquisa de campo, buscando evidências da inserção social dos clientes. As estatísticas do banco de dados referem-se a créditos liberados no período de janeiro de 2000 a dezembro de 2005, entre os quais mais de 60% foram concedidos às mulheres empreendedoras. Mas, a condição de baixa renda dos clientes, em função do pequeno porte das iniciativas financiadas, se expressa na concentração de 73% dos créditos concedidos cujos valores alcançam R\$1 000,00 e o valor médio corresponde a R\$521,30.

O Ceape/BA é uma instituição sem fins lucrativos, dedicada ao desenvolvimento de pequenos empreendimentos, dirigidos por pessoas de baixa renda, conforme seu estatuto social, datado de 1994. A experiência é fruto da parceria da Federação Nacional de Apoio aos Pequenos Empreendimentos (Fenape), Movimento de Organização Comunitária (MOC) e Fundo das Nações Unidas para Infância e Adolescência (Unicef). Além disso, a instituição participa de uma rede de oito organizações que atende a mais de 42 mil clientes em oito Estados do país. Ao final do período estudado, em 31 de dezembro de 2005, o Ceape/BA atendia a trinta cidades do Estado da Bahia, que estão enumeradas na seção quatro, com 2 491 clientes ativos na carteira.

Além da busca de respostas para o problema científico formulado, a investigação que se realizou pode ser justificada por mais dois motivos. O primeiro deles está relacionado à relevância social da temática para os clientes, para as organizações promotoras do microcrédito, para as instituições públicas e para a comunidade em geral. O segundo, está diretamente ligado ao interesse pessoal e ao interesse profissional do autor² com a problemática do microcrédito, em função da experiência na estruturação e na gestão do Ceape/BA, bem como da participação na comunidade das microfinanças.

²Colaborador do Ceape/BA, exercendo a função de diretor executivo e ex-coordenador do Fórum de Microfinanças da Bahia.

Isso tem possibilitado um envolvimento direto com a problemática da pobreza e com o desenvolvimento de comunidades, pois a sua atuação se deu na extensão rural e no crédito para a agricultura familiar, passando pelos pequenos negócios de comunidades rurais pobres e posteriormente à educação e à assessoria de movimentos populares. Atualmente é colaborador de instituições que desenvolvem ações para a inclusão social de populações pobres no meio rural e na periferia de cidades. Portanto, a motivação surgiu do interesse pelo microcrédito e pela possibilidade de contribuir para a melhoria das condições de vida de empreendedores e empreendedoras das iniciativas econômicas de pequena dimensão.

A estrutura desta dissertação contempla a introdução e mais cinco seções. A seção dois trata da metodologia orientadora do trabalho, incluindo o entendimento do termo inserção social, o estudo das informações do banco de dados do Ceape/BA e a pesquisa de campo para a realização de entrevistas com clientes. A seção três destina-se à fundamentação teórica e intitula-se *Economia da pobreza e microcrédito*, na qual se busca as relações das temáticas próximas e adjacentes ao microcrédito e à pobreza, na perspectiva da inserção social. Nessa mesma seção também se discute a formação dos circuitos superior e inferior da economia, compreendendo os pequenos empreendimentos como produto da urbanização e da reestruturação produtiva da economia brasileira nas últimas décadas. Na quarta seção é feito o relato do estudo de caso, onde se apresenta a história da organização, os aspectos institucionais, a área de atuação, a caracterização de clientes, os empreendimentos financiados e o volume de microcrédito concedido. Na seção cinco é feito o tratamento dos dados experimentais e se analisa a pesquisa de campo, focalizando o impacto do microcrédito na condição material de vida e na sociabilidade dos clientes à procura de evidências para responder ao problema formulado na investigação. A sexta seção traz as considerações finais e as recomendações.

2 METODOLOGIA

Nesta seção encontram-se explicitados a metodologia que foi utilizada no trabalho de investigação tanto nos aspectos relacionados ao entendimento da terminologia inserção social, quanto ao tipo e à natureza da pesquisa, o universo pesquisado, a coleta e o processamento das informações, o desenvolvimento do trabalho de campo, assim como a tabulação e a análise dos dados.

Para o desenvolvimento do processo investigativo construiu-se, de saída, o planejamento das ações baseado em um cronograma composto pelas seguintes etapas:

- a) revisão do projeto de pesquisa;
- b) pesquisa e revisão bibliográfica;
- c) coleta de estatísticas e exploração do acervo digital;
- d) preparação do trabalho em campo;
- e) realização de entrevistas;
- f) tabulação de dados;
- g) análise das informações;
- h) redação do relatório da pesquisa.

O texto aborda aspectos da economia informal urbana, da pobreza, do microcrédito e da inserção social, na busca das relações possivelmente existentes entre esses temas. Por outro lado, apresenta a tentativa de fazer uma aproximação, discutindo a formação da economia informal urbana nos países subdesenvolvidos como subsídio para investigar o microcrédito e a inserção social vistos na perspectiva de superação da pobreza.

As contribuições de vários autores ajudaram no esforço para formular um processo que procura estabelecer os vínculos do microcrédito com a inserção social, convergindo para a análise da experiência escolhida para ser investigada, constitui-se no referencial teórico deste trabalho.

Foi escolhido como ponto de partida o estudo da tese da formação dos dois circuitos da economia, desenvolvida por Milton Santos (2004) em *O espaço dividido*, obra publicada originalmente na década de 1970, na qual se encontram as ligações do circuito inferior com a economia informal urbana, cabendo enfatizar que nesse subsistema econômico se inserem os pequenos empreendimentos. O circuito inferior é tratado por Santos (2004) com o significado de pobreza, o que representa uma formulação consistente com a problemática que foi investigada.

Uma das tarefas sinalizadas na gênese do trabalho de pesquisa foi a fundamentação das relações existentes entre o microcrédito, a pobreza e a inserção social, todas elas norteadas pelos vínculos do microcrédito com as iniciativas econômicas de pequena dimensão, administradas por famílias de baixos rendimentos.

Para isso, foram decisivas as contribuições de diversos autores, dentre eles, Amartya Sen (2005), nos seus estudos sobre liberdade e desenvolvimento nos quais se discute a liberdade como meio de adquirir capacidades individuais, elemento substancial à superação da pobreza. A problemática da pobreza e da exclusão social no Brasil apóia-se nos fundamentos produzidos por Fernando Pedrão, Elimar Nascimento e Sônia Rocha. As particularidades do microcrédito foram buscadas nas elaborações de Paul Singer, Muhammad Yunus, Henry Jacklen e Valdi Dantas. Tudo isso possibilitou a construção de um diálogo coerente entre a teoria e o problema científico para proporcionar a devida consistência à investigação que foi realizada.

2.1 ENTENDIMENTO SOBRE INSERÇÃO SOCIAL

A inserção social é compreendida, neste trabalho, como um processo que considera as possibilidades e as potencialidades dos grupos sociais ou das pessoas, individualmente, para superar uma situação desfavorável de funcionamento na sociedade, alcançando uma evolução na escala social. Segundo Houaiss (2001, p. 1624), o termo inserir tem o significado de inclusão ou introdução. Trata-se de uma abordagem social e isto quer dizer que a inserção faz com que pessoas que estejam fora ou à margem de um processo, consigam superar as dificuldades encontradas na vida em sociedade.

Dessa forma, a pessoa é considerada pelo seu potencial, pelas suas habilidades, pelas suas capacidades e aptidões. A inserção social tem o significado de inclusão social que consiste em tornar a sociedade um espaço viável para a convivência entre as pessoas, considerando as suas possibilidades na realização de direitos, de necessidades e de

potencialidades. Podem ser citados, como exemplos, os portadores de necessidades especiais de locomoção que se deslocam em cadeira de rodas, encontrando prédios e espaços públicos com rampas de acesso em inclinação adequada melhoram as condições de viver com mais autonomia e conforto. É o caso de adolescentes da periferia das cidades, que encontrando capacitação e treinamento em ONG especializada, conseguem desenvolver habilidades profissionalizantes, vindo a ocupar vagas no mercado de trabalho em decorrência das novas capacidades desenvolvidas. Ou ainda, os surdos-mudos, com limitações de comunicação na vida diária, que desenvolvendo a linguagem dos sinais, tornam possível a comunicação com outras pessoas, significando um crescimento na escala social em decorrência do desenvolvimento de habilidades especiais.

Por outro lado, compreende-se que desenvolver um empreendimento bem sucedido representa para o empreendedor, ou para a empreendedora, a materialização de um sonho, concretizando a auto-realização com a superação de obstáculos e o alcance de sucesso na criação de um negócio. Existem possibilidades de auto-realização no sucesso, bem como significado especial no aprendizado com as situações de fracasso, contribuindo para o progresso pessoal dos indivíduos. Ao tratar do empreendedorismo e da criação de uma empresa Dolabela (2006) afirma:

Para o empreendedor o ser é mais importante que o saber. A empresa é a materialização dos nossos sonhos. É a projeção da nossa imagem interior, do nosso íntimo, do nosso ser em sua forma total. O estudo do comportamento do empreendedor é fonte de novas formas de compreensão do ser humano em seu processo de criação de riquezas e de realização pessoal. Sob este prisma, o empreendedorismo é visto também como um campo intensamente relacionado com o processo de entendimento e construção da liberdade humana (DOLABELA, 2006, p. 244).

Com base nessa perspectiva, a compreensão de inserção social pode ser ilustrada em situações possíveis na realização ou no alcance da presente investigação, conforme se explicita a seguir:

- a) considerada que a obtenção de crédito bancário é restrita, em função da dimensão dos empreendimentos e exigências de garantias, o pequeno empreendedor tendo acesso ao microcrédito para desenvolver iniciativas econômicas, estará viabilizada, assim, uma alternativa às limitações encontradas no funcionamento do sistema financeiro;
- b) a contribuição ao desenvolvimento de habilidades e de capacidades na experiência empreendedora, compreendida na prática de ter e de administrar negócios, proporcionando uma evolução na escala social;

- c) o trabalho se constituindo numa importante referência na definição da condição social do indivíduo na sociedade.

Por isso, o fomento às atividades produtivas reveste-se de significado particular na expectativa de interferir positivamente na ocupação das pessoas como, por exemplo:

- a) a constatação de aspectos que impulsionam a interação das pessoas na comunidade, representando a conquista do respeito e da dignidade da pessoa humana;
- b) a possibilidade de aquisição de elementos indicativos de progresso alcançado nas condições materiais de vida das pessoas.

Esses elementos dão corpo e fazem evoluir o conceito de cidadania numa sociedade marcada por desigualdades, em que tornar-se cidadão implica vencer obstáculos e conquistar visibilidade e respeito na comunidade, sobretudo nas possibilidades de engajamento em atividades produtivas. Portanto, os reflexos da inserção social são melhor observados na condição de valorizar e de reconhecer a capacidade das pessoas, bem como nas possibilidades de atribuir importância a conhecimentos e capacidades pouco valorizados na sociedade.

Nesta linha de pensamento, a inserção social pode se dar tanto em aspectos de natureza afirmativa no ambiente social quanto nas questões favoráveis geradas por melhorias das condições gerais de vida, ligadas ao consumo, ao trabalho, à educação, à habitação e demais valores da escala social. Desse modo, no desenvolvimento da investigação aqui relatada, o termo inserção social adquiriu o significado atribuído às possibilidades de progresso social e de civilidade na sociedade capitalista.

Essas idéias são reforçadas na manifestação de Demo (1998, p.35), ao afirmar **que** “... no capitalismo, a inclusão pela via do mercado ainda é a mais garantida e estrutural, ainda que este efeito não provenha do mercado, mas, sobretudo da cidadania capaz de se impor ao mercado”. Ele complementa, dizendo que o emprego detém papel relevante nas iniciativas de inserção social, o que dá consistência ao fomento das iniciativas da economia informal.

Faz-se necessário, todavia, esclarecer dois aspectos surgidos nesta pesquisa. Em primeiro lugar, os programas de microcréditos, devido à seletividade das pessoas beneficiárias, não alcançam a população em extrema pobreza, atendendo a pessoas pobres, porém não aquelas consideradas mais pobres e mais miseráveis. Em segundo lugar, na realização da pesquisa de campo, foi feita a opção pelo aprofundamento dos aspectos qualitativos na busca de relações entre o microcrédito e a inserção social dos clientes desse tipo de financiamento, conforme ficou estabelecido nesta seção.

2.2 TIPO E NATUREZA DA PESQUISA

Este trabalho de pesquisa constituiu-se num estudo de caso³, uma vez que se tratou de investigar a experiência de uma organização especializada na concessão de microcréditos a pequenos empreendedores e pequenas empreendedoras, em período recente, em cidades do território baiano.

Segundo Yin (2005, p.20), na estratégia de pesquisas em que se deseja compreender fenômenos sociais complexos e contemporâneos “utiliza-se o estudo de caso em muitas situações, para contribuir com o conhecimento que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais, políticos e de grupo [...]”. Essa foi a principal razão para considerá-la adequada a este trabalho, de acordo com o perfil previamente delineado para a investigação.

O estudo de caso permite preservar características consideradas importantes dos acontecimentos da vida real em que comportamentos relevantes não podem ser manipulados, mas que seja possível realizar a observação direta e fazer entrevistas sistemáticas. Por isso, o estudo de caso é especialmente recomendado para pesquisas na área das Ciências Sociais, possibilitando investigar também os aspectos qualitativos do universo pesquisado e complementado com outras pesquisas, caso seja necessário.

Por outro lado, o método de estudo de caso recebe diversas críticas sob a alegação de que não conduz a pesquisas de qualidade. Entretanto, Yin (2005, p.19) reage afirmativamente, dizendo que os questionamentos devem ser superados pelos pesquisadores com a realização de investigações cuidadosamente conduzidas, tal como na utilização de qualquer outro método.

Outros autores, como Ruiz (1982, p.131-132), corroboram a sua validade, destacando que o método do estudo de caso proporciona segurança e economia na pesquisa, frisando, todavia, que é prudente não exagerar na sua importância ou eficácia incondicional, pois mesmo sendo um extraordinário instrumento da investigação, por si só, não substitui a capacidade do pesquisador. Para Boaventura (2004, p.55-56), o que importa é a escolha da metodologia de acordo com as necessidades da investigação, identificando processos e técnicas mais adequados a cada situação. Assim, em estudos de problemas situados no passado é recomendável a utilização da pesquisa histórica, enquanto nos fenômenos contemporâneos pode-se utilizar com sucesso o estudo de caso.

³ No círculo acadêmico é também denominado método monográfico e parte do princípio de que qualquer caso que se estude em profundidade pode ser considerado representativo

A investigação aqui relatada concentrou-se na experiência desenvolvida pelo Ceape/BA nos últimos seis anos. Essa experiência teve lugar numa determinada população formada pelos clientes e por um objeto de pesquisa constituído por aspectos específicos do microcrédito e da inserção social. Tratou-se de uma alternativa de pesquisa aplicada, pois investigou uma problemática de natureza social, representada por um grupo de pessoas que obtiveram financiamentos da organização que atua na oferta de microcréditos num determinado espaço geográfico do Estado da Bahia.

A combinação dos métodos da pesquisa quantitativa e da pesquisa qualitativa foi decisiva para que os propósitos do estudo fossem alcançados. Os aspectos quantitativos consistiram na investigação das informações do acervo digital do banco de dados e da documentação impressa arquivada no Ceape/BA, bem como as estatísticas publicadas pelo IBGE e outras instituições congêneres. Complementando os dados assim obtidos foram buscadas novas informações com a realização de entrevistas de campo junto aos beneficiários do microcrédito, permitindo incorporar à investigação algumas particularidades de natureza qualitativa.

De acordo com Minayo (1998, p.21-22) a pesquisa qualitativa, quando aplicada nas ciências sociais, cuida de questões particulares, tratando de significados, de motivações, de aspirações, de crenças, de valores e de atitudes e buscando a profundidade das relações, dos processos e dos fenômenos o que fundamenta a realização das entrevistas. Com base nessa compreensão, o trabalho de campo proporcionou o contato direto pesquisador-informante, facilitando a compreensão e a captação do significado do fenômeno investigado a partir da visão dos clientes do microcrédito.

Em suma, é importante salientar que não houve contraposição entre os aspectos quantitativos e os aspectos qualitativos no processo de investigação que foi realizado, mas, pelo contrário, eles se complementaram, pois o que se buscou foi a interação entre ambos na realidade estudada.

2.3 O UNIVERSO PESQUISADO E A AMOSTRA

O universo investigado foi composto por clientes do Ceape/BA, beneficiários do microcrédito, atendidos nos postos de serviços das cidades de Feira de Santana, Alagoinhas, Salvador, Camaçari e Santo Antônio de Jesus. Esses pontos de atendimento ampliaram o raio de ação territorial na estratégia de cobertura geográfica regionalizada, alcançando de duas a quatorze cidades em seu entorno.

Na pesquisa foram considerados clientes as pessoas adultas com mais de 18 anos de idade, proprietárias de pequenos empreendimentos que, no período investigado, realizaram operações de microcrédito para o desenvolvimento de atividades produtivas de comércio, de fabricação ou de prestação de serviços.

O horizonte temporal da investigação teve como limites um recorte que inclui clientes atendidos no período de seis anos, iniciado em janeiro de 2000 e encerrado em dezembro de 2005. Esse recorte foi motivado por aspectos considerados relevantes na experiência do Ceape/BA, em razão da ampliação da área de atendimento que foi realizada nos anos mais recentes.

A instituição iniciou suas atividades na cidade de Feira de Santana e posteriormente estruturou os postos de serviços nas cidades de Alagoinhas, Salvador, Camaçari e Santo Antônio de Jesus. O recorte implicou, também, numa visão de atendimento regionalizado, onde cada ponto de atendimento proporcionou uma capacidade de alcançar as cidades circunvizinhas. Com todas essas características, o recorte temporal permitiu a abrangência de uma área geográfica mais significativa, incluindo clientes atendidos em 30 cidades.

Na base do funcionamento de uma organização de microcréditos existe uma dinâmica que resulta em contínuo movimento de entrada e de saída de beneficiários ao longo do tempo. Os clientes considerados novos são os empreendedores e as empreendedoras incorporados na carteira de créditos à medida que recebem o microcrédito pela primeira vez, que, também por sua vez, recebem a denominação de créditos primários. Da mesma forma, são denominados clientes renovados aquelas pessoas que receberam o primeiro crédito, aplicaram os recursos nos empreendimentos financiados, quitaram a operação e retornaram para tomar novos créditos.

Partindo dessa classificação, a carteira de clientes com operações de crédito vigente, em determinada data, é composta por clientes novos (primeiro crédito) e clientes renovados, créditos renovados. Por isso, no tratamento dos dados, as informações sobre os clientes e as transações financeiras realizadas com a instituição, no período estudado, foram arrumadas em três grandes grupos, com características e natureza específicas. A título de comparação, é como se fossem estudadas as várias faces de um mesmo cubo, ou o próprio cubo em seu conjunto de faces, cada uma delas correspondendo às particularidades das informações sobre o microcrédito da instituição.

O primeiro grupamento foi formado pelas informações das 7 166 pessoas que, no período estudado, tomaram o crédito pela primeira vez no Ceape/BA. Essas pessoas foram

identificadas como clientes primários ou clientes novos que, na estruturação da pesquisa, serviram tanto para a caracterização dos clientes primários, quanto dos créditos primários.

O segundo grupamento foi formado pelo conjunto dos créditos liberados aos clientes, somando créditos primários e créditos renovados. No período considerado foram concedidos 31 810 créditos, cujas informações forneceram aspectos úteis na caracterização das operações de microcréditos concretizadas pelo desembolso de valores monetários feito pela organização. Elas foram destacadas tanto na distribuição das operações contratadas quanto na localização geográfica dos postos de serviços, bem como na participação de mulheres ou de homens, e dos valores emprestados.

O terceiro grupamento foi constituído pela população formada por 2 491 clientes que, em 31 de dezembro de 2005, tinham créditos em vigência na instituição. Foram denominados clientes ativos, participantes do universo que serviu para o sorteio da amostra aleatória e para a escolha da amostra representativa, menor, na qual foi conduzida a pesquisa de campo.

Essa amostra representativa foi obtida da seguinte forma: sorteou-se uma amostra probabilística aleatória simples de 345 clientes e dentre estes se tirou uma amostra não probabilística, escolhida por acessibilidade, formada por 35 clientes, para um melhor entendimento dos aspectos qualitativos do universo amostral, garantindo a possibilidade de generalização, mesmo que parcial, para a população pesquisada.⁴

2.4 COLETA E PROCESSAMENTO DAS INFORMAÇÕES

A coleta de dados constitui-se numa das fases da investigação envolta por uma série de exigências de natureza metodológica. Ela procurou manter, acima de tudo, uma articulação metodológica com o problema, com a hipótese e com os pressupostos do estudo na busca de elementos para que os objetivos da pesquisa fossem alcançados.

As informações existentes sobre os clientes, armazenadas no banco de dados do Ceape/BA, constituiu-se em acervo digital valioso para o desenvolvimento da investigação, proporcionando estatísticas relevantes para a pesquisa. Trata-se de dados pessoais, de informações socioeconômicas da família ou do empreendimento e os detalhes da movimentação financeira registrados em um banco de dados, em *SQL Server*. O sistema funciona em *software* especializado para a gestão de carteiras de microcrédito, denominado

⁴ Para um maior detalhamento, ver apêndice C.

Infosuite, desenvolvido pelo Ceape Nacional e cuja manutenção e comercialização ficam sob a responsabilidade da empresa Include Software Ltda.

Esse sistema encontra-se instalado em um computador central na matriz, em Feira de Santana, armazenando as informações da clientela no recorte temporal da pesquisa, cujo sistema operacional é o *Windows 2000 Server*, produto da *Microsoft Corporation*. Ele pode ser acessado com ferramentas especiais de sistemas, produzindo relatórios que registram informações socioeconômicas, patrimonial e financeira dos empreendimentos, bem como a movimentação financeira dos créditos.

Uma vez selecionadas as informações disponíveis no banco de dados, um profissional de informática elaborou as chamadas “*query analyzer*” que são programas de computador utilizados para acessar os dados diretamente nas tabelas e nos registros mantidos no *SQL Server*. As informações extraídas do Infosuite foram lançadas no *software Microsoft Excel*, gerando planilhas de cálculos, nas quais os dados foram submetidos à crítica para a verificação da consistência, da qualidade e da validade para o seu aproveitamento na pesquisa. Disponíveis nas planilhas, as informações foram manipuladas e organizadas para a análise, de acordo com a hipótese e os objetivos da investigação, destacando a sua utilização na caracterização dos clientes, dos empreendimentos e dos microcréditos.

Em paralelo a isso, as informações proporcionadas pelas entrevistas de campo foram organizadas de forma a permitir o aprofundamento das questões qualitativas essenciais ao objeto da investigação realizada. Portanto, os resultados colhidos, tanto no banco de dados quanto nas entrevistas realizadas em campo, forneceram os detalhes sobre o fenômeno investigado mostrados pelas informações quantitativas e qualitativas que posteriormente foram processadas e analisadas para a redação do relatório da pesquisa.

2.5 A PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa de campo teve como objetivo complementar as informações existentes no banco de dados e na documentação existente, além de preencher as lacunas da literatura utilizada na investigação, sendo realizada com a utilização da técnica de entrevistas. Ela consistiu na busca de informações sobre o problema investigado junto a uma amostra de clientes definida de forma planejada.

Um dos elementos que caracterizou essa parte da pesquisa, como uma pesquisa de campo, foi o levantamento da percepção dos clientes a respeito dos significados por eles atribuídos ao microcrédito como instrumento de inserção social. Segundo Ruiz (1982, p.50), a

pesquisa de campo é muito utilizada nas ciências sociais para a observação dos fatos, tais como eles ocorrem espontaneamente, na coleta de informações e no registro de variáveis relevantes, para análise posterior. Utiliza-se, invariavelmente, a técnica das entrevistas, devendo esta ser uma ação cuidadosamente planejada.

A entrevista é um importante instrumento de trabalho usado para a coleta de dados na investigação social, sendo definida como “... um encontro de duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional” (LAKATOS; MARCONI, 1991).

Para Yin (2005, p.118), a entrevista se constitui numa das mais importantes e essenciais fontes de evidências para o estudo de caso, pois trata, na maioria das vezes, de questões humanas, proporcionando a obtenção dos aspectos qualitativos da investigação.

Por esta razão é também considerada fundamental a observação da sintonia entre o instrumento de coleta de dados escolhido e uma interação adequada entre o pesquisador, o informante e a investigação que está sendo realizada (SILVA; MENEZES, 2005, p.34).

A relação de pessoas entrevistadas em seus empreendimentos, localizados nas cidades atendidas pela organização, foi constituída por uma amostra representativa de clientes definida por parâmetros estatísticos, conforme detalhado no universo pesquisado.

As entrevistas realizadas foram planejadas e orientadas por um roteiro previamente estabelecido, visando obter respostas dos vários clientes sempre às mesmas perguntas. Por isso, o roteiro procurou relacionar o problema, a hipótese e os pressupostos da pesquisa para investigar, sobretudo, os complexos aspectos do significado do microcrédito na inserção social dos beneficiários. Entretanto, antes da realização do trabalho de campo, realizou-se um teste do roteiro, mediante a entrevista de três clientes, para correção e adequação da versão final que foi utilizada (APÊNDICE D deste trabalho).

A aplicação de entrevistas abertas, mas tematicamente estruturadas, baseou-se na necessidade de colher informações e opiniões diretamente dos beneficiários na busca de elementos para a explicitação da investigação, naquilo que dizia respeito ao microcrédito e à inserção social dele decorrente.

O primeiro passo da execução da pesquisa de campo, propriamente dita, consistiu em contatos telefônicos com os clientes selecionados, para explicar os objetivos da entrevista e consultá-los sobre a disposição em responder às perguntas do entrevistador em visitas agendadas. Este momento teve também o papel de criar um ambiente favorável ao trabalho de campo, visando deixar o informante à vontade.

Por ocasião da visita, ao empreendimento ou residência, para a realização da entrevista, o entrevistador esclareceu, mais uma vez, os objetivos do trabalho de campo para obter o consentimento do informante, comportando-se de maneira a falar menos e a ouvir mais.

Os dados foram sendo anotados imediatamente pelo entrevistador no formulário impresso, contendo as perguntas elaboradas de modo a facilitar a arrumação e a apuração posterior das informações obtidas com a ajuda de um roteiro com perguntas organizadas em blocos temáticos, facilitando o diálogo pesquisador-informante.

Os dados coletados no trabalho de campo foram sendo paulatinamente agrupados em função das pessoas entrevistadas, compondo o conteúdo de análise por categorias e tornando-se o material básico utilizado na redação do trabalho final.

2.6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

As informações dos clientes, obtidas no banco de dados e nas entrevistas de campo, foram tratadas, observando a impessoalidade e o requerido sigilo profissional, mediante a utilização de recursos e de técnicas estatísticas e o uso do *software* que facilitou a manipulação dos dados. Por esta razão foram preservados os nomes e as informações individuais dos clientes e elas se encontram armazenadas no banco de dados do Ceape/BA, podendo ser consultadas como fontes utilizadas na pesquisa realizada.

As informações obtidas do universo representado pela população total de 2491 clientes ativos, sobre os créditos liberados no período da investigação e da amostra probabilística (345 clientes) foram grupadas em tabelas próprias para a interpretação e a análise utilizadas na redação do relatório de pesquisa. Por sua vez, os resultados das entrevistas foram tabulados com a ajuda de recursos considerados apropriados ao instrumento utilizado na pesquisa de campo. Dessa forma, a análise do conteúdo da amostra, formada por 35 pessoas entrevistadas, tomou por base a técnica de categorias temáticas, onde diferentes temas serviram para facilitar a apuração das opiniões e informações colhidas nas entrevistas.

Por último, no tratamento das informações monetárias foi utilizada a variação mensal de preços do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) do IBGE, permitindo a apresentação dos dados, a preços constantes, em 31 de dezembro de 2006 (IBGE, 2007). Este recurso permitiu a comparação econômica das informações, evitando as distorções provocadas pelos efeitos da inflação ao preservar o valor real da moeda.

3 “ECONOMIA DA POBREZA” E MICROCRÉDITO

3.1 INTRODUÇÃO

A economia informal urbana e a pobreza são abordadas nessa seção, além do microcrédito e da inserção social, no sentido de explicitar as relações existentes entre esses temas, consistindo, basicamente, numa trajetória de aproximação com a formação da economia informal urbana nos países subdesenvolvidos. Por isso mesmo, esse esforço foi capaz de fornecer subsídios à investigação do papel do microcrédito e da inserção social na perspectiva de superação da pobreza.

Na elucidação dessas temáticas foram trabalhadas as contribuições de vários autores. Iniciou-se com a abordagem de Milton Santos quem, na década de 1970, estudou a formação da economia urbana dos países subdesenvolvidos, formulando a constituição dos dois circuitos da economia. Na tese desenvolvida por Santos (2004), corroborada pelas idéias de Pedrão (2005a, 2005b) e outros, o circuito superior da economia é marcado por um maior dinamismo e pela renovação tecnológica. Já o circuito inferior é representado por atividades econômicas mais simples ou tradicionais, com características próprias, vinculadas ao mercado local e à sobrevivência das pessoas mais pobres. Assim, a modernização tecnológica, a reestruturação produtiva e a formação dos circuitos econômicos são tratadas aqui no intuito de compreender o setor da economia informal na sociedade urbana.

O trabalho continua examinando a problemática da pobreza e da exclusão social, no propósito de explicitar as relações entre o microcrédito e os empreendedores (as), como contribuição na dinamização de capacidades das pessoas, proporcionando a inserção social de pessoas vinculadas às iniciativas econômicas de pequena dimensão. Aborda também, as relações do microcrédito e dos pequenos empreendimentos, incluindo uma visão panorâmica da dimensão social do microcrédito.

3.2 ECONOMIA INFORMAL URBANA E POBREZA

De agora em diante será feita uma descrição acerca da formação da economia informal urbana, procurando melhor compreendê-la na abordagem da constituição dos dois circuitos da economia. O esforço residiu, fundamentalmente, na tentativa de explicitar, ainda que superficialmente, as relações existentes entre a economia informal urbana e a pobreza, relacionando a urbanização acelerada das cidades à informalidade e finalizando com a discussão da mensuração da pobreza.

3.2.1 A formação dos dois circuitos da economia

O processo de urbanização dos países subdesenvolvidos remonta às transformações sociais da modernização comercial, iniciada no século XV, que precede a revolução industrial (SANTOS, 2004, p.34 -35), cujas contribuições estão resumidas em três grandes períodos.

No primeiro período, os países colonizados que se encontravam submetidos às regras das metrópoles, exerceram o papel de fornecedores de matérias-primas e de alimentos aos países colonizadores. O mercado consumidor era restrito e impossibilitava a produção local de certos bens de consumo, limitando a criação de empregos. As cidades tinham funções essencialmente comerciais e administrativas.

No segundo período, situado no período de desenvolvimento da revolução industrial, em meados do século XIX, as cidades em melhores condições receberam investimentos na modernização dos transportes, fato que veio reforçar a função de fornecedores de matérias-primas e de suprimento das crescentes necessidades de alimentos e dos insumos básicos dos países centrais. Naquela época, a ordem internacional presente no chamado “pacto colonial”, era definida pelos Estados em suas áreas de influência, enquanto aos países colonizados era imposta a sua lógica de funcionamento.

O terceiro período, iniciado após o término da II Guerra Mundial, foi marcado pela revolução do consumo e pelo papel da industrialização dos países subdesenvolvidos. Assumiram importância as economias de escala, resultantes da renovação tecnológica e das implicações das revoluções demográfica e urbana no processo de subdesenvolvimento, tornando ainda mais distintas as realidades dos países pobres e avançados. No Brasil, o processo de industrialização aconteceu de forma a reforçar a desigualdade já existente no período escravista, tendo conseqüências no desenvolvimento das grandes aglomerações urbanas, que desempenharam um papel social importante na formação da economia informal.

As conseqüências do desenvolvimento tecnológico sobre a dinâmica da organização do espaço são estudadas por Santos (2004, p.19-25), para quem os estudos realizados antes da década de 1970 não haviam dado conta dessa relação causal. Mas, por outro lado, as pesquisas realizadas em países subdesenvolvidos, como Argélia, Brasil e Venezuela possibilitaram uma sistematização, em que o mercado deve ser entendido como um subsistema do sistema geral de relações espaciais e a cidade é considerada um dos seus elementos mais importantes.

No desenvolvimento da investigação realizada é reconhecido que as transformações econômicas e sociais são cada vez mais rápidas, contando com a contribuição das novas tecnologias, ao tempo em que os Estados e os territórios são submetidos às políticas das grandes empresas e instituições com influência internacional, sobretudo nos países mais pobres. Isso trouxe como resultado, a perda da capacidade de ação dos Estados, aprofundando as relações de desigualdade e de dependência entre países pobres e avançados. Enfim, prevalece a competitividade entre as empresas e a busca do favorecimento aos seus interesses, repercutindo na dinâmica da sociedade.

Essas especificidades refletem na organização da economia, da sociedade e do espaço, que se organiza e se reorganiza em função de interesses alheios. Mais uma vez os resultados são as instabilidades e os desequilíbrios, marcados por diferenças de renda e de consumo dos indivíduos, possibilitando, na visão de Santos (2004, p.20-25), a criação de dois circuitos econômicos, responsáveis pelo processo econômico e pela organização do espaço.

Neste sentido, a cidade pode ser entendida sob a óptica da existência de dois subsistemas econômicos que mantêm relações entre si. O circuito moderno, também denominado circuito superior, originado da modernização tecnológica, é representado pela grande empresa, que dispõe de força econômica suficiente para influenciar o espaço geográfico, mediante relações externas à cidade ou à região. Já o circuito inferior é representado pelas atividades econômicas de pequena dimensão e cujas relações são vinculadas às populações pobres e enraizadas na região. Isso é relevante para a compreensão da realidade urbana, sobretudo na possibilidade de aumentar a sua produtividade e preservar o seu papel de fornecedor de empregos, reforçando a idéia do forte relacionamento existente com a economia local.

No desenvolvimento da pesquisa ficou constatado que todos os elementos aqui apresentados colaboram na compreensão da formação da economia informal urbana, onde se concretiza uma realidade social com características marcantes do subdesenvolvimento, que se

constituíram no objeto de estudo de suas relações com a pobreza, com os pequenos empreendimentos e com o microcrédito, abordados nos tópicos seguintes.

3.2.2 Os circuitos da economia e a pobreza

Adotando como referência uma característica marcante da economia capitalista, na qual os mais pobres são excluídos dos benefícios da riqueza, é amplamente reconhecido que parcelas significativas da população mundial não participam dos frutos do desenvolvimento, mostrando as contradições e as desigualdades existentes nessa sociedade.

Na sua tese da formação dos dois circuitos da economia, Santos (2004, p.29-35) explica que a modernização significa a generalização de inovação vinda de período antecedente. Ela é comandada pelas firmas multinacionais, sob forte influência da tecnologia e pela capacidade nova de revolucionar a produção, a informação e a gestão empresarial que sustentam a produção na sociedade de consumo. Entretanto, continua ele, o impacto modernizador não atinge de forma homogênea as regiões subdesenvolvidas, havendo um processo seletivo que ajuda a explicar a coexistência, no espaço, de dois setores, o moderno, representado pelo circuito superior e o tradicional, representado pelo circuito inferior. Nessa concepção, os empreendimentos da economia informal urbana, estão envolvidos em uma teia de relações de dependência com a economia considerada moderna, mais desenvolvida, e distinta das iniciativas da informalidade.

Refletindo sobre a tese dos dois circuitos econômicos, proposto por Santos (2004), identifica-se que é na economia informal que existe uma massa de pessoas com rendimentos baixos ou ocasionais ao lado de uma minoria que dispõe de renda elevada abrigada nos segmentos modernos, configurando a existência dos subsistemas. Essa problemática resulta em processos distintos, ou seja, de um lado o alto coeficiente de capital, no qual se desenvolvem as atividades modernas e do outro lado as atividades de pequena dimensão, utilizando tecnologia atrasada, onde muitas pessoas não têm nem atividades, nem tampouco rendas permanentes.

Nesta direção, verificam-se indícios da ocupação de pessoas na condição de empreendedores, instigadas pela necessidade de sobrevivência, evidenciando a geração de iniciativas consideradas como empreendedorismo, motivadas pela necessidade de ocupação e renda. Portanto, o circuito inferior constitui-se em produto da modernização, da transformação e da adaptação constante, mantendo relações de dependência com o circuito superior, cuja distinção fundamental se baseia nas diferenças de tecnologia e organização. O

circuito superior, pelas relações privilegiadas de poder que exerce, é beneficiado quando são adotadas políticas públicas de apoio ao circuito inferior, pois estas políticas privilegiam a compra de insumos, máquinas ou equipamentos nas mãos do segmento mais moderno.

Neste trabalho, a idéia do circuito inferior constituiu-se no arcabouço da compreensão da economia informal urbana, na qual empreendedores e empreendedoras exercem suas atividades em empreendimentos de pequena dimensão. São atividades intensivas em trabalho, muitas das vezes familiares, ou autônomas, cujo capital investido é reduzido, ou quase inexistente. É um processo com baixo nível de organização tanto na produção quanto nos controles gerenciais, destacando-se as precariedades na contratação da força de trabalho e nos baixos níveis de remuneração. Essas atividades se destacam como fornecedora de ocupação a pessoas mais pobres que buscam, em última instância, assegurar a sobrevivência da família, aspectos que foram ressaltados pelo IBGE (2005) na identificação dos empreendimentos da economia informal urbana, mais adiante abordado em maiores detalhes.

Compreendida a economia informal como o circuito inferior, realizou-se um esforço de esclarecimento da sua formação e sua ligação com a pobreza, examinando aspectos da urbanização e do subdesenvolvimento. Pedrão (2005b, p.5-6), chama a atenção para a gravidade e complexidade da urbanização, ao defender que, na década de 1960, se iniciou a modernização urbana, aprofundando as diferenças já existentes entre as cidades das regiões mais ricas e aquelas localizadas em regiões mais pobres, mostrando as dificuldades do alcance de condições de vida aceitáveis nas grandes cidades. O autor parece reforçar a tese dos dois circuitos econômicos na seguinte argumentação:

A concentração de movimentos de renovação tecnológica, a aceleração da mecanização e da automação da produção, a aceleração da mundialização do capital, além de diversos fatores locais, impactaram na composição do emprego e na incerteza de renda, convergindo nas tensões do desemprego e da exclusão urbana (PEDRÃO, 2005b, p.5).

É fácil reconhecer que a urbanização acelerada teve repercussão na formação das grandes cidades brasileiras, favorecendo o surgimento de contingentes populacionais sem ocupação e renda e que, por falta de emprego no setor formal, foram abrigados nas atividades informais. Esse fato ajuda a compreender as condições em que funcionam os pequenos empreendimentos, expostos a uma maior fragilidade nas possibilidades econômicas, apresentando características técnicas e produtivas nas quais se evidenciam precariedades que dificultam o seu desenvolvimento.

Foi necessário considerar, também, que a urbanização ocorreu associada a diversos fatores que influenciaram a dinâmica da sociedade, especialmente a concentração de renda e a

incerteza na obtenção de rendimentos regulares. Grande parte da população está submetida a precárias condições de vida, havendo, simultaneamente, a desqualificação do trabalho, a redução da sua remuneração e o crescimento demográfico. E, como conseqüência, o resultado parece concretizar-se na criação de variadas formas de sobrevivência, sobretudo nas periferias dos grandes centros, o que pode ajudar no esclarecimento da relação entre a economia informal urbana e a pobreza. Nesta perspectiva, segundo Pedrão, as mudanças demonstram em profundidade que:

A esfera social dos excluídos dos empregos regulares ultrapassou as formas isoladas de informalidade e deu lugar à formação de uma esfera econômica, constituída de uma variedade de formas de vida, que combinam a participação no mercado formal e no informal, assim como criam uma cultura de sobrevivência que constitui uma resposta ao controle do Estado por parte dos grupos de maiores rendas (PEDRÃO, 2005b, p. 9-10).

Assim, obter renda na informalidade é uma opção para aqueles que só podem participar do mercado pela venda da sua força de trabalho em condições sociais desfavoráveis e, ao que tudo indica, o desemprego estimula o crescimento da economia informal. Nessas condições pode-se constatar que, no funcionamento do circuito inferior, a informalidade viabiliza a ocupação da força de trabalho que recebe rendimentos insuficientes, ou que se encontra desempregada, pois “aproveitar as oportunidades disponíveis para obter renda na esfera da informalidade é parte do jogo de poder que está ao alcance” daquelas pessoas para quem só lhes resta a opção de vender a sua força de trabalho (PEDRÃO, 2005b, p.11).

Nas elaborações que formulou acerca da economia política, Karl Marx (1958) faz referência à possibilidade da existência do “homem livre”, destituído de terras para plantar, poder vender a sua força de trabalho a um capitalista, fazendo-se refém da exploração de um empresário. Essa situação parece distante de se concretizar na informalidade, pois neste ambiente social a figura do capitalista não é percebida com a nitidez presente naquelas reflexões deste pensador, uma vez que na atualidade são outras as relações sociais existentes no seu interior.

Por incrível que possa parecer, as pessoas ocupadas na economia informal, por certo um dia procuraram o empresário, mas não obtiveram êxito em encontrá-lo para se tornarem assalariadas. E como a sociedade capitalista não logrou êxito em criar trabalho e renda para todos, a economia informal funciona nessa penumbra que se tenta visualizar. Diante da precariedade da economia informal, é pertinente registrar uma passagem do autor:

Uma voz terrível sai do templo do deus capital e grita: Tudo isso é justo, pois está escrito no livro das leis eternas. Houve um tempo, muito distante, em que os homens vagavam, ainda livres e iguais, sobre a terra. Um pequeno número deles foi laborioso, sóbrio e econômico; os demais foram preguiçosos, gozadores e

dissipadores. A virtude enriqueceu os primeiros, o vício fez miseráveis os segundos. Os que formavam a minoria tiveram o direito (eles e os seus descendentes) de gozar das riquezas virtuosamente acumuladas; enquanto que os que formavam o maior número foram obrigados, com os seus descendentes, pela sua miséria, a se venderem aos ricos, foram condenados a servi-los perpetuamente (MARX, 1958, p. 144).

Tendo em vista a urbanização recente da sociedade brasileira, a informalidade é revestida de um significado singular nas condições de vida e nas formas de sobrevivência da população. Considerando, então, que grande parte dessas pessoas vivia nas comunidades do interior, dedicada a uma agricultura de produção para o próprio consumo e que a parte vendida no comércio complementava a renda da família, verifica-se que, uma vez na cidade, tudo mudou. Nos centros urbanos as pessoas buscam o emprego assalariado sem as possibilidades anteriores de produção para a própria subsistência, e nem sempre elas alcançam as sonhadas oportunidades de emprego.

Nesse espaço social, ao contrário do meio rural, prevalecem aprimoradas relações de troca no mercado, em que as necessidades de sobrevivência vão requerer disponibilidades monetárias que, em última instância, regem o consumo na sociedade moderna. Esse fato sinaliza para o agravamento da pobreza nas periferias urbanas, talvez mais cruel e excludente que nos distantes recantos do interior, onde ainda se obtinha parte da subsistência da agricultura e mantinha laços sociais e afetivos mais fortes na convivência cotidiana.

3.2.3 A complexidade da urbanização e da pobreza

O fenômeno da urbanização, segundo Rykwert (2004, p.8,15), é complexo e as suas implicações sociais, econômicas e ambientais têm forte influência no desenvolvimento das cidades, palco de contínuas mudanças que as fazem estáveis e atraentes, prósperas ou decadentes. Configura-se como um espaço de disputa de interesses, sustentado pelos grupos sociais que nela buscam sobrevivência ou acumulação de riquezas, uns como capitalistas, favorecidos nas suas condições de vida, e uma maioria que vive distante desses privilégios.

Nesta linha de argumentação, é interessante considerar a complementação proporcionada pela abordagem feita por Brandão (2004) na qual ele destaca a cidade como a sede e o ambiente de reprodução de atividades sociais, ao discutir desigualdades espaciais e subdesenvolvimento, contribuindo também na elucidação da problemática estudada, ao afirmar que:

A cidade é a sede e o ambiente da reprodução das classes, das atividades de produção, distribuição, troca e consumo. Atrai massas populacionais, mas não tem, geralmente, capacidade suficiente de geração de postos de trabalho e de absorver nos

circuitos modernos da economia essas pessoas. Assim, o urbano é também *locus* da geração de demandas e o espaço de lutas políticas dos extratos sociais que reivindicam acesso aos meios de consumo coletivo e inserção no mercado de trabalho (BRANDÃO, 2004, p.17).

Portanto, a compreensão da pobreza e das suas conseqüências requer uma discussão mais aprofundada sobre os aspectos do subdesenvolvimento, bem como as suas implicações na sociedade e as possibilidades da sua superação. É um fato recorrente, na atualidade, fazer referência ao círculo vicioso da pobreza, no qual se estabelece um processo em que um fator negativo comporta-se, simultaneamente, como causa e efeito de outros fatores negativos. É doente porque é pobre; é pobre porque é doente. No referencial teórico que orientou a investigação, a pobreza é identificada como um fenômeno social complexo, ocasionado por múltiplas causas interdependentes, exigindo mudanças inter-relacionadas para proporcionar os resultados desejados, em decorrência das relações de causas e efeitos.

O economista Gunnar Myrdal (1972, p.32), baseado em Nurkse, aborda essa questão, afirmando que o círculo vicioso da pobreza é compreendido como “uma constelação circular de forças, que tendem a agir e a reagir interdependentemente, de sorte a manter um país pobre em estado de pobreza”. Esse processo opera em duas direções: ascendente, agindo positivamente, ou descendente, quando seus efeitos são continuamente negativos.

Por essa razão, e com a compreensão que se tem acerca da repercussão do microcrédito junto a pequenos empreendimentos, além das condições de vida de empreendedores e empreendedoras pobres, é condizente esperar que o apoio financeiro às atividades produtivas possa receber sinergias se combinado com ações simultâneas ou complementares de serviços não financeiros. Alcançada essa combinação de fatores é razoável esperar que o microcrédito, contando com o desenvolvimento da capacidade empreendedora dos clientes, possa alcançar resultados mais significativos nos empreendimentos e na inserção social das pessoas por ele beneficiadas.

Numa síntese preliminar das contribuições examinadas, deparou-se com um cenário que indica os reflexos da inserção das camadas pobres da cidade, submetidas às condições desfavoráveis da urbanização e da modernização da economia, resultando na formação da economia informal urbana. Assim, os contingentes de excluídos do segmento formal buscam formas de sobrevivência nos pequenos empreendimentos. Nas palavras de Milton Santos (2004), o problema crucial a enfrentar na dimensão econômica, espacial e social é a pobreza:

Esse círculo vicioso da pobreza é o resultado da superposição de dois mecanismos de espoliação, um mais econômico e o outro de natureza geográfica. Não é somente o resultado do confisco, por algumas firmas, da poupança coletiva; a acumulação dos excedentes também é reforçada pelas disparidades regionais suscitadas pelas necessidades e rigidez do processo de produção. Esse mecanismo responsável pela

manutenção da pobreza tanto nos pólos como na periferia, é o mesmo que explica a existência do circuito inferior, em toda parte, na rede urbana. Pobreza e circuito inferior são sinônimos (SANTOS, 2004, p. 371).

Portanto, no desenvolvimento da investigação, admitiu-se a existência de relações entre a economia informal urbana e a pobreza. Essa é a razão pela qual se investigou as possibilidades de inserção social de empreendedores e empreendedoras, beneficiados pelo microcrédito para o fortalecimento dos empreendimentos, como alternativa de combate à pobreza.

3.2.4 A urbanização e a informalidade da economia

A urbanização acelerada e a informalidade são dois fenômenos sociais que apresentam estreita relação na formação das cidades brasileiras, pois, em poucas décadas, ocorreram profundas transformações na distribuição geográfica da população do país. As estatísticas disponíveis colocam o Brasil entre os países mais urbanizados do mundo. Em 1940, segundo dados do IBGE, a população urbana do Brasil representava apenas 31,24%, vindo a alcançar a extraordinária taxa de urbanização de 82,42% no ano 2000 (IBGE, 2007). Em se tratando da informalidade, a economia informal urbana apresentava mais de 10 milhões de pequenos empreendimentos em 2003 (IBGE, 2005).

No Estado da Bahia, segundo Silva et al. (2003), a Cidade do Salvador era, no ano de 1960, 10 vezes maior que a cidade de Feira de Santana, enquanto apenas duas cidades do interior tinham população superior a 50 mil habitantes. Ao lado do crescimento vegetativo da população, houve a transferência de habitantes da área rural para o meio urbano, aumentando de forma significativa a taxa de urbanização de 23,93% no censo de 1940, para 67,12% em 2000. Ocorreu, também, o crescimento das cidades médias e a metropolização da capital do Estado, tendo a população da Região Metropolitana de Salvador (RMS) quase triplicado. No período indicado, a Cidade do Salvador que tinha 290 443 pessoas, alcançou 2 439 823 habitantes, passando de 7,52% para 18,68% em relação à população do Estado.

Dessa forma, muitos fatores interferiram na urbanização, influenciando a problemática da pobreza, destacando-se, entre eles, a modernização da economia. Trilhando este caminho, e discutindo a pobreza e a modernização da economia baiana, Pedrão (2005a) ressalta a combinação que envolve o capital, a tecnologia, a organização e as estratégias de acumulação no processo de modernização.

A modernização tem a função primordial de valorizar o capital, sendo que o emprego é considerado pelo empresário como um mal necessário, sempre visto como um custo que se deseja reduzir. Por outro lado, observa-se que as mudanças têm caráter de modernização provinciana liderada pelos grandes centros e, cada vez mais, pela internacionalização da produção e dos serviços, que estão presentes nas raízes das desigualdades sociais existentes.

A política de obras públicas, na década de 1970, intensificou o desenvolvimento do comércio, enquanto os projetos do grande capital se estruturaram com baixo efeito multiplicador de emprego, ao tempo em que as cidades recebiam contingentes populacionais do interior, sem a devida criação de ocupação para toda a população. Vale assinalar que a modernização da economia baiana foi fruto da expansão do capital industrial na economia nacional, combinada com uma política econômica desenvolvimentista que correspondeu à estruturação da indústria pesada e às infra-estruturas, com fortes repercussões na economia regional e na modernização comercial.

A economia informal urbana tem mostrado uma estreita relação existente entre o fenômeno da urbanização e as mudanças nas atividades econômicas desenvolvidas nos novos espaços das cidades, especialmente na Bahia. Dessa forma, a evolução da urbanização na Bahia mostra que as mudanças ocorridas foram profundas, pois a Cidade do Salvador teve a sua população multiplicada várias vezes entre 1940 e 2000, enquanto as oportunidades de emprego nem de longe acompanharam o ritmo de aumento da população.

Nessas condições é pertinente a argumentação de Menezes (2003, p.305) a respeito das transformações ocorridas na economia, segundo a qual “as economias ocidentais, impulsionadas pelo crescente processo de competitividade internacional, vêm procedendo a uma modernização e racionalização dos seus processos produtivos”. Fica claro, assim, que a economia brasileira sofreu profundas mudanças nas últimas décadas, correspondendo a uma reestruturação produtiva e que, apesar do crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), houve a formação de grandes contingentes da população que não conseguem inserção no mercado de trabalho, hoje fortemente influenciado pelas mudanças tecnológicas e organizacionais.

As transformações econômicas ocorridas em escala mundial, no período, fizeram com que a contratação de força de trabalho se tornasse mais flexível, as restrições ao emprego formal se cristalizassem, empurrando uma significativa parcela da população rumo à criação de empreendimentos para a sua inserção no mercado. Dessa forma, os investimentos passaram a representar, cada vez mais, uma menor possibilidade de criação de postos de trabalho, pois o aumento da produtividade exclui de forma permanente postos de trabalho existentes, aniquilando a capacidade de criar novas ocupações. No Brasil esse quadro é mais grave, pois

o mercado financeiro, ao tempo em que cobra altas taxas de juros, retira recursos do setor produtivo para as aplicações financeiras, principalmente na dívida pública, em busca da alta rentabilidade e do baixo risco nas suas operações.

Enfim, assiste-se ao crescimento da economia informal urbana ao mesmo tempo em que as políticas públicas traduzem o reconhecimento e a busca de ações do Estado no enfrentamento da pobreza e da exclusão social. Nesse quadro, inicia-se o patrocínio de políticas de inserção social para os indivíduos expulsos da economia formal, ou que nela não encontraram oportunidades de emprego, através de políticas compensatórias representadas pelos programas como o bolsa-família ou a cesta básica, que visam atenuar o impacto social da pobreza. Neste trabalho é sustentada a opinião de que as políticas públicas de apoio ao microcrédito, ainda que adotadas timidamente ao longo dos últimos anos, é parte da estratégia de inserção social da população pobre atingida pela reestruturação produtiva e pelas políticas neoliberais.

É possível verificar que, diante da crescente urbanização da sociedade brasileira e da incapacidade de absorção da força de trabalho disponível nas cidades, a válvula de escape para esse fenômeno social está nas iniciativas da economia informal. Ela se constituiu num espaço que proporciona ocupação e renda e que, apesar da precariedade econômica, possibilita a sobrevivência e confere dignidade às pessoas. Essa é uma análise que enfrenta a tensão entre os interesses da acumulação do capital e as necessidades de sobrevivência nas transformações econômicas e sociais em que foi intensificada, e reconhecida, a informalidade. Embora pouco desejada, e até mesmo repudiada pelos setores mais aquinhoados da população, a economia informal ganha expressão econômica, tolerância política e social.

3.2.5 A pobreza e a exclusão social: o entendimento e a dimensão

Nesse tópico é feita a abordagem de alguns elementos considerados importantes para o entendimento e para a discussão da dimensão da pobreza e da exclusão social. Recorreu-se às contribuições de vários autores que guardam certa proximidade no tratamento da temática, ao mesmo tempo em que certas particularidades permitem estabelecer distinção nas análises realizadas.

A pobreza e a exclusão social são problemas complexos que requerem uma discussão, sob olhares distintos ou complementares, necessária à compreensão da ligação entre a pobreza e a economia informal urbana. É neste ambiente social, no qual se espera que o microcrédito

promova a inserção social de empreendedores e empreendedoras, que se localiza o objeto da investigação. Nele, foram abordados quatro tópicos, assim identificados:

- a) o primeiro busca o entendimento da pobreza como um problema estrutural;
- b) o segundo vê a pobreza focada no indivíduo e na sua interação social;
- c) o terceiro traz uma breve abordagem da exclusão social;
- d) o quarto faz a discussão sobre a mensuração da pobreza.

3.2.5.1 A pobreza vista como um problema estrutural da sociedade

A pobreza, segundo as idéias de Pedrão (2005a, p.3-5), é uma marca da sociedade brasileira contemporânea. A gravidade dessa situação impõe a necessidade de interpretação das condições da sua geração e perpetuação, para resultar em estudos e políticas específicas, uma vez que “abrange as diversas condições de exclusão social, no relativo uso de bens e serviços e no acesso aos benefícios culturais ensejados pela prosperidade”. O fenômeno observado é um produto do processo de formação da sociedade desigual, resultante da evolução de condições históricas seculares.

Outra definição para a pobreza é encontrada em Spinola (2002, p.71-72) para quem a pobreza é:

Uma categoria que compreende as diversas formas de exclusão social dos benefícios resultantes da atividade econômica, tanto diretamente, no uso de bens e serviços, quanto indiretamente, no acesso aos benefícios culturais disponibilizados pela sociedade moderna.

Em outras palavras, trata-se de carências nas quais as pessoas não conseguem manter um padrão de vida compatível com as referências socialmente aceitas em certo contexto histórico. Na Bahia, a pobreza tem origens na produção escravista, presente na exploração colonial do Brasil, cuja passagem para o trabalho livre foi realizada sem as reformas estruturais do sistema social, político e econômico do país. A população negra, em particular, foi historicamente abrigada nas atividades mais simples, permanecendo na marginalidade ou na informalidade.

Entretanto, na visão de Santos (2004, p.49), pobres “são aqueles que não têm acesso, de modo regular, aos bens de consumo corrente considerados como mínimo indispensável numa certa sociedade”. A globalização vem contribuindo, de forma perversa, na retração das funções sociais e políticas do Estado, na ampliação da pobreza, na perda de soberania e no aumento do poder regulatório das empresas na sociedade (SANTOS, 2000, p. 37-38).

Outros estudiosos, como Lunderg e Squire (2000, p.135), afirmam que:

A pobreza mede o bem estar de uma família ou de um indivíduo, comparando-o a um determinado padrão aceito, por exemplo, se eles têm ou não alimentação suficiente. A desigualdade mede a distribuição do bem-estar dentro de uma sociedade.

Com base nesse entendimento da pobreza, pode-se considerar que a desigualdade é uma situação social relativa das pessoas na sociedade e que, embora diretamente relacionada à pobreza, se constituem em conceitos distintos.

Uma contribuição interessante para essa discussão é expressa por Demo (1998), na qual ele discute a pobreza e a exclusão social, destacando a pobreza política como elemento fundamental da condição de ser pobre. Nas suas formulações são assinalados os reflexos das transformações ocorridas na globalização da economia e nas dificuldades de superação da pobreza, baseada numa expectativa do Estado protetor, sem considerar os limites impostos pelo capitalismo para assistir aos pobres e excluídos.

Portanto, a pobreza não poder ser reduzida à carência de renda, pois a questão central é política, especialmente na fragilidade do exercício da cidadania. Este aspecto merece uma reflexão mais detalhada no processo de organização e de representação política da população que se dedica às atividades da economia informal urbana. As idéias defendidas por Demo (1998), embora valiosas, parecem um pouco distante de se concretizar nas condições atuais da sociedade, o que, em nada impede o reconhecimento do valor da reflexão para a concretização de uma sociedade mais justa.

Outra autora pesquisada, Rocha (2005, p.9), faz uma formulação distinta daquelas abordagens firmadas na visão estrutural da sociedade, ao definir que a pobreza é “um fenômeno complexo, podendo ser definido de forma genérica como a situação na qual as necessidades não são atendidas de forma adequada”. Para ela, torna-se necessário especificar quais as necessidades e qual o nível de atendimento, ou o padrão de vida e as condicionantes socioeconômicas. Segundo a autora, nos anos da década de 1970, houve o reconhecimento internacional de que o crescimento econômico, por si só, não equacionava os problemas das desigualdades sociais e da pobreza, levando a ONU e o Banco Mundial a repensar o enfrentamento dessa questão. Entretanto, esta constatação parece mais vinculada à revisão do papel do Estado na solução dos problemas sociais do que propriamente na disposição de superar a pobreza no mundo.

É importante deixar registrado, nesse relato, que essa população pobre representa uma clientela especial dos pequenos estabelecimentos comerciais ou artesanais, que fazem parte da

economia informal urbana, pois as suas atividades estão vinculadas à dinâmica e ao desenvolvimento da economia local, valorizando as relações sociais estabelecidas na própria comunidade.

Entende-se, que a pobreza, além de acarretar a carência material, dificulta a convivência e a interação entre as pessoas na comunidade, em função da incapacidade ou da impossibilidade de ter, ao seu alcance, posses ou condições de vida compatíveis com o funcionamento da sociedade. Há um processo social, em grande parte silencioso, que promove a segregação das pessoas pobres, passando a estas a responsabilidade da condição de pobreza, fazendo com que elas se sintam envergonhadas da condição de ser pobre. Seria como pensar algo, em que o próprio indivíduo se anula como sujeito da história, abrindo mão da condição de agente ativo ao se retrair e aceitar a posição de inferioridade que lhe é atribuída.

Portanto, o fomento das atividades produtivas configura-se como uma estratégia de enfrentamento a esses obstáculos sociais rumo ao exercício da plenitude da condição humana de mulheres e de homens, ou seja, em busca da cidadania. Por outro lado, esse fomento é uma ajuda externa, um elemento para a reflexão do papel da população como sujeito da construção do seu próprio destino.

As abordagens aqui apresentadas colaboraram no entendimento da noção de pobreza e das razões da articulação de políticas de cooperação internacional preocupadas com a sua redução. Assim, entende-se que esses fatos, ao guardarem estreita relação com o microcrédito, são convergentes com a intensificação das políticas neoliberais nas economias mais avançadas, tornando-se uma das estratégias dos organismos da ONU para o combate à pobreza nos países periféricos. Nesta perspectiva, tornam-se mais claras, as razões do esforço realizado pela cooperação internacional nas últimas décadas, buscando a disseminação do microcrédito nos países subdesenvolvidos.

3.2.5.2 A pobreza focada no indivíduo e na sua interação social

O crescimento econômico, isoladamente, não significa desenvolvimento. Este é um ponto de convergência de muitos estudiosos, para os quais o desenvolvimento representa um processo mais abrangente de mudanças sociais. Apoiado em leitura particular da problemática, Sen (2005, p.18,19) afirma que o desenvolvimento é caracterizado por um processo de expansão das liberdades, alicerçada na remoção de privações como a pobreza e a tirania, na remoção de carências, criando oportunidades para o acesso aos serviços públicos. Isto não significa desprezar o papel do próprio crescimento econômico.

A liberdade é um atributo central do desenvolvimento, havendo estreita vinculação entre as liberdades e a condição de sujeito que as pessoas devem assumir na constituição de meios para adquirir capacidades individuais essenciais à superação da pobreza. Nessa perspectiva, o crescimento social das pessoas é influenciado pelas oportunidades econômicas, pelas liberdades políticas, pelas condições de saúde, pela educação básica e pelo incentivo às iniciativas.

Uma renda insuficiente causa sofrimentos e dificuldades para as pessoas, e está, normalmente, associada à pobreza, sendo um elemento determinante para a existência de uma vida pobre. Entretanto, Sen, (2005, p.109), afirma que a “a pobreza deve ser vista como a privação de capacidades básicas em vez de meramente como baixo nível de renda, que é o critério tradicional de identificação da pobreza”. Dessa forma, a análise da problemática é ampliada e vista sob novos condicionantes, baseada no indivíduo e na sua interação na sociedade.

Assim, o aumento de capacidades das pessoas, representado por conhecimentos de técnicas e habilidades para desempenhar atividades produtivas, que podem ser obtidas por melhores serviços básicos de educação e saúde, guarda uma relação estreita com a maior potencialidade de obter renda e condições de superação da pobreza. Cabe salientar, todavia, que a insuficiência de capacidades e o baixo nível de renda também estão relacionados, uma vez que a renda é o meio fundamental para a vida dos indivíduos na comunidade. Nesse ponto, Sen (2005, p.117) formula que o desemprego tem conseqüências mais amplas do que a perda de renda, de habilidade, de autoconfiança, originando problemas de saúde e repercutindo negativamente nas relações familiares e na vida social.

Nesse cenário, compreende-se porque os empreendedores e as empreendedoras, além da obtenção de renda para satisfazer as necessidades pessoais ou familiares, também buscam a realização pessoal com a elevação do sentimento da auto-estima e da percepção como cidadãos e cidadãs na comunidade. Essa realização e satisfação pessoais descritas acima receberam, nesta investigação, a denominação de inserção social.

A idéia de que a ampliação da liberdade humana é o principal fim e meio do desenvolvimento é enfatizada por Sen (2005). Com base nesse entendimento, o desenvolvimento tem que estar relacionado com a melhoria das condições de vida da população e com a garantia de que a pessoa ocupe um papel social relevante, tanto individualmente quanto nas possibilidades de agir coletivamente na sociedade. É essencial para o ser humano desempenhar o papel de protagonista, não sendo apenas o beneficiário passivo de programas de desenvolvimento. Melhores condições de educação e saúde ajudam

na obtenção de mais rendimentos, ao tempo em que mostra as possibilidades da superação, numa relação inversa com a pobreza.

Portanto, as idéias de Sen (2005) estão focadas na relevância das liberdades como capacidades humanas, na perspectiva de um desenvolvimento que vai além do crescimento econômico e da renda, em que homens e mulheres possam viver com dignidade para eliminar privações e misérias presentes na sociedade contemporânea. Ressalta-se a importância atribuída ao encadeamento das liberdades, direcionadas ao indivíduo, sem deixar de lado a sua interação social, frente à compreensão da complexidade e das inter-relações da pobreza na condição humana. Ele se posiciona como um intelectual inconformado, num mundo com tanta fome e tantas vidas sem esperança, ao lado da extraordinária capacidade de gerar riquezas.

O autor desta pesquisa chama a atenção para dois aspectos: primeiro, que a análise baseada na visão estrutural é consistente com as relações sociais de exploração e de dominação presentes na sociedade capitalista, mas carecem de maior proximidade com as condições do indivíduo e sua individualidade na convivência social, valorizando as suas potencialidades, a sua criatividade, os seus sonhos e incertezas. Segundo, que a visão focada no indivíduo tem seus méritos, deixando a desejar no aspecto de subestimar as questões estruturais da sociedade apontadas pelo primeiro grupo, sobrecarregando a responsabilidade individual na solução dos problemas que são coletivos e inerentes à formação social na qual se vive.

Enfim, essas duas abordagens trazem valiosas contribuições para a compreensão do problema investigado e para a busca da sua superação. Neste trabalho, em particular, elas contribuíram para a reflexão do papel do microcrédito no fomento de atividades produtivas, sugerindo estratégias para melhorar a obtenção de renda e as condições de vida das pessoas.

3.2.5.3 Uma breve abordagem da exclusão social

A pobreza e a exclusão social são temáticas interligadas e, em muitas circunstâncias, utilizadas como substitutas uma da outra. A exclusão social é tratada por Nascimento (2000, p. 57-58), assinalando que o termo, de origem francesa, ganhou expressão no Brasil nos anos 1990, para “designar toda e qualquer forma de marginalização, discriminação, desqualificação, estigmatização ou mesmo pobreza”. Elas estão vinculadas ao desenvolvimento econômico e nas crescentes dificuldades de mobilidade social, na aceleração da inovação tecnológica, na competição empresarial associada à internacionalização da economia e às políticas neoliberais. Isso cria o desemprego estrutural e tecnológico, trazendo

consigo o aumento das desigualdades sociais. A reflexão em torno dessas duas temáticas colabora na compreensão de aspectos da presente pesquisa, fundamentada na discussão da economia informal e no microcrédito, como estratégia de redução da pobreza.

Desigualdade, pobreza e exclusão são conceitos distintos, mas estreitamente relacionados. A pobreza “significa a situação em que se encontram membros de uma determinada sociedade de despossuídos de recursos suficientes para viver dignamente, ou que não têm as condições mínimas para suprir as suas necessidades básicas” (NASCIMENTO, 2000, p.58). A exclusão social é considerada como um fenômeno de múltiplas e simultâneas dimensões nos planos econômico, cultural e social, consequência de uma construção histórica e geográfica, particularmente utilizada na Europa. Como categoria social, ela se contrapõe à coesão social, ou indica ruptura de laços e vínculos sociais, um problema da sociedade moderna, que vê os pobres como despossuídos de bens ou do direito de terem direitos (NASCIMENTO, 2000, p.59-62).

Na literatura são encontradas evidências de que, a nova revolução tecnológica, iniciada na década de 1970, pode ser motivadora da exclusão social ao promover reformulações profundas nas relações e na natureza do mundo do trabalho. Na situação latino-americana se destaca a rápida urbanização e a visualização das desigualdades sociais ou o empobrecimento, provocando o deslocamento da população para espaços de menor controle social e de aumento da violência urbana. No Brasil, os índios, os negros e os trabalhadores rurais são personagens típicos da exclusão social pelas dificuldades de constituição de um espaço social decente (NASCIMENTO, 2000, p.67-71).

Por outro lado, discutindo a exclusão social, Demo (1998, p.18, apud PAUGAN, 1996, p.15) afirma que a noção de exclusão social ultrapassa a compreensão das desigualdades, carecendo de sentido para:

As contradições de interesses entre grupos sociais e a luta pelo reconhecimento social, mas antes sobre a fraqueza, ou seja, a ausência de reivindicações organizadas e de movimentos suscetíveis de reforçar a coesão identitária das populações desfavorecidas.

Esta visão enfatiza as possibilidades dos indivíduos como seres políticos na comunidade, destacando os danos causados aos laços sociais pelas dificuldades de engajamento, de organização e de representação das populações excluídas.

A importância da distinção que deve ser feita entre o entendimento da pobreza e da exclusão social na interpretação de brasileiros, europeus e outros povos é destacada por Nunes (2006, p. 21), para quem os diferentes significados que são atribuídos aos termos, em

decorrência do tipo de sociedade que os analisa, redundam em dificuldades conceituais. Em sua opinião, a pobreza atinge parcela significativa da população, tendo fortes vínculos com as condições materiais e as possibilidades da sua transferência entre as gerações – as famílias pobres que não conseguem superá-la, fazendo com que os seus filhos tendam a continuar pobres. Por outro lado, a exclusão é numericamente menor, porém mais profunda e representada pela perda de laços sociais, atingindo, principalmente, os aspectos subjetivos do indivíduo – a desagregação da estrutura familiar, o trabalho incerto, as condições precárias de moradia, a baixa auto-estima e a depreciação moral da pessoa – que levam as pessoas a um processo de isolamento na sociedade.

Dessa forma, tanto os personagens considerados excluídos, mas indispensáveis ao desenvolvimento econômico nas atividades da economia colonial, ou da industrialização brasileira, que mais tarde são colocados à margem da sociedade econômica, como as dificuldades de organização e representação política, estão relacionados à exclusão social, como conseqüências mais profundas da pobreza.

Na compreensão do autor, a argumentação apresentada corrobora na idéia de relações de causa e efeito no processo histórico de formação da pobreza ao considerar que a pobreza e a exclusão social são faces distintas, e às vezes ambíguas, de uma mesma moeda. A sua superação deve estar alicerçada na perspectiva do ser humano, capaz de assumir a luta contra as dificuldades encontradas, posicionando-se na construção da sua história, em conquistas pessoais e coletivas, na sua comunidade. Nesta linha de pensamento, isto se traduz no empenho dos empreendedores na busca de uma alternativa para a obtenção de trabalho e renda, tendo em vista melhorar a sua condição como cidadão ou como cidadã.

3.2.5.4 A discussão sobre a mensuração da pobreza

Na óptica dos organismos internacionais, a pobreza é definida como a privação de necessidades essenciais, exigindo um nível, ou um critério observável, para a sua mensuração em determinada sociedade, sendo um dado relevante na formulação das políticas antipobreza. Na opinião de Rocha (2005, p.10), “em última instância, ser pobre significa não dispor dos meios para operar adequadamente no grupo social em que se vive”. Assim, as análises dos resultados da mensuração da pobreza podem ser utilizadas na elaboração de políticas antipobreza específicas para cada país.

Ao discutir o aspecto da solidariedade na renda e no consumo, Rocha (2005, p.36) escreve que a “família é definida como pessoas que moram no mesmo domicílio, ligadas por

laços de parentesco ou não, mas que funcionam como um grupo solidário em relação ao rendimento e ao consumo”. A família é considerada uma unidade importante para o estudo das desigualdades sociais em relação às análises focadas nas pessoas. Prosseguindo, Rocha (2005) mostra-se enfática ao afirmar que a persistência da pobreza absoluta no Brasil deve-se à desigualdade de renda. Esta ênfase ajuda na compreensão da natureza familiar das iniciativas financiadas pelo microcrédito, onde os empreendedores desenvolvem atividades produtivas, proporcionando solidariedade no trabalho e na renda, bem como na dignidade das pessoas.

Na opinião de Rocha (2005, p.43-44, 52-60), a abordagem feita sobre a renda é adequada para o Brasil, pois a sua economia além de ser altamente monetizada dispõe de informações socioeconômicas que facilitam a mensuração da pobreza. Ela considera relevante a idéia de pobreza absoluta, definida mediante uma cesta de consumo alimentar mínima, propondo a utilização conjunta da linha de pobreza e de informações de rendimentos no processo de mensuração. Por isso, a determinação do valor das linhas de indigência e pobreza traz como exigências, a adoção de opções estatísticas e metodológicas, sendo indispensável contar com a disponibilidade de dados. Este instrumento de mensuração foi usado em seus estudos sobre a pobreza no país, utilizando a renda *per capita* familiar nos cálculos da população pobre ou indigente⁵.

Segundo a autora, a situação brasileira é preocupante, pois ao longo da década de 1990 e no início do século atual, houve redução das oportunidades de emprego e de rendimentos para os trabalhadores de baixa escolaridade ou menos qualificados, sobretudo nas regiões metropolitanas onde o desemprego aumentou de forma generalizada. Isto contribuiu para o agravamento da pobreza, movimento ocorrido em decorrência da reestruturação produtiva com prováveis rebatimentos na economia informal urbana, conforme já foi abordado anteriormente neste trabalho. Entretanto, ela reconhece que as políticas públicas de enfrentamento da pobreza, nos anos recentes, vêm proporcionando resultados positivos na redução da pobreza no país. O destaque fica para os efeitos da ampliação da rede de proteção social – pensões ou aposentadorias e bolsa-família – e as influências ocasionadas pela recuperação do poder de compra do salário mínimo, permitindo a melhoria da renda e a redução da desigualdade social. Dessa forma, concretizou-se um forte declínio da pobreza

⁵ Rocha estabeleceu valores de renda *per capita* por membro da família para linhas de pobreza a fim de calcular o número de pobres, baseados na Pesquisa de Orçamento Familiar (POF), realizada pelo IBGE em 1987. Exemplos em valores a preço de setembro de 2004: maior valor R\$250,79 para a Região Metropolitana de São Paulo e R\$69,75 nas áreas rurais de Minas Gerais e Espírito Santo.

entre 2003 e 2004, ao reduzir o percentual de 35,59% para 33,21%, obtendo o melhor resultado desde a implantação do Plano Real (ROCHA, 2006).

A recuperação dos rendimentos é confirmada por Prado (2006, p.3-4), em artigo escrito sobre a queda da desigualdade e da pobreza no Brasil, considerando-a como um fato significativo para os 20% mais pobres que ganharam cerca de 10% ao ano, em 2004 e em 2005. Constata também o aumento real de 97% do salário mínimo, no período compreendido entre 1995 a 2006, favorecendo a redução da concentração de renda no país, acrescentando que a inflação baixa possibilitou a manutenção do poder de compra do salário mínimo ao lado do aumento dos gastos sociais realizados pelo governo. Ele é categórico, ao afirmar que o programa bolsa-família vem promovendo a redução da pobreza e da desigualdade social.

Para o dimensionamento da pobreza nesta investigação, foram tomados por base os trabalhos de Rocha (2005, 2006) que utilizou estatísticas da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD), para apresentar estimativas da pobreza no país, na região Nordeste e as particularidades da Bahia, conforme é mostrado na Tabela 1.

Tabela 1 – Indicadores de pobreza, urbana e rural na Região Nordeste e no Brasil - 2004

BRASIL/REGIÃO NE	NÚMERO DE POBRES (n)	PROPORÇÃO DE POBRES (%)
Nordeste	24.000.690	48,50
Brasil total	57.698.195	33,20
Metropolitano	20.950.811	38,70
Urbano	27.910.810	29,50
Rural	8.836.574	35,40

Fonte: Rocha (2006, p.299) - tabulações especiais IBGE/PNAD, 2004.

No Brasil, conforme os dados da Tabela 1, o maior bolsão de pobreza está concentrado na Região Nordeste, que representava mais de 24 milhões de pessoas em 2004. A pobreza nesta área geográfica é expressiva, pois chega a atingir quase a metade da população total, ao passo que a Região Sul, apresenta uma situação mais favorável com menos de 10% da população pobre do Brasil (ROCHA, 2006).

Verifica-se que a pobreza brasileira é um fenômeno social urbano, pois nos últimos 40 anos a pobreza se deslocou do campo para a cidade. Atualmente residem nas cidades 84,68% dos brasileiros pobres, enquanto os 15,31% da população pobre encontram-se no meio rural. Esses dados são consequência do êxodo da população, sobretudo para as grandes metrópoles do país.

Tabela 2 – Indicadores de pobreza urbano e rural da Bahia e RMS Salvador - 2004

BAHIA/RMS	NÚMERO DE POBRES (n)	PROPORÇÃO DE POBRES (%)
Bahia	6.034.107	45,30
Urbano	2.671.253	45,40
Rural	1.733.192	40,50
RMS Salvador	1.629.662	51,70

Fonte: Rocha 2006 (p.297) – tabulações especiais IBGE/PNAD, 2004.

A análise dos dados das Tabelas 1 e 2 mostra que a Bahia se destaca no Brasil como o Estado da Federação onde se encontra o maior contingente de pobres, representando 25,14% dos pobres da Região Nordeste. Uma segunda constatação é de que a concentração da pobreza baiana na Cidade do Salvador e na sua Região Metropolitana é representativa, pois equivale a mais de um quarto das pessoas pobres da Bahia.

A reestruturação produtiva tem sido perversa ao excluir do mercado de trabalho os trabalhadores menos qualificados, pois essa exclusão vai se tornando irreversível. Isso certamente influenciou o crescimento da economia informal urbana com a inserção precária de trabalhadores devido à ação empreendedora motivada pela necessidade. Segundo Rocha (2005, p.148), quase um quarto da população pobre ocupada, trabalha por conta própria e suas atividades estão associadas “a atividades de baixa produtividade, baixos rendimentos, além de irregularidade, insegurança e imprevisibilidade do rendimento”. Esta constatação reforça a tese da precariedade existente nas iniciativas econômicas apoiadas pelo microcrédito, corroborando no desvendamento da temática investigada.

É importante reconhecer a relação existente entre a educação, a renda e a pobreza, pois a desigualdade de renda relacionada à persistência da pobreza absoluta é reflexo de desigualdades de escolaridade, muitas das vezes transmitidas de geração a geração. Cada ano a mais de escolaridade, proporciona um aumento de renda de 10% a 19%, a depender do grau de escolaridade atingido (ROCHA, 2005, p. 184). Portanto, ela se constitui numa relação que interessa a esta investigação.

Alguns dos reflexos produzidos pela rápida especialização do mercado de trabalho do Brasil são a insuficiência de postos de trabalho e o aumento da exigência de qualificação dos trabalhadores. A tendência que vem sendo observada é a expansão da informalidade e a exclusão das pessoas com baixa escolaridade do mercado de trabalho formal, influenciando a persistência da pobreza. Por isso, Rocha (2005, p.185-186) defende a educação e a renda

como eixos de políticas antipobreza, buscando romper o círculo vicioso da transmissão da pobreza entre gerações. Diante disso, parece coerente fomentar alternativas de geração de ocupação e de renda na perspectiva de fortalecer os empreendimentos e as habilidades dos empreendedores.

Por último, é importante levar em conta o enorme contingente de população pobre no Brasil, especialmente na Bahia, e o fato de que as políticas públicas de redução da pobreza possam ter a dimensão capaz de enfrentar o maior desafio da sociedade contemporânea. Entretanto, por mais otimista que sejam as expectativas, visualiza-se a necessidade de algumas décadas para que haja uma redução expressiva da pobreza, diante da gravidade do quadro apresentado na atualidade.

3.3 VISÃO PANORÂMICA DE PEQUENOS EMPREENDIMENTOS E MICROCRÉDITO

O microcrédito utilizado para a capitalização de empreendimentos de pequeno porte motivou a busca de satisfação das necessidades financeiras da população de baixa renda, abrindo novos horizontes nas operações de crédito de pequenas quantias, resultando no surgimento das microfinanças e na bancarização da população pobre.

As experiências do microcrédito, inicialmente restrita às organizações sem fins lucrativos, paulatinamente ganharam espaço na sociedade como instrumento de combate à pobreza e como alternativas para a geração de emprego e renda. Entretanto, vistas pelo lado da cooperação internacional, as organizações estrangeiras contribuíram numa estratégia de enfrentamento da pobreza, elaborada nos países centrais, em termos de redefinição das atribuições do Estado na sociedade e de implementação das políticas neoliberais. Dessa forma, ocorreu a disseminação da metodologia de atendimento aos empreendedores e empreendedoras, destacando a criação de organizações apoiadas pelo poder público, a mobilização de bancos comerciais e a criação de programas públicos.

Os programas de microcrédito financiam atividades produtivas da economia informal urbana, sobretudo da população mais pobre, proporcionando resgate da cidadania de mulheres e homens que criam e mantêm, na maioria das vezes, sua própria ocupação ou emprego. Mas, visto sob a ótica do mercado, o microcrédito também significa uma ampliação de negócios para as grandes empresas que passam a incorporar no consumo de seus produtos ou serviços um contingente de população antes considerada como “não consumidores”.

Por outro lado, é pertinente questionar o papel desempenhado pelas organizações sem fins lucrativos envolvidas com o microcrédito para saber se elas, abriram ou não, o caminho

para a chegada do sistema financeiro aos pobres, proporcionando ganhos efetivos aos beneficiários do microcrédito. Coloca-se, dessa forma, mais uma temática apropriada para a reflexão e para a investigação na comunidade do microcrédito.

A importância atribuída ao microcrédito que é concedido a empreendedores e empreendedoras, para o fortalecimento de pequenos empreendimentos é relativamente recente no Brasil e no mundo. Em suas origens, o microcrédito teve uma forte motivação social e ganhou destaque na agenda das políticas de combate à pobreza nos últimos 20 anos, sobretudo nos estímulos proporcionados pelos organismos da cooperação internacional.

Portanto, o microcrédito, na acepção abordada neste trabalho, destina-se ao financiamento de pequenos empreendimentos da economia informal urbana, na perspectiva de fomentar atividades produtivas para a geração de ocupação, de emprego e renda, sobretudo no favorecimento de famílias de empreendedores e empreendedoras mais pobres. Em última instância, os programas de microcrédito buscam atuar como uma política de ajuste ao capitalismo, ao incorporar, à funcionalidade do mercado, milhões de pessoas excluídas das possibilidades de produção e de consumo.

3.3.1 Pequenos empreendimentos

Os pequenos empreendimentos conquistaram espaços e reconhecimento na sociedade pela sua importância socioeconômica, revelando a incoerência em confundir a informalidade com a ilegalidade de atividades produtivas. Nos anos da década de 1990, o IBGE passou a estudar o setor informal da economia brasileira formada pelos pequenos empreendimentos, mostrando sua importância no refúgio para milhões de pessoas que buscam nele a sobrevivência, apesar das dificuldades encontradas. A participação da Região Nordeste é representativa, correspondente a 26% dos empreendimentos do Brasil, mostrando, em 2003, um crescimento da ordem de 10% em relação à pesquisa realizada em 1997 (IBGE, 2005).

Segundo os dados do IBGE (2005, p. 15), a definição mais precisa desse setor envolve a consideração de diferentes particularidades de regiões e países, de acordo com o nível de desenvolvimento e estrutura das economias, havendo dificuldades em lidar com esse conceito na maioria das vezes. Para a identificação de proprietário de negócios informais urbanos foi utilizada a Classificação Nacional de Atividades Econômicas–Domiciliar, seguindo as recomendações da 15ª Conferência de Estatísticos do Trabalho, promovida pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), em janeiro de 1993, que considerou na caracterização do setor informal os seguintes aspectos:

- a) a referência para delimitar o setor informal é a unidade econômica, compreendida como unidade de produção e não o trabalhador ou a ocupação por ele exercida;
- b) foram consideradas as unidades econômicas não-agrícolas produtoras de bens e serviços para a comercialização e excluída a produção para o auto consumo;
- c) a informalidade está caracterizada na organização e no funcionamento da unidade econômica e não no aspecto legal ou às relações com autoridades públicas, independente da localização onde se desenvolve a atividade produtiva.

O relatório do IBGE (1999, p. 17) traz a afirmação de que:

A pesquisa Economia Informal Urbana, é uma pesquisa por amostra de domicílios, situados em áreas urbanas, onde se busca identificar os trabalhadores por conta própria e empregadores com até 05 empregados em pelo menos uma situação de trabalho [...].

O relatório esclarece, também, que a pesquisa não abrange as atividades ou o trabalho fora do universo dos empreendimentos econômicos de pequeno porte, tais como pessoas que exercem atividades profissionais na esfera do trabalho doméstico.

Dessa forma, na busca de informações para alcançar os objetivos da pesquisa aqui relatada, os estabelecimentos da economia informal urbana foram compreendidos como aqueles estabelecimentos participantes do circuito inferior da economia, demonstrando a existência de características distintas das pequenas e médias empresas. Na verdade, à medida que os negócios ampliam sua magnitude eles vão agregando elementos diferenciadores no processo de constituição, de gestão e das relações estabelecidas na comunidade.

Entre os elementos presentes nas empresas mais estruturadas, destacam-se:

- a) a separação mais clara entre a movimentação financeira do negócio e a realização dos gastos familiares;
- b) a organização contábil e financeira, incluindo aspectos da constituição comercial e registro do estabelecimento frente às autoridades públicas;
- c) a tendência da separação entre as atribuições gerenciais, as funções do processo produtivo e o atendimento aos clientes;
- d) a utilização de tecnologias e processos gerenciais mais modernos, tornando-se mais intensiva em capital.

Por sua vez, os empreendimentos informais foram caracterizados pela produção em pequena escala, pelo uso de tecnologias mais simples, pelo baixo nível de organização e pela dificuldade de separação entre capital e trabalho, como fatores de produção. Observa-se uma

forte identificação entre a unidade produtiva, a vida doméstica dos empreendedores e a presença de familiares nas atividades produtivas.

No aspecto da organização entre empreendedores e empreendedoras, verifica-se que na economia informal urbana, a organização empresarial é baixa ou quase inexistente, acarretando uma enorme diversidade de atividades produtivas situadas de forma dispersa no espaço geográfico, sobretudo na periferia das grandes cidades. Por outro lado, as empresas que possuem qualquer nível de organização, seja por setores produtivos ou não, têm a possibilidade de se articularem na defesa de interesses, criando canais próprios para a expressão e representação política, principalmente para defender condições favoráveis ao desenvolvimento dos seus negócios.

Assim, é possível imaginar a capacidade de mobilização das organizações empresariais, representadas por sindicatos, federações e confederações na luta por espaços nas políticas públicas. Sabe-se, por exemplo, que a Federação das Indústrias de São Paulo (Fiesp), a Confederação Nacional da Indústria (CNI), a Confederação Nacional da Agricultura ou o Serviço Social da Indústria (Sesi), que são dirigidos pelo empresariado, possuem considerável capacidade de colocar em evidência para a sociedade as idéias do empresariado. Por outro lado, a economia informal urbana ainda vive, nada mais, nada menos, que a era da orfandade política na sua quase impossibilidade de representação coletiva de seus interesses. Assim, salvo honrosas exceções das associações de feirantes, vendedores ambulantes ou grupos de artesãos, poucas são as notícias das lutas empreendidas coletivamente por este segmento de trabalhadores, no Brasil.

Diante desse quadro, pode-se dizer que, enquanto as empresas mais estruturadas apresentam alto grau de integração ao mercado com relações capitalistas mais aprimoradas entre capital e trabalho, organização e representação política, os pequenos empreendimentos funcionam sob forte influência da lógica da sobrevivência, mostrando-se intensivos na utilização do fator trabalho, sobretudo da mão de obra familiar. Portanto, os pequenos empreendimentos, bem como os pequenos empreendedores e pequenas empreendedoras, correspondem, na concepção metodológica do microcrédito utilizada neste trabalho, às unidades econômicas pesquisadas na economia informal urbana, como características básicas dos seus clientes.

No atual estágio da compreensão desenvolvida neste trabalho é razoável denominar “economia da pobreza” a esta formação social representada pelos empreendimentos da economia informal urbana do país. Para Santos (2005), circuito inferior é sinônimo de pobreza que aqui está sendo chamada de economia da pobreza.

Torna-se relevante, tanto do ponto de vista econômico quanto do ponto de vista social e político, acrescentar aos elementos caracterizadores da economia informal, a percepção do baixo nível de organização política ou setorial dos empreendedores e empreendedoras. Assim, na condição de cidadãos e cidadãs, poderiam desenvolver ações mais ativas na organização e representação política de seus interesses, ao lado do desenvolvimento das suas atividades produtivas. Sob este aspecto, deixa a desejar a prática do exercício da cidadania neste segmento da sociedade brasileira, onde muitas pessoas vivem em condições sociais desfavoráveis.

3.3.2 Terminologias utilizadas nos programas de microcrédito

Alguns termos que são considerados especializados na área do microcrédito foram selecionados para serem definidos, numa tentativa de torná-los conhecidos para se conseguir uma melhor compreensão da pesquisa e dos resultados obtidos que são mais adiante apresentados. As terminologias mais utilizadas são a seguir apresentadas.

Cliente novo é o empreendedor ou empreendedora que recebe o primeiro crédito ao ingressar nos programas de microcrédito, tendo a perspectiva de concessão de valores iniciais menores e aumento gradativo dos montantes nos créditos posteriores, em função do relacionamento da pessoa com a instituição, a pontualidade no reembolso e o desenvolvimento do empreendimento financiado.

Crédito novo é a primeira operação de microcrédito concedida ao cliente novo, realizada com o empreendedor ou a empreendedora que ingressa na carteira de clientes, recebendo também na comunidade do microcrédito, a denominação de crédito primário, expressões equivalentes.

Crédito renovado é o microcrédito concedido ao cliente após a quitação da primeira operação na idéia do crédito rotativo, renovável. O propósito de renovar as operações dos clientes é uma forma de proporcionar uma fonte permanente de recursos para financiar os empreendimentos a depender das suas necessidades financeiras, desenvolvimento do negócio e capacidade de pagamento das operações contratadas.

Crédito em grupo é a operação de microcrédito realizada para três a seis empreendedores ou empreendedoras, mediante a garantia do aval recíproco dos participantes do grupo solidário que se responsabilizam conjuntamente pelo pagamento do valor recebido.

Crédito individual é a operação de microcrédito concedida individualmente ao empreendedor ou empreendedora, geralmente realizada mediante a apresentação de um avalista com renda suficiente para garantir a operação contratada.

Crédito para capital de giro é o empréstimo que tem como finalidade o financiamento de necessidades de curto prazo das atividades dos empreendimentos, geralmente utilizado para aquisição de mercadorias, matérias-primas, insumos, pagamento de mão de obra e outras despesas das iniciativas financiadas.

Crédito para investimento é o empréstimo que se caracteriza pela utilização na aquisição de máquinas, equipamentos, veículos e ferramentas, bem como na reforma e ampliação do local de trabalho. O investimento representa a imobilização de recursos no estabelecimento, geralmente destinado a aumentar a capacidade produtiva do empreendimento.

Grupos solidários são grupos formados por empreendedores e empreendedoras, proprietários de pequenos empreendimentos, que gozam de boas relações de amizade, trabalham ou moram geograficamente próximos e são pessoas interessados no microcrédito. A composição varia de três a seis pessoas, que em conjunto, assumem solidariamente a fiança, ou seja, a responsabilidade de reembolsar o valor total do contrato, tornando-se uma garantia para recuperação do microcrédito concedido (CEAPE, 2004).

Microcrédito são as operações creditícias de pequena monta, realizadas por programas especializados, destinadas ao fortalecimento de iniciativas econômicas produtivas, geralmente da economia informal urbana. Em geral, atendem as necessidades de capital de giro ou pequenos investimentos para desenvolver atividades de comércio, fabricação ou prestação de serviços. Constituem-se em empréstimos com exigências de poucos documentos, com prazos variáveis de um a seis meses, pagos e renovados de forma rotativa e em valores crescentes. Apresentam agilidade e simplificadas exigências em relação ao sistema financeiro tradicional, pois a maioria dos programas empresta, sem garantias reais, mediante a formação do grupo solidário. O serviço é prestado de forma personalizada, mediante visitas aos clientes proporcionando orientação técnica aos tomadores do crédito. É também denominado microcrédito produtivo orientado, ou simplesmente microcrédito, nos termos utilizados neste trabalho. Os valores emprestados no microcrédito variam na faixa de R\$100,00 a R\$10 mil a depender das condições particulares de cada empreendimento, produtos financeiros oferecidos aos clientes e políticas das organizações promotoras. O valor máximo do microcrédito, previsto na legislação em vigor, está estabelecido em R\$10 mil por cliente financiado.

Microfinanças e microcrédito são dois conceitos distintos que chegaram ao Brasil em tempos recentes. O microcrédito é um serviço oferecido por organização que promove um atendimento especializado, sustentada em metodologia que exige conhecimentos da estrutura e funcionamento dos pequenos empreendimentos da economia informal. Enquanto isso, as microfinanças representam uma evolução na promoção de acesso mais amplo a serviços financeiros para a população pobre, mobilizando bancos, financeiras, redes de casas lotéricas, lojas de departamento e o poder público. Portanto, o microcrédito tem uma concepção de atuação restrita, ao tempo em que as microfinanças ampliam o leque de fornecimento de serviços à população mais pobre, incorporando inclusive o próprio microcrédito. Há uma tendência de adequação das organizações de microcrédito, tanto no Brasil quanto em outros países, para oferecer novos serviços aos clientes nas estratégias das microfinanças. Dessa forma, as microfinanças fazem parte das políticas públicas do governo federal na legislação que institucionaliza serviços financeiros para atendimento à população mais pobre, sobretudo nas normas do Banco Central para correspondentes bancários, contas simplificadas ou obrigatoriedade de aplicação de percentual de 2% dos depósitos bancários no microcrédito.

Bancarização da população pobre significa a oferta de serviços financeiros direcionados à população pobre, destacando-se o crédito sem finalidades especificadas, as contas bancárias simplificadas, os recebimentos e os pagamentos, as contas de depósitos, os seguros, as ordens de pagamento ou a cobrança de títulos (ALVES; SOARES, 2006, p.72-73). É uma tendência que vem ocorrendo em vários países do mundo, nos últimos anos para atender as necessidades financeiras da população de baixa de renda.

Carteira ativa é uma conta do ativo circulante, integrante do realizável a curto prazo, como “Clientes ou Créditos a receber”. Refere-se ao microcrédito concedido a cliente, que em determinada data, apresenta saldo devedor a ser reembolsado. É oriunda da concessão dos microcréditos e diretamente relacionada às receitas das operações realizadas, representando em importante informação dos financiamentos concedidos.

Cliente ativo é o empreendedor ou a empreendedora que tenha uma operação de microcrédito vigente, independente do valor ou prazo para pagamento do compromisso contratado o que representa um valor a receber pela instituição.

Gestão da carteira de microcréditos é o gerenciamento da carteira de microcréditos, fornecendo subsídios para as decisões estratégicas e operacionais das organizações. Trata as tarefas que vão desde a concessão, o acompanhamento e a recuperação dos valores emprestados aos clientes.

Recuperação de microcréditos é o recebimento dos valores contabilizados na conta “a receber de clientes”, sob qualquer modalidade, nos termos das operações contratadas. É a área mais sensível à sobrevivência de qualquer organização financeira, pois representa o retorno dos recursos aplicados. Neste sentido, o recebimento adequado das operações do microcrédito é um dos principais fatores de êxito das organizações de microcréditos. Diz Christen (1998, p. 15-17), que entre os quatro principais desafios das entidades de microcrédito, o primeiro é a recuperação dos empréstimos. O alto grau de recuperação é um atributo interno das próprias organizações de microcréditos e fundamental à continuidade das suas operações.

Inadimplência e morosidade são dois termos freqüentemente utilizados para designar índices relacionados a valores vencidos e não reembolsados pelos clientes. Estes termos são considerados equivalentes ao tratar os valores ou prestações, cujos pagamentos estão atrasados. Entendê-los em sua magnitude, implica saber a quanto tempo esta vencida uma prestação ou a operação, pois um cliente fica inadimplente ao deixar de fazer um pagamento na data prevista.

Empreendedor é, segundo Houaiss (2001), a pessoa que empreende, que tem iniciativa, que decide realizar, ou seja, quem põe algo em execução. Neste trabalho, diz respeito àquelas pessoas que criam ou desenvolvem um empreendimento sem distinção do setor, ramo ou atividade econômica desenvolvida.

Pequeno empreendimento são os estabelecimentos representados por iniciativas econômicas desenvolvidas nos setores do comércio, da produção e da prestação de serviços. Os estabelecimentos são considerados integrantes da economia informal urbana, possuindo até cinco trabalhadores como empregados, tendo esta caracterização correspondência com a metodologia das unidades econômicas pesquisadas pelo IBGE na economia informal urbana (IBGE, 1997). Neste trabalho, pequenos empreendimentos e pequenos negócios são considerados termos equivalentes, pois são usuais na comunidade do microcrédito.

3.3.3 Panorama do microcrédito no mundo

Pretende-se, aqui, oferecer uma rápida visão do desenvolvimento do microcrédito em escala mundial e apresentar a sua evolução no Brasil, trazendo as particularidades da Bahia, a fim de permitir uma compreensão panorâmica da temática.

Experiências da concessão de créditos em pequenos valores são registradas na Alemanha, desde meados do século XIX, onde foram organizadas cooperativas de crédito

para possibilitar que a população pobre tivesse acesso a recursos financeiros. Era do interesse de cada sócio, admitir pessoas comprometidas que tivessem a responsabilidade de honrar seus débitos e participar da cooperativa. A organização se dava sob a forma de autogestão e financiava investimentos produtivos, sendo administrada pelos sócios de forma participativa. Passaram a ser conhecidas como “Bancos do Povo”, chegando a 1 002 bancos do povo na Alemanha no ano de 1912, mobilizando 641 mil associados. Estas iniciativas contribuíram para o desenvolvimento dos princípios da economia solidária, tendo se expandido para vários países da Europa no século passado (SINGER, 2002, p.62-65).

É interessante ressaltar que o Brasil faz parte da história das experiências do microcrédito desenvolvido na atualidade em escala continental. Essas experiências são consideradas como o ponto de partida para a experiência que se expandiu para a América Latina, para o Caribe e para outros continentes. Em depoimento solicitado para constar desta dissertação, sobre o surgimento do microcrédito, Valdi Dantas⁶ (2007) afirma:

A primeira experiência de microcrédito para o setor informal urbano se deu no Brasil, em Recife e Salvador, através de uma parceria entre a *Accion International*, na época conhecida como *AITEC*, e entidades empresariais de Pernambuco e da Bahia. A *Accion International* é uma ONG estadunidense que, até então, (início da década de 70) trabalhava na América Latina com Programas de “Desenvolvimento Comunitário”, utilizando a figura de “trabalhadores sociais” residentes em cada país. O residente no Brasil identificou que a maior contribuição para o desenvolvimento comunitário no Brasil seria incentivar o fortalecimento dos pequenos negócios informais visando melhorar renda e criar novos postos de trabalho. Em 1973, por iniciativa e com assistência técnica da *Accion International*, e com a participação de entidades empresariais e bancos de Pernambuco e da Bahia, foi criada a União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações, que ficou conhecida como Programa UNO. A UNO era uma associação civil, sem fins lucrativos, que nasceu especializada em crédito e capacitação. Trabalhava com crédito individual e com a garantia de um “aval moral”.

Deve-se levar em conta que os programas de microcrédito desenvolvidos nas últimas décadas, possuem concepção, metodologia e estrutura institucional distintas daqueles programas do passado. A terminologia é recente, tendo se tornada conhecida após a realização da primeira cúpula do microcrédito, realizada em 1997. As experiências foram disseminadas em todos os continentes ao longo dos últimos vinte anos, mas três organizações, pelas dimensões da clientela e particularidades dos programas, merecem ser citadas no nível mundial.

A primeira delas é a *Accion International*, pioneira no microcrédito para a população pobre com experiência iniciada no Recife no ano de 1973, que emprestou, somente na última

⁶Valdi de Araújo Dantas é sociólogo e especialista em microcrédito. Foi técnico da UNO-Pernambuco, posteriormente consultor da *Accion International* que implantou programas de microcrédito na Colômbia e no Brasil, estruturando no final da década de 1980 a Rede Ceape. O residente da *Accion*, citado por Dantas, chama-se Bruce Tippett e corresponde aos atuais cooperantes estrangeiros que trabalham no país.

década, o montante de US\$ 12,3 bilhões. Na atualidade, está trabalhando em 23 países, atendendo a 2,46 milhões de pequenos empreendedores e empreendedoras, a maioria da América Latina e Caribe, tendo uma carteira ativa de US\$ 2 bilhões (ACCION, 2007). Ela foi responsável pelo desenvolvimento da metodologia do grupo solidário e pelos serviços de formação empreendedora que são utilizados, em larga escala, na América Latina e no Caribe, inclusive pelas organizações brasileiras. Atuou, inicialmente, com entidades sem fins lucrativos e na atualidade foca suas parcerias com organizações financeiras reguladas pelas autoridades monetárias dos respectivos países.

A segunda dessas organizações surgiu num dos países mais pobre do mundo, o Bangladesh, e o seu surgimento se deu paralelamente ao desenvolvimento da *Accion* nas Américas. O programa de microcrédito, denominado *Grameen Bank*, viria a exercer fortes influências nas políticas e nas estratégias de organismos ou agências da cooperação internacional. Ele se constitui, segundo Singer (2002, p.75-77), numa experiência massiva de crédito aos mais pobres, fruto da iniciativa do professor de economia da Universidade de *Chittagong*, Muhammad Yunus, em meados da década de 1970, que foi distinguido com o prêmio Nobel da Paz 2006.

A experiência do *Grameen Bank*, iniciada com um empréstimo pessoal de Yunus a 27 artesãs que faziam artesanato, usando bambu como matéria-prima, atende na atualidade a 7,2 milhões de clientes, sendo 97% desse total, mulheres. Ela está presente em 78 mil aldeias do país, tendo uma carteira ativa equivalente a US\$ 674 milhões (GRAMEEN, 2007). É ilustrativa a seguinte afirmativa de Yunus (2001, p.9), “minha experiência no *Grameen* deu-me uma fé inabalável na criatividade dos seres humanos. Ela me fez concluir que eles não nascem para padecer de fome e miséria”. Se esses flagelos ainda provocam tanto sofrimento é porque não é dada a necessária atenção a estes problemas.

A terceira experiência, criada mais recentemente, surgiu como uma estratégia agressiva no mercado financeiro. Segundo Kraychete (2005, p. 191), trata-se de uma rede européia, organizada pela *Procredit Holding*, tendo como líder a empresa de consultoria alemã, *Internationale Projekt Consult* (IPC), coordenadora das instituições participantes da *holding*, composta por organizações da cooperação internacional e investidores privados. A *holding*, iniciada em 1998, tem 19 bancos, com maior concentração nos países do Leste Europeu, ocupando espaços na reestruturação da economia daqueles países após a queda do muro de Berlim. Atualmente ela realiza investimentos na Europa, na América Latina e na África, formando uma rede com 3 mil agentes de crédito, 790 mil empréstimos vigentes e uma carteira superior a € 2,3 bilhões emprestados (PROCREDIT, 2007). A *Procredit*

Holding pertence à nova geração de organizações especializadas nas microfinanças, oferecendo oportunidades de investimentos no mercado das micro e pequenas empresas dos países subdesenvolvidos.

Na atualidade o microcrédito está presente em todos os continentes, com uma presença relevante nos países mais pobres, atendendo a milhões de empreendedores e empreendedoras. A tecnologia tem evoluído, tanto no aspecto metodológico quanto na gestão dos programas, mobilizando recursos públicos e privados, inclusive do sistema financeiro tradicional, mas ainda é forte a presença das organizações sem fins lucrativos.

Há uma tendência de transformação das organizações sem fins lucrativos para oferecer serviços financeiros mais amplos para atender às necessidades das pessoas mais pobres. Na América Latina, muitos programas se tornaram instituições financeiras privadas, especializadas nas microfinanças. É o caso da constituição do Bancosol na Bolívia, uma das primeiras transformações ocorridas com a participação da *Accion International*, liderando um grupo de investidores.

3.3.4 Panorama do microcrédito no Brasil

Neste tópico é apresentada, ainda que de forma sucinta, a evolução do microcrédito no Brasil, registrando as contribuições das primeiras experiências realizadas pelas organizações sem fins lucrativos, com o apoio técnico e financeiro da cooperação internacional. Mostra, também, a constituição de uma comunidade de apoio financeiro aos pequenos empreendimentos que paulatinamente vai sendo formada por um conjunto de atores sociais envolvidos na problemática, incluindo a interferência na formulação de políticas públicas.

3.3.4.1 As primeiras experiências do microcrédito

A UNO, organização especializada em crédito e capacitação, apoiada pela *Accion International*, iniciou a experiência pioneira de desenvolvimento de pequenos negócios, proporcionando capacitação e financiamentos para atividades produtivas em Recife e em Salvador. As suas iniciativas contribuíram para a elaboração de uma alternativa de apoio financeiro aos empreendedores, mediante o desenvolvimento da metodologia do grupo solidário que a *Accion International* desenvolveu, em parceria com organizações não governamentais (ONG) da América Latina e do Caribe, sendo, posteriormente, disseminada a outros continentes.

Os bancos, por dois motivos, não demonstravam interesse em financiar pequenos empreendimentos. O primeiro deles relacionava-se à baixa rentabilidade das operações, pois o microcrédito requer o envolvimento de muitas pessoas para emprestar pouco dinheiro, tendo despesas elevadas no atendimento personalizado aos clientes. O segundo motivo é localizado no risco de perder os recursos emprestados, devido às dificuldades dos empreendedores e empreendedoras em apresentar bens como garantias reais das operações, em caso de impossibilidade de pagamento do crédito. É o chamado risco do crédito, temido pelas organizações financeiras e popularmente conhecido como inadimplência, freqüentemente presente no noticiário do país. Os bancos têm razão, pois os problemas com os clientes inadimplentes representam um desafio a ser superado pela especialização dos programas de microcrédito, todavia é público e notório que os sistemas de informações bancárias, na atualidade, possibilitam reduzir os riscos e os custos das operações.

Na ausência de bancos para financiar os pequenos empreendimentos, as instituições sem fins lucrativos, incentivadas pela cooperação internacional, conforme foi mencionado anteriormente, organizaram os seus programas de microcrédito. Essas entidades privadas, dedicadas à promoção do desenvolvimento, possuem características, finalidades sociais e aspectos legais específicos que convém enumerar (CORSINI, 1999, p.7):

- a) associados que colaboram para o atendimento de objetivos sociais e econômicos sem receber remuneração;
- b) possibilidades de captar recursos públicos ao nível do município, dos Estados ou da União;
- c) quando promotora do microcrédito enquadrada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), legalmente respaldada para operar o microcrédito;
- d) patrimônio social formado por doações, rendimentos ou receitas próprias destinado ao cumprimento da missão social;
- e) proibição de distribuir resultados a sócios, funcionários ou dirigentes.

Essas entidades privadas são organizações comprometidas com as problemáticas sociais, contribuindo na organização social e na melhoria das condições de vida da população mais pobre.

A decisão favorável ao aumento do ingresso da população mais pobre estimulou a criação de instituições promotoras de microcréditos para financiar iniciativas econômicas de pequeno porte. Com vistas à superação dos programas assistenciais, elas optaram pelo microcrédito na perspectiva de realizar empréstimos de recursos financeiros e de conseguir

serem reembolsadas em determinado prazo estabelecido, proporcionando continuidade aos projetos, geralmente financiados pela cooperação internacional.

O sucesso obtido pelos programas de microcrédito representa a superação da uma idéia equivocada e largamente disseminada pelo mundo afora, sustentada na afirmação de que “o pobre não podia pagar e precisava de ajuda”. Na verdade, a “realidade social quebra mitos e destrói falsos paradigmas. Os programas de microcréditos implementados, em vários países do mundo, estão mostrando que o **‘pobre é bom pagador’**.” (CORSINI, 1999, p.9). Essa constatação é feita a partir de um contexto próprio e com a pressuposição de que os pobres, clientes do microcrédito, tenham oportunidades e os programas disponham de recursos metodológicos adequados.

No Brasil, essa missão foi estimulada pelo Unicef e pela *Accion International*, que em 1986 apoiaram uma experiência-piloto, em Porto Alegre, implementada pelo Centro Ana Terra. A iniciativa, que recebeu apoio do BID, deu origem aos Centros de Apoio aos Pequenos Empreendimentos – Rede Ceape –, da qual o Ceape/BA é parte integrante, com mais de 42 mil clientes e R\$31 milhões em capital emprestado.⁷ O surgimento dessa rede é contemporâneo à constituição de uma rede de organizações não lucrativas, chamada Banco da Mulher, que está presente em vários Estados do país. O Banco da Mulher é apoiado internacionalmente por vínculos financeiros e metodológicos, mantidos com o *World Woman Bank* que atua em muitos países do mundo e que também teve, para a sua implementação no Brasil, o apoio do Unicef e do BID.

Verifica-se, assim, que, aos poucos, vão surgindo novos atores interessados na implementação do microcrédito em muitos Estados do país, criando aquilo que pode ser chamada de uma comunidade interessada na problemática do financiamento dos empreendimentos da economia informal urbana, entrando em cena os poderes públicos das três esferas – federal, estadual e municipal –, que se constitui em objeto de abordagem na seção seguinte.

3.3.4.2 A conquista de espaços na sociedade brasileira

O setor público passou a estimular o financiamento a pequenos empreendimentos da economia informal urbana somente em fase posterior à entrada em cena dos organismos

⁷ A Rede Ceape é formada por organizações filiadas que atuam em oito Estados do país. Segundo dados do Ceape/Nacional, concedeu 108 196 microcréditos no ano de 2006, contando com a contribuição de 395 colaboradores, entre os quais 195 técnicos em crédito.

internacionais. Estruturaram-se os “bancos do povo”, apoiados por governos municipais ou estaduais, tal como a Instituição Comunitária de Crédito (Portosol), criada pela Prefeitura de Porto Alegre (RS), ao mesmo tempo em que surgiu a organização “Comunidade Solidária”, liderada pela antropóloga Ruth Cardoso, que incentivou o presidente Fernando Henrique Cardoso a mobilizar órgãos do governo federal para investir nessa área.

Dessa forma, alguns setores da sociedade brasileira, órgãos públicos e organizações de fomento ao desenvolvimento mostraram-se interessadas em buscar alternativas para enfrentar os reflexos sociais da pobreza. Experiências exitosas do microcrédito das organizações sem fins lucrativos incentivaram o movimento que aos poucos foi sendo fortalecido e disseminado pelo país. Em junho de 1996, o governo federal lançou o Programa de Crédito Produtivo Popular, implementado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), iniciando o aporte de recursos para fundos de créditos das entidades sem fins lucrativos, denominadas organizações não governamentais (KWITKO, 1999).

Em 1997, o Banco do Nordeste do Brasil, assessorado pela *Accion International*, estruturou o Programa de Microcrédito do Banco do Nordeste (Crediamigo), presente na área de cobertura da sua rede de agências na Região Nordeste. É o maior programa público, de responsabilidade do governo federal, nas Américas, que possuía 236 mil clientes e uma carteira de empréstimos de R\$170,6 milhões em dezembro de 2006 (PROGRAMA, 2007).

As políticas públicas do governo federal, no Brasil, têm dois momentos importantes. O primeiro deles foi iniciado em 1999, quando o governo do presidente Fernando Henrique Cardoso regulamentou as atividades de concessão de microcréditos, reforçando a aplicação de recursos do BNDES para o repasse, sob a forma de empréstimos, às organizações executoras dos programas, legalmente constituídas como ONG. Mais tarde, para a operacionalização dos programas, foram criadas duas alternativas. A primeira alternativa, através da Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), regulada pela Lei nº. 9.790, de 23 de março de 1999, e a segunda através da Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM), baseada na Lei nº. 10.194, de 14 de fevereiro de 2001, sendo, esta última, uma sociedade por ações, regulada pelo Banco Central, integrante do sistema financeiro nacional.

O segundo momento ocorreu no ano de 2003, quando o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, adotou novas medidas, visando ampliar a oferta de serviços financeiros à população de baixa renda. Entre outras coisas, o governo criou:

- a) o Banco Popular do Brasil, como subsidiária do Banco do Brasil S.A;
- b) a obrigação dos bancos comerciais aplicar 2% dos depósitos à vista em operações de pequenos valores;

c) a permissão para a abertura de contas simplificadas e o funcionamento de cooperativas de crédito de livre associação (ALVES e SOARES, 2006, p. 74 -75).

Paralelamente à adoção dessas medidas, o governo promoveu uma confusão conceitual sobre o microcrédito destinado a fomentar atividades produtivas, quando passou a denominar de “microcrédito” os empréstimos contratados para a aquisição de eletrodomésticos, para a quitação de dívidas, para descontos em folhas de pagamento e nos benefícios dos aposentados. Esse conjunto de operações passou, posteriormente, a ser chamado de bancarização da população pobre. Mais recentemente, com a criação do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO), coordenado pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), tendo por base legal a Lei nº. 11.110, de 25 de abril de 2005, ficou estabelecida a caracterização do microcrédito.

O desenvolvimento dos programas de microcrédito tem se caracterizado como um processo evolutivo, sendo que, nos últimos dez anos surgiram alguns programas nos quais o poder público apóia organizações como Oscip no fomento ao microcrédito em muitas cidades brasileiras. Esse apoio é estendido aos programas da administração pública, propriamente dita, e às organizações financeiras especializadas, ligadas aos bancos comerciais. Nos programas públicos, pode ser citado o Programa de Microcrédito da Bahia (Credibahia), no qual a Agência de Fomento do Estado da Bahia S.A (Desenbahia) lidera uma parceria entre o governo do Estado da Bahia, a Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte (Setre), o Sebrae e prefeituras do interior da Bahia (PROGRAMA, 2006a).

Além disso, a comunidade vai aos pouco se organizando, construindo relações de proximidade entre os programas executores do microcrédito, as autoridades públicas e as instituições financeiras. Pode-se citar a iniciativa da Associação Brasileira dos Dirigentes de Entidades de Microcrédito (Abcred), organizada para congregar dirigentes das instituições que desenvolvem programas de microcrédito no país, sobretudo na negociação de políticas públicas para o setor.

Com esse perfil, a Abcred, vem realizando esforços na articulação de fóruns estaduais de microfinanças, bem como na promoção de congressos, seminários e encontros a fim de estimular debates e reflexões sobre variados aspectos das microfinanças.

Mesmo com todas essas ações, os estudos indicam que o Brasil ainda se encontra na adolescência do microcrédito. Confirmando esse quadro, Alves e Soares (2006, p. 35) relatam que não existe uma base de dados com estatísticas precisas sobre os programas existentes, pois a maioria das organizações não é regulada pelo Banco Central. Entretanto, deve ser registrado que houve progresso na coleta de informações. Segundo Almir Pereira (2007),

coordenador do PNMPO, há uma diversidade de organizações habilitadas no Ministério do Trabalho e Emprego, atuando no fomento e na execução do microcrédito no país, conforme se vê no Quadro 1, apresentado a seguir.

GRUPO INSTITUCIONAL	QUANTIDADE (n)
Banco cooperativo	1
Instituição financeira operadora	3
Agencia de fomento	4
Cooperativa central	3
Sociedade de crédito ao microempreendedor (SCM)	16
Organização da sociedade civil de interesse público (Oscip)	94
Cooperativas singulares	107
TOTAL	228

Quadro 1 - Instituições habilitadas no PMNPO, segundo grupos institucionais - 2007
Fonte: Coordenação PNMPO – Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)⁸.

Essas organizações, no decorrer do ano de 2006, realizaram 828 mil contratos de microcrédito, importando na liberação de R\$ 831 milhões, dando um valor médio de R\$950,00 para cada crédito concedido. Estima-se que atualmente existem cerca de 350 mil clientes ativos no país, o que representa muito pouco para um universo de mais de 10 milhões de empreendimentos informais, ou seja, pouco mais de 3,5% dos estabelecimentos existentes. A pesquisa do IBGE (2005, p.23) concluiu que o acesso ao crédito bancário para os empreendedores ainda é restrito, pois apenas 6% dos empreendimentos pesquisados utilizaram crédito em qualquer das modalidades, nos três meses anteriores à pesquisa realizada em 2003.

Percebe-se, assim, que é nessa trajetória por onde a sociedade brasileira caminha, graças à cooperação internacional e às entidades sem fins lucrativos que despertaram o interesse para o fomento do microcrédito, numa perspectiva de autonomia e auto-sustentação dos pequenos empreendimentos. Ao longo dos anos foi sendo constituída uma comunidade interessada na área do microcrédito, composta por uma variedade de atores sociais que se destacaram nas respectivas organizações promotoras do microcrédito (entidades sem fins lucrativos, públicas, privadas, bancos), nos organismos de fomento, nacionais ou

⁸ Informações apresentadas em palestra proferida no Seminário Finanças Solidárias e Microcrédito, promovido pela Setre, em Salvador, em 17 de maio de 2007.

internacionais, na participação do poder público (federal, estadual e municipal), nas empresas prestadoras de serviços, e nos profissionais especializados em consultorias ou treinamentos.

3.3.5 As organizações promotoras do microcrédito na Bahia

De acordo com os dados da pesquisa da economia informal urbana, o Estado da Bahia possuía 764 mil pequenos empreendimentos, em 2003, dos quais 98,55% eram considerados informais, demonstrando a magnitude da informalidade ao dar ocupação a mais de 900 mil pessoas. A pesquisa apontou, ainda, que 33% dos pequenos empreendimentos da Bahia estavam localizados na RMS e ocupavam mais de 300 mil pessoas (IBGE, 2005). Há uma evidente expressão socioeconômica, sobretudo se for considerado que esse dado correspondia a 23,2% da população economicamente ativa existente na RMS, ou ainda, que ele significava uma cifra expressiva diante do número de desempregados existentes no referido espaço geográfico (PESQUISA, 2006).

Apesar da dimensão da economia informal da Bahia, o número de clientes do microcrédito no Estado ainda é pouco expressivo, frente aos empreendimentos existentes. É este o quadro das informações obtidas junto às organizações operadoras do microcrédito participantes do Fórum de Microfinanças da Bahia⁹, listadas a seguir (FÓRUM, 2006).

Ande – Agência Nacional de Desenvolvimento Empresarial. Atua em Salvador e cidades próximas, tais como Camaçari, Alagoinhas e Santo Antônio de Jesus com várias modalidades de créditos. É uma organização articulada na cooperação internacional, estruturada pela Visão Mundial, que desenvolve estratégias de apoio às organizações populares, possibilitando captação de fundos para o crescimento e para a experimentação de novas metodologias de microcrédito em vários Estados do país.

Banco da Mulher – Associação Brasileira para o Desenvolvimento da Mulher. A representação da Bahia é pioneira na área. Atua na Cidade do Salvador há 17 anos. É uma experiência sólida na execução do programa desenvolvido, tendo articulação nacional e internacional com a rede Banco da Mulher, presente em muitas cidades do país. O Banco da Mulher tem muito em comum com o Ceape, pois teve o apoio do Unicef e dos especialistas que estruturaram as instituições nos anos da década de 1980. Conta com apoio financeiro e

⁹ O Fórum de Microfinanças da Bahia é uma articulação das organizações operadoras do microcrédito na Bahia, instituições de apoio, fomento e prestadores de serviços. Além da mobilização do segmento, promove encontros, seminários e debates para tratamento de temáticas de interesse da comunidade da área.

cooperação técnica do Bndes, do BID e da Desembahia. A instituição está se expandindo nas cidades próximas a Salvador e no interior baiano.

Banmulher – Associação de Crédito da Mulher Trabalhadora da Região Sudoeste da Bahia. Iniciativa mais recente, localizada na cidade de Vitória da Conquista, com uma carteira de clientes relativamente modesta e baixa inserção no mercado.

Ceade - Centro Ecumênico de Apoio ao Desenvolvimento. No microcrédito, o Ceade atua em bairros pobres de Salvador, mas acumula experiência no crédito associativo há mais de vinte anos. Cultiva fortes laços com as organizações dos movimentos populares, tendo apoio da cooperação internacional - Conselho Mundial de Igrejas, membro do *Ecumenical Church Loan Fund (Eclof)* e a Coordenadoria Ecumênica de Serviços (Cese). Sua experiência no microcrédito ainda é recente, mas está se preparando para a expansão ao interior da Bahia, conseguindo captar recursos de variadas fontes para financiar os pequenos empreendimentos.

Ceape – É uma organização que surgiu apoiada pela Unicef em cooperação com o MOC e a Federação Nacional de Apoio aos Pequenos Empreendimentos (Fenape). Acumula uma experiência de 12 anos articulada na Rede Ceape. Trabalha atualmente em 40 cidades, realizando o atendimento aos clientes através de cinco postos de serviços.

Crediamigo - Programa de Microcrédito do Banco do Nordeste. É o maior programa e conta com a sinergia de um banco público federal presente em toda a Região Nordeste. Atua em boa parte dos municípios, tendo ação incisiva nos mercados mais importantes da Região Metropolitana de Salvador, em Alagoinhas, em Barreiras, em Bom Jesus da Lapa, em Feira de Santana, em Senhor do Bonfim e em Vitória da Conquista.

Credibahia– Programa de Microcrédito do Estado da Bahia. É um programa público estadual que mantém parcerias com a Setre, com a Desembahia, com o Sebrae e com prefeituras municipais. Atua de forma arrojada no mercado há mais de quatro anos, recebendo subsídios públicos do governo estadual e de prefeituras. Representa uma rede de atendimento, composta por 132 agências localizadas em várias regiões do Estado, tendo a segunda carteira de clientes na Bahia (PROGRAMA, 2006a).

Conquista Solidária - Instituição Comunitária de Crédito Conquista Solidária, também conhecida por Banco do Povo. Foi estruturada pela prefeitura municipal de Vitória da Conquista, atuando na própria cidade e em mais cinco municípios vizinhos. Tem uma experiência bem sucedida de sete anos no atendimento aos clientes da microrregião de Vitória da Conquista.

Itabuna Solidária - Instituição Comunitária de Crédito Itabuna Solidária, chamada Banco do Povo de Itabuna. Foi também uma iniciativa da prefeitura municipal daquele

município e que atua, exclusivamente, na cidade de Itabuna. É uma experiência mais recente, tendo uma clientela relativamente pequena e possibilidades de expansão às cidades vizinhas.

Moradia e Cidadania – É a representação de uma organização estruturada nacionalmente por pessoas ligadas à Caixa Econômica Federal (CEF), chamada ONG Moradia e Cidadania. Essa Oscip foi criada para executar estratégias na área social, inclusive o microcrédito. Atua há mais de quatro anos na Cidade do Salvador, podendo expandir em função da logística da instituição financeira.

Comprova-se, assim, que os clientes atendidos pelas organizações de microcrédito no Estado da Bahia, ainda representam uma pequena parcela dos empreendimentos em todo o Estado. O levantamento do Fórum, realizado em dezembro de 2006, mostrou que as organizações participantes do Fórum de Microfinanças da Bahia tinham 44 mil clientes ativos e uma carteira de microcréditos da ordem de R\$ 38 milhões. Isto representa apenas um percentual de 5,82% dos pequenos empreendimentos existentes.

Deduz-se, então, que os demais empreendimentos não tenham oportunidade de acesso ao microcrédito para o desenvolvimento de atividades empreendedoras ou conseguem acesso a outras fontes de recursos. Torna-se evidente a baixa capacidade de atendimento dos programas existentes e, em tese, pode-se concluir pela existência de um enorme contingente de clientes potenciais para serem atendidos pelo microcrédito.

4 O CASO EM ESTUDO

Esta seção apresenta a instituição Ceape/BA. Ela foi escolhida para essa pesquisa pela larga experiência em atividades de microcrédito, tema que se constituiu em objeto da investigação aqui relatada que consistiu em estudar a contribuição do microcrédito para a inserção social de empreendedores e empreendedoras de baixa renda, clientes do Ceape/BA, em cidades baianas atendidas pela organização. Também são apresentados alguns aspectos inerentes à instituição e ao seu programa de ação, quais sejam: a história da organização, as bases legais para o seu funcionamento, a sua missão, a sua estrutura técnica e administrativa, as parcerias realizadas, a área geográfica com suas informações socioeconômicas, o processo de operacionalização do microcrédito e o cliente.

4.1 BREVE HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO

O Ceape/BA é uma instituição civil, sem fins econômicos¹⁰, com sede na cidade de Feira de Santana, qualificada como Oscip pelo Ministério da Justiça. Ela foi constituída em 25 de novembro de 1994, para se dedicar ao desenvolvimento socioeconômico de pequenos empreendimentos informais, tendo como área de ação o Estado da Bahia.

A constituição da organização foi fruto da articulação e da mobilização de entidades e de grupos sociais imbuídos do interesse e da vontade de apoiar pequenos empreendedores da área urbana. Na ocasião a Fenape, apoiada pelo Unicef, celebrou um convênio de cooperação técnica com o MOC, ONG especializada no apoio a movimentos populares, para dar início às atividades e, numa fase posterior, se constituiu, de fato, a entidade. Na sua administração o Ceape/BA conta com a dedicação e a colaboração voluntária de pessoas ligadas a organizações empresariais e a instituições sociais da comunidade de Feira de Santana.

¹⁰ A expressão, sem fins lucrativos, foi substituída por “sem fins econômicos” na redação do Novo Código Civil Brasileiro - Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.

O trabalho que se executa nas atividades do microcrédito baseia-se na metodologia do grupo solidário, desenvolvida pela *Accion International*, que apoiou a estruturação de uma rede de organizações dedicadas ao microcrédito em toda a América Latina e no Caribe. Hoje, essa metodologia encontra-se disseminada por diversos países do mundo, sendo desenvolvida e aprimorada nas experiências de muitas organizações.

O fundo rotativo de crédito inicial para a concessão do microcrédito foi obtido de doações do Unicef, da Legião Brasileira de Assistência (LBA) e de um empréstimo obtido do Ceade. Mais tarde foram captados recursos do Disop, uma ONG de cooperação internacional da Bélgica, sediada em Bruxelas, do BNDES e do BID.

A expansão da instituição se deu com o apoio do Disop na abertura dos postos de serviços localizados em Alagoinhas, no ano de 1998, e em Salvador, no final do ano de 1999. Os pontos de atendimento de Camaçari e de Santo Antônio de Jesus foram estruturados posteriormente com o apoio do Sebrae nacional. Ela está articulada na Rede Ceape com a qual mantém compromisso de desenvolvimento do programa nos vários Estados. É a maior rede de organizações privadas de promoção do microcrédito no país, sem fins lucrativos, pioneira na implementação da experiência iniciada em Porto Alegre no ano de 1986, mediante apoio do Unicef e *Accion International*.

A sua auto-sustentação financeira é uma estratégia para garantir a expansão e a consolidação do programa, bem como garantir os serviços a serem prestados aos atuais e aos futuros clientes. Por isso, as políticas de expansão e de geração de receitas próprias são fundamentais para o desenvolvimento da organização.

Nos últimos quatro anos, contando com a cooperação do Disop Bélgica e Disop Brasil, iniciou uma experiência piloto de formação empreendedora para jovens pobres e para clientes da carteira de créditos. Além disso, destaca-se na prestação de assessoria técnica aos clientes no desenvolvimento dos empreendimentos, mediante visitas para orientações específicas, realizadas diretamente nos locais de trabalho.

A entidade já concedeu, ao longo de sua história, 47 295 créditos, beneficiando 11 601 empreendedores e empreendedoras, nos quais os valores liberados mostram que o atendimento foi direcionado a uma parcela significativa de negócios de pequena dimensão, cuja importância para a sobrevivência de milhares de famílias beneficiadas é inquestionável. Em 31 de dezembro de 2005 ela possuía uma carteira de 2 491 clientes ativos e capital emprestado no valor de R\$1 990 308,80 onde cada empreendedor tinha saldo devedor médio da ordem de R\$798,99, o que revela o baixo montante dos créditos liberados.

4.2 ASPECTOS INSTITUCIONAIS

Este tópico faz uma abordagem das bases legais de funcionamento da instituição, traz breves comentários sobre a sua missão e a visão institucional, bem como das parcerias e das cooperações mais relevantes para o Ceape/BA.

4.2.1 Bases legais de funcionamento

O Ceape/BA é uma pessoa jurídica de direito privado, regida por estatuto social com funcionalidade amparada na legislação vigente, registrada no cartório de registro de pessoas jurídicas da Comarca de Feira de Santana. A base legal é a Lei nº. 9.790, de 23 de março de 1999 que “dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, como organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, e institui o termo de parceria e da outras providências” (BRASIL, 2006b).

Isto significa que a organização deve constituir-se num organismo que tenha em seus estatutos e na sua estrutura administrativa os requisitos exigidos por lei, e cujos objetivos sociais tenham vinculação com as finalidades previstas. Entre as possibilidades de ação da instituição, encontra-se a “experimentação, não lucrativa, de novos modelos sócio-produtivos e de sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito” (LEI 9.790 - Art.3º, IX).

Por esta razão ela é qualificada como Oscip pelo Ministério da Justiça, podendo operar programa de microcréditos sem a vinculação com o Sistema Financeiro Nacional, regulado pelo Banco Central do Brasil. Neste sentido, a Lei nº. 9.790, além de permitir operar o microcrédito, dispõe sobre a possibilidade de firmar o Termo de Parceria (Art. 9º, Cap.II) com os organismos do poder público. Submete-se, também, ao Novo Código Civil Brasileiro, Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002, notadamente aos artigos 43 a 51, que dizem respeito à estrutura e à funcionalidades das organizações sem fins econômicos (BRASIL, 2006b).

Frente a todos esses diplomas, a organização cumpre as exigências legais próprias das empresas privadas, constituindo-se em exceção, apenas, na tributação do imposto de renda sobre o lucro, haja vista que o resultado contábil do exercício social da instituição é tratado como *déficit* ou como *superávit* (sem fins econômicos), sendo proibida a distribuição de quaisquer vantagens a sócios, dirigentes ou funcionários.

A estrutura da administração da organização, regida pelo Estatuto Social, é constituída dos seguintes órgãos:

- a) assembléia geral de sócios que tem a prerrogativa de eleger os membros do Conselho Diretor e do Conselho Fiscal, aprovar o plano de trabalho, as prestação de contas e o relatório anual de atividades;
- b) conselho diretor que é constituído por sete membros (presidente, primeiro vice-presidente, segundo vice-presidente, tesoureiro e suplente de tesoureiro, secretário e diretor de relações institucionais) e cuida da gestão das políticas institucionais;
- c) conselho fiscal, composto por seis membros com a atribuição de fiscalizar a gestão administrativa e financeira da instituição;
- d) diretoria executiva com estrutura técnico-administrativa, formada pela equipe técnica, responsável pelas atividades operacionais da instituição.

Os membros do Conselho Diretor e do Conselho Fiscal são colaboradores voluntários que contribuem na gestão da instituição, sem remuneração pelos serviços prestados. A equipe técnica, por sua vez, é gerenciada por um diretor executivo e constituída por pessoal contratado para operacionalizar as atividades destinadas a cumprir a missão institucional.

4.2.2 Missão e visão institucional

A missão e os valores explicitados pela organização nos documentos internos, dizem respeito à promoção do microcrédito como instrumento de combate à pobreza. O *Manual para operadoras de microcrédito do sistema Ceape* (2003, p.11), traz a seguinte explicitação para a missão da instituição: “melhoria da qualidade de vida dos pequenos empreendedores, por meio da massificação do acesso ao crédito orientado, no âmbito nacional, como estratégia de combate à pobreza”.

Essa missão é orientada por uma visão institucional que agrega princípios considerados fundamentais para a Rede Ceape:

- a) compromisso com o êxito empresarial do cliente;
- b) trabalho com profissionalismo e ética;
- c) procurar a excelência na prestação dos serviços;
- d) ser auto-sustentável, tanto operacionalmente quanto financeiramente;
- e) promover uma gestão participativa;
- f) estabelecer parcerias com instituições públicas e privadas, nacionais e internacionais para o cumprimento da missão institucional.

4.2.3 Estrutura técnica e administrativa

O Ceape/BA possui uma estrutura profissionalizada com a atribuição de implementar as políticas definidas pela assembléia geral e pelo seu conselho diretor, compreendendo uma estrutura de pessoal formada por técnicos em crédito, assistentes administrativo-financeiro, pessoal de apoio geral e o corpo gerencial. O quadro de pessoal, formado basicamente por profissionais ou por estudantes universitários das áreas de economia, de ciências contábeis ou de administração de empresas, é contratado com base em uma política própria de recursos humanos.

A fim de proporcionar o atendimento aos clientes, a organização possui cinco postos de serviços, localizados nas cidades de Feira de Santana (matriz), Alagoinhas, Salvador, Camaçari e Santo Antônio de Jesus. Esses postos possuem equipamentos mínimos de um escritório – telefones, mesas, computadores e acessórios, cadeiras, armários – necessários ao atendimento satisfatório aos clientes, contando com uma equipe de trabalho permanente que atua de forma regionalizada, atendendo às cidades da circunvizinhança desses municípios.

4.2.4 Parcerias e cooperação

Duas das características que distinguem as organizações sem fins lucrativos das demais organizações são a sua funcionalidade e a constituição do seu patrimônio. Por essa razão, os sócios do Ceape/BA são pessoas que se dispõem a colaborar, em substituição aos sócios capitalistas que se constituem em cotistas na empresa, possuindo determinada fração do capital social. Assim, no Ceape/BA, os sócios contribuem voluntariamente, sem a contrapartida da remuneração pelos serviços prestados.

Com esse perfil funcional, a captação dos recursos indispensáveis para implementar as atividades e para cumprir a missão institucional e os objetivos fica na dependência das parcerias. Então, torna-se fundamental a conquista de parcerias para captar recursos para os investimentos, para a formação do fundo rotativo de crédito e de apoio institucional. O Quadro 2, visto a seguir, identifica as parcerias mais importantes para a entidade.

INSTITUIÇÃO	ESPECIFICAÇÃO DA PARCERIA
Unicef	Apoio para estruturação inicial da instituição, formação de pessoal e recursos para o fundo rotativo de crédito.
MOC	Cooperação na estruturação da organização, cessão de espaço para funcionamento e pessoal.
BNDES	Empréstimo de recursos para o fundo rotativo de crédito.
BID	Empréstimo de recursos para o fundo de crédito e doações para a estrutura de funcionamento e gestão da organização.
Disop Bélgica e Disopbrasil	Apoio na expansão do atendimento aos clientes do crédito e na formação empreendedora – fundo de crédito e custeio operacional.
Sebrae (nacional/estadual)	Apoio para a expansão do atendimento – cooperação na formação técnica e operacional da organização.

Quadro 2 – Parcerias mais importantes na estruturação da instituição – 2007

Fonte: Ceape/BA.

4.3 ÁREA GEOGRÁFICA E ESTRUTURA DO ATENDIMENTO

Esta seção traz informações sobre a estrutura instalada dos postos de atendimento aos clientes, a relação das cidades baianas atendidas pela organização, bem como a população dos municípios da área geográfica de atuação, o índice de desenvolvimento humano de cada município e o seu PIB.

4.3.1 Estrutura de atendimento

A organização tem cinco postos de serviços que possuem uma estrutura técnico-administrativa e gerencial de apoio às atividades operacionais para atendimento às 30 cidades consideradas na pesquisa realizada, conforme ilustra o Quadro 3, a seguir.

POSTO DE SERVIÇO	CIDADES ATENDIDAS
Feira de Santana (matriz)	14
	Água Fria, Amélia Rodrigues, Antônio Cardoso, Conceição do Jacuípe, Conceição da Feira, Feira de Santana, Ipecaetá, Ipirá, Irará, Santanópolis, Santo Estevão, São Gonçalo dos Campos, Serra Preta e Serrinha.
Alagoinhas	4
	Alagoinhas, Aramarí, Catu, Entre Rios
Salvador	4
	Candeias, Lauro de Freitas, Salvador e Simões Filho
Camaçari	2
	Camaçari e Dias d'Ávila
Santo Antônio de Jesus	6
	Amargosa, Conceição do Almeida, Elísio Medrado, Santo Antônio de Jesus, São Miguel das Matas e Varzedo

Quadro 3 – Postos de serviços e cidades baianas atendidas - 2005

Fonte: Ceape/BA.

4.3.2 População dos municípios atendidos

A população dos municípios atendidos pelo Ceape/BA, segundo o Censo de 2000, representava 4 173 454 pessoas e a população urbana somava 3 785 860 habitantes, como é mostrado na Tabela 3, a seguir. Esse número é mais elevado, considerando as estimativas do IBGE que indicam um crescimento substancial da população dos municípios abrangidos pelas ações do microcrédito do Ceape/BA que projeta o total de 4 637 492 habitantes na área urbana e rural em julho de 2006 (IBGE, 2006).

Tabela 3 – População total, rural e urbana dos municípios atendidos – 2000

MUNICÍPIOS/ POSTOS	POPULAÇÃO			MUNICÍPIOS/ POSTOS	POPULAÇÃO		
	Total	Rural	Urbana		Total	Rural	Urbana
FEIRA DE SANTANA	861.357	250.247	611.380	ALAGOINHAS	223.597	46.031	177.526
Amélia Rodrigues	24.134	5.112	19.022	Alagoinhas	130.095	17.655	112.400
Antônio Cardoso	11.620	9.304	2.316	Aramari	9.258	4.967	4.291
Conceição da Feira	17.514	6.277	11.237	Catú	46.731	8.915	37.816
C. do Jacuípe	26.194	6.728	19.466	Entre Rios	37.513	14.494	23.019
Feira de Santana	480.949	49.219	431.730	SALVADOR	2.727.499	30.980	2.696.519
Ipacaetá	18.383	16.318	2.065	Candeias	76.783	7.656	69.127
Ipirá	61.746	38.426	23.320	Lauro de Freitas	113.543	5.158	108.385
Irará	25.163	16.506	8.657	Salvador	2.443.107	1.005	2.442.102
Santa Bárbara	17.933	10.766	7.167	Simões Filho	94.066	17.161	76.905
Santanópolis	8.644	7.394	1.250	SANTO A. DE JESUS	153.941	50.581	103.360
Santo Estevão	41.145	21.452	19.693	Amargosa	31.108	10.224	20.884
São G. dos Campos	27.000	13.448	13.552	C. do Almeida	18.912	10.594	8.318
Serra Preta	17.726	12.034	5.962	Elísio Medrado	7.860	5.346	2.514
Serrinha	83.206	37.263	45.943	Santo A. de Jesus	77.368	11.123	66.245
CAMAÇARI	2 977 405	9.985	197.075	São M. das Matas	10.020	7.248	2.772
Camaçari	161.727	7.325	154.402	Varzedo	8.673	6.046	2.627
Dias D'Ávila	45.333	2.660	42.673	-	-	-	-
TOTAIS	1 068 417	260 232	808 455	-	3 105 037	127 592	2 977 405

Fonte: PNUD – 2003, cálculos próprios.

4.3.3 Índice de desenvolvimento humano e PIB municipal

O desenvolvimento humano é o conceito do *Relatório de desenvolvimento humano* e do *Índice de desenvolvimento humano* (IDH), publicados anualmente pelo PNUD. Foi criado com o objetivo de considerar, além da dimensão econômica, as características sociais, culturais e políticas presentes na qualidade da vida humana.

Ele foi idealizado pelo economista paquistanês Mahbub ul Haq com a colaboração do Prêmio Nobel de Economia 1998, o economista Amartya Sen, sendo publicado em vários idiomas e em mais de uma centena de países. Na sua aplicação, ele contempla três indicadores: o PIB *per capita*, a longevidade e a educação, todos eles numa escala que varia de zero a um, o que significa que todos têm a mesma importância na construção do IDH.

A longevidade é aferida pela expectativa de anos de vida que o homem tem ao nascer, enquanto a educação é avaliada pelo índice de analfabetismo e pela taxa de matrícula nos diversos níveis de ensino (PROGRAMA, 2006b).

Os indicadores de desenvolvimento humano dos municípios (IDHM) retratam as desigualdades sociais na área de atuação da organização, mantendo relação com a pobreza existente no espaço geográfico. A Cidade do Salvador tem o maior IDHM, mas devido à magnitude da sua população, ela convive com enormes bolsões de pobres nos bairros da periferia, ao tempo em que o município de Aramarí apresenta a pior colocação no IDHM. Por outro lado, possui uma população total pouco expressiva como pode ser visto na Tabela 4.

Tabela 4 – Índice de desenvolvimento humano municipal dos municípios atendidos (IDHM) – 2000

MUNICÍPIOS/ESTADO DA BAHIA	IDHM	MUNICÍPIOS	IDHM
ESTADO DA BAHIA	0,688		
POSTO FEIRA DE SANTANA		POSTO ALAGOINHAS	
Amélia Rodrigues	0,695	Alagoinhas	0,729
Antônio Cardoso	0,647	Aramari	0,588
Conceição da Feira	0,668	Catú	0,716
Conceição do Jacuípe	0,695	Entre Rios	0,628
Feira de Santana	0,740	POSTO SALVADOR	
Ipecaetá	0,592	Candeias	0,719
Ipirá	0,609	Lauro de Freitas	0,771
Irará	0,647	Salvador	0,805
Santa Bárbara	0,621	Simões Filho	0,730
Santanópolis	0,627	POSTO SANTO A. DE JESUS	
Santo Estevão	0,649	Amargosa	0,662
São Gonçalo dos Campos	0,667	Conceição do Almeida	0,642
Serra Preta	0,604	Elísio Medrado	0,655
Serrinha	0,658	Santo Antônio de Jesus	0,729
Serrinha	0,658	Santo Antônio de Jesus	0,729
POSTO CAMAÇARI		São Miguel das Matas	0,659
Camaçari	0,734	Varzedo	0,630
Dias D'Ávila	0,732	-	-

Fonte: PNUD - 2003.

O PIB e a população de determinado espaço geográfico oferecem informações essenciais ao gerenciamento institucional, mediante os indicadores de desenvolvimento socioeconômico, úteis na tomada de decisões estratégicas da organização Ceape/BA, razão pela qual são apresentadas as informações em valores absolutos dos municípios e a participação percentual no PIB do Estado.

Na Tabela 5, mostrada a seguir, são apresentados o PIB municipal dos municípios atendidos pelo Ceape/BA, calculado em valores correntes de 2004, na qual é visto o valor absoluto e o percentual relativo da sua participação no PIB estadual.

Tabela 5 – PIB municipal, a preços correntes, e participação percentual no PIB da Bahia – 2004

MUNICÍPIOS/ POSTOS	PIB	Participação	MUNICÍPIOS/ POSTOS	PIB	Participação
	R\$ milhões	(%)		R\$ milhões	(%)
BAHIA	86.882,06	100	BAHIA	86.882,06	100
FEIRA DE SANTANA			ALAGOINHAS		
Amélia Rodrigues	69,88	0,080	Alagoinhas	824,40	0,949
Antônio Cardoso	23,59	0,027	Aramari	19,37	0,022
Conceição da Feira	47,83	0,055	Catú	1.377,50	1,585
C. do Jacuípe	147,46	0,170	Entre Rios	178,75	0,206
Feira de Santana	2.608,66	3,003	SALVADOR		
Ipecaetá	32,13	0,037	Candeias	1.877,16	2,161
Ipirá	154,84	0,178	Lauro de Freitas	1.024,67	1,179
Irará	53,81	0,062	Salvador	14.218,15	16,365
Santa Bárbara	45,56	0,052	Simões Filho	2.169,77	2,497
Santanópolis	8.644	0,149	Sto. A. JESUS		
Santo Estevão	129,09	0,018	Amargosa	92,99	0,107
São G. dos Campos	15,45	0,015	C. do Almeida	52,77	0,061
Serra Preta	134,98	0,039	Elísio Medrado	20,56	0,024
Serrinha	33,59	0,027	Santo A. Jesus	320,10	0,368
CAMAÇARI			São M. das Matas	37,20	0,043
Camaçari	15.891,62	18,291	Varzedo	20,03	0,023
Dias D'Ávila	1.226,75	1,412	-	-	-

Fonte: SEPLANTEC/SEI/IBGE.

As informações constantes na Tabela 5 demonstram que os municípios atendidos constituem-se num espaço geográfico com alta contribuição ao PIB baiano, participando com uma parcela significativa na riqueza produzida no Estado, equivalente a 49,54%. Esses dados ajudam a explicitar as enormes desigualdades existentes entre esses municípios, conforme

pode ser constatado nos indicadores sociais. É neste espaço que também se encontra um número expressivo dos pequenos empreendimentos, cujos proprietários e proprietárias, constituem o mercado potencial para o microcrédito na Bahia.

4.4 REGIONALIDADE NO PROCESSO DE CRÉDITO

A organização Ceape/BA desenvolve as ações de atendimento aos clientes baseadas em uma estratégia regionalizada da prestação dos serviços no espaço geográfico, alicerçada nos procedimentos observados na concessão e na gestão do microcrédito.

4.4.1 A estratégia de ação

O crédito destinado aos pequenos empreendedores e empreendedoras é oferecido de maneira rápida, em valores adequados às condições do empreendimento, utilizando um sistema rotativo de crédito, com renovação imediata da operação após a liquidação do contrato. Os clientes são colocados na carteira de crédito de forma gradativa, mas a regionalidade tem importância na estratégia do programa, em função dos procedimentos técnico-metodológicos e operacionais fundados na fiança solidária e no aval do crédito.

Então, a regionalidade se expressa na estratégia de ação nas cidades de maior porte, orientando o atendimento para as áreas de maior concentração de pequenos negócios ou através de pontos de atendimento que fazem cobertura de determinadas cidades, conforme está apresentado na estrutura de atendimento ao cliente.

Por outro lado, a metodologia do microcrédito é uma ferramenta fundamental nesse processo, pois é a tecnologia da concessão de créditos em pequenos montantes, sustentados na fiança solidária, ou seja, na formação de grupos de pessoas empreendedoras interessadas no crédito para aplicação nos empreendimentos e no atendimento personalizado para assegurar o sucesso do empreendimento.

A dimensão espacial se faz presente na formação dos grupos, mediante critérios de natureza geográfica, econômica, cultural ou sociológica. Em princípio, as pessoas devem trabalhar ou residir em determinada proximidade geográfica dentro da comunidade e ter conhecimento umas das outras, de forma que cada participante se disponha a compartilhar a garantia dos valores emprestados.

É o denominado grupo solidário, ou seja, crédito concedido a um grupo de pessoas cujos membros são solidariamente responsáveis pelo valor total entregue aos empreendedores

e empreendedoras (DANTAS, 1999). Esses grupos são formados por um mínimo de três, e por um máximo de seis pessoas, proprietários e proprietárias de pequenos empreendimentos. Isso facilita o processo do crédito, aporta garantias à operação, promove ganhos de produtividade e reduz custos na administração do programa. Os aspectos de natureza geográfica são fundamentais pelas seguintes razões:

- a) facilidade de relacionamento das pessoas que residem próximas em um bairro ou comunidade, resultando maior conhecimento entre as pessoas e o compartilhamento de culturas, religiões, afinidades comunitárias ou políticas;
- b) residência ou local de trabalho próximos, distante menos de meio quilometro, reduzindo os deslocamentos dos agentes de crédito em visitas aos empreendimentos;
- c) pequenas distâncias resultam em ganhos de produtividade, reduzem o tempo de deslocamento, aumenta o número de pessoas atendidas e diminui o custo dos serviços;
- d) em termos espaciais, possibilita o agente de crédito atender a um determinado bairro, comunidade ou pequena cidade, tendo familiaridade com os clientes.

Portanto, a regionalidade norteia a ação do microcrédito na formação de grupos solidários, viabilizando as operações de forma menos onerosa, e orientando a busca de clientes próximos aos locais de residência ou de desenvolvimento da atividade produtiva. Além disso, consegue-se regionalizar o atendimento nas cidades de maior porte, o que reflete positivamente na estrutura operacional, orientando a localização de pontos para atendimento às cidades próximas.

4.4.2 Divulgação e concessão do crédito

A implantação de um programa de microcrédito exige ações de divulgação dos serviços prestados, sob a forma de estratégia planejada para uma determinada cidade ou para um bairro de uma cidade de maior porte. As estratégias de colocação e acompanhamento dos clientes baseiam-se na regionalização do atendimento, onde o técnico atende a um número significativo de clientes, racionalizando o tempo que seria despendido em deslocamentos entre os vários locais.

Isto facilita a divulgação dos serviços, promove ganhos de produtividade e cria a orientação personalizada aos clientes nas próprias comunidades em que trabalham ou onde

residem com os seus familiares. Em síntese, a divulgação do programa é realizada da seguinte forma:

- a) levantamento das potencialidades da área geográfica, identificando o número de empreendimentos e o perfil desejado pelo programa;
- b) fixação de cartazes ou instalação de faixas em locais de movimentados;
- c) visitas aos empreendimentos para apresentação da instituição Ceape/BA e para a oferta dos serviços;
- d) distribuição de panfletos a pequenos empreendedores nas visitas ou locais de grande movimentação de pessoas;
- e) utilização de carros de som para divulgação nos bairros, de maneira concomitante às visitas;
- f) veiculação de comerciais em rádios comerciais ou comunitárias, em horários e programas de audiência compatível com o público desejado;
- g) veiculação esporádica de chamadas em emissoras de televisão com cobertura de espaço geográfico de interesse, geralmente focalizando o aspecto institucional;
- h) realização de reuniões de informação em locais públicos como escolas, salões de festas ou espaços cedidos por entidades comunitárias;
- i) colocação de bancas para distribuição de panfletos e cadastramento de clientes em pontos estratégicos de bairros com concentração de público potencial.

Por outro lado, a concessão do crédito tem certa complexidade na coleta de dados do empreendimento, na negociação da proposta de aplicação do crédito, na análise econômico-financeira, na liberação e a na orientação da aplicação dos recursos pelos clientes. Toda a tramitação pode ser resumida nos seguintes passos:

- a) promoção para a divulgação dos serviços prestados pela instituição;
- b) cadastramento de pessoas que demonstrem interesse no crédito;
- c) consulta a informações cadastrais no comércio e consultas ao SPC;
- d) visitas para levantamento de informações sócio-econômicas pelo agente de crédito;
- e) lançamento dos dados coletados em sistema informações especializado;
- f) reunião de consolidação da fiança dos grupos solidários;
- g) análise do crédito solicitado pelo cliente, tendo em vista as exigências da operação, atividade desenvolvida, viabilidade do negócio e capacidade de pagamento;
- h) discussão da operação no comitê de crédito;

- i) processamento administrativo e emissão de cheques;
- j) liberação dos créditos deferidos e o processamento dos documentos da operação;
- k) assinatura de documentos e entrega dos cheques aos clientes;
- l) visitas de acompanhamento para orientação da aplicação do crédito ou cobrança de valores em atraso;
- m) acompanhamento da recuperação dos valores pagos de cada operação;
- n) renovação do crédito aos clientes que tenham demonstrado boa aplicação dos recursos, avaliados os aspectos econômicos e financeiros e fechamento de nova operação.

Portanto, existe um processo técnico e metodológico onde se destaca a regionalização, tanto na operacionalização do atendimento aos clientes quanto no funcionamento da estrutura operacional da organização.

4.5 CARACTERIZAÇÃO DO CLIENTE

A caracterização do cliente do Ceape/BA foi realizada pelo estudo das informações disponíveis no banco de dados da organização, no período de janeiro de 2000 a dezembro de 2005. Estas informações forneceram os elementos que foram utilizados na elaboração dos critérios de seleção dos clientes da amostra selecionada para a realização da pesquisa de campo, já explicitados na seção que tratou da metodologia.

As iniciativas produtivas, financiadas pelo microcrédito, são desenvolvidas por empreendedores dos setores do comércio, da produção ou da prestação de serviços que trabalham na área urbana das cidades atendidas. Dessa forma, o perfil dos clientes ativos, é elaborado a partir de algumas particularidades das pessoas que receberam o microcrédito, tais como o estado civil, o sexo, o número de dependentes e a idade. Os clientes são, necessariamente, proprietários ou proprietárias de pequenos empreendimentos, atendidos como pessoas físicas, mantendo proximidade com a caracterização do setor informal definido pelo IBGE (2005).

O requisito necessário é a maioridade civil, ou idade mínima de 18 anos, complementado por residência ou local de trabalho em áreas geográficas atendidas pela instituição, tempo mínimo de seis meses de funcionamento e boas referências comerciais. Além disso, a concessão do microcrédito baseia-se no empreendimento, na capacidade do empreendedor e nas potencialidades do negócio, avaliadas previamente, mediante visita ao empreendimento. A Tabela 6, vista a seguir, informa o estado civil dos clientes do Ceape/BA.

Tabela 6 – Clientes ativos do Ceape/Ba, segundo o estado civil e a participação percentual na carteira de clientes – 31/12/2005

ESTADO CIVIL	QUANTIDADE (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Casado	1 366	54,84
Solteiro	762	30,59
Convivente	173	6,95
Viúvo	75	3,01
Separado	71	2,85
Divorciado	44	1,77
TOTAL	2 491	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

O estado civil dos clientes ativos, informado pela Tabela 6, mostra um percentual de 61,79% de pessoas casadas ou conviventes, sendo, portanto, formadores de núcleos familiares. As pessoas solteiras têm alguma expressão quantitativa, mas chama a atenção o percentual de apenas 7,63% de pessoas declaradas viúvas, separadas ou divorciadas. É possível admitir que mulheres e homens, convivendo sem o casamento formal, tenham se declarado na condição de solteiras e solteiros por ocasião da realização do cadastro, fato difícil de ser verificado na realização da pesquisa.

Outra informação priorizada na pesquisa foi a quantidade de clientes novos no atendimento do Ceape/BA combinada com a quantidade de dependentes. A Tabela 7 contém esses dados.

Tabela 7 – Clientes novos do Ceape/BA liberados, segundo números absoluto e percentual de dependentes – janeiro 2000 a dezembro 2005

ESPECIFICAÇÃO	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Sem dependente declarado	1 775	24,77
01 dependente	2 322	32,40
02 dependentes	1 832	25,57
03 dependentes	772	10,77
04 ou mais dependentes	465	6,49
TOTAL	7 166	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Verificando as informações prestadas pelos clientes que receberam o primeiro crédito no período estudado, constata-se que 57,97% possuem entre um e dois dependentes, ao passo que 17,26% têm três ou mais dependentes. Enfim, o número dependentes, reflete a redução do número de pessoas que compõe a família brasileira nos últimos anos, tendência já apontada nas pesquisas do IBGE.

Outras informações de interesse da investigação relacionam-se com a faixa etária dos clientes do microcrédito e a sua participação, em termos percentuais, no número de créditos liberados. Os dados constantes na Tabela 8, vista a seguir, trazem essas informações.

Tabela 8 – Clientes novos do Ceape/BA liberados de janeiro 2000 a dezembro de 2005, em números absoluto e percentual por grupos idade no primeiro crédito – 2005

DISCRIMINAÇÃO	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Idade não informada	15	0,21
18 a 24 anos	1 024	14,29
25 a 39 anos	3 146	43,90
40 a 59 anos	2 698	37,65
60 anos ou mais	283	3,95
TOTAL	7 166	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Como se pode observar, a distribuição dos clientes por faixa etária está concentrada em duas delas. A primeira, de 25 a 39 anos, e a segunda, de 40 a 59 anos que, somadas totalizam 81,55% dos clientes que ingressaram na instituição. A diferença de idade entre homens e mulheres é pequena, tendo os homens uma média de idade de 38 anos e um mês enquanto as mulheres são um pouco mais jovens, tendo média de idade de 37 anos e seis meses. Deve ser ressaltado que a média de idade dos clientes por ocasião da liberação do primeiro crédito difere da média de idade registrada na pesquisa de campo, pois as entrevistas foram realizadas alguns anos depois.

4.6 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO FINANCIADO

A caracterização do empreendimento financiado pelo Ceape/BA é feita a partir da distribuição dos estabelecimentos financiados nos três setores da atividade econômica nos

quais os clientes desenvolvem suas atividades empreendedoras. Foram selecionados os ramos de atividades mais importantes, e as suas atividades mais relevantes, para serem utilizados como parâmetros na seleção da amostra para as entrevistas de campo.

Os setores da atividade econômica que foram selecionados constam da Tabela 9, na qual também são mostradas a quantidade de clientes por setor e a participação no microcrédito, em termos percentuais.

Tabela 9 – Clientes ativos do Ceape/BA, segundo números absoluto e percentual de empreendimentos por setor da atividade econômica – 31/12/2005

SETOR DA ATIVIDADE	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Comércio	2 091	83,94
Produção	204	8,19
Serviços	196	7,87
TOTAL	2 491	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Nessa distribuição dos clientes por setor da atividade econômica destaca-se a posição majoritária do comércio e uma representação pouco expressiva dos setores da produção e da prestação de serviços. A baixa distribuição entre esses dois setores reflete, a princípio, as dificuldades para o desenvolvimento das atividades de produção e de serviços na economia informal urbana pelas pessoas mais pobres, devido à limitação de recursos para investimento nos negócios. Sobressai-se, então, a opção que exige menor montante de recursos para investimentos, em espaço ou instrumentos de trabalho, que é o comércio, onde existem facilidades de adaptação de acordo com o desenvolvimento da iniciativa, inclusive, flexibilidade para mudança de atividade.

A distribuição, por gênero, dos clientes do microcrédito fornecido pelo Ceape/BA, no recorte temporal deste trabalho foi também investigada na busca de subsídios para alcançar o objetivo proposto. Esses dados estão presentes na Tabela 10, a seguir.

Tabela 10 – Clientes ativos do Ceape/BA, segundo números absoluto e percentual de mulheres e homens nos empreendimentos por setor da atividade econômica – 31/12/2005

SETOR DA ATIVIDADE	TOTAL DE CLIENTES	MULHERES		HOMENS	
	(n)	(n)	%	(n)	%
Comércio	2091	1.329	63,56	762	36,44
Produção	204	132	64,71	72	35,29
Serviços	196	92	46,94	104	53,06
TOTAL	2491	1553	62,34	938	37,66

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

A distribuição de gênero, conforme está apresentada na Tabela 10, mostra ampla representação feminina, ao passo que a representatividade masculina é expressivamente menor. Coletados os dados da participação de homens e de mulheres nos três setores da atividade econômica, as mulheres somente ocupam menor percentual de empreendimentos na área de prestação de serviços, constituindo-se no único setor em que a presença de homens é mais numerosa. A princípio, a maior representação dos homens no setor da prestação de serviços pode ser atribuída às atividades desempenhadas nas oficinas de reparos e consertos que, tradicionalmente, são atividades desempenhadas pelos homens.

O estudo realizado deteve-se, também no ramo das atividades do comércio, no qual foram obtidas as informações que constam da Tabela 11, apresentada a seguir.

Tabela 11 – Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de comércio, segundo números absoluto e percentual por ramo de atividade econômica – 31/12/2005

RAMO DE ATIVIDADE	CLIENTES	PARTICIPAÇÃO
	(n)	(%)
Vestuário	812	38,83
Alimentos	470	22,48
Bebidas	246	11,76
Miudezas e bijuterias	154	7,36
Mercearia, mercadinho e supermercado	88	4,21
Artesanatos	68	3,25
Cosméticos e produtos de beleza	64	3,06
Calçados	56	2,68
Tecidos, armarinho e utilidades domésticas	45	2,15
Prod. químicos, farmacêuticos e eletrônicos	27	1,29
Materiais de construção	21	1,00
Livraria e papelaria	13	0,62
Outros	27	1,29
TOTAL	2091	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Nota: mercearia, mercadinho e supermercado são considerados estabelecimentos que comercializam uma variedade de produtos com a predominância de alimentos.

O setor econômico mais representativo é o comércio, mas os ramos de atividade que se destacam são empreendimentos dedicados à comercialização de vestuários, alimentos, bebidas, bem como miudezas e bijuterias que juntos somam 80,44% conforme os dados da Tabela 11. Trata-se de uma fração bastante representativa da carteira de clientes do Ceape/BA, alcançando a cifra de 1 682 clientes. Os demais ramos de atividade têm importância menos expressiva e mostram a enorme diversidade das atividades econômicas desenvolvidas pela economia informal urbana nas cidades atendidas.

A atividade comercial comparece de forma significativa nos empreendimentos pesquisados e os dados quantitativos acerca dos clientes das atividades do ramo de vestuário que se utilizam do microcrédito no Ceape/Ba estão listados na Tabela 12, mostrada a seguir.

Tabela 12 – Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de comércio, ramo de vestuário, segundo números absoluto e percentual por atividade comercial – 31/12/2005

ATIVIDADE COMERCIAL	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Confecção em geral	399	49,14
Confecção venda ambulante	333	41,01
Confecção peças íntimas	35	4,31
Confecção cama, mesa e banho	27	3,33
Loja de confecção	11	1,35
Outros	7	0,86
TOTAL	812	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

O ramo de vestuário destaca-se em importância entre os empreendimentos comerciais financiados pelo microcrédito, destacando-se as atividades voltadas para a venda de confecção em geral, de confecção ambulante e peças íntimas conforme indicam os dados contidos na Tabela 12. Isto demonstra a enorme variedade de segmentos que formam as atividades da comercialização de roupas dos clientes do Ceape/BA.

O ramo de alimentos, parte integrante do setor do comércio, aparece também como um campo de oportunidades para os clientes do microcrédito. Na Tabela 13 se encontram as atividades comerciais ligadas a esse ramo e os dados quantitativos da sua participação.

Tabela 13 – Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de comércio, do ramo de alimentos, segundo números absoluto e percentual por atividade comercial – 31/12/2005

ATIVIDADE COMERCIAL	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Variedade de produtos	167	29,93
Frutas, verduras e legumes	84	15,05
Lanchonete, lanche e pizzaria	58	10,39
Cereais e farinha	40	7,17
Doces, salgados e sorvetes	32	5,73
Açougue (carne, peixe e marisco)	32	5,73
Restaurante, refeições e marmita	27	4,84
Acarajé	24	4,30
Alimentos naturais e laticínios	16	2,87
Padaria e pastelaria	16	2,87
Bomboniere, bolos e biscoitos	15	2,69
Distribuição de alimentos	11	1,97
Barraca de lanche/trailer	10	1,79
Condimentos e temperos	10	1,79
Abatedouro e frigorífico	10	1,79
Outros	6	1,08
TOTAL	558	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

A comercialização de alimentos é representativa nas mercearias, nos mercadinhos e nos supermercados que também comercializam uma variedade de produtos, predominando os gêneros alimentícios conforme se deduz dos dados da Tabela 13. Em seguida estão os estabelecimentos que vendem frutas, verduras e legumes. Na terceira colocação encontram-se as lanchonetes e pizzarias, vindo em quarto lugar os comerciantes de cereais e farinha das feiras-livres e centrais de abastecimento.

Ainda no setor de comércio, o ramo de bebidas desempenha um importante papel como possibilidade de investimentos para o microcrédito. Os dados da Tabela 14 mostram essa relevância.

Tabela 14 – Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de comércio, ramo de bebidas, segundo números absoluto e percentual por atividade comercial – 31/12/2005

ATIVIDADE COMERCIAL	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Bar	142	57,72
Bar e mercearia	41	16,67
Bar e restaurante	23	9,35
Bar e lanchonete	20	8,13
Distribuidora de bebidas	10	4,07
Barraca de bebidas	7	2,85
Outros	3	1,22
TOTAL	246	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

No ramo do comércio de bebidas destacam-se os bares e as combinações com as lanchonetes ou restaurantes que formam a maioria expressiva dos empreendimentos, com a particularidade de funcionar de forma associada, como se observa nos dados da Tabela 14. Isto mostra a flexibilidade existente nas atividades do ramo de bebidas que é capaz de aproveitar um leque de possibilidades, gerando variadas oportunidades de negócios no ponto comercial.

No setor da produção, os ramos de atividade se diversificam também, e isso pode ser observado nos dados que a pesquisa conseguiu obter e que estão apresentados na Tabela 15.

Tabela 15 – Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de produção, segundo números absoluto e percentual por ramo de atividade – 31/12/2005

RAMO DE ATIVIDADE ECONÔMICA	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Confecção e tecidos	95	46,57
Alimentos	41	20,10
Artesanatos	21	10,29
Metal	14	6,86
Couro, estofados e madeira	21	10,29
Produtos químicos e de limpeza	9	4,41
Outros	3	1,47
TOTAL	204	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Como se pode ver, o setor de produção tem uma participação discreta no universo dos clientes ativos, mostrando diversidade nos ramos de atividades da fabricação de confecções, de alimentos, de artesanato em geral e de produtos de metal que, juntos, totalizam 83,82% de acordo com a Tabela 15. Uma particularidade dos pequenos empreendimentos dedicados à fabricação é a dificuldade de visualização dos estabelecimentos, pois, ao contrário do comércio que funciona com as portas abertas ao público, o fabricante trabalha, na quase totalidade dos casos, em espaços menos visíveis e, às vezes, na própria residência. Este aspecto pode ser considerado um obstáculo para a divulgação do microcrédito junto aos empreendedores dedicados à fabricação.

O ramo do vestuário tem os seus dados quantitativos, obtidos junto aos empreendimentos do microcrédito, divulgados na Tabela 16, a seguir.

Tabela 16 – Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de produção, ramo de vestuário, segundo números absoluto e percentual por atividade econômica – 31/12/2005

ATIVIDADE DE PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Confecção em geral	73	76,84
Confecção de peça íntima	12	12,63
Bordado, enxoval, cama e mesa	7	7,37
Outros	3	3,16
TOTAL	95	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

A produção de vestuário é representativa nos empreendimentos de fabricação, congregando 46,57% dos fabricantes. Os dados da Tabela 16 mostram que a maioria dos empreendedores dedica-se à produção de confecção em geral ou peças íntimas, mas tem uma particularidade no ramo de vestuário que é a sensibilidade às estações do ano e oscilações da renda da população, reagindo ora ao incremento, ora à perda de rendimentos.

No setor de serviços, os ramos de atividade da prestação de serviços também se distribuem num leque diversificado de empreendimentos, conforme Tabela 17, vista a seguir.

Tabela 17 – Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de prestação de serviços, segundo números absoluto e percentual por ramo de atividade econômica – 31/12/2005

RAMO DE ATIVIDADE ECONÔMICA	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Serviços pessoais	78	39,80
Reparação e consertos	65	33,16
Locação de vídeos e jogos	19	9,69
Saúde, educação, recreação e cultura	14	7,14
Informática e contabilidade	5	2,55
Gráfica	5	2,55
Outros	10	5,10
TOTAL	196	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Conclui-se, a partir dos dados tabulados na Tabela 17, que a prestação de serviços tem a menor representação na composição da clientela que foi investigada, destacando-se os ramos de atividade de serviços pessoais, a reparação e consertos, a locação de vídeos ou jogos de entretenimento que, juntos, perfazem um percentual de 82,65%. Entretanto, nas últimas

décadas tem havido um crescimento dos serviços na economia brasileira e a expectativa é de que isso venha a se refletir nas operações realizadas no microcrédito.

O ramo de serviços pessoais pela sua representatividade também foi pesquisado e os dados obtidos constam da Tabela 18.

Tabela 18 – Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de prestação de serviços, ramo de serviços pessoais, em números absoluto e percentual por atividade – 31/12/2005

ATIVIDADE DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Salão de beleza	53	67,95
Barbearia, estética e manicure	9	11,54
Fotografia e revelação	6	7,69
Outros	10	12,82
TOTAL	78	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

A prestação de serviços pessoais destaca-se entre os empreendimentos dedicados aos serviços, onde se sobressaem os negócios ligados ao salão de beleza, bem como à barbearia, aos serviços de estética e de manicure que, juntos, somam 79,49% dos estabelecimentos da prestação de serviços, como se vê nos dados constantes na Tabela 18.

O ramo de reparação e consertos, clientes do microcrédito, também foi investigado para atender aos objetivos da pesquisa. Os dados quantitativos constam na Tabela 19 e mostram a importância entre os clientes da prestação de serviços.

Tabela 19 – Clientes ativos do Ceape/BA, do setor de prestação de serviços, ramo de serviço de reparação e conserto, segundo números absoluto e percentual por atividade – 31/12/2005

ATIVIDADE DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Mecânica de automóvel, chaparia e pintura	26	40,00
Oficina de bicicleta	10	15,38
Auto-elétrica e borracharia	9	13,85
Conserto de fogão, geladeira e estofado	9	13,85
Oficina eletrônica (som, TV e vídeo)	8	12,31
Outros	3	4,62
TOTAL	65	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Os dados quantitativos mostram que, em segundo lugar na prestação de serviços, estão os empreendimentos de reparação e de consertos, representados pelas oficinas mecânicas para automóveis, reparos de bicicletas, serviços de auto-elétrica e borracharia, bem como os

consertos de fogão, estofados e geladeiras, que juntos totalizam um percentual de 83,08% dos negócios, como se vê na Tabela 19.

4.7 O MICROCRÉDITO CONCEDIDO PELO CEAPE/BA

Esta seção aborda o microcrédito concedido pelo Ceape/BA no período investigado, analisando as estatísticas em termos de quantidade, de valores médios e de valores absolutos emprestados nas operações realizadas, bem como a modalidade dos créditos concedidos a grupos solidários ou individuais, mediante a garantia de um avalista.

4.7.1 Quantidade e valores emprestados

No período estudado, o crescimento que se verificou tanto na quantidade de créditos fornecidos para os empreendimentos como no montante financeiro emprestado foi tímido, havendo, na série histórica, períodos em que esses valores decresceram. Na Tabela 20 encontram-se informados esses dados.

Tabela 20 – Quantidade anual de créditos liberados no período de 2000 a 2005, valor total liberado e valor médio em reais – 2005

ANO	CRÉDITOS (n)	VALORES (R\$)	VALOR REAL MÉDIO (R\$)
2000	4399	6.014.185,30	1.367,17
2001	4439	5.861.655,37	1.320,49
2002	4949	6.552.290,35	1.323,96
2003	5392	6.971.526,68	1.292,94
2004	5900	7.239.309,81	1.227,00
2005	6731	7.886.095,24	1.171,61
TOTAL/MÉDIA	31810	40.525.062,75	1.273,97

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Nota: os valores foram deflacionados pelo IPCA – IBGE para dezembro de 2006.

No período analisado, a instituição concedeu microcréditos a empreendedores e empreendedoras, sendo 22,53% de créditos novos e 77,47% de créditos destinados a clientes que renovaram suas operações. Ressalta-se que entre estes créditos estão aqueles créditos concedidos aos clientes ativos em 31 de dezembro de 2005, que representa a população da

qual foi extraída a amostra para a realização da pesquisa de campo, conforme os critérios já apresentados na metodologia.

O número de créditos liberados anualmente variou de 4 399 em 2000 para 6 731 liberações referentes a 2005, havendo um crescimento de 53,01% no período. Estes dados estão apresentados na Tabela 20. Houve, também, uma redução do valor do crédito médio anual, equivalente a 14,30% uma vez que no ano 2000 teve o valor mais elevado igual a R\$1 367,17 e no ano de 2005 ocorreu o menor valor médio, correspondente a R\$ 1 171,61, como pode ser visto nos dados constantes na tabela 20.

As exigências metodológicas conduziram a investigação para fazer o levantamento de informações sobre créditos novos, bem como os valores liberados no período escolhido. Elas constam na Tabela 21.

Tabela 21 – Número anual de créditos novos liberados no período 2000 a 2005, valor total liberado e valor médio em reais – 2005

ANO	CRÉDITOS (n)	VALORES (R\$)	VALOR REAL MÉDIO (R\$)
2000	1162	969.299,63	834,16
2001	989	773.997,04	782,61
2002	1024	1.121.684,59	1.095,40
2003	1379	1.358.603,67	985,21
2004	1085	875.131,84	806,57
2005	1527	1.214.516,40	795,36
TOTAL/MÉDIA	7166	6.313.233,17	881,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Nota: os valores foram deflacionados pelo IPCA – IBGE para dezembro de 2006.

Deduz-se, com o auxílio dos dados apresentados, que a redução do valor do crédito médio esteja relacionada ao atendimento a clientes cujos empreendimentos tenham porte mais reduzido, refletindo diretamente no somatório dos recursos aplicados. Por outro lado, esta constatação tem implicações diretas na geração de receitas para a instituição, exigindo esforços para a melhoria do valor médio do microcrédito liberado.

Os créditos novos evoluíram de 1 162 créditos em 2000 para 1 527 em 2005, como se vê na Tabela 21, mostrando um crescimento da ordem de 31,41% no período analisado, revelando um baixo crescimento anual, fato pouco saudável para a organização. Constata-se, também, ao longo do período investigado, uma oscilação no valor médio anual, ora para cima

e ora para baixo, tendo maior aproximação com a média geral no ano de 2005 e demonstrando tendência de queda gradual do microcrédito liberado.

Outras informações também foram buscadas para estudar os créditos liberados, buscando verificar a representatividade pelos setores da atividade econômica. Elas estão apresentadas na Tabela 22.

Tabela 22 – Número de créditos novos liberados no período 2000 a 2005 e valor liberado em reais, por setor da atividade econômica – 2005

SETOR ECONÔMICO	CLIENTES (n)	VALORES (R\$ 1,00)	PARTICIPAÇÃO (%)	
			CLIENTES	VALOR LIBERADO
Comércio	5972	5.253.997,39	83,34	83,22
Produção	744	620.847,88	10,38	9,83
Serviços	450	438.387,90	6,28	6,94
TOTAL	7166	6.313.233,17	100,00	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Nota: os valores foram deflacionados pelo IPCA-IBGE para dezembro de 2006.

A distribuição dos créditos liberados a clientes novos demonstra a hegemonia do setor de comércio, mantendo alta participação tanto no número quanto nos valores emprestados. A representatividade dos setores da produção e serviços, tal como foi visto na carteira de clientes ativos, é relativamente modesta, ficando com apenas 16,66% dos clientes e 16,78% dos recursos liberados, de acordo com os dados da Tabela 22. Cabe registrar o maior valor médio de crédito concedido ao setor de serviços, ao tempo em que os empreendedores e empreendedoras dedicados à fabricação receberam o menor valor médio, mostrando a necessidade de identificar as razões dos baixos valores liberados aos clientes da produção.

Na Tabela 23, mostrada adiante, encontram-se os dados relativos à quantidade de créditos renovados, o valor total e o valor médio, anuais. São informações relevantes para a gestão da carteira de créditos, pois indica a continuidade ou não do relacionamento do cliente com a instituição.

Tabela 23 – Número anual de créditos renovados liberados, no período 2000 a 2005, valor total liberado e valor médio em reais – 2005

ANO	CRÉDITOS (n)	VALORES (R\$)	VALOR REAL MÉDIO (R\$)
2000	3237	5.044.885,67	1.558,51
2001	3450	5.087.658,33	1.474,68
2002	3925	5.430.605,76	1.383,59
2003	4013	5.612.923,00	1.398,69
2004	4815	6.364.177,97	1.321,74
2005	5204	6.671.578,83	1.282,01
TOTAL	24 644	34.211.829,56	1.388,24

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Nota: os valores foram deflacionados pelo IPCA – IBGE para dezembro de 2006.

As operações do microcrédito são caracterizadas por empréstimos de curto prazo, geralmente aplicados no capital de giro dos empreendimentos. Na instituição investigada, o prazo médio do empréstimo corresponde a três meses e dezessete dias, havendo renovação das operações após a quitação do crédito anterior. Cabe ressaltar o valor do crédito médio renovado, maior que o crédito novo, e o crescimento do número de créditos renovados no período foi igual a 60,76% se forem comparados os anos de 2000 e 2005. Por outro lado, percebe-se uma redução do valor médio ocorrido durante o período, uma redução da ordem de 17,74% como pode ser observada nos dados da Tabela 23.

Retornando aos dados da Tabela 22, constata-se que no período de seis anos foram concedidos 7 166 créditos primários. A participação majoritária foi das mulheres que receberam 59,87% das liberações realizadas, ao tempo em que os homens ficaram em grande desvantagem. Os dados analisados até aqui confirmam que as mulheres receberam um valor médio de crédito da ordem de R\$833,88, mostrando desvantagem em relação aos homens que obtiveram R\$951,28, ou seja, um percentual da ordem 87,67%. Essa diferença pode ser creditada à fragilidade dos empreendimentos administrados pelas mulheres, implicando em menor capacidade de obtenção de crédito quando comparadas aos homens.

Nos créditos renovados, as mulheres receberam 14 519 microcréditos em um total de 24 644 operações ao tempo em que os homens obtiveram 10 125 empréstimos. Percebe-se um percentual representativo da ordem de 58,91% destinado às renovações das operações de microcréditos para as mulheres. Entretanto, o valor médio recebido pelas mulheres é inferior, pois enquanto os homens obtiveram R\$1 563,55 por microcrédito recebido, as mulheres

ficaram com apenas R\$1 265,99 nessa modalidade de crédito, o que equivale a 80,97% do valor que foi emprestado aos homens.

4.7.2 A modalidade do microcrédito

Na análise dos créditos primários das operações de microcrédito da Ceape/BA, foram constatadas 857 liberações a clientes individuais com avalista, representando 11,96% e 6 297 créditos concedidos a grupos solidários, equivalente ao percentual de 87,87% dos clientes, tendo ocorrido 12 operações sem qualquer especificação. Uma diferença fica evidenciada nessa pesquisa, pois os créditos individuais têm um valor médio de R\$1 426,20 em cada operação, enquanto os clientes dos grupos solidários receberam um valor médio da ordem de R\$807,23, equivalente a 56,60% do valor médio dos créditos individuais. Este fato confirma a filosofia do microcrédito em procurar atender aos empreendedores e empreendedoras mais pobres, mediante o grupo solidário, pois essa é uma garantia alternativa para conceder empréstimos a pessoas que não tenham bens patrimoniais.

4.8 ORGANIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS

Os empreendimentos financiados pelo microcrédito apresentam, em geral, um baixo nível de organização no desenvolvimento da atividade produtiva, nos registros de informações do próprio negócio e na situação legal perante o poder público. Aproveitando as informações cadastrais dos clientes que receberam o primeiro crédito no período de 2000 a 2005, foi realizada uma abordagem da questão e um apanhado quantitativo que faz parte da Tabela 24.

Tabela 24 – Empreendimentos, financiados pelo Ceape/BA no período 2000 a 2005, segundo a existência ou não de registro do CNPJ no cadastro de clientes novos – 2005

ESPECIFICAÇÃO	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Empreendimentos sem registro no CNPJ	6312	88,08
Empreendimentos com CNPJ microempresa	610	8,51
Empreendimentos com CNPJ pequeno porte	28	0,39
Sem especificação	216	3,01
TOTAL	7166	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Os estabelecimentos comerciais são registrados no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) do Ministério da Fazenda e demonstra, em certa medida, o grau de organização dos empreendimentos. As informações dos clientes mostram que a absoluta maioria dos empreendedores e empreendedoras não possui registro no CNPJ, ao tempo em que 8,90% estão registrados como microempresa e estabelecimentos de pequeno porte como se verifica nos dados da Tabela 24. Portanto, constata-se uma característica marcante da informalidade entre os clientes atendidos pelo microcrédito da organização estudada, condizente com a pesquisa do IBGE, no tocante ao registro junto ao Ministério da Fazenda.

Foram pesquisados, também, os empreendimentos financiados com o microcrédito do Ceape/BA enquanto clientes novos, obtendo-se os dados sobre classificação realizada na informação cadastral, apresentados na Tabela 25.

Tabela 25 – Empreendimentos financiados pelo Ceape/BA no período 2000 a 2005, segundo classificação no cadastro de clientes novos – 2005

ESPECIFICAÇÃO	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Empreendimentos de sobrevivência	5559	77,57
Empreendimentos de acumulação simples	1267	17,68
Empreendimentos de acumulação ampliada	163	2,27
Sem especificação	177	2,47
TOTAL	7166	100,00

Fonte: Ceape, cálculos próprios.

No levantamento do perfil socioeconômico, os clientes foram classificados com base na capacidade de investimento e no grau de organização observada nos empreendimentos. Com os dados da Tabela 25, vê-se que a primeira classificação, denominada de empreendimento de sobrevivência, é aquela na qual se observa uma acentuada dificuldade em gerar recursos para investir no negócio e aumentar a capacidade de produzir resultados, ocupando expressiva posição no universo pesquisado. A segunda classificação é uma situação intermediária que apresenta uma baixa capacidade de produzir resultados para reinvestir no empreendimento, denominada empreendimento de acumulação simples. A terceira classificação engloba os empreendimentos com maior viabilidade devido às potencialidades do negócio, tendo um nível de organização e controles com maiores possibilidades de crescimento. Por esta razão, os empreendimentos que receberam créditos novos

demonstraram uma baixa condição de gerar recursos para ampliar os investimentos, pois apenas de 2,27% dos empreendimentos estão classificados como acumulação ampliada.

Aqui, cabe ressaltar duas observações. A primeira delas é com respeito à classificação que foi realizada a partir dos dados cadastrais. Embora simples, essa classificação reflete o grau de fragilidade dos empreendimentos, reforçando a lógica da sobrevivência das iniciativas financiadas na economia informal urbana. A outra, refere-se à avaliação ocorrida no momento do ingresso do cliente no programa de microcrédito, havendo expectativas de progresso no empreendimento com a utilização do microcrédito liberado pela instituição.

4.9 PONTOS DE ATENDIMENTO

A realização do atendimento em vários municípios do Estado da Bahia faz com que o Ceape/BA tenha uma abrangência mais significativa na oferta do microcrédito para pequenos empreendimentos, considerando, principalmente, que cada um dos postos atende a um conjunto de municípios, conforme citado anteriormente.

A Tabela 26, que é mostrada a seguir, apresenta os dados da distribuição dos clientes ativos do microcrédito por cada posto de serviço, em dezembro de 2005.

Tabela 26 – Clientes ativos do Ceape/BA, em 31 de dezembro 2005, em números absoluto e percentual por posto de serviço de atendimento regionalizado – 2005

POSTO DE SERVIÇO	QUANTIDADE DE CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Feira de Santana	1341	53,83
Alagoinhas	286	11,48
Salvador	371	14,89
Camaçari	250	10,04
Santo Antonio de Jesus	243	9,76
TOTAL	2491	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Os clientes ativos que fizeram parte da amostra da pesquisa foram atendidos por cinco postos de serviços, destacando-se o posto de Feira de Santana, que desenvolve uma ação regionalizada mais ampla e proporciona o acesso a 14 cidades circunvizinhas, ofertando os serviços do Ceape/BA, confirmado pelos dados tabulados na Tabela 26. Essa concentração

verificada no posto de serviço de Feira de Santana, mostra a necessidade de ampliar a clientela dos demais pontos de atendimento para melhor aproveitar as potencialidades do espaço geográfico atendido e otimizar a utilização da capacidade instalada.

Para reforçar a necessidade de ampliação da clientela atendida por cada posto de serviço, considerando as potencialidades regionais e populacionais, a pesquisa também recolheu os dados que mostram a distribuição do volume de crédito liberado, no período estudados, em cada um deles, em valores numéricos e em termos percentuais, como pode ser observado na Tabela 27.

Tabela 27 – Créditos liberados pelo Ceape/BA, no período 2000 a 2005, segundo números absoluto e percentual por posto de serviço – 2005

POSTO DE SERVIÇO	QUANTIDADE DE CRÉDITOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Feira de Santana	19 750	62,09
Alagoinhas	5 848	18,38
Salvador	3 215	10,11
Camaçari	1 689	5,31
Santo Antonio de Jesus	1 308	4,11
TOTAL	31 810	100,00

Fonte: Ceape/BA, cálculos próprios.

Na distribuição geográfica dos microcréditos concedidos também é verificada a participação expressiva dos clientes atendidos pelo posto de Feira de Santana, seguido pelo posto de Alagoinhas, Salvador, Camaçari e Santo Antônio de Jesus, nessa ordem, coincidindo com a cronologia do início das atividades em cada uma dessas cidades, como se encontra registrado na Tabela 27.

Pode-se inferir que, à exceção de Feira de Santana, a capacidade dos demais postos em alcance as cidades próximas é limitado, resultando em baixo aproveitamento da capacidade instalada e uma relação custo-benefício desfavorável à instituição, o que pode ser superado com a adoção de estratégias mais ousadas.

Esse conjunto de observações, formulado a partir dos dados estudados, é uma das contribuições da pesquisa realizada que pode ser aproveitado pelo Ceape/BA para atrair um número cada vez maior de clientes para o microcrédito, fazendo com que as mazelas da

pobreza sejam combatidas, promovendo a inclusão social de milhares de empreendedores e empreendedoras que se encontram espalhados pelo Estado da Bahia.

5 PESQUISA DE CAMPO: MICROCRÉDITO, CONDIÇÃO MATERIAL DE VIDA E SOCIABILIDADE DOS CLIENTES

A pesquisa de campo foi realizada com uma amostra considerada representativa, formada por 35 clientes selecionados por critérios de acessibilidade, numa lista montada de forma aleatória, com 345 pessoas sorteadas entre 2491 clientes ativos do Ceape/BA, existentes em 31 de dezembro de 2005. O trabalho de campo observou a representatividade da população investigada, detalhada na metodologia, sendo as entrevistas estruturadas em blocos temáticos e realizadas pelo autor em visitas aos locais de trabalho ou nas residências dos entrevistados, durante o mês de dezembro de 2006.

Nesta seção, que se encontra organizada em nove tópicos, são analisadas as informações obtidas nas entrevistas. Ela foi estruturada de acordo com as temáticas consideradas aglutinadoras e complementadas com as indicações ao Ceape/BA e programas de microcrédito, buscando uma disposição julgada pertinente na compreensão do trabalho de campo.

5.1 TERRITORIALIDADE DO ATENDIMENTO AOS CLIENTES

5.1.1 Localização do atendimento

A instituição Ceape/BA realiza as suas atividades de atendimento aos clientes no microcrédito, tendo estruturas de apoio operacional em cinco cidades do Estado da Bahia que atendem de forma regionalizada às cidades próximas. A amostra mantém a proporcionalidade de clientes de cada posto no universo pesquisado, mas a cidade de Feira de Santana se destaca com mais da metade das pessoas por atender a 14 cidades. As pessoas entrevistadas são residentes e exercem atividades nos empreendimentos localizados nas cidades de Feira de

Santana, Alagoinhas, Camaçari, Ipirá, Irará, Salvador e Santo Antônio de Jesus, conforme Tabela 28, a seguir apresentada.

Tabela 28 – Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo distribuição geográfica de entrevistas por posto de serviço – 2006

POSTO DE SERVIÇO	CLIENTES ENTREVISTADOS	
	(n)	(%)
Feira de Santana	18	51,43
Salvador	5	14,29
Alagoinhas	4	11,43
Camaçari	4	11,43
Santo Antonio de Jesus	4	11,43
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

5.1.2 Local de trabalho e de residência

Partindo da amostra selecionada, foi feito o levantamento da posse do local de funcionamento do empreendimento dos clientes do microcrédito oferecido pelo Ceape/BA, assim como da moradia deles. Os resultados encontram-se tabulados nas Tabelas 29 e 30.

Tabela 29 – Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo a posse do local de funcionamento dos empreendimentos de entrevistados – 2006

TIPO DE POSSE DO LOCAL DA ATIVIDADE PRODUTIVA	CLIENTES ENTREVISTADOS	
	(n)	(%)
Propriedade própria	17	48,57
Espaço público (rua, praça, feira)	11	31,43
Espaço alugado	6	17,14
Outro	1	2,86
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

No levantamento feito, ao contrário da posse própria do local de residência, o espaço próprio da atividade produtiva é expressivamente menor. Esses dados chamam a atenção para

o fato da maioria das pessoas que utilizam o espaço público possuir escolaridade máxima de oito anos de escolaridade¹¹. Em geral, essas pessoas se dedicam às atividades comerciais o que, em princípio, pode refletir grau de dificuldade menor para desenvolver a iniciativa empreendedora em ruas ou praças com estruturas simples para o funcionamento do comércio. Além disso, ocorre o trabalho com visitas para venda a domicílio, proporcionando atendimento personalizado e ausência de ponto comercial fixo.

O espaço alugado é pouco representativo, confirmando a tradição das pequenas e médias empresas comerciais que têm, nesta opção, uma forma de reduzir o investimento de recursos em prédios e construções, para destiná-lo ao capital de giro do negócio.

Já com relação ao tipo de imóvel que funciona como residência, foi feita a entrevista que permitiu tabular os dados da Tabela 30.

Tabela 30 – Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo a posse do local de residência – 2006

POSSE DA RESIDÊNCIA	CLIENTES ENTREVISTADOS	
	(n)	(%)
Propriedade própria	31	88,57
Residência pertencente aos pais	3	8,57
Espaço alugado	1	2,86
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

O imóvel utilizado para residência das pessoas entrevistadas é majoritariamente próprio, como mostram os dados da Tabela 30. Isso sugere que haja o esforço da população para possuir um imóvel, ainda que informal, como forma de torná-la menos vulnerável às irregularidades na obtenção da renda familiar. É a fuga e o distanciamento do aluguel, uma tradição brasileira, que foi verificada na entrevista de apenas um cliente, que residia em casa alugada, muito embora três pessoas solteiras, entre as entrevistadas, ainda estejam residindo na casa dos pais.

¹¹ Relacionando os clientes entrevistados que utilizam espaço público para o desenvolvimento das atividades produtivas com a escolaridade, verificou-se que sete pessoas fazem parte do grupo com escolaridade máxima de primeiro grau completo.

5.2 CARACTERIZAÇÃO DAS PESSOAS ENTREVISTADAS

5.2.1 Idade dos participantes

A entrevista também buscou informações sobre a idade dos clientes, pertencentes à amostra selecionada, sendo obtidos os dados que constam na Tabela 31, a seguir.

Tabela 31– Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo grupos de idade dos entrevistados – 2006

GRUPOS DE IDADE	CLIENTES ENTREVISTADOS	
	(n)	(%)
18 a 24 anos	3	8,57
25 a 39 anos	11	31,43
40 a 59 anos	15	42,86
60 anos ou mais	6	17,14
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

As pessoas entrevistadas formam dois grupos de idade distintos, onde menos da metade dos componentes têm idade inferior a 40 anos e a outra metade tem idade igual ou superior a 40 anos, indicando uma média de idade da clientela estudada em torno de 45 anos e quatro meses, como mostram os dados da Tabela 31. Enquanto isso, as mulheres têm média de idade de 44 anos e os homens chegam à casa dos 48 anos de idade, fato que pode estar relacionado à escolaridade dos entrevistados, à sua capacidade empreendedora ou mesmo à necessidade de obter uma renda, mais evidenciada no grupo das mulheres.

A elevada média de idade dos clientes do microcrédito pode ter relação com as transformações ocorridas na economia brasileira nas três últimas décadas, resultando em uma reestruturação produtiva, em mudanças tecnológicas e organizacionais capazes de acarretar precariedade nas relações de trabalho e uma crescente dificuldade de recolocação das pessoas desempregadas. Nesse cenário, os estudos realizados apontam a economia informal como alternativa de criação de ocupação e trabalho para essas pessoas. Estes elementos, já discutidos na seção que tratou da fundamentação teórica, fortalecem a idéia do empreendedorismo por necessidade, indicada em pesquisas realizadas no país.

Segundo pesquisa internacional da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2006, p. 49), o Brasil ocupa o sexto lugar no *ranking* mundial do empreendedorismo, motivado pelas necessidades de criação de ocupação e renda, sendo que essas necessidades são mais acentuadas nos empreendimentos dirigidos por mulheres. Isto o diferencia das iniciativas de outros países, onde o empreendedorismo é uma opção de investimento e voltado para o aproveitamento das oportunidades encontradas no mercado e, ao que tudo indica, essa diferenciação seja mais significativa na economia informal.

5.2.2 Sexo e estado civil

A amostra que foi selecionada para a entrevista, obedecendo à metodologia já apresentada na seção dois, contemplou 62,86% de mulheres e 37,14% de homens. Nos dados da Tabela 32 pode-se observar que mais de dois terços das pessoas entrevistadas declararam a condição de casadas e casais conviventes para o estado civil, o que constitui núcleos familiares autônomo. Por outro lado, foi constatado que mais da metade das mulheres entrevistadas declararam a condição de casadas enquanto que mais de dois terços dos homens entrevistados declararam a condição de casados e conviventes.

Tabela 32 – Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo estado civil dos entrevistados – 2006

ESTADO CIVIL	HOMENS	MULHERES	CLIENTES ENTREVISTADOS	
			(n)	(%)
Casado (a)	8	12	20	57,14
Solteiro (a)	3	3	6	17,14
Convivente	2	2	4	11,43
Viúvo (a)	-	3	3	8,57
Divorciado (a)	-	2	2	5,71
TOTAL	13	22	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Fato interessante a ser observado é que as mulheres formam um grupo mais diversificado que os homens quanto ao estado civil, tendo algumas, inclusive, na condição de viúvas, situação ausente no grupo constituído pelos homens entrevistados.

5.2.3 Escolaridade das pessoas entrevistadas

Para a análise do nível de escolaridade das pessoas entrevistadas, optou-se por fazer uma classificação em três grupos que mostraram particularidades consideradas interessantes para o trabalho desenvolvido. Eles foram assim constituídos: escolaridade e idade, escolaridade e gênero e escolaridade e crédito.

Para o primeiro grupo, escolaridade e idade, a tabulação dos dados das entrevistas está apresentada na Tabela 33, vista a seguir.

Tabela 33 – Clientes do Ceape/BA em cidades baianas, segundo grupos de escolaridade dos entrevistados – 2006

GRUPOS DE ESCOLARIDADE	CLIENTES ENTREVISTADOS	PARTICIPAÇÃO (%)
Primeiro grau 1ª. – 4ª. série	9	25,71
Primeiro grau 5ª. – 8ª. série	9	25,71
Segundo grau incompleto	2	5,71
Segundo grau completo	14	40,00
Terceiro grau completo	1	2,86
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Na amostra existiam 18 pessoas, representando mais da metade do grupo, com escolaridade máxima de 8 anos de estudo, tomando por base os dados da Tabela 33. Esse dado é significativo, pois consegue mostrar a relação entre a escolaridade e a informalidade. Ou seja, uma menor escolaridade esta diretamente relacionada à procura do microcrédito para investimento no empreendimento. No grupo com idade até 40 anos, há dez clientes com mais de oito anos de estudo, enquanto no grupo com idade superior a 40 anos foram encontrados apenas cinco clientes com esse nível de escolaridade. Essa comprovação está baseada nos dados da Tabela 75 (APÊNDICE A).

Uma possibilidade levantada neste trabalho é de que as pessoas que foram entrevistadas tiveram dificultado o acesso à escola na idade escolar própria. A faixa etária que ocupam e o fato de viverem, em sua grande maioria, nas cidades do interior, onde a oferta de escolarização era mais restrita, principalmente nas décadas de 1960 e 1970, permitem trabalhar com essa possibilidade na pesquisa.

No grupo que reúne a escolaridade e o gênero, o levantamento dos dados que se encontram apresentados na Tabela 76 (APÊNDICE A), mostram que o maior grau de escolaridade guarda uma relação direta com o gênero da pessoa entrevistada. As mulheres apresentaram uma melhor escolaridade que os homens, pois dois quintos delas cursaram o segundo grau (completo ou não), incluindo uma única pessoa com formação universitária. Enquanto isso mais de dois terços dos homens tem escolaridade equivalente ao primeiro grau, completo ou incompleto. Por outro lado, foram as mulheres mais jovens que cursaram o segundo grau completo, numa demonstração da relação entre faixa etária e escolaridade. Em síntese, quanto mais jovem a pessoa do sexo feminino, entrevistada, mais elevada a sua escolaridade. Essa particularidade foi observada em menor proporção nos clientes do sexo masculino e esses dados servem, também, para mostrar a situação geral do país.

Já no terceiro grupo, que reúne a escolaridade e o microcrédito, observou-se uma relação direta entre o nível de escolaridade e o valor do primeiro crédito recebido. Os empreendedores e empreendedoras com a escolaridade máxima de primeiro grau completo, formando um grupo de 18 pessoas, obtiveram o equivalente a pouco mais da metade dos empréstimos concedidos aos demais entrevistados, com escolaridade acima de oito anos de estudo. O primeiro grupo recebeu, no primeiro crédito, um valor médio de R\$590,76 ao passo que os clientes com maior escolaridade receberam o equivalente a R\$1 178,00 por pessoa, ficando acima do valor médio geral do primeiro empréstimo que foi de R\$875,99, de acordo com os dados da Tabela 77 (APÊNDICE A). Enfim, a dimensão do empreendimento das pessoas com nível de escolaridade mais elementar tende a ser menor, absorvendo um montante de recursos mais reduzido.

Nos estudos que realizou sobre a pobreza e a escolaridade no Brasil, Sônia Rocha (2005) ressalta com muita propriedade a relação direta entre anos de estudo e remuneração. Isso se evidencia diretamente nos valores dos créditos obtidos, pois quanto menor a escolaridade do empreendedor menor o montante de crédito recebido, ao passo que uma escolaridade mais alta está relacionada a um menor número de créditos recebidos da instituição como atestam os dados da Tabela 78 (APÊNDICE A). Assim, fica evidente que a escolaridade também está relacionada ao tempo de permanência como cliente, pois o primeiro grupo recebeu uma média de dez créditos durante o relacionamento com a instituição, ao tempo em que os integrantes do segundo grupo, de maior escolaridade, fizeram uma média de sete operações.

Essa constatação fornece evidências de que o microcrédito vem atendendo as pessoas mais pobres, possuidoras de menor grau de escolaridade, representadas por empreendedores e

empreendedoras em situação social menos favorecida. Essa questão reforça a tese de que o microcrédito pode ser uma saída para a redução da pobreza. Por outro lado, ela confirma os aspectos relacionados à inserção social de pessoas mais pobres através do microcrédito, objeto da pesquisa aqui relatada.

Portanto, todos esses elementos trazem evidências da relação entre escolaridade e informalidade dos empreendimentos. Este fato confirma uma característica apontada por Santos (2004) na tese da formação do circuito inferior da economia, circuito esse representado por atividades econômicas mais simples, com características próprias e uma lógica de funcionamento ligada à sobrevivência das pessoas mais pobres.

Destaca-se, também, a maior longevidade das iniciativas dos clientes com escolaridade mais baixa. Ela se verifica e está concentrada em nove ou mais anos de existência do empreendimento. As informações analisadas sugerem, à primeira vista, uma relação entre menor escolaridade e maior tempo de funcionamento do empreendimento, como pode ser visto na Tabela 79 (APÊNDICE A). Então, é razoável supor que a lógica da sobrevivência, ao mesmo tempo em que dificulta o crescimento dos negócios, reduz a exposição a riscos em ações mais arrojadas do empreendedor ou empreendedora, conseguindo maior longevidade, mesmo que ele mantenha a timidez da iniciativa.

Ainda que possam pairar dúvidas, esta pode ser uma das faces vivas da “economia da pobreza”. A necessidade de sobrevivência do pequeno empreendedor dificulta a realização de investimentos de recursos, de forma regular e paulatina, nos empreendimentos. Tudo isso opera aliado às incertezas dos resultados econômicos das atividades desenvolvidas. Por essas razões, a superação da condição de sobrevivência representa o desafio do desenvolvimento do empreendedor e do seu empreendimento, cliente, que é, do microcrédito.

5.3 CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDIMENTOS DOS ENTREVISTADOS

Nesta subsecção é feita a análise das características dos empreendimentos financiados, mostrando as particularidades do setor econômico e do ramo de atividade, e a relação entre o microcrédito e a fragilidade dos empreendimentos financiados.

5.3.1 Setor econômico e ramo de atividade

Conforme já foi assinalado ao longo desta dissertação, os empreendimentos apoiados pelo microcrédito se distribuem em todos os setores econômicos do comércio, da produção e

da prestação de serviços. Sendo assim, a amostra pesquisada teve a composição representativa por cada um dos setores, conforme os dados da Tabela 34, a seguir.

Tabela 34 – Empreendimentos de clientes do Ceape/BA entrevistados, segundo distribuição por setor da atividade econômica – 2006

SETOR DE ATIVIDADE ECONÔMICA	EMPREENDIMENTOS FINANCIADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Comércio	29	82,86
Produção	3	8,57
Prestação de serviços	3	8,57
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Todos os empreendimentos que passaram pelo processo de investigação pertencem aos setores econômicos do comércio, da produção e da prestação de serviços. Observou-se uma expressiva representação de atividades comerciais, sobrepondo-se à reduzida representatividade da produção e dos serviços como indicam os dados da Tabela 34. A representação abrangente do comércio é uma característica condizente com a concepção do microcrédito, pois o pequeno empreendimento comercial é mais simples e requer um montante de recursos menor para seu funcionamento, fato que está relacionado com a baixa capacidade de investimento da clientela.

Por outro lado, o comércio oferece também flexibilidade nos produtos colocados à venda, resultando em aprendizado de erro e acerto no desenvolvimento dos empreendedores, uma vez que a procura dos clientes vai diversificando ou alterando o estoque de produtos oferecidos à venda. Enfim, dizem os estudiosos que o empreendedor aprende fazendo, fato que ressalta a importância do empreendedorismo como ação prática que se concretiza nos negócios.

Mesmo com essa compreensão, faz-se necessário melhorar a participação dos outros dois setores da atividade econômica, aumentando a quantidade dos clientes do microcrédito de forma condizente com a economia informal. Tomado sob o prisma da oferta, o caso particular da produção apresenta dificuldades em localizar as atividades de fabricação, que funcionam em locais menos visíveis, representando, literalmente, a chamada produção de “fundo de quintal”. Em razão da baixa participação desse setor deve-se indagar a respeito do desempenho ou da adequação do microcrédito oferecido na formação da carteira de clientes.

Por sua vez, o comércio é mais visível, funcionando com as portas dos estabelecimentos abertas, ou em lugares expostos ao público como nas ruas, nas feiras ou nos centros comerciais. Esta particularidade facilita a abordagem dos potenciais clientes do microcrédito pelos agentes de crédito que atuam nas comunidades. Essa é uma característica favorável à ampliação da clientela do setor do comércio através do microcrédito.

É importante ressaltar que a produção, por ser mais complexa e envolver habilidades tanto na fabricação quanto na comercialização, venha a reforçar as dificuldades de desenvolvimento de empreendimentos dedicados à fabricação. Isto certamente contribuiu para uma presença menor entre as pessoas participantes do universo pesquisado. Segundo Dolabela (2006), o fator considerado como habilidade na fabricação é pouco representativo para o sucesso dos empreendimentos, chamando a atenção para a importância da capacidade geral de criação e gestão das iniciativas, por ele denominada *empresariamento*. Portanto, é o conjunto das habilidades desenvolvidas que fazem o sucesso das iniciativas empreendedoras.

Detendo-se no setor do comércio, o pesquisador fez o levantamento dos dados que consta na Tabela 35, vista a seguir.

Tabela 35 – Empreendimentos de clientes entrevistados, segundo ramos de atividade comercial - 2006

RAMO DE ATIVIDADE COMERCIAL	EMPREENHIMENTOS FINANCIADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Vestuário	11	37,93
Mercadinho, alimentos e bebidas	10	34,48
Papelaria, calçado, cosmético, miudeza e acessórios	6	20,69
Produtos veterinários e utilidades do lar	2	6,90
TOTAL	29	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

O setor comercial dos ramos de vestuários, mercadinhos, alimentos e bebidas representam uma concentração significativa no volume dos negócios financiados como se vê na Tabela 35. É expressiva a representação da clientela do ramo de vestuário que comercializa enorme variedade de produtos, indo da confecção geral à moda íntima ou esportiva, o que lhe dá destaque entre os clientes do microcrédito.

Supõe-se que a concentração nestes ramos do comércio seja motivada pela estreita ligação com o consumo local e com as possibilidades de atender às necessidades mais

imediatas da população, sobretudo aquelas pessoas de baixa renda. A motivação pode estar relacionada à facilidade na estruturação dos empreendimentos, contando, por exemplo, com a tradição de costurar as roupas da própria família e a simplicidade na organização do negócio, e a utilização do espaço doméstico, reduzindo gastos no início da atividade empreendedora.

5.3.2 Relação entre o microcrédito e a fragilidade dos empreendimentos

As operações de microcrédito, com valor médio mais baixo, financiam empreendimentos voltados para a sobrevivência das pessoas, nos quais a geração de lucro é limitada pelas necessidades de alimentação, moradia, educação e saúde da família. A preocupação predominante é a sobrevivência, razão da cautela nos investimentos de empreendedores e empreendedoras, pois a prioridade é satisfazer as necessidades primárias de sobrevivência.

Esta constatação encontra apoio nas informações cadastrais dos clientes que receberam créditos primários, ao classificarem, em 77,57% dos casos em que os empreendimentos financiados são “negócios de sobrevivência”. Nestes são observadas acentuadas dificuldades em gerar recursos para investir no próprio negócio e melhorar as condições de obter resultados, como pode ser visto nas informações constantes na Tabela 80 (APÊNDICE A).

Por sua vez, as diferenças verificadas no valor médio de crédito entre clientes do sexo feminino e masculino, sugerem a existência de maior fragilidade nos empreendimentos de propriedade das mulheres. Eles possuem tamanho menor e um funcionamento mais precário em relação àqueles que são administrados por homens, fato que parece reproduzir a discriminação de gênero existente na sociedade.

Ainda com respeito ao grau de escolaridade, vale registrar que 12 pessoas com até 08 anos de estudo, souberam do microcrédito oferecido pelo Ceape/BA através de amigos e clientes, deixando transparecer a existência de uma relação entre escolaridade e informação “boca a boca”, recebida de clientes ou amigos com se observa na Tabela 81 (APÊNDICE A). Nessa particularidade, pode-se cogitar que a publicidade que sensibiliza as pessoas mais simples baseia-se numa maior proximidade e atenção pessoal. Isto talvez possa explicar os obstáculos enfrentados pelos pequenos empreendedores e empreendedoras no acesso ao sistema bancário, alicerçado nos sistemas informatizados e, em certa medida, distantes da vida cotidiana.

Pode-se comprovar, também, com base nas pesquisas da economia informal urbana, realizadas pelo IBGE em 1997 e 2003, o baixo percentual de empreendedores e

empreendedoras que declararam ter utilizado crédito nos últimos três meses, girando em torno de 5 e 6%, respectivamente (IBGE,1999, p.30; 2005, p. 29). Isso pode ser atribuído às dificuldades de acesso e aos juros elevados do mercado, mas esse baixo percentual indica a importância da utilização do microcrédito para fomentar atividades produtivas junto aos empreendedores da economia informal, cobrando inclusive taxas de juros mais favoráveis.

Dessa forma, compreende-se a importância da divulgação realizada diretamente nas pequenas cidades ou bairros das cidades maiores para conhecer os empreendedores e empreendedoras e prestar-lhes os serviços da organização, de maneira que contribua na permanência dos clientes já existentes e possa atrair novos empreendedores.

5.4 POLÍTICAS DE ATENDIMENTO AOS CLIENTES

O Ceape/BA possui, ainda que de forma incipiente, uma política de atendimento ao cliente. A pesquisa de campo tratou de alguns aspectos encontrados na divulgação dos seguintes itens:

- a) Serviços oferecidos;
- b) formação empreendedora;
- c) garantia das operações do microcrédito;
- d) aplicação dos recursos emprestados nos empreendimentos financiados, tratando também os valores de microcréditos concedidos tanto no primeiro quanto no último crédito, bem como a modalidade de realização dos empréstimos.

5.4.1 Divulgação dos serviços

Um número significativo das pessoas que participaram da pesquisa de campo, equivalente a mais de quatro quintos, somente ficou sabendo do microcrédito oferecido pela instituição Ceape/BA através de clientes e amigos ou pela divulgação realizada pelos técnicos da organização, como informam os dados da Tabela 36. A primeira modalidade é conhecida como divulgação “boca a boca”, pois à medida que um cliente recebe o crédito, conta para as pessoas do seu círculo de amizades e a notícia vai se espalhando na comunidade.

Tabela 36 – Modalidade da informação sobre o microcrédito para os clientes financiados pelo Ceape/BA - 2006

FONTE DE INFORMAÇÃO	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Informação de amigos (as) ou clientes	22	62,86
Divulgação pelo pessoal da instituição	9	25,71
Pelo carro de som, rádio, televisão, anúncio de jornal	3	8,57
Por cartazes, placas, panfletos de divulgação	1	2,86
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

É baixa a participação da comunicação de massa na divulgação do microcrédito, fazendo acreditar que a mídia massificada ajuda pouco na captação de clientes. O Ceape/BA utiliza pouca veiculação de mensagens em rádio ou televisão, optando pela entrega de panfletos, uso de carros de som ou rádios comunitárias, em bairros e cidades selecionadas pela concentração de empreendimentos e pela regionalização do atendimento. A clientela do microcrédito possui particularidades que exigem contatos e proximidade, sendo essencial manter parcerias com organizações da comunidade, canais de relacionamento com a população nos bairros das cidades de maior porte e nas cidades menores.

5.4.2 Formação empreendedora

O Ceape/BA realiza formação empreendedora com vistas a oferecer uma visão mais ampla sobre atividades empresariais, conforme apresentado na Tabela 37, vista a seguir.

Tabela 37 – Participação dos clientes do Ceape/BA na formação empreendedora oferecida – 2006

TIPO DE PARTICIPAÇÃO	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Não participou de atividades promovidas	25	71,43
Participação em cursos	6	17,14
Participação em reunião ou palestra	3	8,57
Participação em feira de negócios	1	2,86
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A questão formulada na entrevista procurou verificar o alcance das atividades de formação oferecida aos clientes no desenvolvimento da capacidade empreendedora, aliada às

potencialidades do crédito aplicado nos empreendimentos, compreendida por cursos, palestras, reuniões ou feiras para a promoção de negócios.

Pode-se observar que a abrangência da formação ainda é limitada, sendo que a participação foi citada por menos de um terço dos entrevistados, como se vê na Tabela 37. Em geral, sob a alegação do risco de co-responsabilidade na gestão dos empreendimentos, os agentes financeiros não promovem a capacitação dos clientes. Em que pese a complexidade da formação, pois a especialidade da organização é o microcrédito, o desafio de colaborar na formação de parcela mais expressiva dos clientes está colocado afim de promover mudanças mais significativas na cultura empreendedora dessas pessoas. Eis aí, uma questão que se coloca para reflexão e o aprofundamento das suas repercussões no desenvolvimento da capacidade empreendedora dos clientes e que pode refletir diretamente no desenvolvimento local das comunidades atendidas.

5.4.3 Garantia das operações do microcrédito

Os microcréditos concedidos aos entrevistados foram analisados em dois momentos, sendo o primeiro crédito para o cliente novo, denominado crédito primário e o último crédito concedido, também denominado crédito renovado. Existem duas modalidades de conceder o microcrédito, uma através do grupo solidário e a segunda, na qual o cliente é atendido individualmente, com a apresentação do aval para garantia da operação. As informações obtidas a esse respeito constam na Tabela 38, vista a seguir.

Tabela 38 – Clientes do Ceape/BA segundo a modalidade do microcrédito recebido – 2006

MODALIDADE DA OPERAÇÃO	PRIMEIRO CRÉDITO	%	ÚLTIMO CRÉDITO	%
Grupo solidário	29	82,86	30	85,71
Cliente individual com avalista	6	17,14	5	14,29
TOTAL	35	100,00	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Como se pode ver, a maioria dos créditos primários e o último crédito foram concedidos pelo Ceape/BA sob a forma do grupo solidário, mostrando a especialidade da organização na concessão do microcrédito baseada em garantias nas relações de solidariedade, entre os membros do grupo. Trata-se de uma instituição, cuja experiência foi

desenvolvida na concessão dessa modalidade de crédito, considerada a mais adequada para atender as necessidades de crédito dos empreendedores e empreendedoras mais pobres.

Historicamente, o microcrédito surgiu e se desenvolveu, tendo o grupo solidário como o principal instrumento da sua viabilização mediante uma metodologia que tem alicerces nas relações sociais, sobretudo os laços culturais e de amizade existentes nas comunidades. Se por um lado isso mostra a competência no microcrédito solidário, do outro evidencia a fragilidade da concessão do crédito individual, como possibilidade de atendimento mais amplo aos clientes.

O último crédito concedido aos clientes, via de regra, apresenta acréscimo significativo em relação ao primeiro crédito, aspecto confirmado nas informações das entrevistas que constam na Tabela 77 (APÊNDICE A). O aumento gradativo dos valores é uma política do microcrédito, pois durante o relacionamento entre a organização e o cliente é possível conhecer a pessoa, o empreendimento, as potencialidades empreendedoras e o aprendizado na gestão dos recursos financeiros. Estes aspectos fortalecem a segurança da concessão de créditos em valores mais elevados, em razão da expectativa de responsabilidade na aplicação dos recursos e o sucesso nos negócios, valorizando o desenvolvimento dos empreendimentos com um montante de recursos mais significativo.

Destacou-se, por fim, que o Ceape/BA concentra a sua capacidade técnica em limitados recursos metodológicos. Esse fato poderá levar a um processo de superação e de incapacidade para adaptar-se às novas necessidades de serviços financeiros demandados pela população mais pobre. Assim, a preocupação com o desenvolvimento de novos produtos e serviços financeiros, está emergindo nas estratégias dos programas de microcrédito, sobretudo para as organizações sem fins lucrativos. Esta constatação, e a adoção de procedimentos para superá-la, configuram-se como os grandes desafios apontados por esse trabalho de investigação.

5.4.4 A aplicação do microcrédito

Os microcréditos liberados destinam-se à aquisição de mercadorias, matérias-primas ou materiais de trabalho para o fortalecimento do capital de giro e do empreendimento. Por isso, no microcrédito os empréstimos são concedidos para pagamento em curto prazo, tendo sido observado, nesta pesquisa, um prazo médio de 107 dias para a quitação da operação.

A maioria dos clientes entrevistados foi motivada a procurar a organização pelo interesse em obter recursos para a sua utilização no capital de giro dos empreendimentos. Essa

motivação foi confirmada por 33 pessoas ao informarem que utilizaram os empréstimos para comprar mercadorias, matérias-primas, materiais ou para pagamento de gastos relacionados com as atividades do negócio. Todavia, três clientes salientaram a importância da utilização dos recursos na compra de equipamentos para a estruturação do salão de beleza, para aquisição do triturador elétrico utilizado no preparo da massa do acarajé, para compra da geladeira e do congelador, indispensáveis para a conservação de doces e salgados.

Embora os clientes tenham apresentado diferentes motivações na procura do crédito, o uso dos empréstimos confirma a aplicação dos recursos no empreendimento como atestam os dados da Tabela 82 (APÊNDICE A). Enfim, os elementos aqui apresentados evidenciam que o microcrédito concedido é compatível com o fortalecimento da capacidade produtiva dos empreendimentos, e adequado aos propósitos do programa.

Nesse estudo, as justificativas apresentadas por duas clientes ajudam a compreender a motivação para o crédito. Uma delas se disse alimentada por um sonho, após fazer o curso promovido pelo Ceape/BA na igreja que frequenta, que a fez tomar coragem para implementar a idéia de ter o seu negócio por conta própria. A outra, falou das necessidades da sobrevivência, assim se expressando: *“pelas condições de vida da gente, a gente não tinha uma fonte de renda, então tomamos o empréstimo para sobreviver com as atividades de um negócio.”*

Esses poucos exemplos confirmam o êxito da organização no propósito de promover acesso ao microcrédito às pessoas pobres, para fomentar atividades econômicas como estratégia de contribuir no combate à pobreza.

5.5 NATUREZA FAMILIAR DOS EMPREENDIMENTOS

Nesta seção são analisadas evidências da contribuição do microcrédito no fomento a iniciativas de natureza familiar. Os elementos se localizam:

- a) no benefício do atendimento para o cliente e para a sua família;
- b) na melhoria do negócio e na presença de filhos (as) na escola;
- c) no envolvimento de familiares nas atividades empreendedoras;
- d) na compra de objetos e acesso a serviços de uso familiar;
- e) na repercussão do microcrédito nas condições da residência;
- f) na ajuda aos estudos pessoais e na orientação para a realização de negócios.

O grau de contribuição foi estudado neste trabalho e os resultados obtidos em termos absolutos e percentuais constam na Tabela 39, mostrada a seguir.

Tabela 39 – Clientes do Ceape/BA, segundo benefícios do microcrédito para o cliente e família – 2006

BENEFÍCIO CONSEGUIDO	RESPOSTAS OBTIDAS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Atendimento às necessidades familiares	25	42,37
Melhoria do conforto da moradia	20	33,90
Experiência proporcionada aos filhos no negócio	7	11,86
Não houve benefícios	4	6,78
Outro	3	5,08
TOTAL	59	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Deduz-se que os benefícios para o cliente e sua família, decorrentes do atendimento do Ceape/BA, são confirmados por maioria esmagadora das respostas, vindo em primeiro lugar o atendimento às necessidades primárias da família, seguido da melhoria do conforto da moradia e da experiência proporcionada aos filhos e filhas no negócio. Os complementos relacionam-se à capacidade de arcar com as despesas pessoais, a constituição de uma reserva financeira e a maturidade conseguida na condução do empreendimento. Enfim, os benefícios gerados pelo negócio fortalecem e melhoram os laços sociais de natureza familiar nos empreendimentos estudados. Foi investigada a relação entre o progresso no negócio e a permanência de filho(as) na escola, conforme dados da Tabela 40, a seguir.

Tabela 40 – Influência do microcrédito na presença de filho(a)s dos clientes do Ceape/BA na escola – 2006

OPINIÃO DOS CLIENTES	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Não houve qualquer influência	18	51,43
Sim, para continuidade de filho (a) nos estudos	12	34,29
Sim, para colocar filho (a) na escola	5	14,29
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Aqui, deparou-se com uma situação inesperada, haja vista que, para mais da metade dos entrevistados, o sucesso dos negócios não exerceu qualquer influência na educação dos filhos. Vista dessa forma imediata, essa é uma situação que poderia sugerir estudos para identificar as causas. Um dado animador, todavia, é o outro bloco de respostas presente na

Tabela 40, confirmando a expectativa de contribuição do microcrédito para a presença de crianças e adolescentes na escola. Por outro lado, chega a ser compreensível que a maioria dos entrevistados tenha afirmado que não houve qualquer influência, na medida em que pode não existir crianças e adolescentes em idade escolar em parte do universo investigado, uma vez que três quintos dos entrevistados têm 40 ou mais anos de idade, como pode ser visto na Tabela 83 (APÊNDICE A). Foram encontrados casos interessantes como o de um cliente, cujos filhos já são adultos, mas ajuda na educação dos seus netos ou da cliente que custeia a faculdade do irmão. Uma das clientes entrevistadas resumiu, em poucas palavras, a importância da educação para seus filhos: “*não sou uma pessoa extravagante, não ando em salão de beleza. A prioridade é o investimento nos estudos dos meus filhos.*”, disse ela, demonstrando felicidade com o fato do seu filho estar se preparando para fazer o vestibular.

Como assinalado anteriormente, os empreendedores conseguem envolver os familiares nas atividades do negócio. A Tabela 41, vista a seguir, traz os dados dessa pesquisa.

Tabela 41 – Nível de envolvimento de familiares dos clientes do Ceape/BA nas atividades dos negócios financiados – 2006

OPINIÃO DOS CLIENTES	RESPOSTAS OBTIDAS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Sim, passaram a ajudar nas atividades	20	54,05
Não houve qualquer influência	15	40,54
Sim, participaram de capacitação empreendedora	1	2,70
Outra	1	2,70
TOTAL	37	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A contribuição do microcrédito no envolvimento de familiares nas atividades do empreendimento é confirmada por mais da metade das respostas dos entrevistados como se vê na Tabela 41. Essa constatação fortalece a tese da natureza familiar dos empreendimentos da economia informal que, apoiados pelo microcrédito, fomentam o envolvimento de familiares nas atividades empreendedoras. É interessante destacar o maior envolvimento de familiares nas atividades empreendedoras conduzidas por pessoas com média de idade de 42 anos, enquanto o restante tem uma média de idade de 48 anos, como pode ser visto na Tabela 84 (APÊNDICE A). Isto pode sugerir a existência de familiares mais jovens no primeiro grupo, enquanto no segundo, os filhos e as filhas teriam idade mais avançada e, portanto, uma vida independente.

A esse respeito, uma senhora fez alguns comentários que merecem ser citados, ao dizer que “o crédito contribuiu também nas atividades comerciais do meu marido; não houve envolvimento direto da família nas atividades do meu bar, mas o crédito contribuiu para ampliação do espaço da oficina de automóveis onde ele trabalha”. Foi significativo, porém, o número de respostas, afirmando que não houve qualquer envolvimento de familiares no negócio. Isso é plenamente compreensível, pois há um grupo de empreendimentos funcionando por conta própria, somente com o esforço pessoal de proprietários e proprietárias, ao tempo em que existem outros que não contam com qualquer ajuda de familiares.

A utilização do crédito fornecido pelo Ceape/BA para a aquisição de objetos ou para permitir o acesso a serviços de uso familiar do cliente fez parte da entrevista aplicada e os resultados obtidos estão na Tabela 42 que é vista a seguir.

Tabela 42 – Contribuição do microcrédito do Ceape/BA para a compra de objetos ou acesso a serviços de uso familiar – 2006

ESPECIFICAÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO	RESPOSTAS OBTIDAS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Para comprar móveis e utensílios.	16	31,37
Para comprar TV, DVD, som, telefone, etc.	13	25,49
Para pagamento de plano de previdência ou saúde	10	19,61
Não houve contribuição	8	15,69
Outro	4	7,84
TOTAL	51	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A Tabela 42 mostra expressivas respostas positivas, nas quais mais de quatro quintos dos entrevistados confirmam a contribuição do crédito para a compra de objetos e acesso a serviços de uso familiar. Essas respostas são complementadas nas opiniões abertas, pois alguns afirmaram que houve investimento no próprio negócio. Surgiram respostas como contribuição nos estudos pessoais e preparação para o vestibular, bem como a aquisição de computadores, *softwares* e demais acessórios. Tudo isso reforça outra idéia deste trabalho de que os resultados obtidos no negócio contribuem diretamente na melhoria das condições de vida da família do cliente do microcrédito, em função da sua relevância na renda familiar.

O aspecto moradia do cliente constou, também, das entrevistas. As informações sobre o papel do microcrédito para a melhoria das condições de habitação constam na Tabela 43, vista adiante.

Tabela 43 – Contribuição do microcrédito para aquisição, reforma ou ampliação da casa de residência dos clientes – 2006

OPINIÃO DOS CLIENTES	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Não houve contribuição	21	60,00
Houve contribuição	14	40,00
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A contribuição do crédito para a aquisição, a reforma ou a ampliação da casa de residência obteve resposta positiva de menos da metade dos entrevistados. Isso guarda certa coerência com a melhoria do conforto da moradia, indicada como benefício decorrente do atendimento do Ceape/BA. Em contrapartida, a maioria dos entrevistados declarou resposta negativa, fato que sugere a existência de limitadores para o microcrédito modificar, em tais formas, a realidade de moradia dos entrevistados, conforme atestam os dados da Tabela 43.

Cabe salientar que o microcrédito não foi destinado à aplicação na moradia, tendo a questão o intuito de averiguar as melhorias proporcionadas aos clientes pelo financiamento do negócio.

O papel dos empréstimos obtidos através do microcrédito na melhoria da formação escolar dos clientes foi estudado conforme os dados tabulados na Tabela 44, a seguir.

Tabela 44 – Contribuição do microcrédito do Ceape/BA para os estudos dos clientes – 2006

OPINIÃO DOS CLIENTES	RESPOSTAS OBTIDAS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Não houve influência	28	80,00
Na participação em cursos de formação profissional	4	11,43
Ajudou a continuar os estudos	2	5,71
Contribuíram para retornar aos estudos	1	2,86
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A investigação constatou pequena contribuição do microcrédito nos estudos pessoais dos entrevistados, já que uma larga maioria declarou que não houve influência. Efetivamente, com a média de idade dos clientes acima de 40 anos, é coerente esperar que os estudos pessoais diminuam à medida que a idade aumenta. Isso serve para mostrar que, na realidade brasileira, os estudos pessoais estão diretamente ligados à idade dos participantes, pois somente um quinto dos participantes da amostra assinalou ajuda nos estudos pessoais, tanto na participação em cursos de formação profissional quanto na continuidade ou retorno à escola, como se vê nas respostas da Tabela 44.

A orientação técnica, promovida pelo Ceape/BA para apoiar o cliente do microcrédito, foi investigada na entrevista aplicada na pesquisa, e os resultados do seu aproveitamento estão apresentados na Tabela 45.

Tabela 45 – Aproveitamento da orientação técnica do Ceape/BA aos clientes – 2006

OPINIÃO DOS CLIENTES	RESPOSTAS OBTIDAS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Nas oportunidades de negócios	25	43,86
Na segurança para comprar e vender	23	40,35
Na localização de ponto mais movimentado	5	8,77
Não ajudou em nada	4	7,02
TOTAL	57	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Esse item da entrevista procurou verificar a efetividade da orientação técnica prestada no atendimento aos clientes. À exceção de poucas respostas obtidas, confirma-se o aproveitamento positivo nas oportunidades de negócios, na segurança para comprar e vender e na localização de um ponto mais movimentado para o empreendimento, vide os dados constantes na Tabela 45. Apesar da opinião positiva dos clientes, é razoável esperar um melhor desempenho das orientações técnicas, embora os programas de microcrédito tenham a estratégia de proporcionar orientação direta na aplicação dos recursos liberados, evitando a perda do foco da missão institucional, na formação empreendedora, propriamente dita.

5.6 IMPACTO DO MICROCRÉDITO: EFEITOS E CONSEQÜÊNCIAS

Esta subseção descreve o impacto do microcrédito e procura evidências dos efeitos da aplicação do microcrédito no empreendimento, na experiência bancária dos clientes, assim como na ocupação e no emprego das iniciativas financiadas.

5.6.1 Influência do microcrédito no empreendimento e no empreendedor

Esse foi um dos aspectos centrais observados na pesquisa porque os seus resultados são decisivos para responder ao problema e para propor novos mecanismos de concessão do microcrédito numa perspectiva de redução da pobreza e de inserção social. As informações obtidas com a aplicação das entrevistas estão contidas na Tabela 46.

Tabela 46 – Influência do microcrédito do Ceape/BA na movimentação comercial dos empreendimentos – 2006

OPINIÃO DOS CLIENTES	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Permitiu aumentar os clientes	22	62,86
Permitiu crescimento nas atividades do negócio	11	31,43
Permitiu gerar empregos	2	5,71
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Todos os entrevistados confirmaram a influência positiva do crédito na movimentação comercial dos empreendimentos financiados, de acordo com as respostas da Tabela 46. A maioria expressiva dos clientes, disse que o microcrédito permitiu aumentar a clientela e o crescimento nas atividades do negócio, dois aspectos fundamentais na gestão das atividades empreendedoras com impacto direto nos resultados dos empreendimentos financiados.

A ampliação dos negócios do empreendimento obtida após o microcrédito recebido do Ceape/BA, foi objeto da entrevista dos clientes, conforme as respostas da Tabela 47.

Tabela 47 – Influências observadas no fortalecimento dos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA – 2006

ASPECTOS FORTALECIDOS	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Para maior organização do negócio	18	51,43
Para obter mais crédito (comércio, banco, financeira)	6	17,14
Para melhorar a competição na atividade	4	11,43
Para ser mais conhecido na praça	2	5,71
Não teve influência	1	2,86
Outra	4	11,43
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Percebe-se, assim, que o microcrédito contribuiu para o fortalecimento dos empreendimentos, pois quatro quintos dos entrevistados confirmaram a maior organização do empreendimento, mais facilidades para obtenção de crédito em bancos e financeiras, e a melhoria da competição na atividade, dados que constam na Tabela 47. Nas questões abertas, eles afirmaram que o microcrédito ajudou a ampliar o comércio com os recursos do crédito, tendo disponibilidade para fazer as compras à vista e serviu para manter o abastecimento de mercadorias do ponto de comercialização dos produtos.

As constatações acima mantêm coerência com o estudo realizado por Pereira (2005, p.66), em pesquisa com clientes do microcrédito no Ceape da Paraíba, na qual demonstrou a contribuição do microcrédito no fortalecimento das iniciativas financiadas, pela via dos aumentos proporcionados pelos empréstimos no ativo circulante dos empreendimentos, repercutindo nos estoques dos negócios financiados.

Na Tabela 48, mostrada a seguir, estão tabulados os dados obtidos com a entrevista no quesito que dizia respeito à utilização do microcrédito para as mudanças ocorridas no negócio.

Tabela 48 – Mudanças nos negócios atribuídas ao microcrédito do Ceape/BA 2006

OPINIÃO DOS CLIENTES	CLIENTES ENTREVISTADOS	PARTICIPAÇÃO
	(n)	(%)
Aumentou a variedade do estoque	29	82,86
Melhorou o espaço de trabalho	2	5,71
Mudanças na produção, na administração e vendas	2	5,71
Não teve influência	2	5,71
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A partir dos resultados obtidos, confirmou-se a melhoria no trabalho realizado, pois a maioria das respostas vistas na Tabela 48 atesta o aumento da variedade do estoque, oferecendo maior número de produtos aos clientes, proporcionando melhorias tanto no espaço de trabalho quanto nas formas de produzir, administrar ou vender. É oportuno ressaltar que houve reforço na aplicação dos recursos do microcrédito diretamente nas atividades produtivas, uma vez que isso proporcionou condições favoráveis ao ambiente dos negócios realizados.

A ajuda do microcrédito na aquisição do imóvel onde funcionava o empreendimento foi pesquisada e os entrevistados responderam da forma que é vista na Tabela 49.

Tabela 49 – Ajuda do microcrédito do Ceape/BA na compra de local para funcionamento do negócio financiado – 2006

RESPOSTAS DOS CLIENTES	CLIENTES ENTREVISTADOS	PARTICIPAÇÃO
	(n)	(%)
Não ajudou na compra de local do negócio	32	91,43
Ajudou na compra de local do negócio	3	8,57
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Esse quadro de respostas da Tabela 49 confirma a majoritária utilização do crédito no fortalecimento do capital de giro do negócio, descartando sua aplicação na aquisição de imóvel para funcionamento do negócio. Ao mesmo tempo, reforça uma expectativa do

pesquisador, aquém das possibilidades reais de contribuição do microcrédito nos empreendimentos financiados para proporcionar resultados suficientes à aquisição de imóveis.

A investigação também se deteve na movimentação da clientela dos empreendimentos que foram financiados pelo microcrédito do Ceape/BA. As respostas dos entrevistados estão apresentadas na Tabela 50.

Tabela 50 – Oscilação no movimento da clientela dos empreendimentos atendidos pelo microcrédito do Ceape/BA – 2006

COMPORTAMENTO DA CLIENTELA	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Houve aumento razoável da clientela	16	45,71
Houve aumento significativo da clientela	12	34,29
Não teve influência	3	8,57
Houve pequeno aumento da clientela	2	5,71
Outra	2	5,71
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A movimentação da clientela dos negócios, para mais, conforme se vê nas respostas contidas na Tabela 50 é uma evidência de que a devida aplicação dos recursos nas atividades acarreta o aumento do número de clientes, fator relevante no sucesso de um empreendimento.

Nas opiniões em aberto, duas pessoas disseram que melhoraram a condição de atendimento aos clientes e o fornecimento de queijos aos próprios clientes existentes antes do microcrédito recebido. Por fim, registra-se que três pessoas declararam que não houve influências do crédito em relação à movimentação de clientes em seus estabelecimentos sem, entretanto, aprofundar a justificativa da resposta.

A influência do microcrédito, no aumento das vendas dos empreendimentos que utilizaram o microcrédito, foi objeto das perguntas do questionário respondido pelos clientes do Ceape/BA. As respostas foram tabuladas conforme se vê na Tabela 51.

Tabela 51 – Influência do microcrédito nas vendas dos clientes do Ceape/BA – 2006

INFLUÊNCIA PERCEBIDA	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
O crédito foi decisivo, contribuiu muito	20	57,14
O crédito contribuiu, não muito	11	31,43
O crédito ajudou pouco	2	5,71
Não tem relação	2	5,71
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A influência nas vendas realizadas pelos clientes, decorrente da aplicação do crédito nos seus investimentos obteve repercussão expressiva na visão dos clientes. As respostas que são vistas na Tabela 51 mostram que o crédito foi decisivo no aumento das vendas para mais da metade dos clientes.

Dessa forma, verificam-se influências positivas do crédito para o sucesso do empreendimento em dois aspectos essenciais: o aumento da clientela e o crescimento das vendas. Essa constatação guarda coerência com o aumento da variedade dos produtos e das mercadorias do estoque, proporcionada pela aplicação dos empréstimos no capital giro, ambas destacadas nas respostas às perguntas sobre a utilização do crédito e melhoria do trabalho realizado no negócio.

Mais uma dimensão estudada neste trabalho foi o comportamento do lucro obtido pelo investimento financiado pelo microcrédito do Ceape/BA. A seguir as respostas da Tabela 52.

Tabela 52 – Comportamento do lucro dos negócios que utilizaram o microcrédito do Ceape/BA – 2006

INFLUÊNCIA PERCEBIDA	RESPOSTAS OBTIDAS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Aumentou o lucro	27	44,26
Aumento nas retiradas para a família	16	26,23
Mais regularidade no lucro obtido	15	24,59
Outra	3	4,92
TOTAL	61	100

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Pelo que pode ser observado a partir dos dados da Tabela 52, o crédito influencia diretamente no lucro do negócio, através do aumento do lucro, do crescimento das retiradas financeiras para a família e pela maior regularidade no lucro obtido no empreendimento. Nas respostas às questões abertas se destacaram as responsabilidades da casa e do negócio, obtendo rendimento para sustentação do emprego, o aumento da margem de lucro das mercadorias, permitindo a ampliação do comércio com a aquisição de um novo ponto.

As constatações são relevantes para o microcrédito, pois demonstraram a obtenção de resultados financeiros condizentes com a melhoria das condições de funcionamento do negócio, uma maior oferta na variedade de produtos aos clientes e o aumento da clientela, elemento chave na gestão das iniciativas financiadas.

A valorização pessoal e a elevação da auto-estima dos empreendedores foram alguns dos aspectos que a pesquisa também tentou identificar junto aos clientes do Ceape/BA. As respostas foram buscadas na entrevista e constam da Tabela 53.

Tabela 53 – Relação entre o microcrédito e a autonomia pessoal do cliente – 2006

OPINIÃO DOS CLIENTES	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Sim, para me tornar mais independente	25	71,43
Sim, para me sentir mais seguro(a) nas decisões	8	22,86
Não registra mudança	2	5,71
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A influência do acesso ao microcrédito na autonomia pessoal foi marcante nas indicações como sentimentos de independência e segurança e na tomada de decisão dos clientes para realizar suas atividades empreendedoras conforme apontam os dados da Tabela 53. Do ponto de vista da investigação, essa é uma temática essencial ao desenvolvimento da capacidade empresarial dos clientes, tendo significado especial na aquisição de habilidades da cultura empreendedora, fundamental na criação e na gestão dos pequenos empreendimentos.

Esta constatação confirma as idéias de Sen (2005), para quem a importância das capacidades individuais são fundamentais ao desenvolvimento das pessoas no sentido de facilitar a vida como cidadão e cidadã na sociedade. É um significado especial que a

autonomia lhes confere, tornando-as mais independentes e seguras nas tomadas de decisões. Essa capacidade é fator primordial na vida cotidiana das pessoas, sobretudo para agir de forma ativa e responsável, inclusive no relacionamento com a instituição de microcrédito.

A aprendizagem dos clientes em administrar os negócios foi outro quesito da entrevista cujas respostas estão na Tabela 54.

Tabela 54 – Contribuição do microcrédito no aprendizado de fazer negócios dos clientes do Ceape/BA – 2006

ESPECIFICAÇÃO DO APRENDIZADO	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
A ter maior responsabilidade nos negócios	13	37,14
Mais habilidade para comprar, produzir e vender	10	28,57
Aprendeu a equilibrar o fiado com a venda a vista	9	25,71
Outra	3	8,57
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

O aprendizado com a administração do crédito obteve todas as respostas positivas, ressaltadas a maior responsabilidade nos negócios, mais habilidade para comprar, produzir e vender, bem como o equilíbrio das vendas à vista ou prazo, como se vê nos dados da Tabela 54. Portanto, a administração do crédito colabora no desenvolvimento de habilidades e características empreendedoras consideradas importantes na vida dos clientes, confirmando expectativa de contribuição na sua educação financeira. Nas respostas abertas, uma pessoa entrevistada disse que *“aprendeu que tem que saber administrar para que o comércio venha a dar lucros.”* Outra entrevistada, mais enfática, disse *“aprendi que o crédito é um dinheiro para ser usado dentro do negócio.”* E uma terceira, afirmou que *“o crédito ajuda a gente a se desenvolver no negócio, dando mais condições de trabalhar.”*

Cabe também ressaltar a relação entre a influência do crédito nas vendas e o aprendizado proporcionado pela administração do crédito, pois as 13 pessoas que responderam a opção, “ter mais responsabilidade nos negócios”, expressaram opinião positiva ao destacar a influência do crédito como contribuição decisiva para a realização das vendas.

Na Tabela 55, vista a seguir, encontram-se as respostas sobre as contribuições do Ceape/BA para a realização de negócios para os clientes.

Tabela 55 – Contribuição do microcrédito para a realização de negócios dos clientes – 2006

OPINIÃO DOS CLIENTES	CLIENTES ENTREVISTADOS	PARTICIPAÇÃO
	(n)	(%)
Ajudou na facilidade para fazer as compras	26	74,29
Melhorou a visão de negócios	6	17,14
Ajudou na conquista de clientes	2	5,71
Não teve	1	2,86
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A contribuição do Ceape/BA para o cliente fazer negócios está confirmada nos dados da Tabela 55, especialmente na quase totalidade das manifestações que vão da ajuda na facilidade para fazer as compras, na melhoria na visão de negócios e na conquista de clientes. A facilidade de realizar compras está vinculada ao poder de escolha proporcionado ao cliente pelo dinheiro disponível, pois melhora as condições de relacionamento com os fornecedores. Cliente com dinheiro na mão reforça sua capacidade de barganha nas compras a vista, obtendo descontos que repercutem positivamente no resultado do negócio. É relevante para o crescimento pessoal do empreendedor ou empreendedora com o significado de aprender a fazer, pois o empreendedorismo é fundamentado em ações práticas de fazer negócios.

5.6.2 Microcrédito e experiência bancária

Em se tratando de movimentação financeira, o microcrédito é responsável por uma aproximação da população com as instituições bancárias. Para compreender essa tendência, a entrevista colheu os dados que se encontram na Tabela 56, a seguir.

Tabela 56 – Existência de conta bancária antes e após a utilização do microcrédito do Ceape/BA – 2006

INFORMAÇÃO	CLIENTE COM CONTA ANTERIOR	%	CLIENTE COM CONTA ATUALMENTE	%
	(n)		(n)	
Sim	23	65,71	29	82,86
Não	12	34,29	6	17,14
TOTAL	35	100,00	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006)

Dois terços das pessoas entrevistadas já faziam movimentação financeira, em banco, antes de se tornar clientes do Ceape/BA e esse número passou para quatro quintos na atualidade, mostrando evolução positiva na bancarização da população, como se vê na Tabela 56. As contas bancárias estão distribuídas entre caderneta de poupança e conta-corrente, esta última maioria.

A pesquisa mostrou, portanto, o aumento do acesso da população mais pobre a serviços financeiros e também que as pessoas que tinham conta antes de receber o microcrédito, conservaram-nas. Além disso, mais da metade das respostas indicou que o microcrédito favoreceu a movimentação financeira em bancos, sendo um fator positivo no sentido de ampliar o acesso dos clientes ao sistema financeiro, informações que estão na Tabela 85 (APÊNDICE A). Os comentários, por sua vez, confirmaram a persistência de barreiras no acesso ao banco, seja pelas exigências ou pelo ônus das tarifas cobradas.

Para mais de dois terços dos entrevistados, foi negativa a resposta sobre a utilização de outras fontes de recursos no empreendimento, mas deve ser considerado que um pouco mais de um quarto das pessoas declarou o uso de outras fontes para suprir as necessidades do negócio como pode ser visto nos dados da Tabela 86 (APÊNDICE A). Isso mostra que o valor disponibilizado não foi suficiente para atender aos desejos dos empreendedores ou empreendedoras, sinalizando possibilidades de inadequação no atendimento das expectativas de crédito dos clientes.

Entre as pessoas que tomaram empréstimos em outras instituições, houve a declaração de obtenção de financiamento em bancos e financeiras, sendo que um único cliente obteve crédito no mercado informal, junto a um agiota, lamentando que a experiência tenha sido negativa e quase desastrosa, dados que constam na Tabela 87 (APÊNDICE A). Por fim, esta constatação chama a atenção para a possibilidade de endividamento excessivo do cliente, tornando arriscada a gestão do negócio e aumentando os riscos de inadimplência do microcrédito.

A ausência de recursos obtidos junto a familiares, como fonte financeira para funcionamento de negócios, foi uma surpresa. As razões não foram investigadas junto aos entrevistados, mas pode-se especular que a própria renda reduzida dos familiares seja um fator limitante na obtenção de recursos da família para incrementar o negócio.

5.6.3 Microcrédito: ocupação e emprego

Esta seção está dividida em dois tópicos. O primeiro trata das características da mão-de-obra ocupada, detalhando a participação de familiares, colaboradores não familiares, bem como os proprietários e proprietárias. O segundo aborda os aspectos referentes à jornada de trabalho e as formas de remuneração presentes nos empreendimentos financiados pelo microcrédito, buscando evidenciar as potencialidades dos negócios estudados.

5.6.3.1 Ocupação e emprego nos empreendimentos

A influência positiva do crédito na ocupação de pessoas no empreendimento foi declarada por mais da metade das pessoas entrevistadas, cujas respostas estão na Tabela 88 (APÊNDICE A). Isso pode indicar as limitações do microcrédito na geração de novas ocupações, levando a admitir que prevaleçam o fortalecimento e maior regularidade nas ocupações existentes, sem a criação significativa de novos postos de trabalho nas iniciativas financiadas. É pertinente ressaltar a dimensão dos empreendimentos que funcionam, única e exclusivamente, com a força de trabalho dos proprietários e proprietárias, denominados empreendedores por conta própria, trabalhando sem a colaboração de outras pessoas.

As entrevistas realizadas com os clientes do Ceape/BA conseguiram os dados tabulados na Tabela 57, a seguir.

Tabela 57 – Pessoas ocupadas nos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA – 2006

SITUAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS	EMPREENDIMENTOS (n)	%	EMPREENDIMENTOS OCUPANDO FAMILIARES	EMPREENDIMENTOS OCUPANDO NÃO-FAMILIARES
Ocupa exclusivamente proprietário (a)	28	80,00	21	7
Sem qualquer colaborador	7	20,00	0	0
TOTAL	35	100,00	21	7

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Nota: (a) Empreendimento que ocupa pessoas, à exceção do proprietário (a).

Verificando a ocupação de pessoas nos empreendimentos destaca-se a participação de familiares, representando três quintos dos empreendimentos investigados. Enquanto isso, os empreendimentos que têm colaboradores sem vínculos familiares, trabalhando no negócio, equivalem a apenas um quinto, conforme dados da Tabela 57. Portanto, de cada quatro

peças ocupadas nos empreendimentos financiados, três mantêm vínculos familiares e uma não tem parentesco algum com os proprietários das iniciativas financiadas pelo microcrédito.

Foi investigada, também, a participação de familiares ocupados nos empreendimentos financiados pelo microcrédito, conforme revelam os dados da Tabela 58, vista a seguir.

Tabela 58 – Frequência de familiares ocupados nos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA – 2006

PESSOAS OCUPADAS (n)	EMPREENHIMENTOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
1 pessoa	13	61,90
2 pessoas	6	28,57
3 pessoas	1	4,76
4 pessoas	1	4,76
TOTAL	21	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A frequência de familiares ocupados nos empreendimentos está concentrada, em uma ou duas pessoas por empreendimento em 19 iniciativas que ocupam colaboradores, membros da família, mostram os dados da Tabela 58. Fica evidenciada a estreita relação dos pequenos empreendimentos, financiados pelo microcrédito, com a economia de natureza familiar, pois somados os empreendimentos que ocupam familiares a aqueles que funcionam com o trabalho por conta-própria, obtém-se quatro quintos da amostra. Portanto, o microcrédito financia as iniciativas econômicas de caráter familiar o que ajuda a explicar as razões da concentração do atendimento nos empreendimentos de sobrevivência.

Foi feito o levantamento da quantidade de pessoas ocupadas nos empreendimentos financiados pelo microcrédito do Ceape/BA e os dados constam da Tabela 59.

Tabela 59 – Frequência de pessoas ocupadas nos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA, inclusive o proprietário(a) – 2006

PESSOAS OCUPADAS (n)	EMPREENHIMENTOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
1 pessoa	7	20,00
2 pessoas	8	22,86
3 pessoas	14	40,00
4 pessoas	4	11,43
5 pessoas ou mais	2	5,71
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Observando o número de pessoas ocupadas nos empreendimentos, incluindo os proprietários e proprietárias, a frequência presente em maior número de empreendimentos mostra a ocupação de três pessoas em cada uma das iniciativas estudadas. Significa também, que mais de quatro quintos dos empreendimentos ocupam no máximo três pessoas, conforme mostra a Tabela 59.

A característica das pessoas ocupadas nos empreendimentos teve seus dados tabulados na Tabela 60, a seguir.

Tabela 60 – Característica das pessoas ocupadas nos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA – 2006

DISCRIMINAÇÃO	PESSOAS OCUPADAS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Empreendedor/empreendedora	35	38,04
Colaborador(a) membro da família	32	34,78
Colaborador(a) sem parentesco com proprietário(a)s	25	27,17
TOTAL	92	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

No quadro geral da amostra estudada, verifica-se que 92 pessoas estão ocupadas como colaboradores, empreendedores e empreendedoras nos empreendimentos financiados pelo microcrédito, alcançando uma média de 2,63 pessoas por negócio como mostram os dados da Tabela 60. Essas informações demonstram que a base conceitual do IBGE (1999), para a identificação dos pequenos empreendimentos da economia informal urbana, é adequada para a caracterização do universo estudado nesta investigação, pois considera as atividades não agrícolas, tanto dos trabalhadores por conta própria, quanto dos empreendimentos com até cinco empregados.

A Tabela 61 a seguir, mostram a tipificação dos familiares ocupados nos empreendimentos objetos da presente investigação.

Tabela 61 – Frequência de tipos de familiares ocupados nos empreendimentos financiados pelo Ceape/BA – 2006

ESPECIFICAÇÃO	EMPREENDIMENTOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Filho (a)	12	42,86
Cônjuge (marido/esposa/companheiro(a))	7	25,00
Irmã (o)	3	10,71
Primo (a)	2	7,14
Mãe	2	7,14
Cunhado (a)	1	3,57
Sobrinho (a)	1	3,57
TOTAL	28	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

É diversificada a tipificação dos familiares ocupados nos empreendimentos, tendo predominância as pessoas do núcleo familiar básico formado por filhos, filhas e cônjuges. As ocorrências são complementadas, em menor expressão, por irmão, primo, mãe ou cunhado, sem distinção de gênero conforme Tabela 61. Estas informações sinalizam que os pequenos empreendimentos têm como estratégia prioritária oferecer ocupação às pessoas do núcleo familiar básico e, posteriormente, a outros familiares e não familiares.

Em síntese, a investigação da amostra encontrou três quintos de empreendimentos que ocupam mão de obra familiar nos diversos graus de parentesco, ao tempo em que um quinto não ocupa mão de obra familiar e outro um quinto funciona por conta própria, sendo relativamente pequena a colaboração de pessoas não familiares nos negócios financiados.

5.6.3.2 Jornada de trabalho e remuneração

A jornada de trabalho e a remuneração das pessoas ocupadas nos empreendimentos financiados pelo microcrédito do Ceape/BA encontram-se nas Tabelas 62 e 63.

Tabela 62 – Disponibilidade de tempo de trabalho das pessoas ocupadas nos negócios – 2006

ESPECIFICAÇÃO	EMPREENDIMENTOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Trabalham em tempo parcial (20 h semanais)	14	40,00
Trabalham em tempo integral (44h semanais)	11	31,43
Não tem colaboradores	7	20,00
Ajudam em épocas especiais (sazonal)	3	8,57
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Tabela 63 – Forma de pagamento do trabalho realizado nos empreendimentos financiados – 2006

ESPECIFICAÇÃO	EMPREENDIMENTOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Recebem salário	13	37,14
Não têm remuneração estabelecida	11	31,43
Não tem colaboradores	7	20,00
Outra	4	11,43
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Os empreendimentos que ocupam pessoas, em trabalho regular, com jornada de 44 horas semanais e tempo parcial de 20 horas por semana, têm uma representação significativa entre os empreendimentos investigados como pode ser visto nos dados da Tabela 63. Entretanto, entre as duas primeiras modalidades de ocupação indicadas, a ocupação em jornada de trabalho integral tem menor representatividade, mostrando fragilidades da ocupação permanente nos pequenos empreendimentos financiados pelo microcrédito.

No tocante à remuneração, os dados da Tabela 63 mostram que nos empreendimentos a remuneração predominante do trabalho é o pagamento de salário (semanal, quinzenal, mensal), mas corresponde apenas a uma parcela dos negócios estudados. Em quase um terço das iniciativas não há remuneração estabelecida, reforçando a suposição da predominância de relações familiares nos negócios. Nas respostas às questões abertas surgiram outras modalidades de pagamento, do tipo:

- a) proporcionalidade incorporada nas peças confeccionadas;
- b) comissão sobre o valor das vendas realizadas;

- c) de acordo com as tarefas desempenhadas na produção;
- d) contribuição às filhas pela colaboração nas atividades.

As relações de trabalho nos pequenos empreendimentos investigados não são assalariadas em sua totalidade, sendo em parte expressiva orientada pela dinâmica própria da economia informal focada na mobilização da força de trabalho existente na família. Isto talvez ajude a explicar a inexistência de remuneração estabelecida e outras formas de relações de trabalho com colaboradores e colaboradoras.

5.7 ASPECTOS POLÍTICOS E CIDADANIA

Esta parte do trabalho aborda os aspectos sobre a contribuição do microcrédito para os clientes como pessoa, as relações com a questão de gênero e a participação comunitária, bem como uma percepção geral de cidadãos e cidadãs na sociedade.

5.7.1 Contribuição à pessoa

A forma como a utilização do microcrédito nos empreendimentos vem interferindo na realização pessoal dos clientes teve seus dados tabulados na Tabela 64, vista a seguir.

Tabela 64 – Contribuição do microcrédito para o cliente do Ceape/BA como pessoa – 2006

OPINIÃO DO ENTREVISTADO	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Maior segurança, trabalhando por conta própria	27	77,14
Para tornar-se mais responsável	5	14,29
Outra	2	5,71
Não ajudou	1	2,86
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Na contribuição do crédito ao cliente como pessoa, a maioria absoluta respondeu que o crédito contribuiu para que elas sentissem mais segurança trabalhando por conta própria e para melhorar a responsabilidade na gestão dos negócios, conforme atestam os dados da Tabela 64. Duas pessoas afirmaram que o crédito ajudou a ter lucro e conseguir o primeiro trabalho no comércio por conta própria, tendo a segunda, dito que “*aprendi a lidar com as*

peças, ter mais diálogo nas conversas e ganhar mais experiência na atividade de comércio.”

Essas respostas têm um significado especial, pois a contribuição fortalece as características empreendedoras desejáveis no desenvolvimento cultural de empreendedores e empreendedoras. Esta constatação encontra apoio nas idéias desenvolvidas por Sen (2005), nas quais se discute a liberdade como meio de adquirir capacidades individuais, por ele consideradas fundamentais ao desenvolvimento e à superação da pobreza. Corroborando também a opinião de Dolabela (2006, p. 75) no sentido de que o empreendimento insere-se na dimensão da realização pessoal, da responsabilidade, do controle do próprio destino e da concretização de sonhos dos empreendedores.

5.7.2 Gênero e participação comunitária

Foram observadas duas particularidades nos microcréditos liberados para as pessoas entrevistadas, mostrando diferenças entre mulheres e homens. Na primeira particularidade, as mulheres receberam maior número de créditos, obtendo em média de 8,64 operações por pessoa. Ao passo que os indivíduos do sexo masculino, receberam média de 7,92 por cliente homem, segundo os dados da Tabela 89 (APÊNDICE A). A segunda particularidade mostra a diferença no valor médio do crédito liberado entre mulheres e homens. As mulheres receberam R\$850,94 no primeiro crédito, enquanto os homens tiveram média de R\$918,39, conforme os dados da Tabela 90 (APÊNDICE A). Já no último crédito recebido, as mulheres tiveram média de R\$1 914,71 ao tempo em que os homens alcançaram R\$ 2 141,58 de acordo com os dados da Tabela 91 (APÊNDICE A). As informações obtidas na pesquisa mostram que o valor médio do crédito concedido às mulheres, mantém certa relação com a problemática de gênero existente na sociedade e presente entre as clientes, proprietárias de empreendimentos com porte menor do que aqueles negócios pertencentes aos homens.

A vida em comunidade, através da participação em atividades, foi, também, um dos itens da entrevista estruturada. As respostas estão apresentadas na Tabela 65, vista a seguir.

Tabela 65 – Influência do microcrédito na participação em atividades comunitárias – 2006

ESPECIFICAÇÃO DA INFLUÊNCIA	CLIENTES	PARTICIPAÇÃO
	(n)	(%)
Não teve qualquer influência	31	88,57
Passou a freqüentar a igreja	2	5,71
Passou a participar da associação comunitária	1	2,86
Outra (atividades esportivas da comunidade)	1	2,86
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A indagação a respeito da influência do crédito na participação em atividades comunitárias recebeu contundente número de respostas negativas, pois os entrevistados não evidenciaram essas influências, como pode ser visto na Tabela 65. A constatação traz dois aspectos para reflexão neste trabalho. Em primeiro lugar, a solidariedade presente na metodologia do grupo solidário tem um sentido muito restrito, não indo além da viabilização do crédito, sem despertar para o envolvimento do cliente em atividades comunitárias. O segundo aspecto mostra a baixa inserção dos pequenos empreendedores e empreendedoras em atividades de caráter associativo, podendo estar relacionado com a grande diversidade e dispersão da economia informal. Enfim, as duas situações representam lacunas de dimensão fundamental ao exercício da cidadania e de prosperidade dos negócios.

O público atendido pelo microcrédito forma um segmento social praticamente ausente dos circuitos formados pelas redes de representação de interesses, dificultando a organização para ter voz própria. Tampouco possui interlocução ou canais apropriados de expressão numa sociedade em que prevalece a intensa e contínua disputa por espaço e representação política.

Aqui, merece ser feita uma distinção entre o microcrédito e a economia solidária. No microcrédito os valores são emprestados, individualmente, a cada empreendedor ou empreendedora de acordo com as condições particulares dos empreendimentos. A garantia da operação pode ser obtida mediante a apresentação do avalista ou com a formação do grupo solidário, mas esta solidariedade objetiva, apenas, garantir a recuperação do crédito, sem interferir na organização e no desenvolvimento dos negócios dos clientes. Portanto, prevalecem as idéias norteadoras da funcionalidade do capitalismo, valorizando a iniciativa privada dos empreendedores e a busca individual da geração de lucros nos empreendimentos financiados, numa clara demonstração do individualismo competitivo.

Por outro lado, na economia solidária a distinção se dá no processo de organização e gestão dos negócios, tendo o propósito de gerar uma cultura, cujos valores estão fundamentados na igualdade, na participação, na solidariedade e na construção coletiva dos empreendimentos na perspectiva de criar alternativas ao exacerbado individualismo presente na sociedade capitalista. Na compreensão de Singer (2002, p.10): “A economia solidária é outro modo de produção, cujos princípios básicos são a propriedade coletiva ou associada do capital e o direito à liberdade individual”. Portanto, a economia solidária prevê a união na perspectiva da solidariedade e igualdade com a redistribuição solidária da renda, estabelecendo diferenças marcantes entre o microcrédito e a economia solidária.

As clientes do microcrédito do Ceape/BA também foram ouvidas com respeito à dignidade e ao respeito percebido na condição de mulheres proprietárias de empreendimentos que recorreram ao microcrédito. Os dados encontram-se na Tabela 66, a seguir.

Tabela 66 – Sentimento de colaboração do microcrédito na vida pessoal das mulheres, clientes do Ceape/BA – 2006

ESPECIFICAÇÃO DO RECONHECIMENTO	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Maior dignidade como proprietária de um negócio	15	68,18
Sentiu-se mais respeitada como mulher	6	27,27
Outra	1	4,55
TOTAL	22	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Segundo Houaiss (2001), dignidade é a qualidade moral que imprime respeito e proporciona consciência do próprio valor. As entrevistadas responderam que houve colaboração do crédito na vida pessoal de cada uma como mulher, indicando que o crédito colabora tanto na conquista de dignidade como proprietária de um negócio quanto na percepção de se sentir mais respeitada como mulher na sociedade. As duas especificações obtidas com respeito à dignidade do ser humano perfazem a quase unanimidade das entrevistadas, como se vê na Tabela 66. Isso confirma algumas conquistas das mulheres numa sociedade onde ainda prevalecem aspectos de discriminação social baseada na questão de gênero. Portanto, na opinião das entrevistadas, o microcrédito colabora para que algumas melhorias sejam obtidas nesta problemática social que também atinge as mulheres clientes do microcrédito.

Os homens, clientes do microcrédito do Ceape/Ba, também foram ouvidos com respeito à sua realização pessoal como proprietários de empreendimentos. As respostas obtidas constam na Tabela 67.

Tabela 67 – Sentimento de colaboração do microcrédito na vida pessoal dos homens, clientes do Ceape/BA – 2006

ESPECIFICAÇÃO DO RECONHECIMENTO	CLIENTES (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Maior dignidade como proprietário de um negócio	6	46,15
Sim, me senti mais respeitado como homem	6	46,15
Não teve colaboração	1	7,69
TOTAL	13	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

As respostas dos homens a respeito da colaboração específica na vida pessoal de cada um como homem, tiveram indicações afirmativas de quase todos os entrevistados, mostrando o fortalecimento da sua dignidade como proprietário de um negócio e o sentimento de sentir-se mais respeitado como homem, de acordo com os dados da Tabela 67.

Essas observações a respeito da questão de gênero não apontam elementos que coloquem em evidência a discriminação relacionada ao sexo das pessoas na concessão do microcrédito aos participantes das entrevistas, pois as mulheres formam a maioria da clientela e obtêm maior número de créditos no relacionamento com o Ceape/BA. Entretanto, verifica-se que as mulheres apresentam uma situação de desvantagem em relação aos homens, quando se observa o valor médio do crédito recebido, a princípio atribuída à condição de individual de cada empreendimento financiado. Por fim, cabe salientar que a discriminação de gênero está presente na sociedade brasileira, especialmente na menor remuneração que as mulheres recebem no mercado de trabalho.

5.7.3 Apoio e benefícios do poder público

Os clientes financiados com o microcrédito do Ceape/BA podem receber apoio e benefícios do poder público. As entrevistas buscaram respostas para esse quesito e elas estão tabuladas na Tabela 68.

Tabela 68 – Tipo de apoio e benefícios do governo para a pessoa ou família do cliente – 2006

ESPECIFICAÇÃO DO APOIO	CLIENTES	PARTICIPAÇÃO
	(n)	(%)
Não trouxe benefícios	12	34,29
Sim, consegui local para trabalhar	8	22,86
Melhorou o saneamento, energia ou limpeza pública	8	22,86
Sim, melhorou a assistência à saúde ou à educação	6	17,14
Outra	1	2,86
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A realização de obras ou de ações por parte do governo para apoiar e beneficiar as pessoas e suas respectivas famílias foi reconhecida por mais de três quintos das pessoas entrevistadas, como pode ser constatado nos dados da Tabela 68. Esses resultados indicam a materialização do apoio, em local para desenvolver atividades do empreendimento, em espaço público (ruas, praças ou centros comerciais) e melhorias nos serviços sociais básicos, denotando maior efetividade da ação do poder público municipal. Todavia, um percentual minoritário, porém significativo, dos participantes da amostra declarou ausência de qualquer benefício para a sua pessoa ou família decorrente de apoio governamental. Uma das entrevistadas revelou, nas questões abertas, que teve apoio do governo na regularização de pendências tributárias do empreendimento junto à Receita Federal.

5.7.4 Opinião do cliente sobre o microcrédito

No decorrer deste trabalho, a pobreza foi tratada na busca de fazer a relação entre as pessoas pobres, os pequenos empreendimentos e o microcrédito. Nesse sentido, a pesquisa também buscou identificar, por meio das entrevistas, a percepção que os clientes têm dos benefícios oferecidos pelo microcrédito do Ceape/BA. Os resultados foram agrupados na Tabela 69, mostrada a seguir.

Tabela 69 – Percepção dos clientes sobre os benefícios do microcrédito do Ceape/BA para os empreendedores mais pobres – 2006

ESPECIFICAÇÃO DO APOIO	RESPOSTAS OBTIDAS	PARTICIPAÇÃO
	(n)	(%)
Sim, dá crédito às pessoas mais simples	30	44,78
Sim, valoriza os pequenos negócios	29	43,28
Sim, pois oferece oportunidades de capacitação	5	7,46
Outra	3	4,48
TOTAL	67	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Esta questão procurou captar a compreensão dos entrevistados a respeito do papel social do microcrédito, sobretudo na possibilidade de valorização das pessoas mais pobres. Na visão das pessoas entrevistadas, a instituição proporciona benefícios diretamente aos empreendedores e empreendedoras mais pobres ao conceder crédito, valorizar os pequenos negócios e oferecer oportunidades de capacitação aos clientes, como se vê na Tabela 69. Por outro lado, nos comentários abertos, citaram as dificuldades enfrentadas nos bancos e nas financeiras, sinalizando a importância do acesso ao microcrédito pelo fato dos pequenos empreendedores não conseguirem acesso às grandes financeiras, ressaltando as oportunidades proporcionadas às pessoas mais pobres e à oferta de facilidades aos clientes.

A preocupação com a formação cidadã, e o exercício da cidadania, esteve presente nas perguntas formuladas na entrevista. As respostas encontram-se na Tabela 70, vista adiante.

Tabela 70 – Contribuição ao exercício da cidadania para os empreendedore(a)s financiados pelo Ceape/BA – 2006

ASPECTOS IDENTIFICADOS	RESPOSTAS OBTIDAS	PARTICIPAÇÃO
	(n)	(%)
O papel do microcrédito para o microempreendedor (a)	20	31,25
No reconhecimento como empreendedor (a)	19	29,69
Na discussão dos problemas dos pequenos negócios	11	17,19
Outra	8	12,50
Na conquista de respeito na comunidade	5	7,81
Não houve contribuição	1	1,56
TOTAL	64	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

A contribuição do microcrédito no reconhecimento como cidadão ou cidadã proporcionada pelo atendimento do Ceape/BA, foi confirmada por grande parte das pessoas entrevistadas, conforme se observa na Tabela 70. Em sua grande maioria, elas ressaltaram a importância do microcrédito para os pequenos empreendedores, destacando também o reconhecimento como empreendedor ou empreendedora, tendo um significado especial quando visto na possibilidade de desenvolver o empreendimento, permitindo aos clientes superar dificuldades e caminhar com as suas próprias pernas. Além disso, eles chamaram a atenção para a discussão dos problemas dos pequenos negócios e a conquista do respeito na comunidade, colocando em evidência a proximidade com o mundo em que vivem.

Nas manifestações abertas elas citaram a ajuda no desenvolvimento do pequeno negócio, a contribuição para crescer e mostrar que outras pessoas também podem aproveitar oportunidades. Satisfeita, uma senhora assim se expressou, *“acho que o Ceape na minha vida teve uma importância muito grande, pois me deu independência financeira, me elevou a auto-estima, fiz cartão de crédito [...]”*. Já um senhor entrevistado demonstrou um sentimento de empreendedor, *“passei a me sentir como empresário”*, para outro, *“contribuiu muito para mim, como pai, no sentido de garantir o pão de cada dia na alimentação da família[...]”*.

5.8 ACESSO AOS SERVIÇOS PRESTADOS

Entre os serviços prestados pelo Ceape/BA aos empreendedores e empreendedoras, a pesquisa deteve-se, especialmente na abordagem das dificuldades encontradas para obtenção do microcrédito.

5.8.1 Dificuldades para obtenção do microcrédito

Na opinião expressa da maioria dos entrevistados não houve dificuldades para obter o crédito oferecido pela instituição, o que configura um acesso facilitado. Entretanto, os demais respondentes ressaltaram a exigência da formação de grupo solidário ou da apresentação de avalista como obstáculos para a obtenção do crédito, conforme detalhes da Tabela 71.

Tabela 71 – Principais dificuldades para a obtenção do microcrédito do Ceape/BA – 2006

DIFICULDADES	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Não teve dificuldades	29	82,86
Formação de grupo solidário ou avalista	5	14,29
Problemas de registros no SPC/SERASA	1	2,86
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Para fazer o contraponto, as entrevistas também buscaram informações sobre as facilidades dos clientes na obtenção do microcrédito. Elas estão apresentadas na Tabela 72.

Tabela 72 – Principais facilidades para a obtenção do microcrédito do Ceape/BA – 2006

FACILIDADES ENCONTRADAS	RESPOSTAS OBTIDAS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
Rapidez no atendimento	30	49,18
Confiança na pessoa que tem um negócio	21	34,43
Dispensa de garantias	7	11,48
Outra	3	4,92
TOTAL	61	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

As facilidades apontadas pela quase totalidade das pessoas, para a obtenção do microcrédito ressaltam, majoritariamente, a rapidez no atendimento e a confiança na pessoa que tem um negócio, pelo fato de dispensar a apresentação de garantias reais aos empréstimos, sobretudo bens de propriedade dos clientes, como se vê na Tabela 72. A última, condição restrita entre os clientes do microcrédito. O fato evidencia a problemática da acessibilidade ao crédito, elemento fundamental na metodologia do grupo solidário, que foi desenvolvida para viabilizar o fornecimento de recursos destinados às atividades produtivas da economia informal. Nas respostas abertas, os entrevistados destacaram as facilidades do pagamento parcelado do empréstimo, o atendimento do pessoal da instituição e a taxa de juros cobrada, que não é tão alta.

5.8.2 Dificuldades de participação no grupo solidário

O grupo solidário é fundamental na tecnologia do microcrédito razão da busca da opinião dos clientes a respeito das dificuldades para a participação nele. A questão relacionada a esse tema buscou as opiniões dos clientes sobre as dificuldades da participação nos grupos solidários. Os dados constam na Tabela 73.

Tabela 73 – Dificuldades para a participação no grupo solidário do microcrédito do Ceape/BA– 2006

DIFICULDADES ENCONTRADAS	RESPOSTAS OBTIDAS	PARTICIPAÇÃO
	(n)	(%)
Não teve dificuldades	23	60,53
Receio dos compromissos no grupo	7	18,42
Desconfiança das pessoas	5	13,16
Experiências negativas de amigos (as)	3	7,89
TOTAL	38	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

O grupo solidário é organizado por três a seis pessoas e funciona como alternativa de proporcionar garantias nas operações do microcrédito. A maioria das respostas registra a ausência de dificuldades para a sua constituição. É pertinente, contudo, ressaltar a relevância obtida nas respostas acerca do receio dos compromissos assumidos pelo aval solidário, da desconfiança dos membros do grupo e do conhecimento de experiências negativas de amigos e amigas, como se vê na Tabela 73.

As pessoas que não tiveram dificuldades na participação no grupo solidário têm, em comum, a obtenção de valores médios de créditos acima da média geral, tanto no primeiro quanto no último crédito recebido, alcançando 76,26% do montante liberado aos demais entrevistados, é o que informa os dados da Tabela 92 (APÊNDICE A). Isto pode sugerir uma satisfação das necessidades de crédito dos empreendimentos financiados, indicando também uma situação de adequação entre o valor solicitado pelo cliente e o valor liberado, uma pista a ser investigada pela instituição.

A pesquisa foi buscar, por meio da entrevista, a avaliação dos entrevistados acerca do grupo solidário como um dos requisitos para a obtenção do microcrédito junto ao Ceape/BA. As respostas constam na Tabela 74, vista a seguir.

Tabela 74 – Avaliação da experiência de participação no grupo solidário do Ceape/BA – 2006

AVALIAÇÃO	CLIENTES ENTREVISTADOS (n)	PARTICIPAÇÃO (%)
É bom, pois incentiva a cooperação entre amigos (as)	18	51,43
Reforça a amizade entre as pessoas	8	22,86
Aproxima mais as famílias	3	8,57
Outra	3	8,57
Não tem resposta (sem experiência no grupo solidário)	3	8,57
TOTAL	35	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

As respostas positivas sobre a experiência do crédito em grupo solidário totalizaram quatro quintos dos entrevistados. O grupo solidário é considerado bom por incentivar a cooperação entre amigos e amigas, reforçar a amizade entre as pessoas e aproximar mais as famílias. Nas respostas em aberto, foram frisadas a experiência negativa no empréstimo de cheque a uma amiga, bem como as dificuldades para encontrar pessoas com responsabilidade e a participação em grupo formado pelo conhecimento de outra pessoa. Três pessoas não responderam, pois não tiveram a experiência do crédito em grupo solidário, tendo obtido o crédito individual com a apresentação de avalista, é o que indicam os resultados da Tabela 74.

5.9 INDICAÇÕES AO CEAPE/BA E PROGRAMAS DE MICROCRÉDITO

Ao longo da pesquisa, e de posse dos resultados obtidos, foram identificados alguns aspectos considerados positivos no que tange ao microcrédito que o Ceape/BA coloca à disposição dos pequenos empreendedores para desenvolver os seus negócios.

Foram constatadas influências positivas do microcrédito na movimentação comercial dos empreendimentos financiados, permitindo aumentar a clientela e o crescimento nas atividades do negócio. Isso é relevante nessa pesquisa, pois confirma a aplicação dos recursos nas atividades financiadas, evidenciando o fortalecimento do empreendimento na visão dos clientes.

A pesquisa mostrou, também, o avanço na bancarização da população mais pobre, havendo favorecimento da movimentação financeira em bancos e ampliando o acesso dos clientes a serviços financeiros. A estratégia do sistema financeiro é ampliar a sua base de clientes e, com esse caráter, a população pobre passa a dispor de oportunidades para realizar

operações financeiras e efetuar pagamentos nos pequenos estabelecimentos e casas lotéricas, os correspondentes bancários.

As relações de trabalho nos pequenos empreendimentos que foram investigados não são assalariadas em sua totalidade, sendo em grande parte orientada por uma dinâmica própria, focada na mobilização da força de trabalho da família. Isso explica a ocorrência tanto de assalariados quanto a inexistência de remuneração estabelecida para colaboradores e colaboradoras dos negócios familiares.

A compra de bens e o acesso a bens e serviços de uso familiar, reforçam a compreensão segundo a qual os resultados obtidos no negócio contribuem diretamente na melhoria das condições de vida da família do cliente do microcrédito, a partir do atendimento das necessidades mais elementares da manutenção da vida.

O crédito contribui tanto na conquista da dignidade humana, como proprietária e proprietário de um negócio, quanto na aquisição de mais respeito, como mulher ou como homem, na sociedade, mostrando a importância de conquistas de cidadania em uma sociedade onde persiste a discriminação social baseada no gênero.

A relação entre o microcrédito e a inserção social na visão de superação da pobreza, como fenômeno social complexo, comporta a combinação de políticas públicas do microcrédito com formação empreendedora ou a inovação técnica, proporcionando um processo educativo. As ações complementares e relacionadas, segundo a tese de superação do círculo vicioso da pobreza de Myrdal (1972), podem contribuir para mudanças sociais mais significativas. Por outro lado, o microcrédito, isoladamente, terá uma capacidade limitada de gerar efeitos de transformações, devido ao seu curto alcance num ambiente social influenciado por múltiplos fatores.

Entre as questões problemáticas que podem ser listadas neste relatório de pesquisa figuram aquelas relacionadas à geração de empregos. Na análise dos dados experimentais ficaram explicitadas as limitações do microcrédito quanto à expectativa de gerar ocupações ou empregos. Contudo, não se pode perder de vista a natureza familiar das iniciativas que são financiadas na possibilidade de fortalecer pequenos empreendimentos e a relação com os valores do microcrédito concedido para financiamento a cada empreendimento. Isso ficou claro na contribuição que o microcrédito oferece de maior estabilidade no desenvolvimento das atividades dos empreendimentos, melhoria da regularidade do funcionamento com oferta mais diversificada de produtos, bem como nas retiradas para os gastos familiares.

Para a maioria dos clientes não houve dificuldades para obter o crédito oferecido pela instituição, configurando acesso facilitado aos recursos financeiros, mas um grupo ressaltou

que a exigência da formação de grupo solidário ou da apresentação de avalista funcionou como obstáculos para a obtenção do crédito. Isso, sem dúvidas, deverá motivar a averiguação do problema identificado na análise das entrevistas.

Um dos problemas sobre o qual as organizações promotoras do microcrédito devem se aprofundar é a frágil influência do crédito nas atividades comunitárias. A pesquisa aponta que a solidariedade que foi tratada na metodologia tem sentido restrito, deixando a desejar no papel que deve cumprir para estimular a participação dos clientes em atividades de caráter associativo. Nota-se a forte presença da diversidade e da dispersão que se traduzem em características da economia informal, refletindo-se na ausência das redes de representação e de interlocução, ou mesmo de canais de expressão na sociedade que pode vir a influenciar o sucesso dos empreendedores no desenvolvimento das iniciativas financiadas pelo microcrédito.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A economia informal urbana possui algumas peculiaridades que estão presentes no contexto do subdesenvolvimento, onde a lógica da sobrevivência influencia o esforço de superação das mais sérias dificuldades da sociedade contemporânea, a pobreza e a ausência de perspectivas de uma vida digna para mulheres e homens.

A hipótese que orientou essa pesquisa foi formulada com o propósito de buscar evidências da contribuição do microcrédito para a inserção social de empreendedores e empreendedoras, beneficiários do microcrédito oferecido pela organização que foi investigada neste trabalho.

O estudo da pobreza levou à compreensão de que, ao lado das questões materiais, coexistem as dificuldades no exercício da cidadania, ao mesmo tempo em que a investigação colecionou evidências e indicadores da melhoria das condições de vida e progresso dos clientes, como cidadãos e cidadãs, no uso do microcrédito.

Os principais indicadores que a pesquisa constatou trouxeram consigo as evidências da contribuição do microcrédito na inserção social dos empreendedores e das empreendedoras, em decorrência da aplicação dos recursos nas atividades produtivas financiadas, repercutindo em diversos aspectos das condições materiais de vida e sociabilidade dos clientes, a saber:

- a) o fortalecimento da capacidade produtiva dos pequenos empreendimentos financiados, refletindo na diversificação dos estoques, aumento da clientela, das vendas realizadas, no faturamento e na estabilidade do negócio;
- b) o favorecimento do aprendizado dos clientes na realização de negócios;
- c) o incremento na renda, possibilitando a aquisição e o acesso a bens ou serviços considerados essenciais;
- d) a colaboração no conforto da habitação ou moradia;
- e) a contribuição na melhoria da autonomia, dos sentimentos de segurança e da auto

- realização das pessoas, possibilitando a conquista de dignidade e respeitabilidade na comunidade;
- f) a ajuda nas possibilidades de escolarização de familiares, crianças e adolescentes;
 - g) o fortalecimento de iniciativas de natureza familiar, beneficiando membros do núcleo familiar;
 - h) a percepção da baixa participação da população em formas organizadas de manifestação, deixando à vista as dificuldades de expressão política, expondo limitações no exercício da cidadania praticada coletivamente;
 - i) a visibilidade da economia informal na sociedade, estimulando a discussão da pobreza e o reconhecimento social da “economia da pobreza”;
 - j) a ajuda na conquista de sonhos de mulheres e homens, possibilitando a auto-realização daqueles que buscam trabalho e renda com dignidade.

A investigação também proporcionou evidências da inserção social de empreendedores e empreendedoras, através do impacto do microcrédito nas iniciativas financiadas, consideradas as condições de funcionamento da sociedade capitalista em que vivem. Outros elementos relevantes para a vida das pessoas foram visualizados, sobretudo na melhoria das condições materiais de vida e sociabilidade, coerente com a hipótese condutora do estudo. Descortina-se a possibilidade desses empreendedores e empreendedoras conquistarem espaços para o exercício da cidadania de mulheres, homens e familiares, traduzida em dignidade e respeito para a pessoa humana. Se esta cidadania vier a configurar-se como emancipatória ou outorgada, eis uma boa questão para discutir e aprofundar. Entretanto, uma convicção foi se delineando na condução do trabalho, o microcrédito tem muitas potencialidades, cumprindo relevante papel no desenvolvimento da comunidade empreendedora, mas ainda aquém das transformações sociais mais profundas na dura realidade estudada, complexa e desafiadora.

Por outro lado, a expectativa de geração de ocupação, emprego e renda tem sido um valioso argumento de impacto social na sensibilização para as políticas públicas de apoio ao microcrédito. Entretanto, é necessário reconhecer que a criação de novos postos de trabalho tem limitações em decorrência das possibilidades da própria informalidade. Mas, concretamente, não se pode desprezar o fortalecimento tanto das iniciativas financiadas, quanto das famílias beneficiadas em função de melhorias concretizadas nos resultados econômicos, nas condições de vida das pessoas e na convivência na comunidade.

Vista, como política pública de Estado, é provável que cumpra bem a função de proporcionar renda e bem-estar a setores da população mais pobre. Ao fomentar alternativas

econômicas sustentáveis para escapar da condição de pobreza, o poder público estará evitando a drenagem de recursos orçamentários nos programas assistenciais. Na dimensão socioeconômica aqui apresentada, a vara, o anzol e a habilidade de pescar têm grande importância, pois as pessoas certamente aprenderão a pescar, ao desenvolver as suas capacidades de pescadores. Então, em lugar de simplesmente dar o peixe, criar pescadores, ou melhor, empreendedores e empreendedoras.

A bem da verdade trata-se de uma situação complexa. A informalidade é uma trama de homogeneidade na baixa escolaridade, na baixa produtividade e na pobreza, consistindo na essência daquilo que une e aproxima os seus atores, a “economia da pobreza”, ou seja, um ambiente social onde, antes de tudo, prevalecem a lógica da sobrevivência e a dependência da economia moderna.

Os empreendedores e empreendedoras da economia informal formam uma enorme diversidade nos setores e ramos da atividade econômica, mas a sua organização na sociedade é frágil ou quase ausente, refletindo tanto no aspecto da sua organização política quanto nas possibilidades de cooperação para a realização de negócios. Por isso, um desafio ao desenvolvimento das iniciativas pode estar relacionado à melhoria da representação política, da decisão de explorar em conjunto as oportunidades de negócios e da expressão própria enquanto atores sociais que vivem na informalidade.

Cabe também ressaltar que além das barreiras econômicas e culturais que persistem, dificultando o acesso às instituições financeiras tradicionais, os clientes do microcrédito demonstram sensibilidade ao atendimento mais próximo, sem contar os obstáculos decorrentes das aceleradas inovações tecnológicas. Nesse aspecto a tecnologia bancária tem privilegiado as operações eletrônicas, valorizando as máquinas na estratégia de reduzir custos, procurando manter os clientes fisicamente fora das agências.

Considerar que passar o cartão magnético na máquina é um processo educativo é muito pouco para a transformação social. O processo histórico de desenvolvimento da humanidade reclama, com ênfase cada vez maior, que o homem se faça o sujeito da própria história e da sua auto-realização. Por outro lado, as experiências desenvolvidas pelas organizações sem fins lucrativos, ainda têm uma dimensão muito reduzida frente ao universo da economia informal urbana do país, na qual prevalecem os custos elevados e uma baixa escala de atendimento.

Uma contribuição da pesquisa realizada traz uma constatação óbvia, mas desafiante para as organizações promotoras do microcrédito no Brasil. As potencialidades do mercado chegam à casa dos milhões de empreendedores e empreendedoras, enquanto o número de

clientes atendidos no país ainda é muito restrito. Um fato parece ser inegável, as organizações não governamentais nasceram pequenas, dispostas a experimentar algo novo na área financeira, mas, quem sabe, pensando tão diminuto frente a grandeza do mercado financeiro.

A forma de ser e de existir das organizações se aproxima da realidade social e cultural na qual estão inseridas, a própria informalidade. Como instituições sem fins lucrativos, executam política pública, não estatal, cumprindo um papel onde há pouca ação, ou ausência total do Estado. O setor carece de maior atenção nas políticas públicas, pois o Programa Nacional de Apoio ao Microcrédito Produtivo e Orientado, ainda é, um balão de belas promessas.

Nesta direção, a tecnologia do microcrédito requer, como tarefa urgente, o repensar em que o artesanal possa ceder lugar ao moderno processo de financiar os pequenos empreendimentos com maior capacidade de inserção no mercado, melhoria de produtividade, redução dos riscos das operações e das taxas de juros praticadas. Somente assim, uma tecnologia que seja capaz de possibilitar o desenvolvimento de empreendedores e empreendedoras como seres humanos, fomentando o sucesso das iniciativas, respeitando e incentivando a autonomia e a realização pessoal, tudo isso integrado no progresso da comunidade. Esse cenário de possibilidades permitirá um salto de qualidade em contribuições mais significativas ao desenvolvimento local das áreas atendidas pelo microcrédito, desenvolvendo empreendimentos, pessoas e comunidades.

O desenvolvimento dos empreendimentos da “economia da pobreza” requer um tratamento compatível com a sua complexidade social, considerando as múltiplas causas e efeitos presentes na informalidade, sobretudo a natureza familiar. Entretanto, as ações na atualidade estão orientadas apenas ao fornecimento do microcrédito para o fomento das atividades produtivas. Já se vislumbram algumas contribuições para o desenvolvimento local, mas percebem-se dificuldades na mobilização integrada das potencialidades da comunidade. Portanto, mudanças mais significativas nesta realidade social suscitam a ampliação dos horizontes de intervenção para a superação da pobreza, privilegiando estratégias combinadas para dar condições efetivas às pessoas de escapar da pobreza em que vivem.

Nesta perspectiva o enfrentamento da pobreza está a exigir da sociedade, especialmente das políticas públicas, um pouco mais que a disponibilidade de crédito e o incentivo ao empreendedorismo. As ações do Estado, das organizações, e dos demais segmentos preocupados com a superação da pobreza devem estimular a formação de valores culturais que possam resultar em transformações mais profundas na sociedade. Caso contrário, estará em curso, e a todo vapor, a perpetuação do circuito inferior da economia,

diante da impotência da sociedade para alavancar as potencialidades humanas. Coloca-se, assim, mais uma temática apropriada à discussão do futuro da pequena produção, esteja ela na área urbana, ou não.

Enfim, o microcrédito se apresenta como uma solução de mercado para o enfrentamento da problemática da pobreza, razão pela qual foi desenvolvido baseado em uma concepção que valoriza o empreendedorismo, sem maiores preocupações com o combate à pobreza numa perspectiva mais ampla. Ele é o resultado das políticas de redução das atribuições do Estado, geradas nos países do primeiro mundo e ajustadas às políticas neoliberais promovidas pela cooperação internacional no terceiro mundo, nas últimas décadas.

As pesquisas científicas têm contribuído para o enfrentamento dessa temática e fazem avançar na compreensão de que as organizações não governamentais (ONGs) cumpriram o papel da abertura do mercado, representado pela fatia pobre da população, aos conglomerados financeiros. Elas têm, por um lado, o mérito de dizer não ao assistencialismo e de fomentar a expectativa de formação de empreendedores capazes de gerir os próprios negócios, desenvolvendo as capacidades individuais dos clientes e a aquisição de elementos da cidadania. Mas, por outro lado, trazem consigo a idéia de ajustamento ao mercado em que os empreendimentos de menor porte têm dificuldades na disputa por um lugar ao sol enquanto as organizações de microcrédito se defrontam com o desafio da concorrência com as instituições financeiras. Por isso, é recomendável repensar a sua concepção, o seu papel e estratégias no combate à pobreza em áreas subdesenvolvidas, em busca do crescimento de mulheres e homens, cidadãos e cidadãos, sujeitos do próprio destino.

REFERÊNCIAS

ACCION INTERNATIONAL. **2006 annual reports**. Disponível em: <http://www.accion.org/about_annualreports_newsletters.asp>. Acesso em: 20 maio 2007.

ALVES, Sergio Darcy; SOARES, Marden Marques. **Microfinanças - democratização do crédito no Brasil**: atuação do Banco Central. 3.ed. Brasília, DF: BCB, 2006.

BARONE, F. M. et al. **Introdução ao microcrédito**: Conselho da Comunidade Solidária. Brasília, 2002.

BRANDÃO, Carlos. Antonio. O processo de subdesenvolvimento, as desigualdades espaciais e o "jogo das escalas". In: SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS (Org.). **Desigualdades regionais**. Salvador: SEI, 2004. p. 9-37. Série Estudos e Pesquisas, n. 67, Disponível em: <http://www.sei.ba.gov.br/publicacoes/publicacoes_sei_bahia_analise_sep/pdf/sep_67/carlos_antonio_brandao.pdf>. Acesso: 10 jul. 2006.

BRASIL. Lei nº 9.790, de 23 de março de 1999. Dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip). **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 24 mar.1999. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/QUADRO/1999.htm>. Acesso em: 26 jun. 2006.

_____. Lei nº 10.194, de 14 de fevereiro de 2001. Dispõe sobre a instituição de sociedades de crédito ao microempreendedor (SCM) e altera dispositivos da legislação vigente. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 16 fev. 2001. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LEIS_2001/_Quadro-2001.htm>. Acesso em: 26 de jun. 2006.

_____. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Dispõe sobre o Código Civil Brasileiro. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/_Quadro-2002.htm>. Acesso em: 30 abr. 2007.

_____. Lei nº 11.110, de 25 de abril de 2005. Dispõe sobre a criação do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (Pnmpo) e da outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 26 abr. 2005. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/_quadro.htm>. Acesso em: 26 jun. 2006.

BOAVENTURA, Edivaldo. M. **Metodologia da pesquisa**: monografia, dissertação, tese. São Paulo: Atlas, 2004.

CENTRO DE APOIO AOS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS DO ESTADO DA BAHIA (Ceape/Ba). **Estatuto social**. Feira de Santana, 1994.

_____. **Relatórios estatísticos**. Feira de Santana, 2006.

CENTRO NACIONAL DE APOIO AOS PEQUENOS EMPREENDIMIENTOS (Ceape/NA). **Manual para operadoras de microcrédito**: uma experiência do sistema Ceape. Brasília: Ministério do Trabalho e Emprego, 2003.

CHRISTEN, Robert. **Servicios bancários para los pobres**: administración para el éxito financiero. Santafé de Bogotá: Accion International, 1998.

CONSELHO FEDERAL DE ECONOMIA (COFECON). **Economista conhecido como o "banqueiro dos pobres" ganha o Nobel da Paz**. Disponível em: <<http://www.cofecon.org.br>>. Acesso em: 10 Jan. 2007.

CORSINI, José N. M. **Fatores que impulsionam a recuperação de microcréditos em organizações, sem fins lucrativos, especializadas na promoção de microfinanciamentos**. 1999. 33 f. Monografia (Especialização em Contabilidade Decisorial) – Departamento de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Feira de Santana, Feira de Santana.

DANTAS, Valdi de Araújo. **Tecnologia do microcrédito**: doze anos de experiência da rede Ceape. Brasília, CEAPE/NA, 1999.

_____. **Um pouco de história** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <direxecutivo@ceapeba.org.br> em 17 abr. 2007.

DEMO, Pedro. **Charme da exclusão social**. Campinas, SP: Autores Associados, 1998. (Coleção polêmicas do nosso tempo).

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 2. ed. São Paulo: Cultura, 2006.

FÓRUM DE MICROFINANÇAS DA BAHIA. Disponível em: <<http://www.fbmicrofinancas.com.br>>. Acesso em: 28 fev. 2006.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil – 2005**: relatório executivo. Curitiba: IBPQ, 2006. 28 p. Disponível em: <[http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/6A591EF71804C28003257132006C8E5B/\\$File/NT000AF176.pdf](http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/6A591EF71804C28003257132006C8E5B/$File/NT000AF176.pdf)>. Acesso em: 24 jul. 2006.

_____. **Empreendedorismo no Brasil – 2006**. Curitiba: IBPQ, 2006. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/159F25C14EDA2E0F832572D600541730/\\$File/NT00035A4E.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/159F25C14EDA2E0F832572D600541730/$File/NT00035A4E.pdf)>. Acesso em: 24 jan. 2007.

GRAMEEN BANK. Monthly update: June 2007. Disponível em: <[http://www.grameen-info.org/bank/Statement1US\\$.htm](http://www.grameen-info.org/bank/Statement1US$.htm)>. Acesso em: 10 jun. 2007.

HOUAISS, Antônio; VILAR, Mauro Sales. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Economia informal urbana 1997**. Coordenação de Emprego e Rendimento. Rio de Janeiro, 1999. v. 1: Brasil e grandes regiões.

_____. **Economia informal urbana 2003**. Coordenação de Emprego e Rendimento. Rio de Janeiro, 2005.

_____. **Censos históricos**. Disponível em: <http://www1.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censohistorico/1940_1996.shtm>. Acesso em: 26 jul. 2006.

_____. **Índice de preços ao consumidor amplo (IPCA)**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/precos/inpc_ipca/inpc122006.shtm>. Acesso em: 28 jan. 2007.

_____. **Estimativas populacionais para os municípios brasileiros em 01/07/2006**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2005/default.shtm>>. Acesso em: 28 jan. 2007.

JACKLEN, H. R. et al. **Programa de microcrédito no Brasil**: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud) e Caixa Econômica Federal (CEF). Brasília, 2002.

KRAYCHETE, Elsa Sousa. **O Banco Mundial e o desenvolvimento das microfinanças em países da periferia capitalista**. 2005. 225 f. Tese (Doutorado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

KWITKO, Evanda Evani Burtet; BURDET, Douglas; WEIHERT, Uwe. **Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES. Programa de crédito popular**: manual do facilitador. Rio de Janeiro: BNDES, 1999.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LUNDERG, Mattias; SQUIRE, Lyn. Novas evidências sobre a desigualdade, pobreza e crescimento. In: TEÓFILO, Edson. (Org.). **Distribuição de riqueza e crescimento econômico**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário. Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento Rural, 2000.

MARX, Karl. **O capital**. Edição revista por Afonso Bertagnoli. 3.ed. São Paulo: Edigraf, 1958. (Biblioteca de autores célebres).

MENEZES, Wilson F. Nas asas da globalização: uma avaliação do desenvolvimento regional e dos distritos industriais. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, v.13, n.2, p.305-315, set. 2003.

MICROCREDIT Summit Campaign. Disponível em: <<http://www.microcreditsummit.org>>. Acesso em: 26 jun. 2006.

_____. <http://www.microcreditsummit.org/spanish/pubs/reports/socr/SOCR06_sp.pdf>. Acesso em: 24 maio 2007.

MYRDAL, Gunnar. **Teoria econômica e regiões subdesenvolvidas**. Tradução de N. Palhano. 3.ed. Rio de Janeiro: Saga, 1972.

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. Dos excluídos necessários aos excluídos desnecessários. In: BURSZTYN, Marcel (Org.). **No meio da rua: nômades, excluídos e viradores**. Rio de Janeiro: Garamond, 2000.

NUNES, Débora. **Pedagogia da participação: trabalhando com comunidades**. Tradução de Ciro Sales. Salvador: Unesco/Quarteto, 2006.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Resolução do ano internacional do microcrédito**. Disponível em: <[http://www.yearofmicrocredit.org/docs/spanish/Texto de la Resolucion_A58.doc](http://www.yearofmicrocredit.org/docs/spanish/Texto_de_la_Resolucion_A58.doc)>. Acesso em: 28 dez. 2005.

PEDRÃO, Fernando. Fermentos econômicos de uma urbanização contraditória. **RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, ano 7, n. 12, p. 5 -13, jul. 2005.

_____. **As raízes da pobreza na Bahia: a condição econômica da questão social**. Salvador, 2005. Publicação de circulação informal do Instituto de Pesquisas Sociais.

PEREIRA, Almir da Costa. Palestra proferida no SEMINÁRIO DE FINANÇAS SOLIDÁRIAS E MICROCRÉDITO, promovido pela Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte (Setre), em Salvador, em 17 maio 2007.

PEREIRA, Gilvanete Dantas de Oliveira. **Efeitos do microcrédito sobre o fortalecimento dos microempreendimentos e sobre as condições de vida dos microempreendedores: um estudo do Ceape/Pb, no período de 2001 a 2004**. 2005. 71 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

PESQUISA emprego e desemprego (PED). Disponível em: <[http:// www.dieese.org.br/ ped/ ssa/pedssa1003.pdf](http://www.dieese.org.br/ped/ssa/pedssa1003.pdf)>. Acesso em: 18 fev. 2006.

_____. Disponível em: <[http:// www.dieese.org.br/ped/ssa/pedssa1205.pdf](http://www.dieese.org.br/ped/ssa/pedssa1205.pdf)>. Acesso em: 18 fev. 2006.

PROCREDIT HOLDING. Disponível em: <http://www.procredit-holding.com/cms/front_content.php>. Acesso em: 9 jul. 2007.

PRODUTO Interno Bruto Municipal. PIB per capita, Bahia. Disponível em: <http://www.sei.ba.gov.br/pib/index_pibmunicipal.php>. Acesso em: 4 abr. 2007.

PROGRAMA de Microcrédito do Banco do Nordeste (Crediamigo). Disponível em: <[http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Produtos e Servicos/Crediamigo/gerados/Resultados.asp?idtr=crediamigo](http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Produtos_e_Servicos/Crediamigo/gerados/Resultados.asp?idtr=crediamigo)>. Acesso em: 24 maio 2007.

PROGRAMA de Microcrédito do Estado da Bahia (Credibahia). Disponível em: <<http://www.desenbahia.ba.gov.br>>. Acesso em: 21 fev. 2006a.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Desenvolvimento humano e IDH**. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/idh/>> Acesso em: 9 nov. 2006b.

_____. INSTITUTO DE ECONOMIA APLICADA (IPEA). **Atlas do desenvolvimento humano no Brasil**. Brasília, 2003. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/atlas/instalacao/index.php>>. Acesso em: 9 nov. 2006c.

PRADO, Antônio. **A queda da desigualdade e da pobreza no Brasil**. Visão do Desenvolvimento, Rio de Janeiro, n.14, p.1-6, 28 set. 2006. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/publicacoes/catalogo/visao.asp>>. Acesso: 9 abr. 2007.

ROCHA, Sonia. **Pobreza no Brasil: afinal, de que se trata?** 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

_____. **Pobreza e indigência no Brasil: algumas evidências empíricas com base na PNAD 2004**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/neco/v16n2/03.pdf>>. Acesso em: 9 maio 2007.

RUIZ, Álvaro João. **Metodologia Científica**. Guia para eficiência nos estudos. 1.ed. São Paulo: Atlas, 1982.

RYKWERT, Joseph. Encontrando algum lugar na vastidão do espaço. In: _____. **A sedução do lugar, a história e o futuro da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. Tradução Myrna T.Rego Viana. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2004.

_____. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SEN, Amartya Kumar. **Desenvolvimento como liberdade**. Tradução Laura Teixeira Motta. 5. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. rev.e atual. Florianópolis: UFSC, 2005. Disponível em: <<http://www.ufsc.br>>. Acesso em 05 ago. 2006.

SILVA, Sylvio B.M; SILVA, Bárbara C.N. **Estudos sobre globalização, território e Bahia**. Salvador:UFBA, 2003.

SINGER, Paul. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: F. Perseu Abramo, 2002.

STEVENSON, William J. **Estatística aplicada à administração**. Tradução Alfredo Alves de Farias. São Paulo: Harbra, 2001.

SPINOLA, Noelio Dantaslé. Negritude, pobreza, discriminação racial e geração de empregos na Bahia, em um contexto de globalização. **RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, ano 4, n. 6, p.71- 80, jul. 2002.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

YUNUS, Muhammad ; JOLIS, Alan. **O banqueiro dos pobres**. São Paulo: Ática, 2001.